

# MEDIASET *españa.*



## Presentación de resultados 1T14 (enero - marzo)



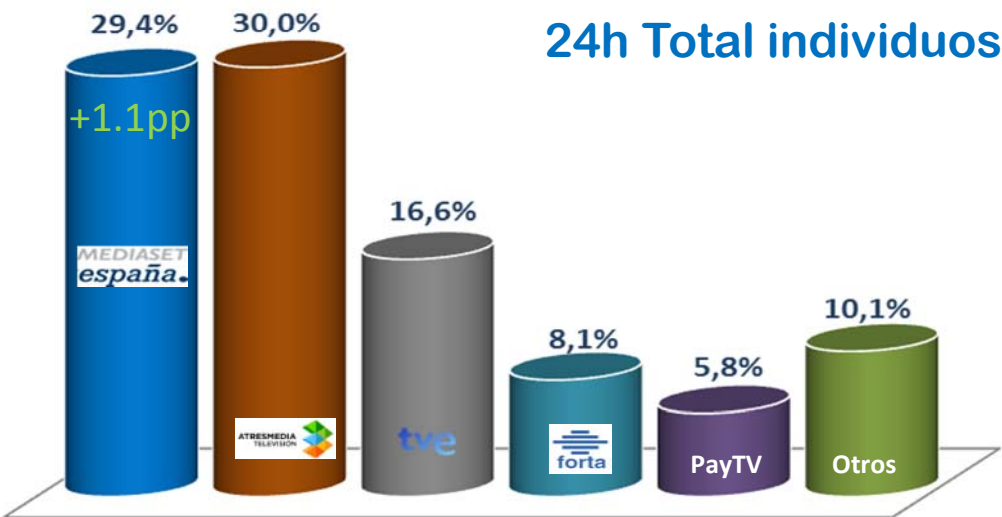
**Madrid, 7 de mayo de 2014**

1T14 resultados financieros

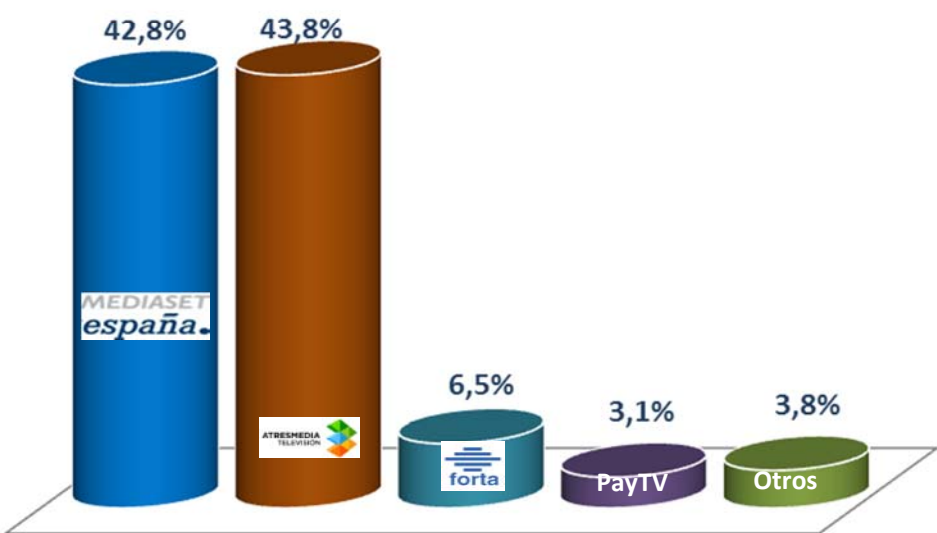
| €Millones               | 1T14  | 1T13  | Var.   |
|-------------------------|-------|-------|--------|
| Total ingresos netos    | 200,4 | 196,6 | 1,9%   |
| Total costes operativos | 173,5 | 173,5 | 0,0%   |
| EBITDA adj*             | 26,9  | 23,1  | 16,7%  |
| Margen EBITDA           | 13,4% | 11,7% |        |
| EBIT                    | 22,6  | 18,8  | 20,4%  |
| Margen EBIT             | 11,3% | 9,6%  |        |
| Beneficio neto          | 12,8  | 12,5  | 2,1%   |
| Beneficio neto adj**    | 16,6  | 16,3  | 1,6%   |
| Posición financiera     | 103,9 | 66,8  | 37,1 € |

\* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV  
\*\* Beneficio neto ajustado excluye el impacto de todos los elementos no cash, como la amortización de PPA (de Cuatro y DTS)

1T14 cuota de audiencia



1T14 cuota mercado publicitario TV



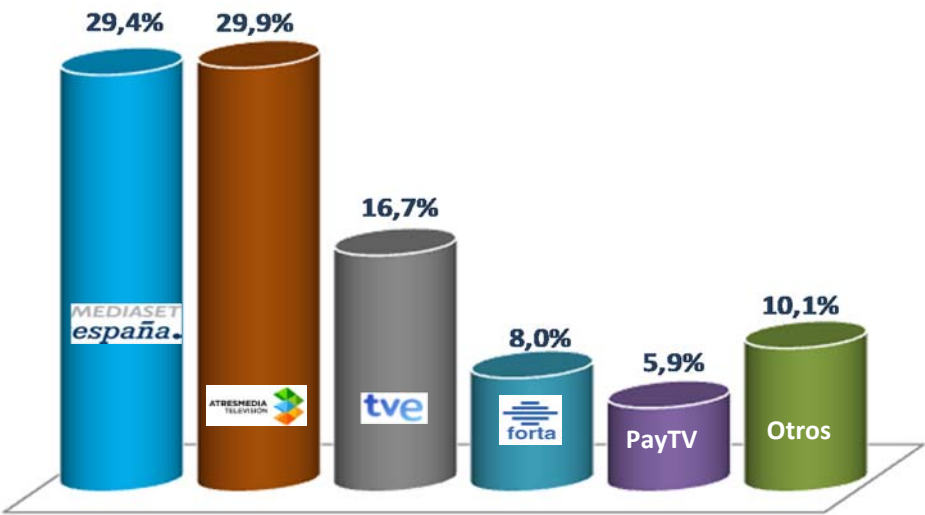
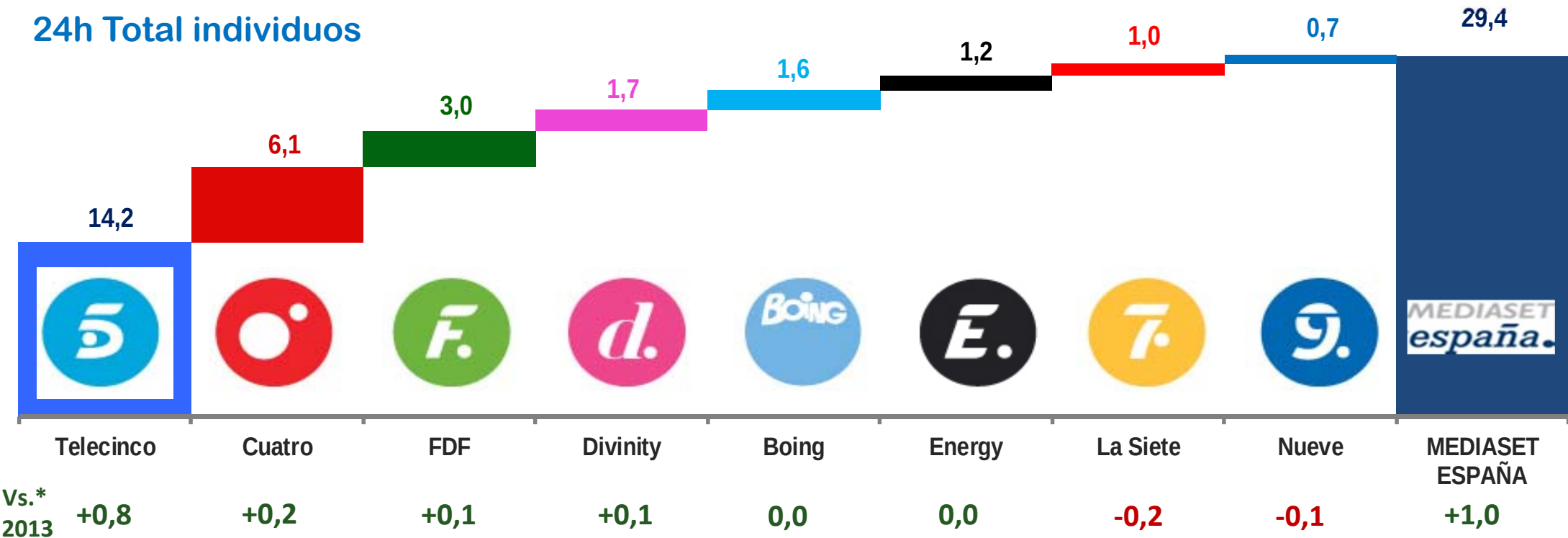
*MEDIASET***españa.**



**TELEVISIÓN**

La audiencia del grupo de canales de Mediaset España crece en 2014

24h Total individuos



Fuente: Kantar media  
Promedio cuota audiencia 1/1-5/5/14  
\* Promedio cuota audiencia 1/1-5/5/13



# Principales programas de Mediaset España para 2014

Entretenimiento    Deportes    Películas    Ficción    Noticias



**NUEVA TEMPORADA**



**ÚLTIMA TEMPORADA**



**NUEVA TEMPORADA**



**ALATRISTE**



**HERMANOS**



**EL REY**

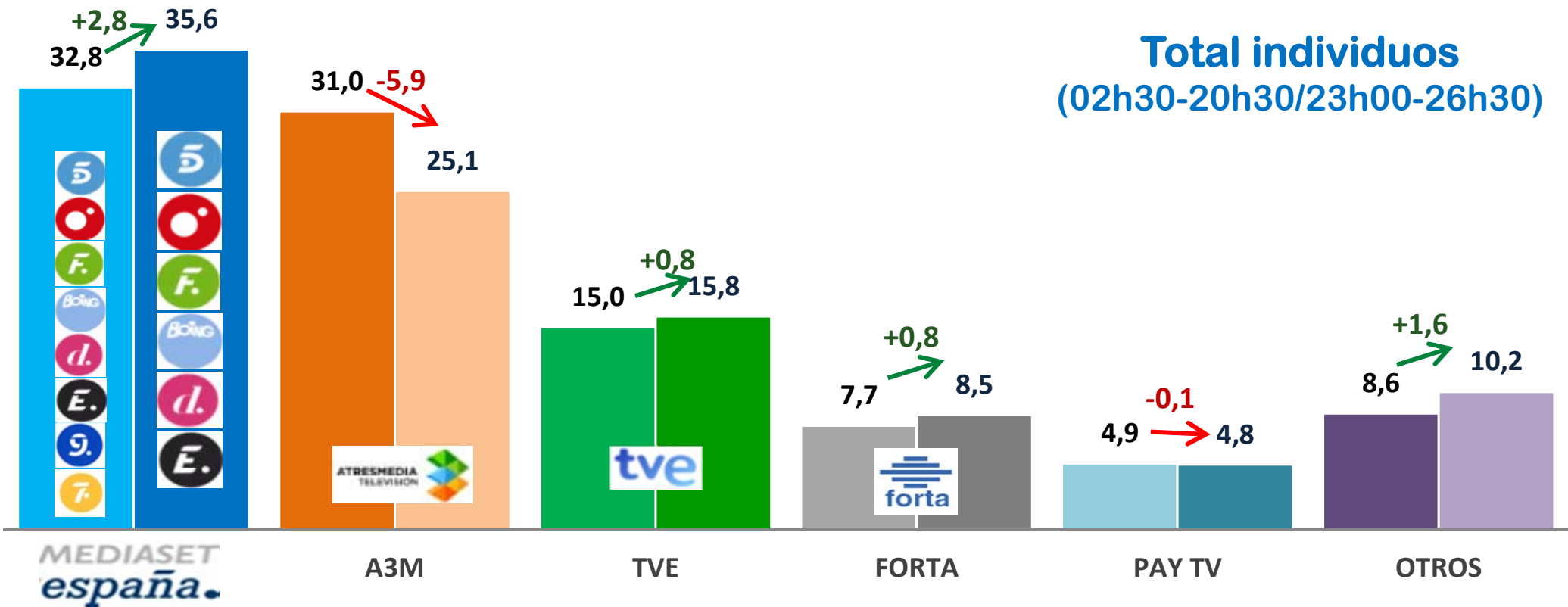


#TODOVABIEN



Reparto de audiencia en el primer día tras el cierre de canales eliminado el impacto del partido de semifinales de Champions league

(6 de mayo comparado con el martes anterior 29 de abril)

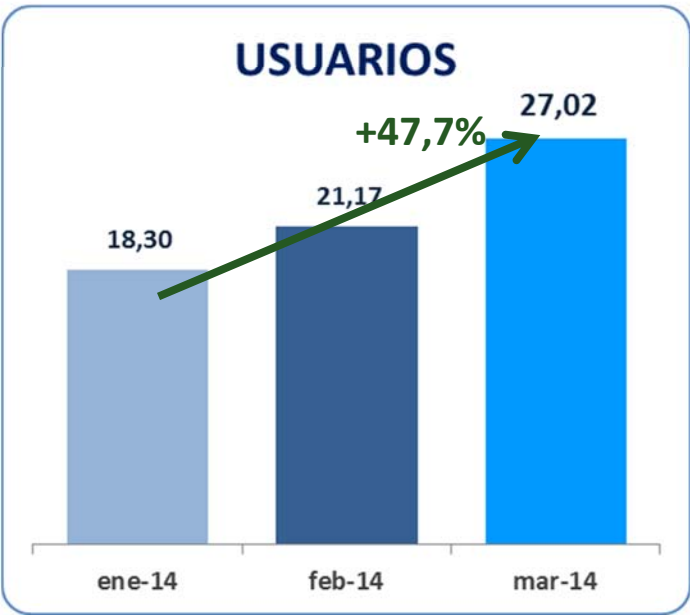


Penetración de las páginas web, app y redes sociales de Mediaset España : crecen en el medio con más proyección



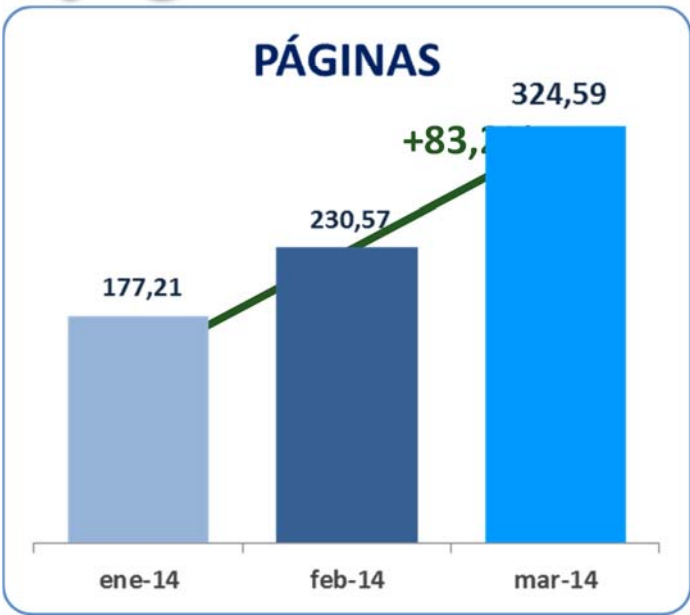
27m

Usuarios únicos



732m

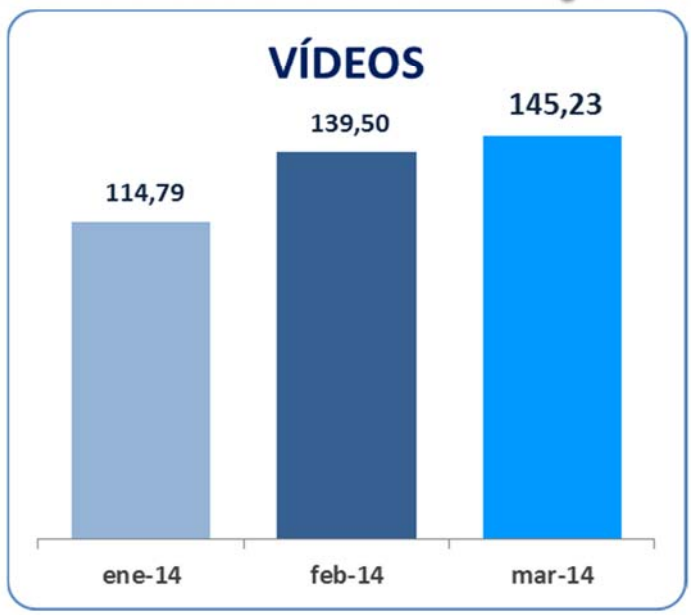
páginas visitadas



399m

vídeos distribuidos

más 50% del total de vídeos distribuidos entre las TV españolas





## Telecinco Cinema: la principal productora de películas en España con una fuerte proyección internacional



### Clasificación de las películas españolas más vistas

### Taquilla bruta(€)

|    |                                         |               |
|----|-----------------------------------------|---------------|
| 1  | <b>8 apellidos vascos</b>               | <b>50,0m*</b> |
| 2  | <b>Lo Imposible</b>                     | <b>42,3m</b>  |
| 3  | Los Otros                               | 27,2m         |
| 4  | <b>El Orfanato</b>                      | <b>25m</b>    |
| 5  | La gran aventura de Mortadelo y Filemón | 22,8m         |
| 6  | Torrente 2                              | 22,1m         |
| 7  | <b>Ágora</b>                            | <b>21,3m</b>  |
| 8  | Mar adentro                             | 19,8m         |
| 9  | Torrente 4                              | 19,3m         |
| 10 | <b>Las aventuras de Tadeo Jones</b>     | <b>18,1m</b>  |

En negrita, las producciones de Telecinco Cinema

## Próximos estrenos de 2014



Fuente: Rentrak

\* Datos a 5 de mayo de 2014



*MEDIASET***españa.**



**PUBLICIDAD**

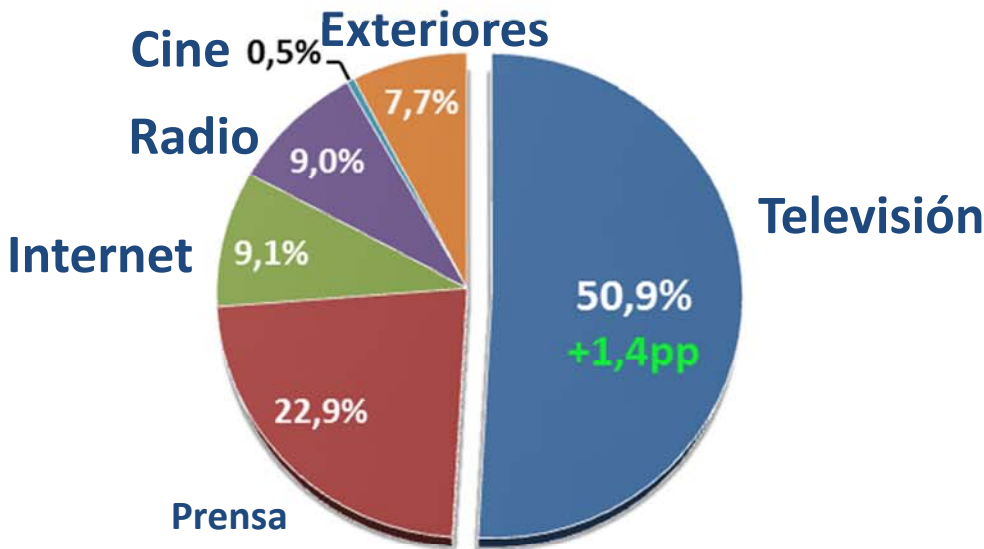
## Mercado publicitario 1T14



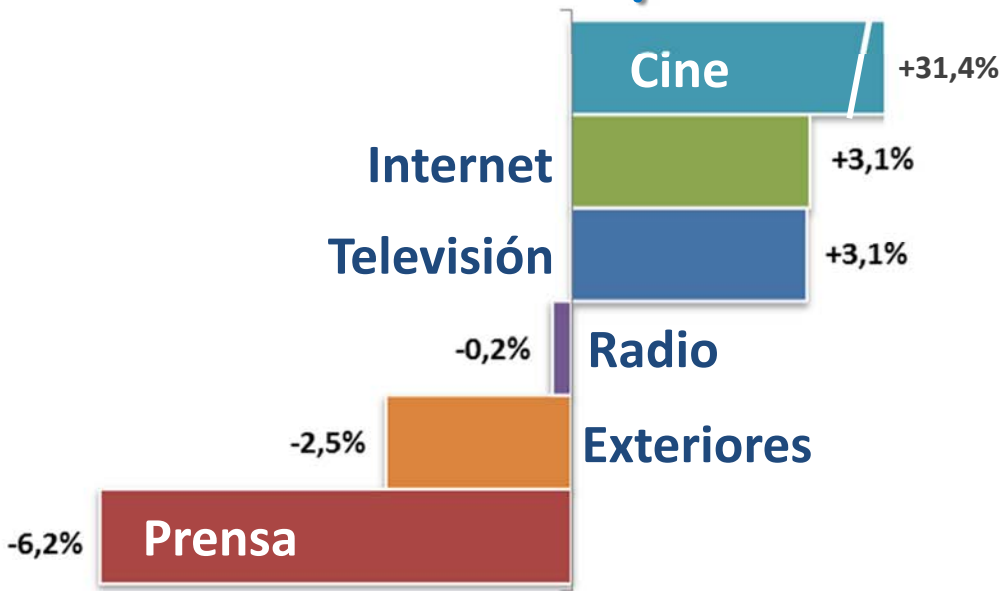
Fuente: Infoadex

## PUBLICIDAD

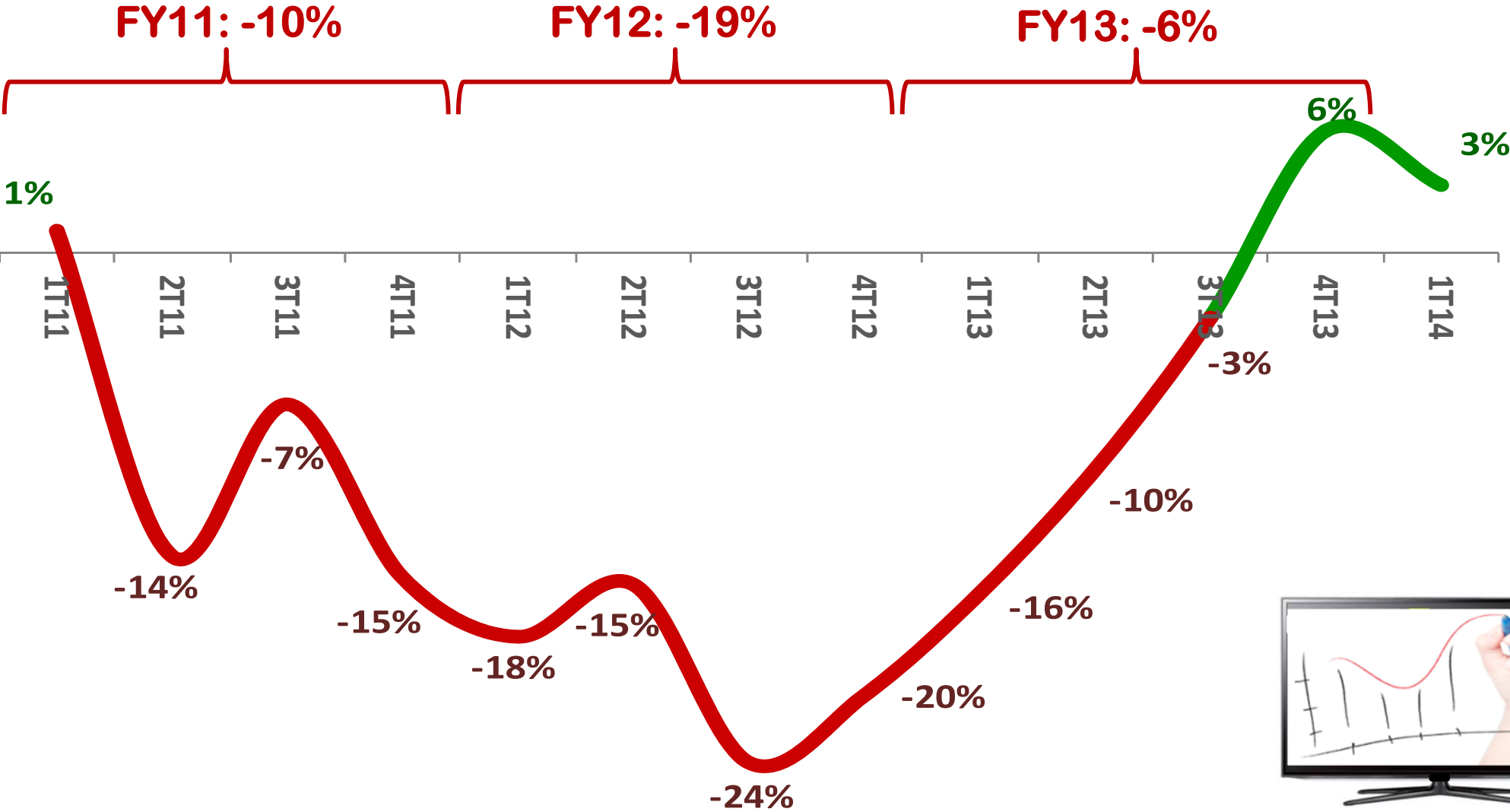
### 1T14 cuota de mercado por medios



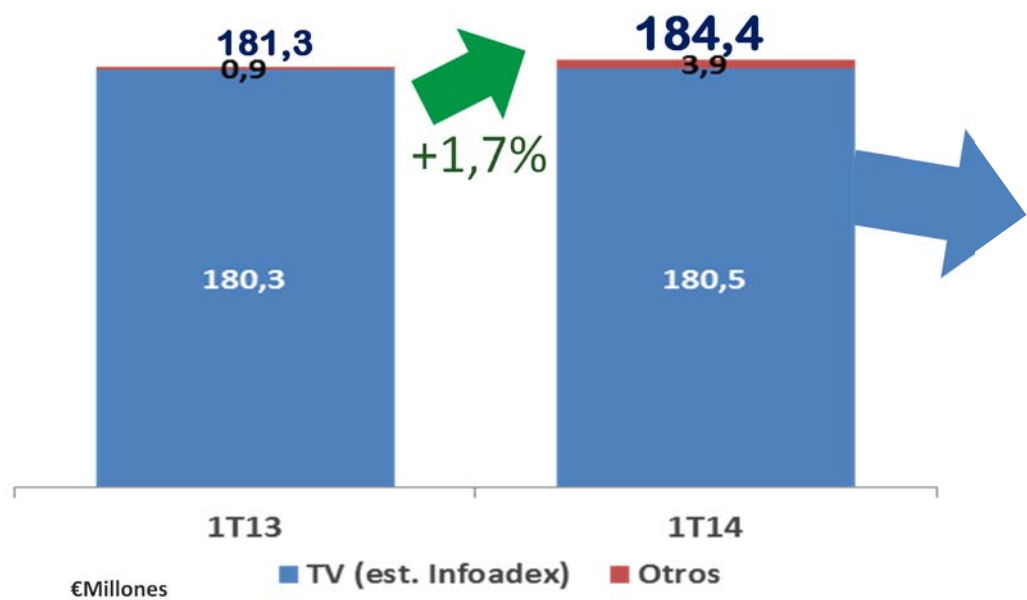
### Evolución 1T14 por medio



# Evolución mercado publicitario TV por trimestres



Facturación publicitaria  
Medios de Mediaset España



Cuota de mercado TV



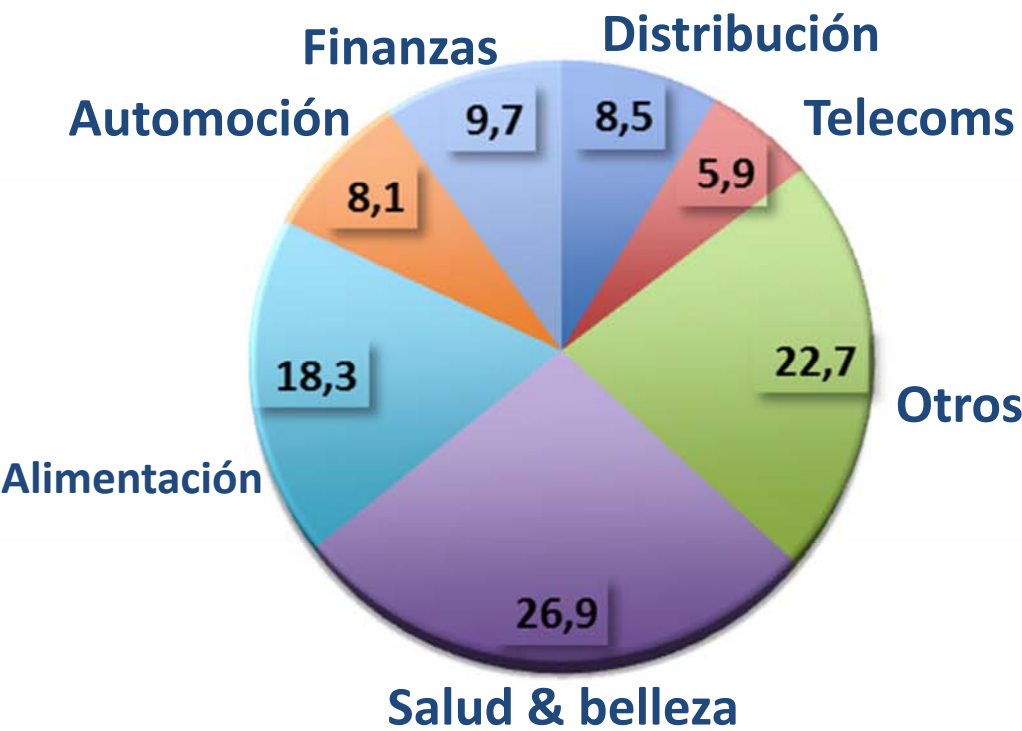
Estrategia comercial TV 1T14

|      | Audiencia | Var % | Segundos | GRP (20'') | C/GRP's |
|------|-----------|-------|----------|------------|---------|
| 1T14 | 29,4%     | +3,7% | -0,6%    | -1,9%      | +3,6%   |

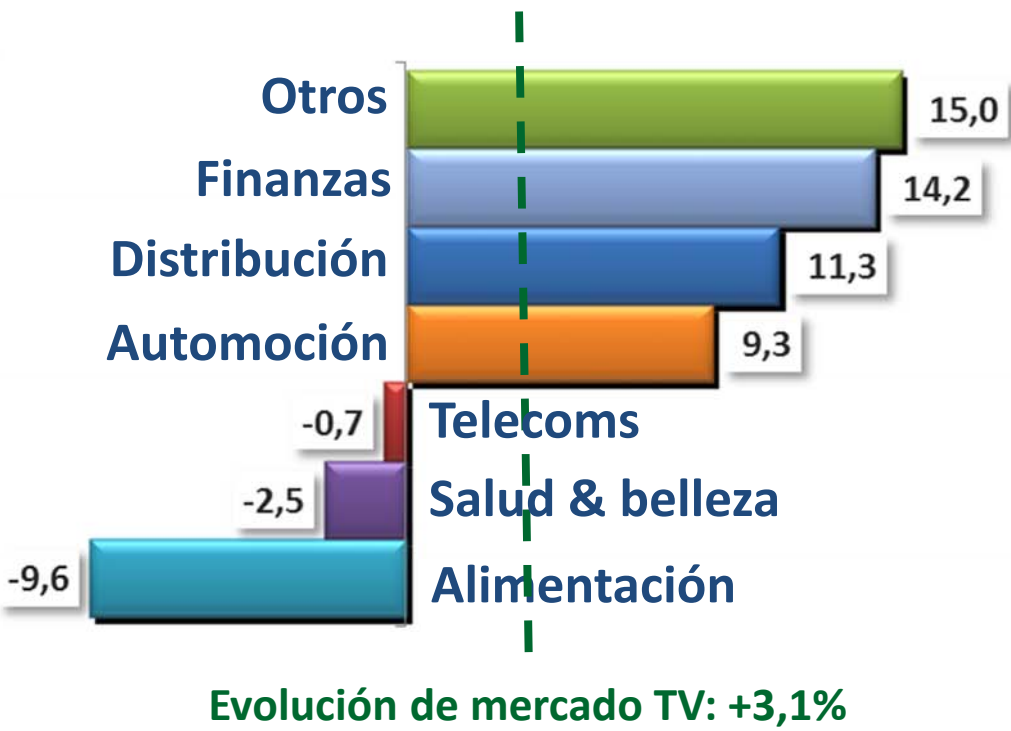


# Mercado publicitario TV por sectores

1T14 cuota de sectores de anunciantes  
(% sobre total)



Evolución de sectores %  
(1T14 vs. 1T13)



Evolución de mercado TV: +3,1%

*MEDIASET***españa.**

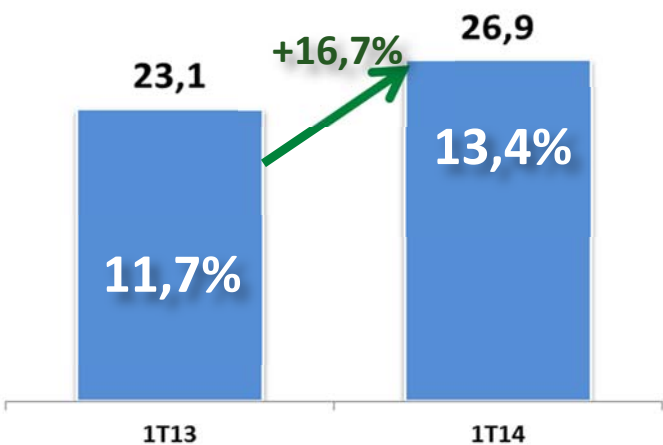


**RESULTADOS FINANCIEROS**

# Resultados financieros consolidados 1T14

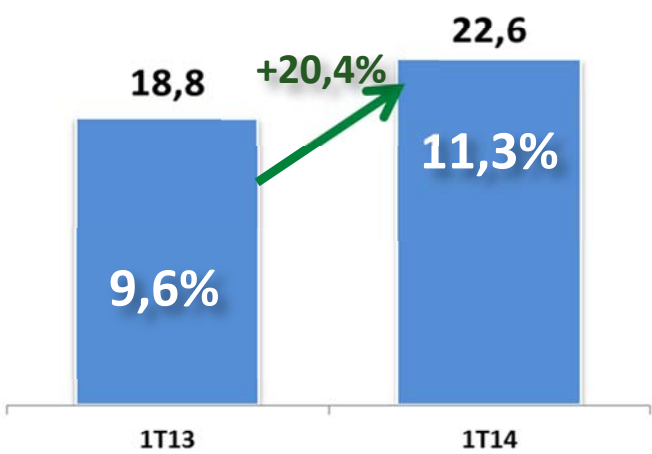
## FINANCIEROS

### 1T margen EBITDA\*



\* EBITDA adj./Ingresos totales

### 1T margen EBIT\*

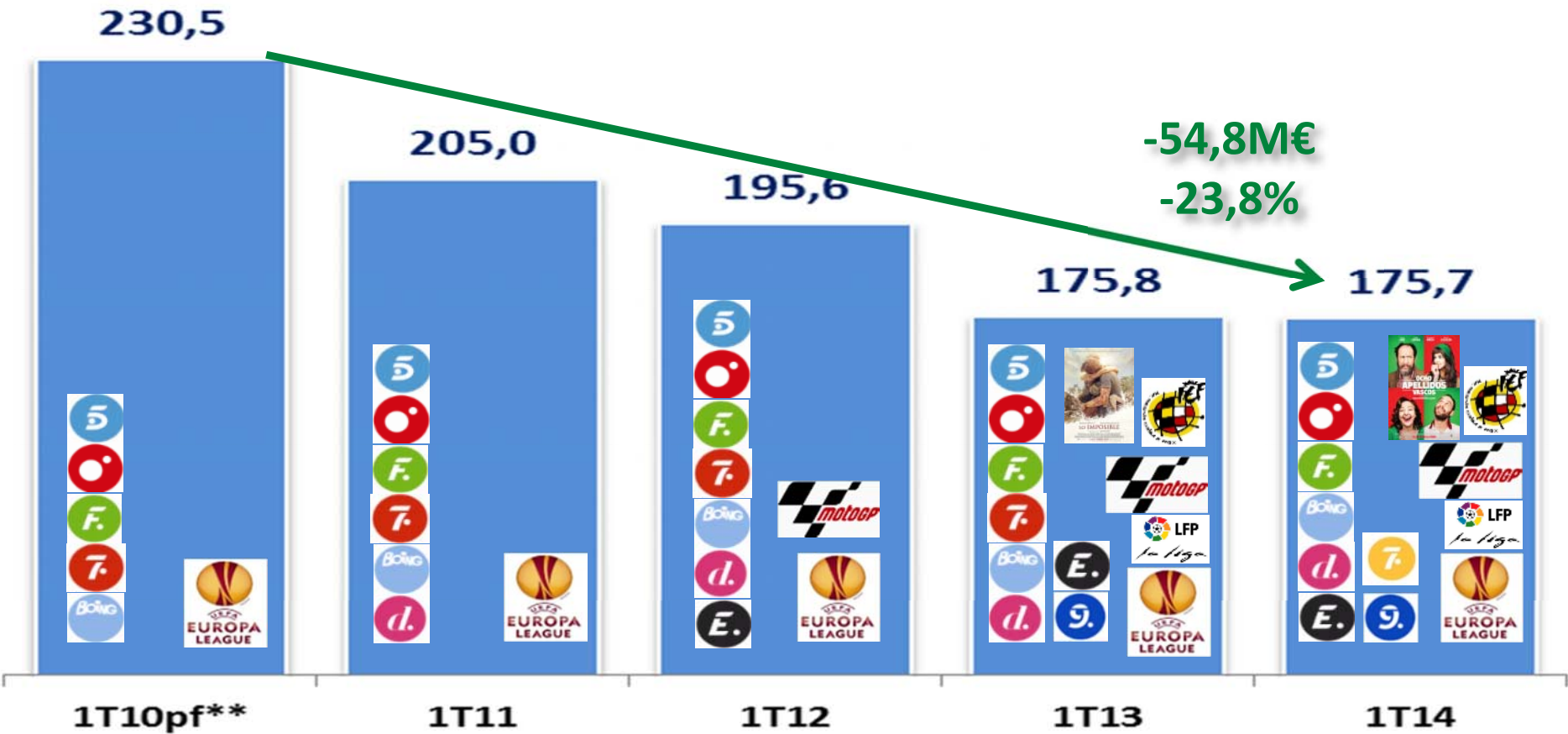


\* EBIT/Ingresos totales

| €Millones                               | 1T14    | 1T13    | VAR % |
|-----------------------------------------|---------|---------|-------|
| Ingresos netos de publicidad            | 183,8   | 179,9   | 2,2%  |
| Otros ingresos                          | 16,6    | 16,7    | -0,8% |
| Total ingresos netos                    | 200,4   | 196,6   | 1,9%  |
| Total costes operativos                 | 173,5   | 173,5   | 0,0%  |
| Personal                                | 25,9    | 25,2    | 2,7%  |
| Consumo derechos TV                     | 51,1    | 42,4    | 20,5% |
| Otros costes operativos                 | 96,5    | 105,9   | -8,9% |
| EBITDA ajustado (1)                     | 26,9    | 23,1    | 16,7% |
| Amortización PPA                        | 2,0     | 2,0     | 0,0%  |
| Amortización y depreciación             | 2,2     | 2,3     | -0,1% |
| EBIT                                    | 22,6    | 18,8    | 20,4% |
| Beneficio Antes de Impuestos            | 15,6    | 16,0    |       |
| BENEFICIO NETO después de Minoritarios  | 12,8    | 12,5    | 2,1%  |
| BPA                                     | 0,031 € | 0,031 € |       |
| BENEFICIO NETO Ajustado (2)             | 16,6    | 16,3    | 1,6%  |
| EBITDA Adj/ Ingresos netos              | 13,4%   | 11,7%   |       |
| EBIT/ Ingresos netos                    | 11,3%   | 9,6%    |       |
| Beneficio neto/ Ingresos netos          | 6,4%    | 6,4%    |       |
| Beneficio neto ajustado/ ingresos netos | 8,3%    | 8,3%    |       |

(1) Después de consumo de derechos TV  
(2) Excluyendo el impacto neto de la amortización resultante del PPA de Cuatro y DTS

Flexibilidad del modelo de negocio y fuerte política de control de costes que lleva a Mediaset España a un ahorro de €54,8m en 4 años (-23,8%), incrementando la calidad y cantidad de contenido premium



€Millones

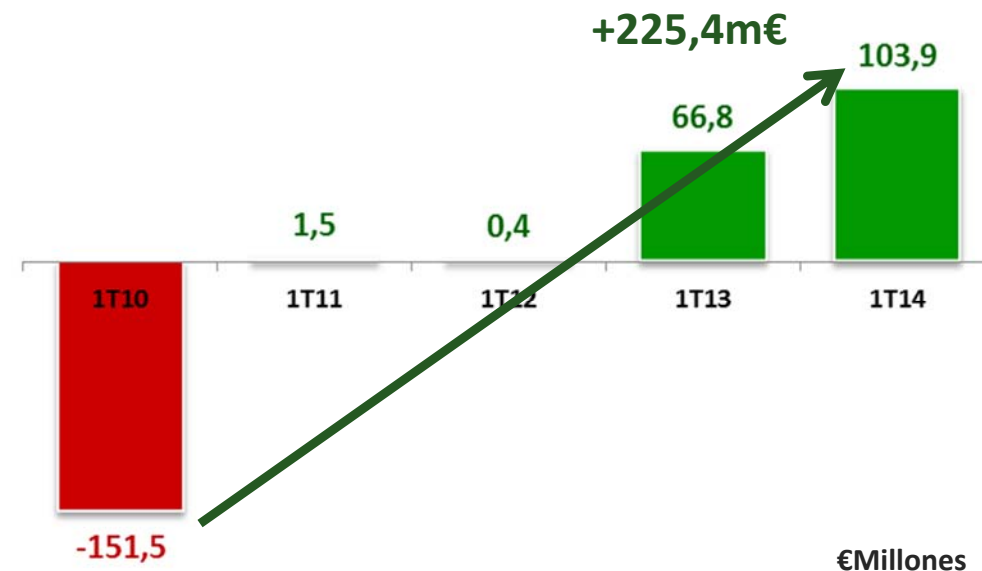
\*\*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro



## Flujos de caja consolidados 1T14

| €Millones                              | 1T14  | 1T13  | Dif. en € millones |
|----------------------------------------|-------|-------|--------------------|
| Posición financiera neta inicial       | 93,5  | 73,7  | 19,8               |
| Cash flow libre                        | 8,9   | -6,6  | 15,4               |
| Cash flow operativo                    | 74,5  | 62,0  | 12,5               |
| Inversiones netas                      | -81,5 | -82,1 | 0,6                |
| Variación fondo de maniobra            | 15,8  | 13,6  | 2,3                |
| Movimiento patrimonio                  | 1,9   | 0,1   | 1,9                |
| Inversiones financieras                | -0,4  | -0,5  | 0,1                |
| Dividendos cobrados                    | 0,0   | 0,0   | 0,0                |
| Dividendos pagados                     | 0,0   | 0,0   | 0,0                |
| Incremento neto de posición financiera | 10,4  | -6,9  | 17,4               |
| Posición financiera neta final         | 103,9 | 66,8  | 37,1               |

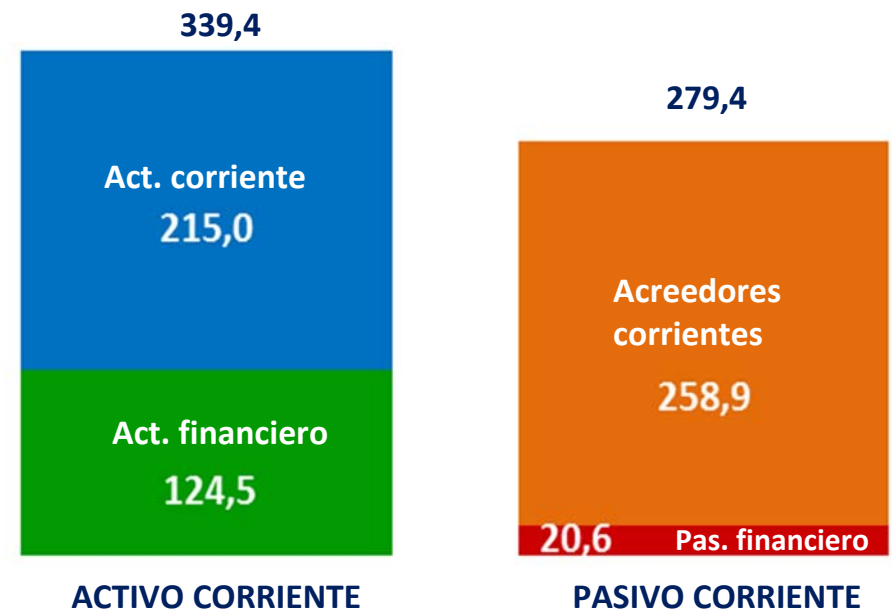
## Posición financiera neta



# Balance

| €Millones                                 | 2014           | FY 2013        |
|-------------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>Inmovilizado</b>                       | <b>953,5</b>   | <b>962,9</b>   |
| -Financiero                               | 680,7          | 686,8          |
| -No financiero                            | 272,8          | 276,1          |
| <b>Derechos audiovisuales y anticipos</b> | <b>264,6</b>   | <b>235,5</b>   |
| -Derechos de terceros                     | 221,3          | 183,3          |
| -Ficción                                  | 26,8           | 35,1           |
| -Co-producción / distribución             | 16,6           | 17,1           |
| <b>Impuesto anticipado</b>                | <b>188,3</b>   | <b>186,3</b>   |
| <b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>          | <b>1.406,4</b> | <b>1.384,7</b> |
| Activo corriente                          | 215,0          | 236,4          |
| Activo financiero y tesorería             | 124,5          | 113,5          |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>             | <b>339,4</b>   | <b>349,9</b>   |
| <b>TOTAL ACTIVO</b>                       | <b>1.745,9</b> | <b>1.734,6</b> |
| <b>FONDOS PROPIOS</b>                     | <b>1.446,0</b> | <b>1.431,4</b> |
| Provisiones                               | 10,1           | 10,4           |
| Acreedores no corrientes                  | 10,3           | 10,1           |
| Pasivo financiero no corriente            | 0,0            | 0,0            |
| <b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>          | <b>20,5</b>    | <b>20,5</b>    |
| Acreedores corrientes                     | 258,9          | 262,7          |
| Pasivo financiero corriente               | 20,6           | 20,1           |
| <b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>             | <b>279,4</b>   | <b>282,8</b>   |
| <b>TOTAL PASIVO</b>                       | <b>1.745,9</b> | <b>1.734,6</b> |

**MEDIASET ESPAÑA mejora su ratio de liquidez hasta el 121,5% (94% en 2013)**

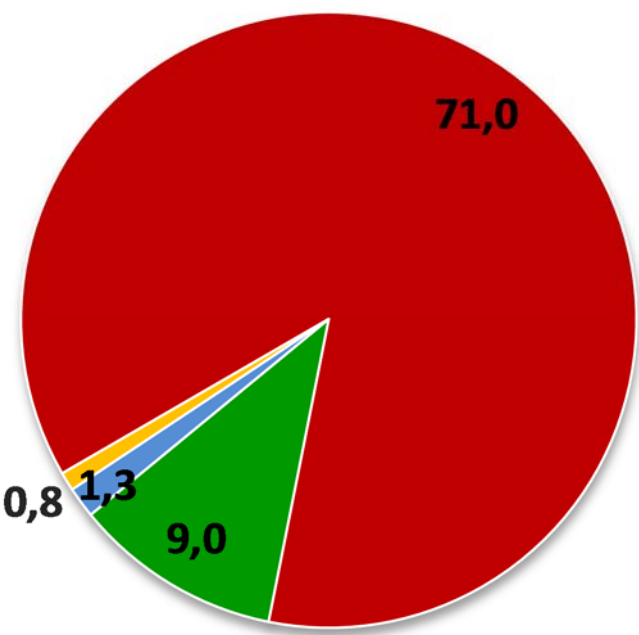
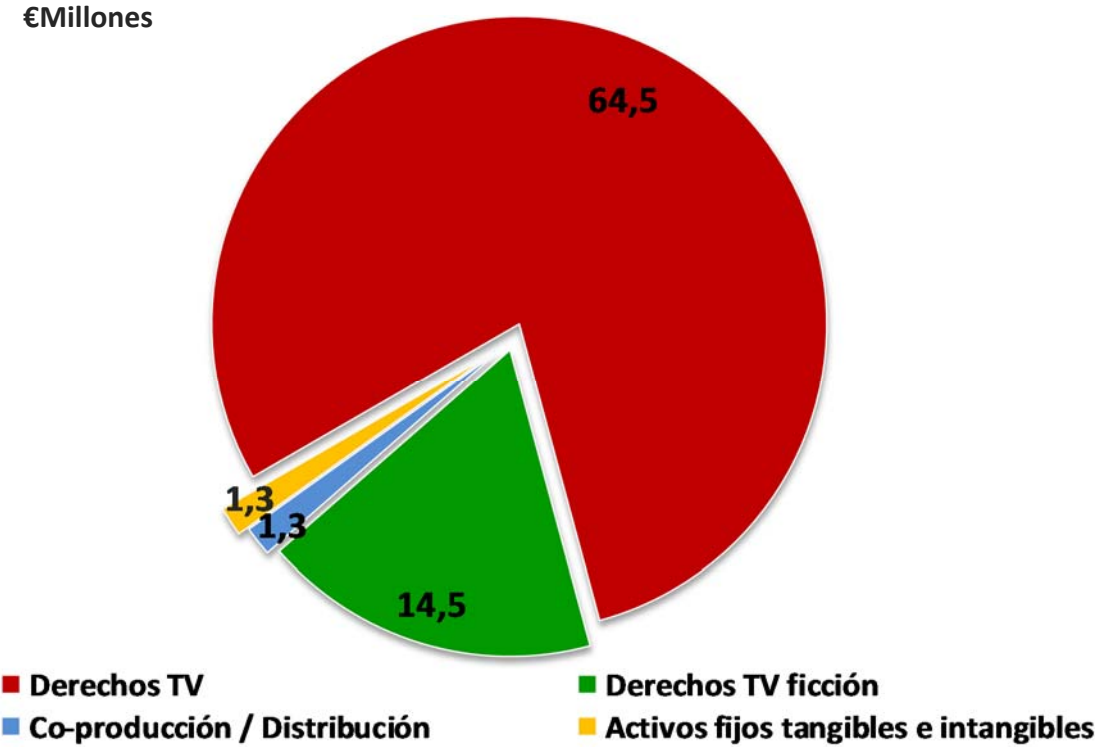


# Total inversión neta

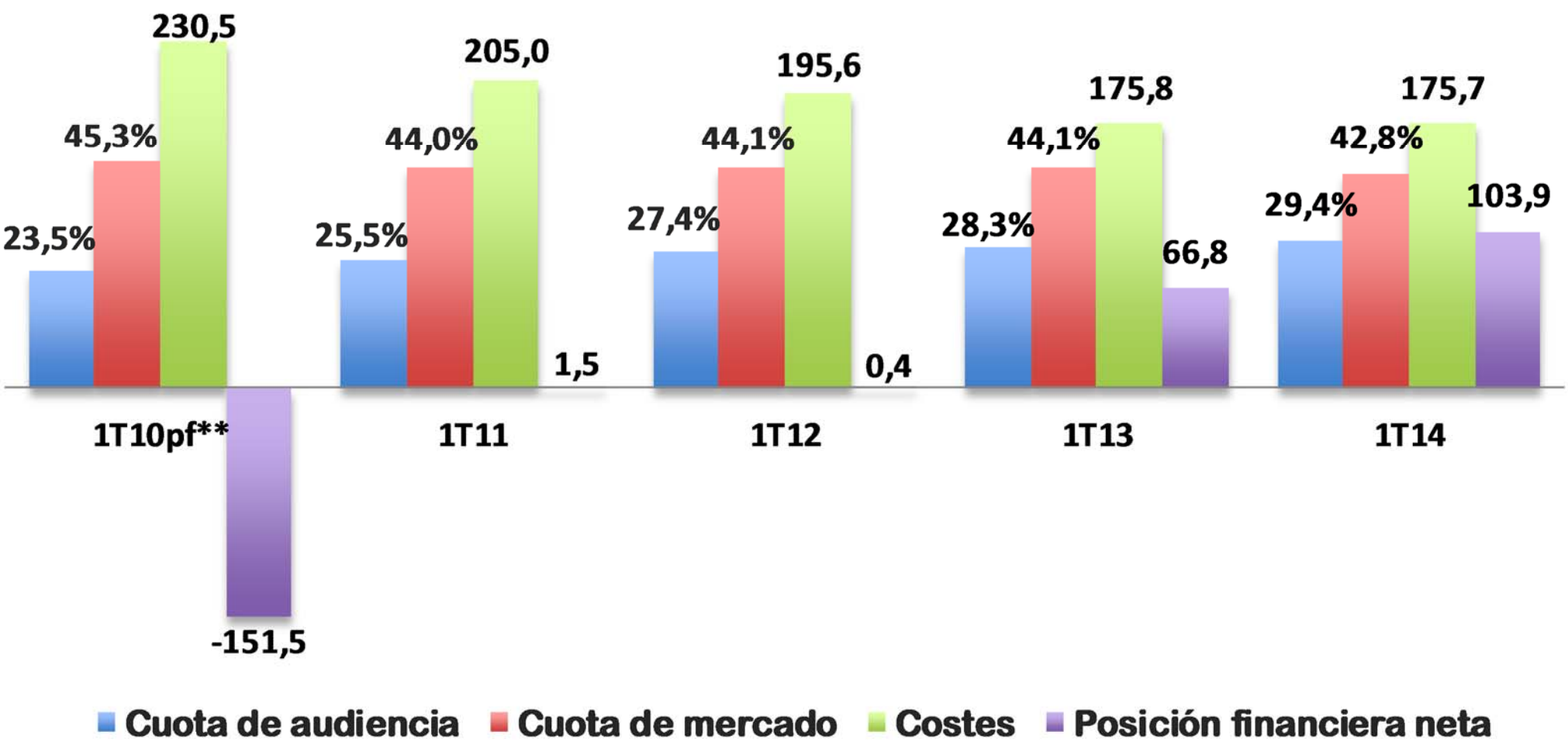
1T14: 81,5€

1T13: 82,1€

€Millones



# El círculo virtuoso de Mediaset España



\*\*Pro-forma elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro  
Fuente: Kantar media (audiencia 24h total individuos) y Infoadex

*MEDIASET***españa.**



**BACK UP**

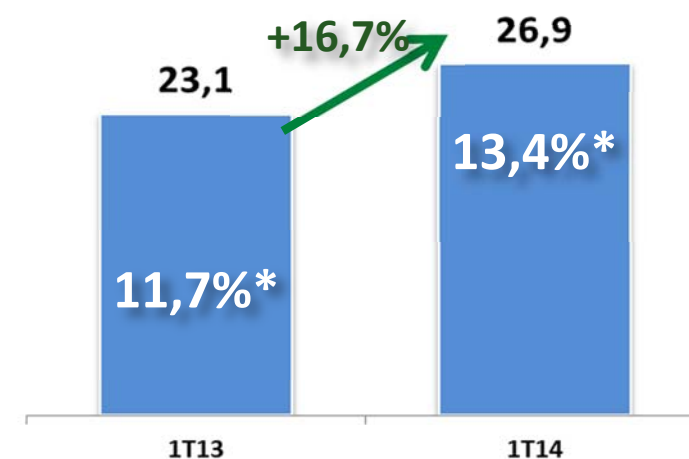


# 1T14 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (I)

€Millones

|                                         | 1T14         | 1T13         | Var %        |
|-----------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Ingresos brutos de publicidad</b>    | <b>194,6</b> | <b>191,2</b> | <b>1,7%</b>  |
| - Medios Mediaset España                | 184,4        | 181,3        | 1,7%         |
| - Medios ajenos                         | 10,1         | 10,0         | 1,7%         |
| <b>Descuentos</b>                       | <b>-10,7</b> | <b>-11,3</b> | <b>-5,2%</b> |
| <b>Ingresos netos de publicidad</b>     | <b>183,8</b> | <b>179,9</b> | <b>2,2%</b>  |
| <b>Otros ingresos</b>                   | <b>16,6</b>  | <b>16,7</b>  | <b>-0,8%</b> |
| <b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>             | <b>200,4</b> | <b>196,6</b> | <b>1,9%</b>  |
| Personal                                | 25,9         | 25,2         | 2,7%         |
| Consumo de derechos TV                  | 51,1         | 42,4         | 20,5%        |
| Otros costes operativos                 | 96,5         | 105,9        | -8,9%        |
| <i>Total costes operativos (1)</i>      | <i>173,5</i> | <i>173,5</i> | <i>0,0%</i>  |
| <b>EBITDA adj*</b>                      | <b>26,9</b>  | <b>23,1</b>  | <b>16,7%</b> |
| <b>EBITDA adj*/Total ingresos netos</b> | <b>13,4%</b> | <b>11,7%</b> |              |

## 1T margen EBITDA



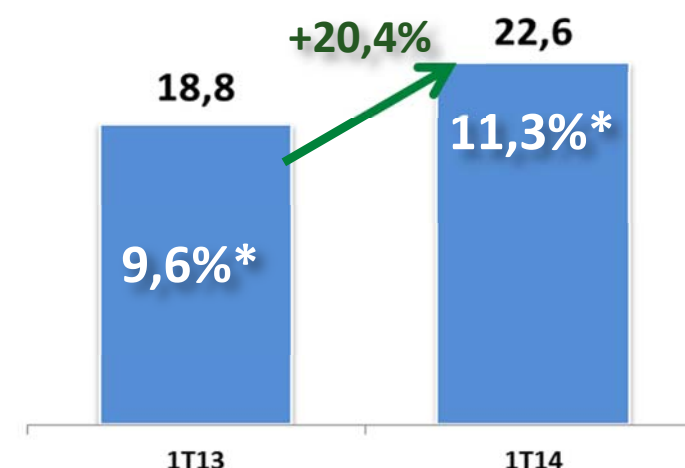
\* EBITDA adj./Ingresos totales

\* Después de consumo de derechos

# 1T14 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (II)

| €Millones                                      | 1T14         | 1T13        | Var %        |
|------------------------------------------------|--------------|-------------|--------------|
| <b>EBITDA adj*</b>                             | <b>26,9</b>  | <b>23,1</b> | <b>16,7%</b> |
| Amortización de PPA (2)                        | 2,0          | 2,0         | 0,0%         |
| Otras amortizaciones y depreciaciones (3)      | 2,2          | 2,3         | -0,1%        |
| Total Costes (1+2+3)                           | 177,7        | 177,8       | 0,0%         |
| <b>EBIT</b>                                    | <b>22,6</b>  | <b>18,8</b> | <b>20,4%</b> |
| <b>EBIT/Total ingresos netos</b>               | <b>11,3%</b> | <b>9,6%</b> |              |
| Res. participadas y depr. activos financieros  | -6,5         | -2,5        |              |
| Resultados financieros                         | -0,5         | -0,3        | 39,8%        |
| <b>BAI</b>                                     | <b>15,6</b>  | <b>16,0</b> |              |
| Impuestos de sociedades                        | -3,0         | -3,6        | -17,4%       |
| Intereses minoritarios                         | 0,1          | 0,1         | 5,4%         |
| <b>Beneficio neto</b>                          | <b>12,8</b>  | <b>12,5</b> | <b>2,1%</b>  |
| <b>Beneficio neto ajustado**</b>               | <b>16,6</b>  | <b>16,3</b> | <b>1,6%</b>  |
| BPA                                            | 0,031 €      | 0,031 €     |              |
| BPA ajustado**                                 | 0,041 €      | 0,040 €     |              |
| <b>Beneficio neto/Total ingresos netos</b>     | <b>6,4%</b>  | <b>6,4%</b> |              |
| <b>Beneficio neto adj/Total ingresos netos</b> | <b>8,3%</b>  | <b>8,3%</b> |              |

## 1T margen EBIT

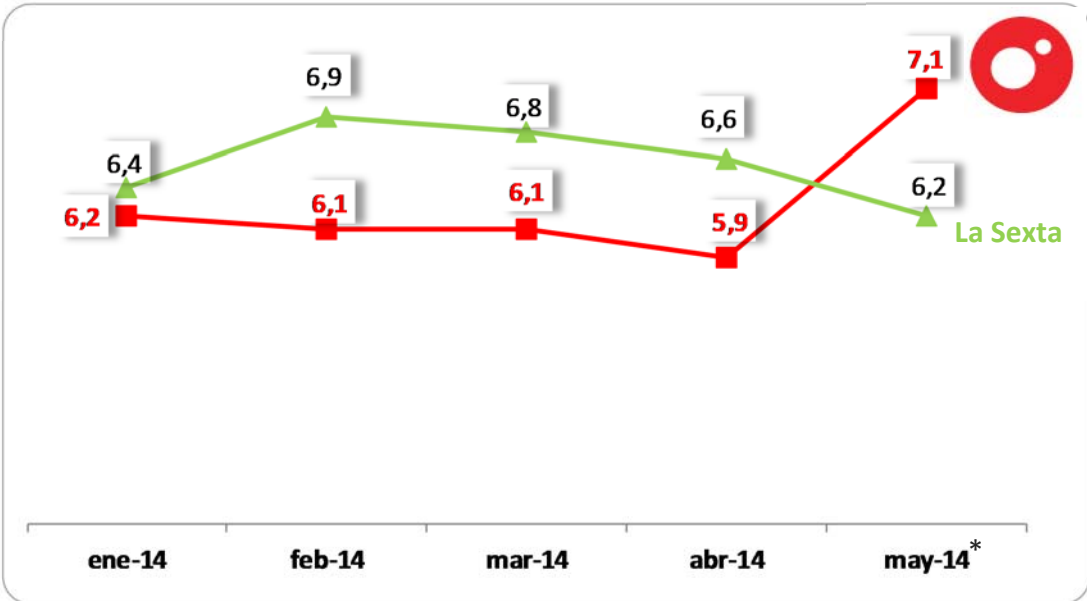
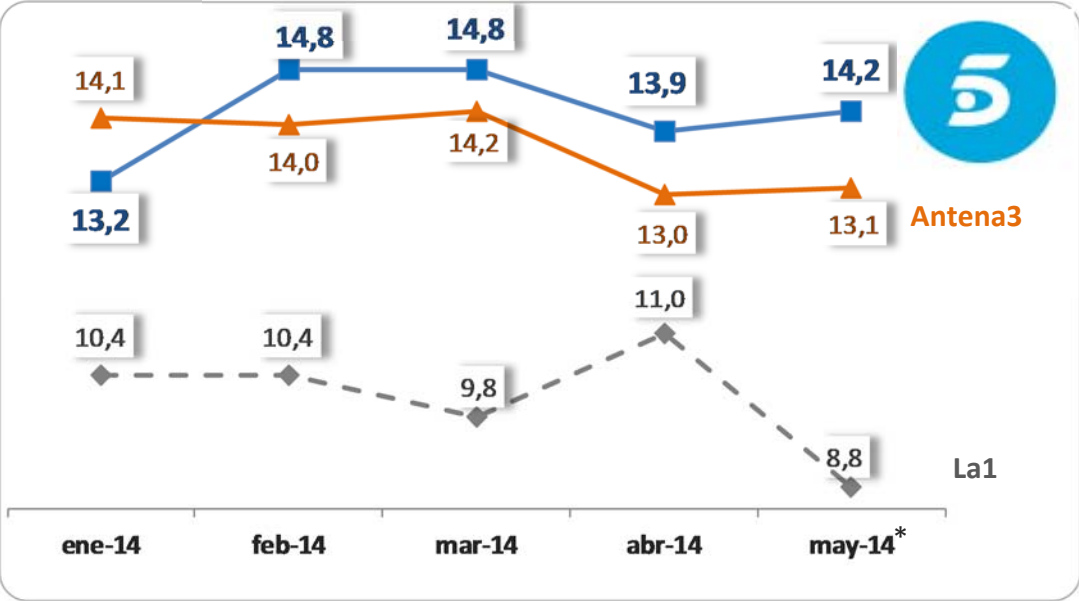


\* EBITDA adj./Ingresos totales

\* Después de consumo de derechos

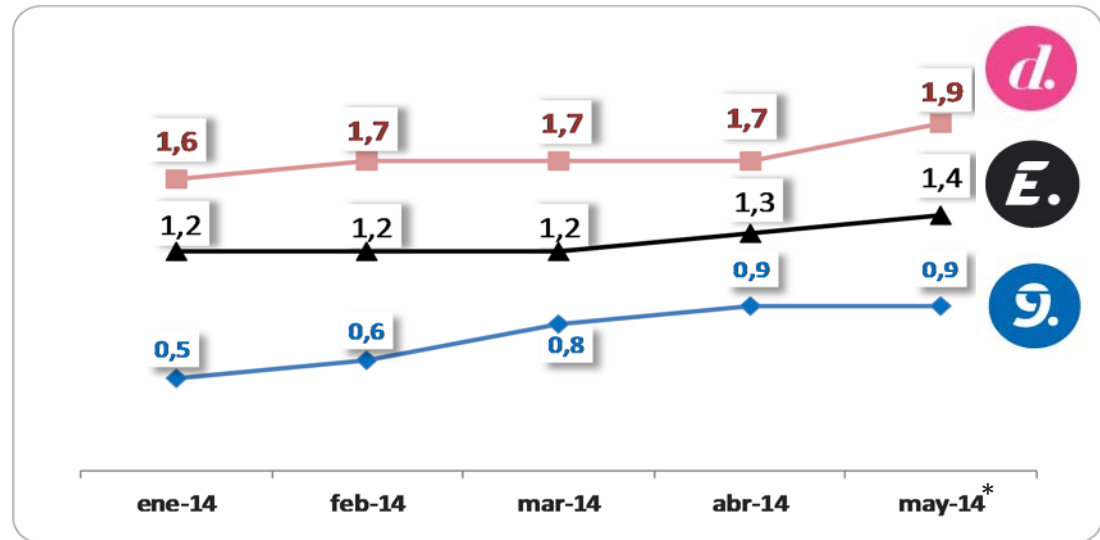
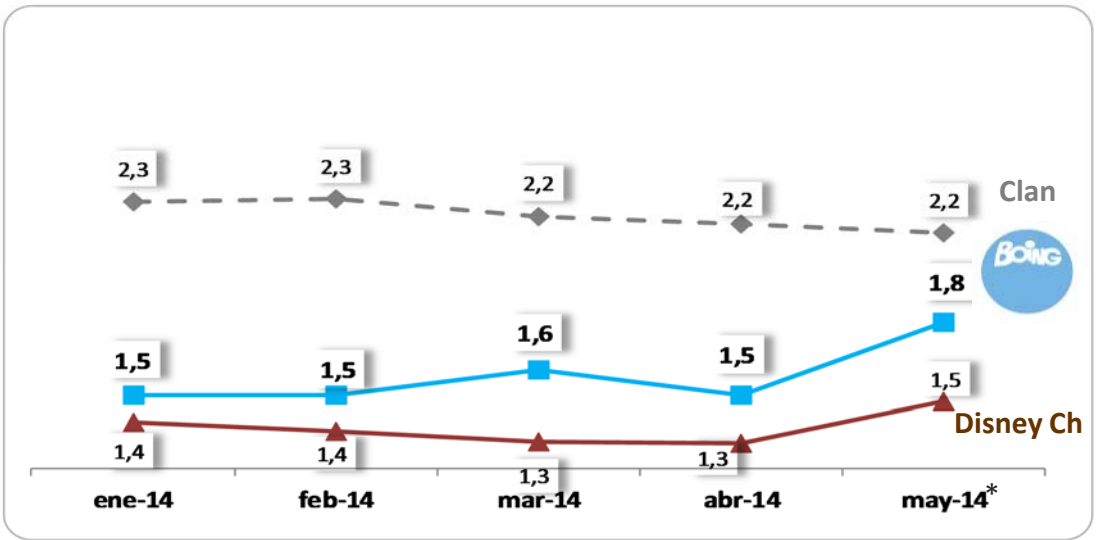
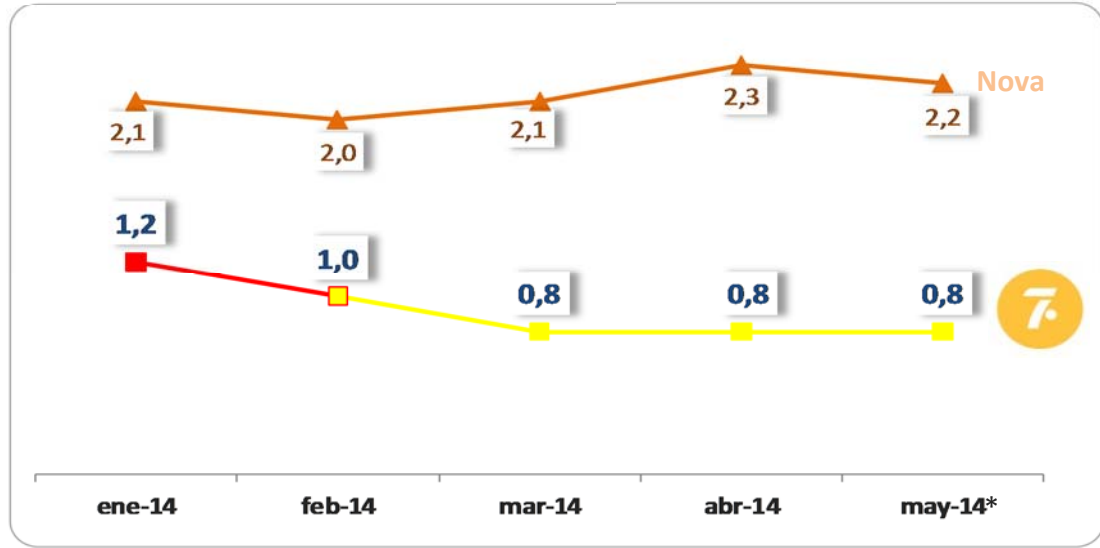
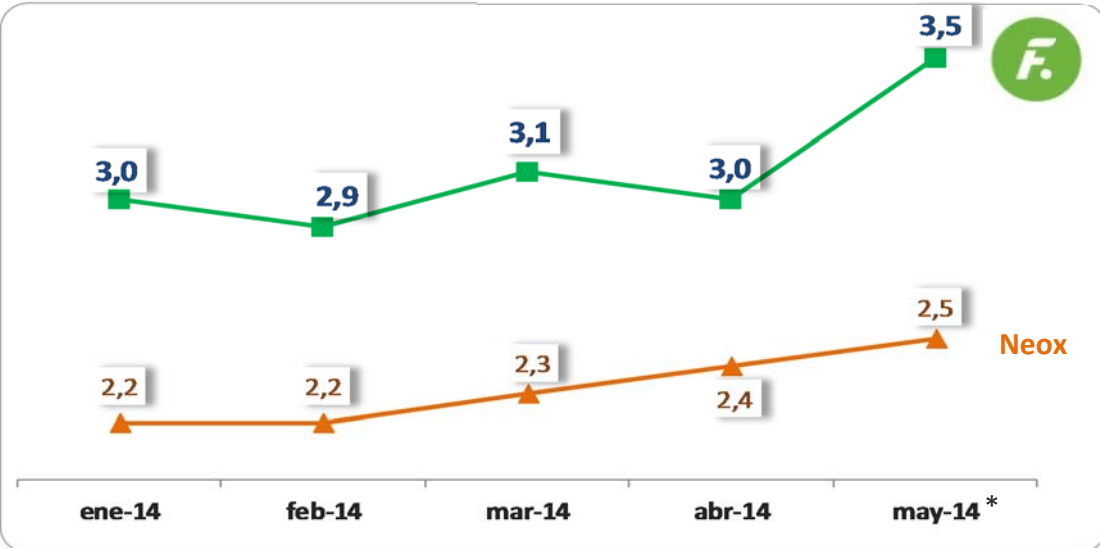
\*\* Excluyendo el impacto de amortización del PPA de Cuatro y DTS

# Audiencia 24h total individuos



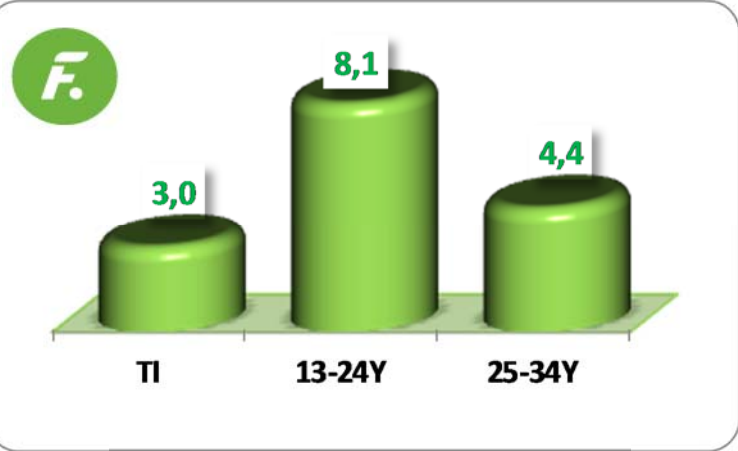
Fuente: Kantar media  
\* Promedio cuota audiencia 1/5-5/5/14

Audiencia 24h total individuos

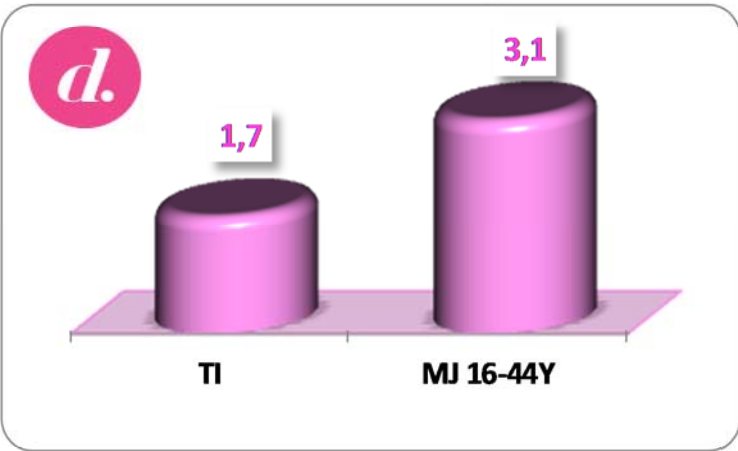


Fuente: Kantar media  
\* Promedio cuota audiencia 1/5-5/5/14

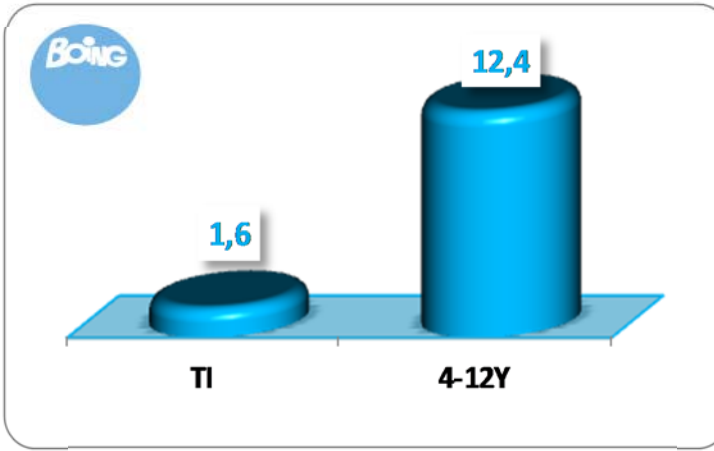
Estrategia multicanal de MEDIASET: cada canal consigue excelentes resultados de audiencia en su core target



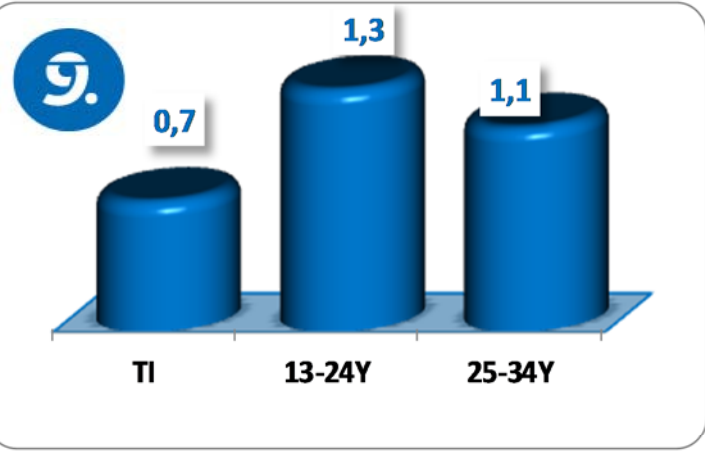
FDF: canal joven



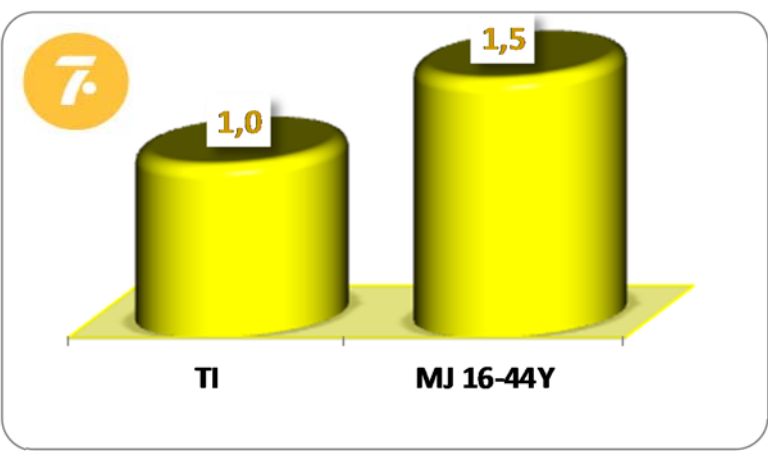
Divinity: canal femenino



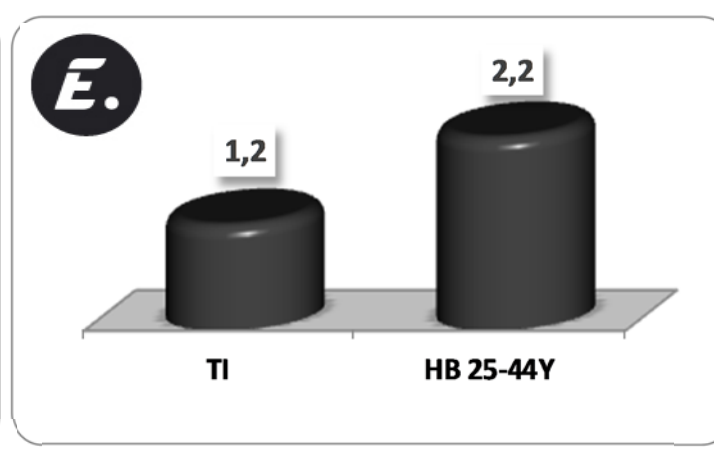
Boing: canal infantil



Nueve: canal de reposiciones



La7: canal de telenovelas



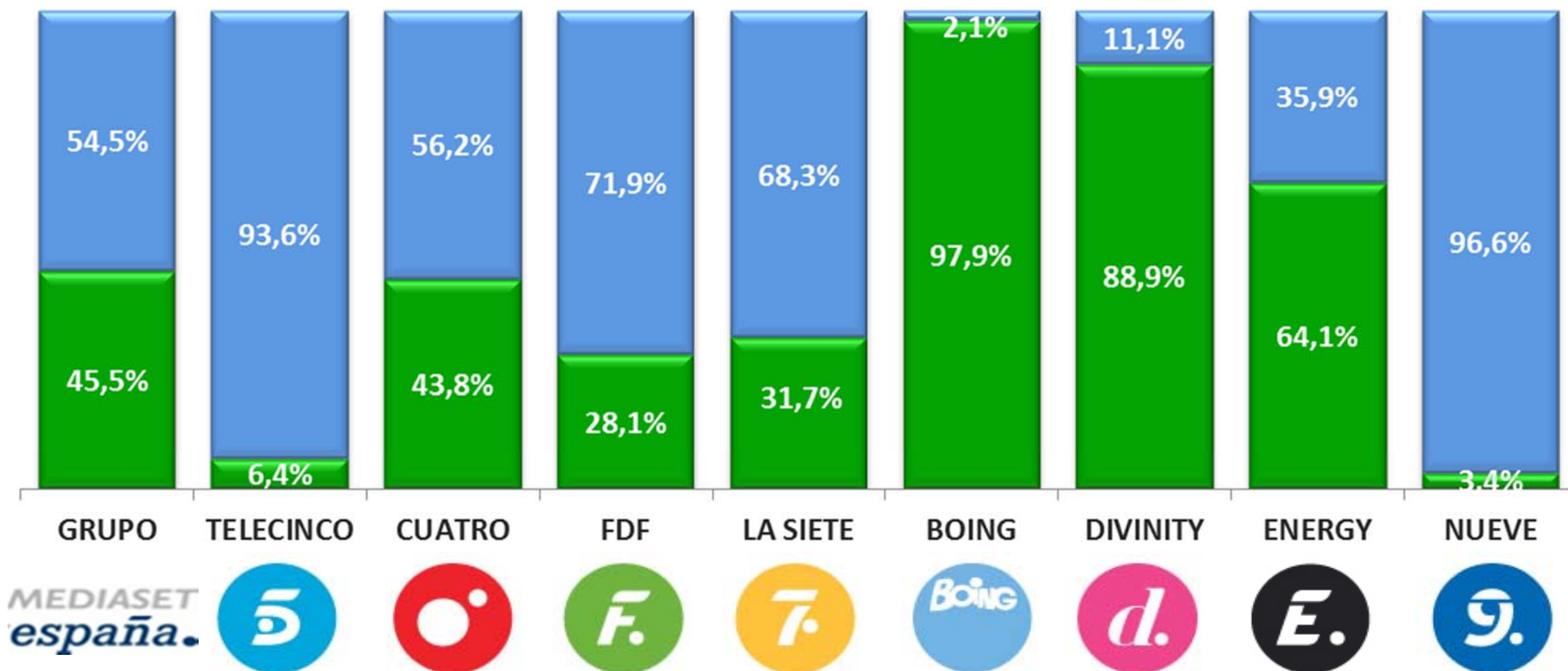
Energy: canal masculino

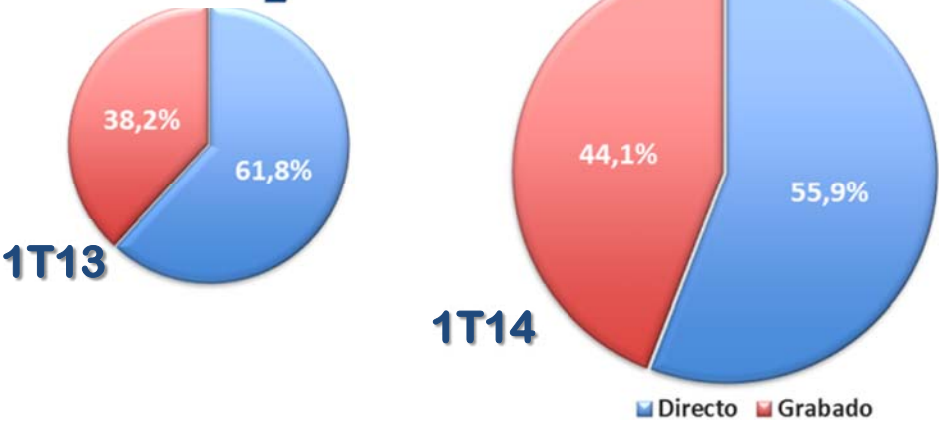
Fuente: Kantar media  
\* Promedio cuota audiencia 1/1-5/5/14



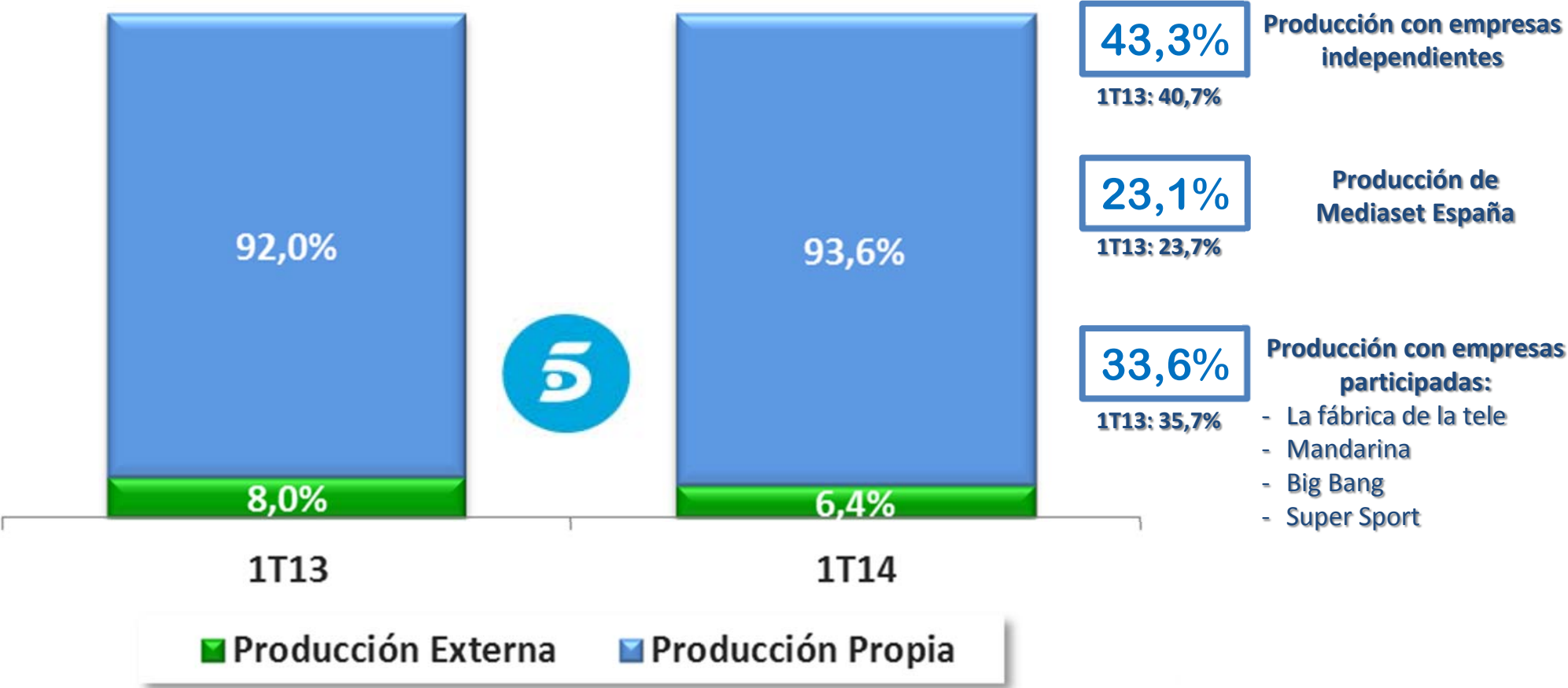
# Mix de programación 1T14

Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas





Mix de programación 1T14  
Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas



# MEDIASET *españa.*

Investor Relations Department

*Phone: +34 91 396 67 83*

*Fax: + 34 91 396 66 92*

*Email: [inversores@telecinco.es](mailto:inversores@telecinco.es)*

*WEB: [www.mediaset.es/inversores/en](http://www.mediaset.es/inversores/en)*

*Statements contained in this document, particularly the ones regarding any Mediaset España possible or assumed future performance, are or may be forward looking statements and in this respect they involve some risks and uncertainties.*

*Mediaset España actual results and developments may differ materially from the ones expressed or implied by the above statements depending on a variety of factors.*

*Any reference to past performance of Mediaset España shall not be taken as an indication of future performance.*

*The content of this document is not, and shall not be considered as, an offer document or an offer or solicitation to subscribe for, buy or sell any stock.*

*The shares of Mediaset España may not be offered or sold in the United States of America except pursuant to an effective registration statement under the U.S. Securities Act of 1933, as amended, or pursuant to a valid exemption from registration*

# MEDIASET *españa.*



## Presentación de resultados 1T14 (enero - marzo)



**Madrid, 7 de mayo de 2014**