

MEDIASET *españa.*

RESULTADOS TERCER TRIMESTRE Enero – Septiembre 2011

Madrid, 27 de octubre 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 los primeros meses del año de 144,3 millones de Euros, con un margen operativo del 19,7% (+2,2 puntos frente al pro-forma del mismo periodo de 2010), y mejora el margen de Beneficio Neto Ajustado sobre Total Ingresos Netos hasta el 15,5%.**

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

1. Según el último informe de Infoadex, la inversión publicitaria en los nueve primeros meses de 2011 ha disminuido un -6,7% con respecto a 2010, reflejo de la débil situación macroeconómica actual, alcanzando los 3.440,3 millones de Euros; la inversión publicitaria en TV en el periodo ha sido de 1.635,0 millones de Euros (-7,5%) frente a los 1.767,3 millones de Euros en los primeros nueve meses de 2010, lo que representa una cuota del 47,5% del total de inversión publicitaria en medios convencionales.
Mediaset España se mantiene líder, con una cuota del 43,5% en los primeros nueve meses de 2011.

Los **ingresos totales netos de explotación** a 30 de septiembre de 2011 alcanzan los 731,62 millones de Euros. Los Ingresos Publicitarios Brutos de los dos Multiplex de Mediaset España en el periodo suman 706,65 millones de Euros y los "Ingresos Publicitarios de Otros Medios" alcanzan 23,71 millones de Euros; esto hace un "Total de ingresos brutos de Publicidad" de 730,37 millones de Euros. Los "otros ingresos" ascienden a 43,79 millones de Euros.

2. Los **costes operativos recurrentes** de Mediaset España ascienden a 592,86 millones de Euros en los primeros nueve meses de 2011, lo que supone un ahorro de 117,79 millones de euros (-16,6%) frente a los costes pro-forma recurrentes 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, el Grupo ha generado parte de las sinergias de costes operativos que resultan de la integración con Cuatro.
Este ahorro de costes ha permitido al grupo compensar el impacto negativo en la línea de ingresos resultado de una menor inversión publicitaria, mejorando los márgenes operativos.

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 los nueve primeros meses de 2011 como resultado de la integración con Cuatro. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado Recurrente**¹ alcanza el 19,7% mejorando en 2,2 puntos el margen pro-forma del 17,5% en el mismo periodo de 2010, lo que sigue situando a Mediaset España entre las compañías de televisión más rentables en Europa.

La resistencia de los márgenes operativos y el esfuerzo en profundizar en la tradicional gestión rigurosa de los costes para intentar compensar la caída de ingresos publicitarios 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 septiembre de 2011 asciende a 107,65 millones de Euros, que representa un margen sobre Ingresos Totales Netos del 14,7% lo que supone una mejora respecto al dato pro-forma del mismo periodo 2011. 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 113,65 millones de Euros, con un margen sobre ingresos netos del 15,5%.
4. El **flujo libre de caja** en los primeros nueve meses del año alcanza 56,89 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 de septiembre de 2011 se sitúa en -83,75 millones de Euros. 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. Asimismo, incluye un préstamo de Mediaset S.p.A. al Grupo para la adquisición de Endemol.
6. La **audiencia** media de Mediaset España en los primeros nueve meses de 2011, en total individuos (total día), se sitúa en el 26,3%, adelantando en 9,5 puntos el Grupo de canales de Antena3, que consigue un 16,8%. 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 3,0 puntos a Antena3 (11,2%).
En cuanto a la audiencia media en target comercial² (total día), Mediaset España alcanza un 28,7%, 11,0 puntos por encima del Grupo Antena3 (17,7%). Teniendo en cuenta sólo la cadena Telecinco, la audiencia es de 14,2%, 2,8 puntos por encima de la audiencia de Antena3 (11,4%).
La cuota de audiencia de Cuatro alcanza el 6,2% en total individuos (total día) y el 7,8% en target comercial frente al 5,9% y 7,3% 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 5,9% en los primeros nueve meses de 2011, en total día, total individuos y en 6,6% en target comercial.

Mediaset España consolida en los primeros nueve meses, 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 €	9M2011	Proforma 9M2010	Variación %	Reportado 9M2010
TOTAL INGRESOS NETOS	731,62	851,27	(14,1%)	622,42
Consumo de derechos	(160,02)	(158,73)	0,8%	(101,43)
Costes de personal	(76,55)	(83,71)	(8,6%)	(58,75)
Otros costes operativos	(350,77)	(460,12)	(23,8%)	(293,10)
EBITDA ajustado recurrente	144,27	148,71	(3,0%)	169,13
Costes no recurrentes	(12,69)	5,02	-	5,02
EBITDA ajustado	131,58	153,73	(14,4%)	174,15
Otras amortizaciones, provisiones	(5,51)	(8,10)	(31,9%)	(7,28)
Amortización PPA (provisional)	(6,00)	0,00	-	-
EBIT	120,07	145,64	(17,6%)	166,88
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	5,85	(168,79)	-	(168,79)
Resultado Financiero	4,50	2,76	63,0%	3,26
Beneficio antes de impuestos	130,43	(20,39)	-	1,35
Impuesto de Sociedades	(22,82)	6,45	-	(0,06)
Minoritarios	0,05	30,88	-	30,88
Beneficio Neto	107,65	16,94	-	32,16
Beneficio Neto Ajustado	113,65	105,93	7,3%	121,16

El Beneficio Neto Ajustado en los primeros nueve meses de 2011 asciende a 113,65 millones de Euros, lo que supone un margen de 15,5% sobre ingresos, mejorando 3,1 puntos el margen pro-forma obtenido en el mismo periodo de 2010.

La diferencia de 6 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe 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

	9M2011	Proforma 9M2010	Variación %	Reportado 9M2010
Ingresos brutos de publicidad	730,37	835,76	(12,6%)	601,87
- <i>Multiplex</i>	706,65	796,24	(11,3%)	572,89
- <i>Otros</i>	23,71	39,52	(40,0%)	28,98
Descuentos	(42,54)	(42,03)	1,2%	(28,00)
Ingresos netos de publicidad	687,82	793,72	(13,3%)	573,87
Otros ingresos	43,79	57,54	(23,9%)	48,55
TOTAL INGRESOS NETOS	731,62	851,27	(14,1%)	622,42

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes a los primeros nueve meses de 2011 han alcanzando 730,37 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 706,65 millones de Euros.

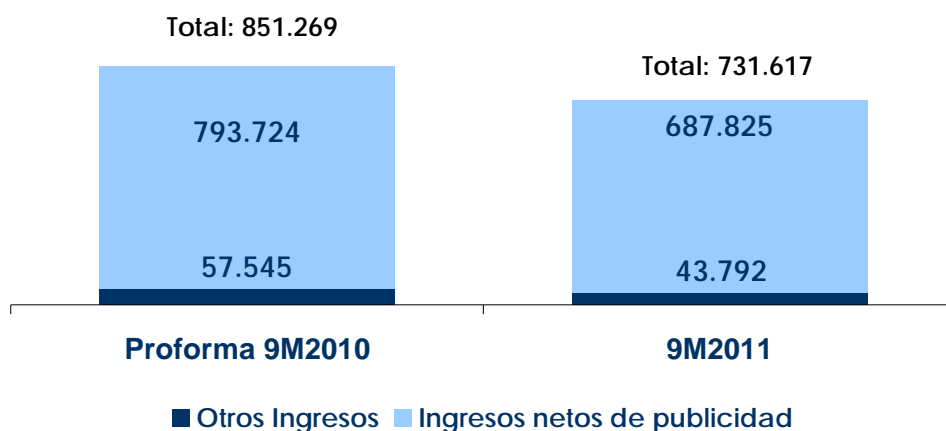
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 23,71 millones de Euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como canales temáticos, Internet y teletexto. La diferencia con el pro-forma de 2010 se explica fundamentalmente por la exclusión de canales de terceros 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 687,82 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 43,79 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 731,62 millones de Euros.

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



2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, a 30 de septiembre de 2011, ascienden a 611,54 millones de Euros, lo que representa una disminución de €94,09 millones de Euros (un -13,3%) 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 los primeros nueve meses 2011 se han generado sinergias de costes operativos derivadas de la integración con Cuatro.

Los costes operativos recurrentes han bajado, en los primeros nueve meses, €117,79 millones de Euros (un -16,6%) con respecto al pro-forma del mismo periodo de 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 (6,00 millones de Euros) así como la reversión de una provisión en 2010 (5,02 millones de Euros). Esta gran reducción de costes 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

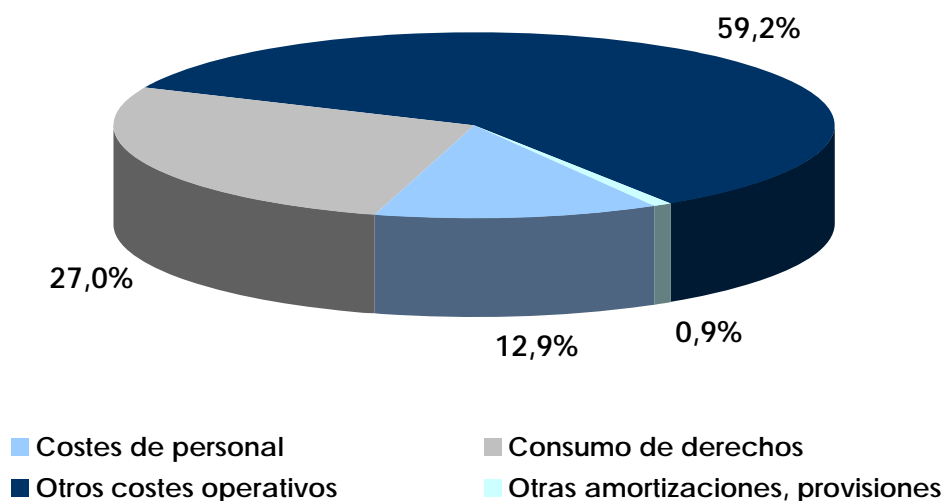
Millones de €	9M2011	Proforma 9M2010	Variación %	Reportado 9M2010
Costes de personal	76,55	83,71	(8,6%)	58,75
Consumo de derechos	160,02	158,73	0,8%	101,43
Otros costes operativos	350,77	460,12	(23,8%)	293,10
Otras amortizaciones, provisiones	5,51	8,10	(31,9%)	7,28
Total costes recurrentes	592,86	710,65	(16,6%)	460,56
Costes no recurrentes	12,69	(5,02)	-	(5,02)
Amortización PPA (provisional)	6,00	-	-	-
TOTAL COSTES	611,54	705,63	(13,3%)	455,54

La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. En los primeros meses del año, el 90,9% de la programación del canal Telecinco corresponde a producción propia y el 9,1% a programación de derechos de terceros (frente al 87,9% y al 12,1% de 2010, respectivamente).

La composición de la parrilla de Cuatro es un 57,7% de producción propia y un 42,3% 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 (93,1%) respecto a los derechos de terceros (6,9%); el canal FACTORIA DE FICCION tiene un 43,7% de producción propia frente a un 56,3% 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 144,27 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 19,7%, mejorando 2,2 puntos con respecto al margen pro-forma de 2010 (17,5%).

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 120,07 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 16,4%. 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 ajustado recurrente** alcanza los 138,76 millones de Euros, mejorando el margen hasta el 19,0%, frente a un 16,5% en el pro-forma de 2010.

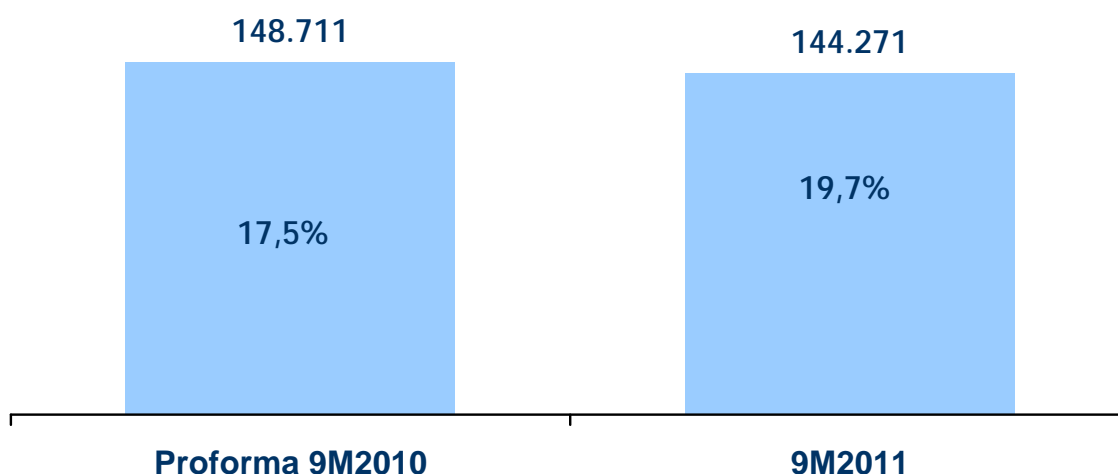
A pesar de la contracción de la facturación del Grupo, debida a la caída del mercado publicitario y a las dificultades del entorno económico del país, Mediaset España ha sabido gestionar los costes de manera tal que se han compensado casi en su totalidad los efectos negativos hasta llegar a mejorar la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

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	9M2011	Proforma 9M2010	Variación %	Reportado 9M2010
Total ingresos netos	731,62	851,27	(14,1%)	622,42
EBITDA ajustado recurrente	144,27	148,71	(3,0%)	169,13
EBITDA ajustado	131,58	153,73	(14,4%)	174,15
EBIT	120,07	145,64	(17,6%)	166,88
Beneficio Neto	107,65	16,94	-	32,16
Beneficio Neto Ajustado	113,65	105,93	7,3%	121,16
EBITDA aj. rec./ Total ingresos netos	19,7%	17,5%		27,2%
EBITDA aj./ Total ingresos netos	18,0%	18,1%		28,0%
EBIT/ Total ingresos netos	16,4%	17,1%		26,8%
Beneficio Neto / Total ingresos netos	14,7%	2,0%		5,2%
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	15,5%	12,4%		19,5%

Los márgenes operativos (**EBITDA ajustado recurrente y EBIT**) en términos porcentuales se sitúan en el 19,7% y 16,4%, 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 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 4,50 millones de Euros.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**³ se sitúa en 5,85 millones de Euros.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos y de minoritarios**, durante los primeros nueve meses de 2011 ha alcanzando los 130,43 millones de Euros.

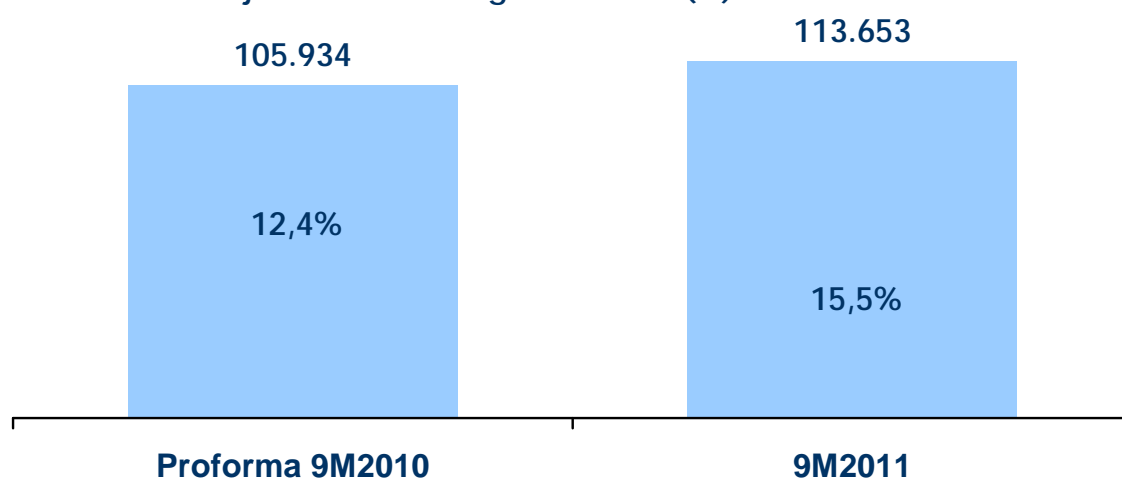
Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades en 22,82 millones de Euros, calculado sobre la base del tipo oficial vigente, el **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 107,65 millones de Euros (un margen del 14,7% sobre Ingresos Totales Netos).

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 113,65 millones de Euros.

Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 15,5% sobre los ingresos netos totales.

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), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación), Aprók 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 los primeros nueve meses de 2011 asciende a 56,89 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.

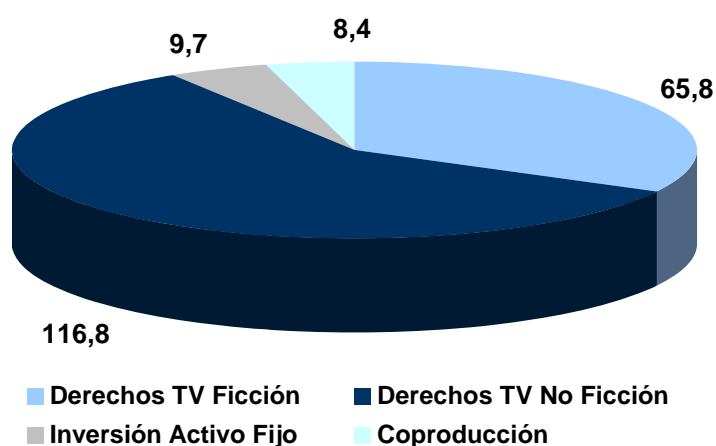
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	9M2011	Reportado 9M2010
Beneficio Neto antes de minoritarios	107,60	1,29
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	171,03	107,69
- Consumo Derechos	160,02	101,43
- Amortizaciones	11,01	6,25
Provisiones	0,50	1,03
Otros	6,30	169,56
CASH FLOW OPERATIVO	285,43	279,55
Inversión en Derechos	(190,94)	(117,02)
Inversiones, otras	(9,69)	(4,02)
Variación Fondo de Maniobra	(27,92)	26,85
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	56,89	185,36
Movimientos Patrimonio	0,68	1,35
Inversiones financieras	24,95	(65,76)
Dividendos cobrados	1,94	1,01
Pago de Dividendos	(140,16)	(48,44)
Variación Neta de Tesorería	(55,70)	73,53
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	(28,05)	(156,01)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	(83,75)	(82,47)

En 2011, la **inversión neta total** alcanzó los 200,63 millones de Euros.

Durante los primeros nueve meses de 2011 la inversión en producción ajena ha sido de 116,77 millones de Euros, en series de ficción nacional, 65,81 millones de Euros y en coproducciones cinematográficas 8,36 millones de Euros, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron €9,69 millones.

Inversión Neta 9M2011
200,6 millones €



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Septiembre 2011	Diciembre 2010
Inmovilizado	1.116,44	1.149,78
- Inm. Financiero	1.059,72	1.094,89
- Otro Inmovilizado	56,73	54,88
Derechos y Anticipos	297,01	264,86
- Terceros	220,05	190,36
- Ficción	30,77	32,12
- Coproducción / Distribución	46,19	42,38
Impuesto Anticipado	152,06	154,05
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.565,51	1.568,69
Activo corriente	218,62	295,83
Activo financiero y tesorería	84,95	116,39
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	303,58	412,22
TOTAL ACTIVO	1.869,09	1.980,91
Fondos Propios	1.343,84	1.376,10
Provisiones	33,33	31,98
Acreedores no corrientes	3,95	0,75
Pasivo financiero no corriente	73,37	73,10
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	110,65	105,83
Acreedores corrientes	319,25	427,63
Pasivo financiero corrientes	95,34	71,34
TOTAL PASIVO CORRIENTE	414,59	498,97
TOTAL PASIVO	1.869,09	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 los primeros nueve meses de 2011 principalmente por un menor saldo de clientes como consecuencia de una menor facturación así como de la estacionalidad del negocio.

El **pasivo corriente** disminuye con respecto al nivel alcanzado al 31 de diciembre de 2010, debido a la disminución del saldo de los acreedores comerciales principalmente de Cuatro.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, a 30 de septiembre de 2011, la cifra de -83,75 millones de Euros, después de la distribución del dividendo por un total de 140,16 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-septiembre 2011

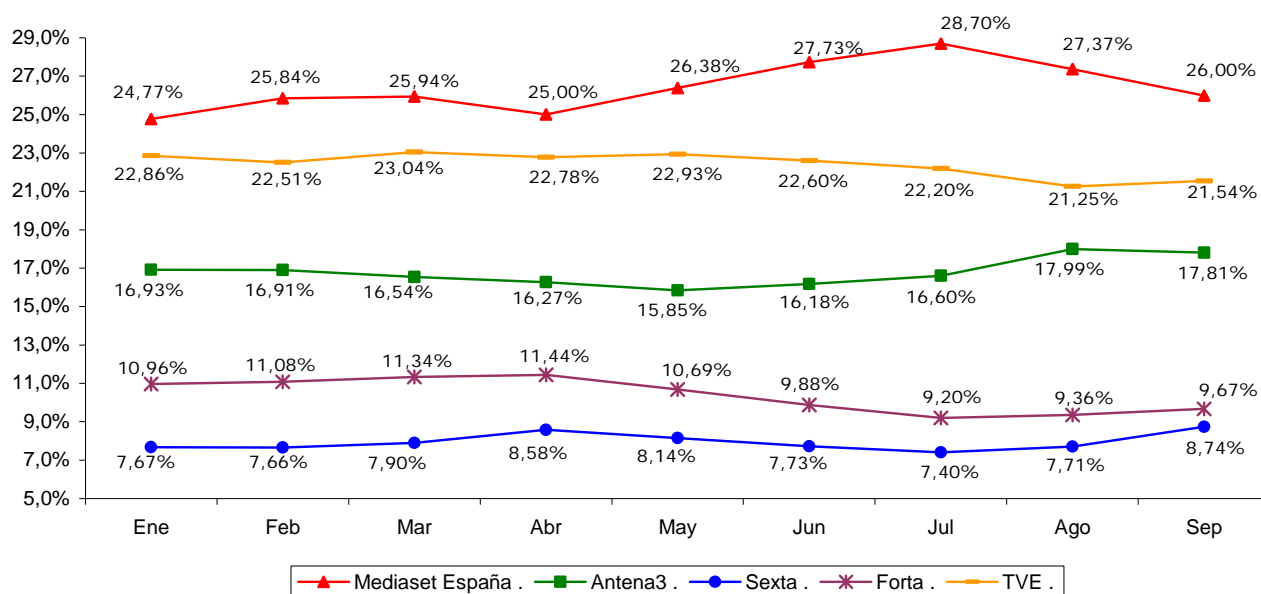
9M2011

Total Individuos	Total Día	26,3%
	PRIME TIME	24,7%
	DAY TIME	27,1%
Target Comercial	Total Día	28,7%
	PRIME TIME	26,5%
	DAY TIME	29,6%

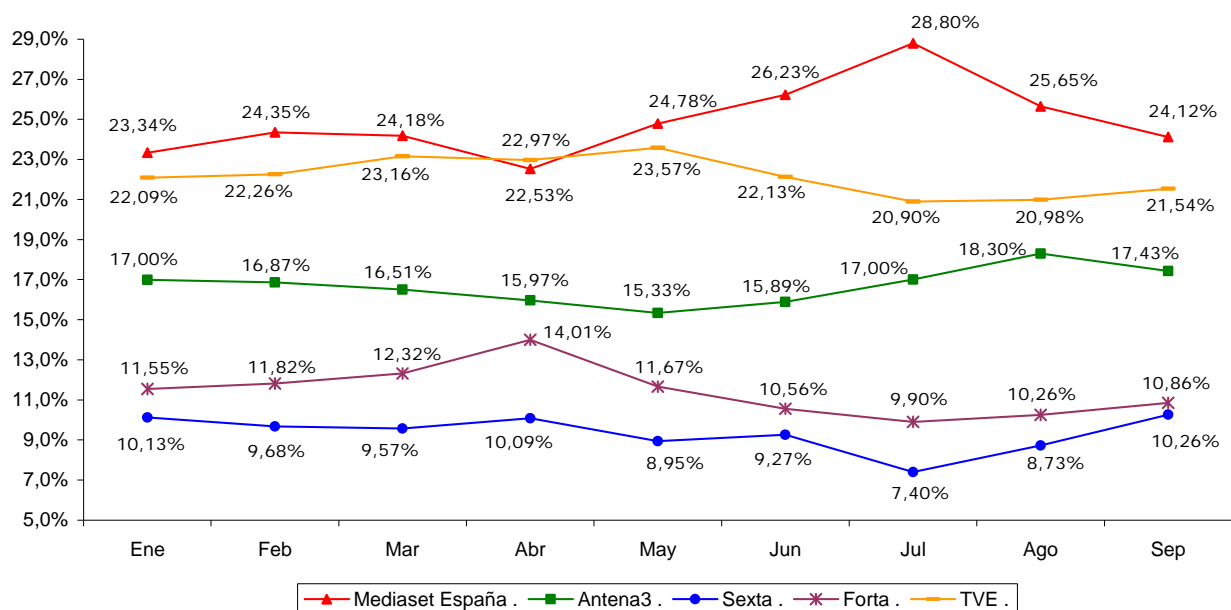
Los datos de audiencias durante los primeros nueve meses de 2011 del nuevo Grupo, consolidan a Mediaset España como líder de las televisiones en España en el periodo. La audiencia en total día total individuos del Grupo, se sitúa en 26,3%, adelantando en 9,5 puntos al Grupo de canales de Antena3, que consigue un 16,8%.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Mediaset España tiene una cuota de 28,7%, lo que supone un promedio anual 11,0 puntos por encima del Grupo Antena3 (17,7%).

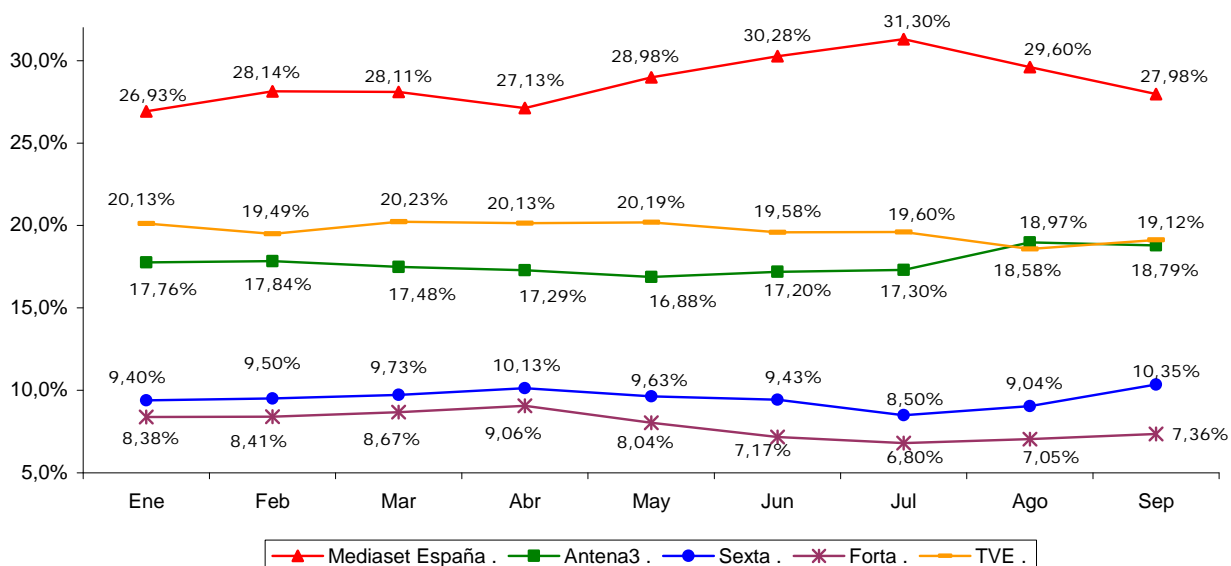
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Target Comercial en % por Grupos

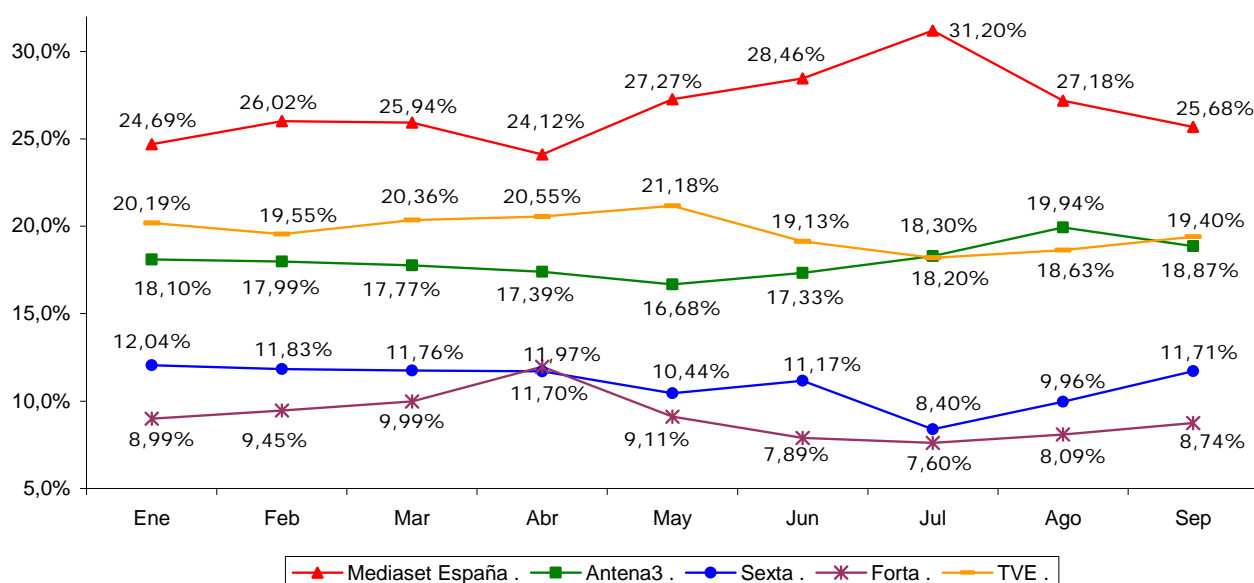


Tabla 8: Audiencia media CANAL Telecinco período enero-septiembre 2011

	9M2011	9M2010
Total Individuos		
Total Día	14,2%	14,7%
PRIME TIME	13,1%	14,7%
DAY TIME	14,7%	14,7%
Target Comercial		
Total Día	14,2%	15,2%
PRIME TIME	12,8%	14,8%
DAY TIME	14,9%	15,4%

El canal Telecinco ha cerrado los primeros nueve meses de 2011 en primera posición entre los canales comerciales en total día total individuos, con un promedio del 14,2%, adelantando por 3,0 puntos a Antena3 (11,2%).

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco (14,2%) tiene un promedio anual 2,8 puntos por encima de Antena3 (11,4%).

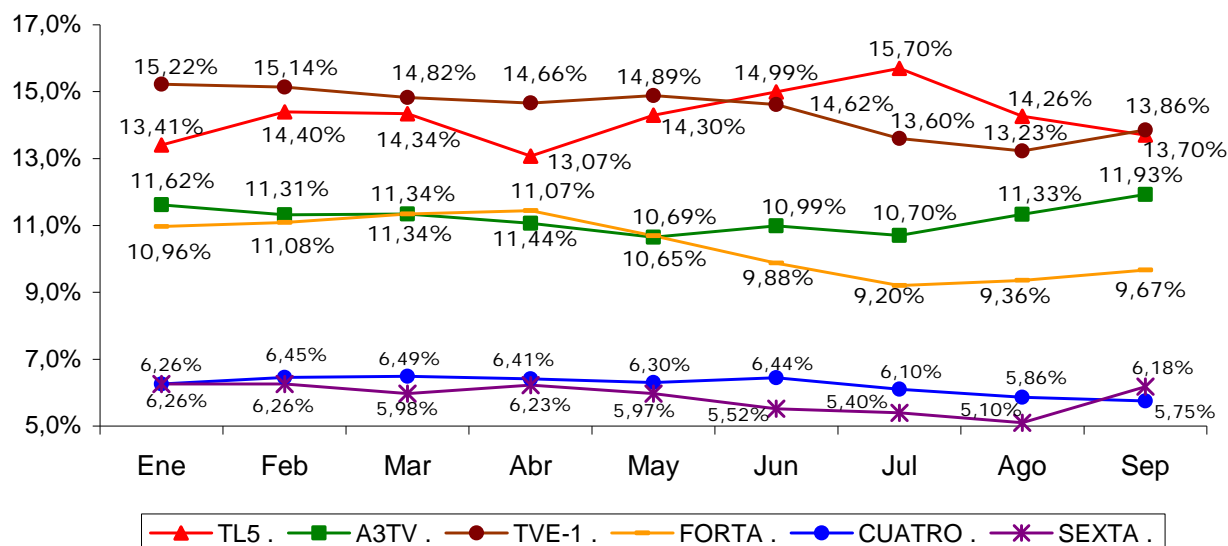
Cuatro alcanza una cuota del 6,2% en total día, total individuos y el 7,8% en target comercial, 0,3 puntos y 0,5 puntos respectivamente por encima de su principal competidor La Sexta.

Telecinco continúa liderando en "prime time"⁴, total individuos con un promedio de 13,1% en el periodo, a una distancia de 2,1 puntos de Antena3 (11,0%).

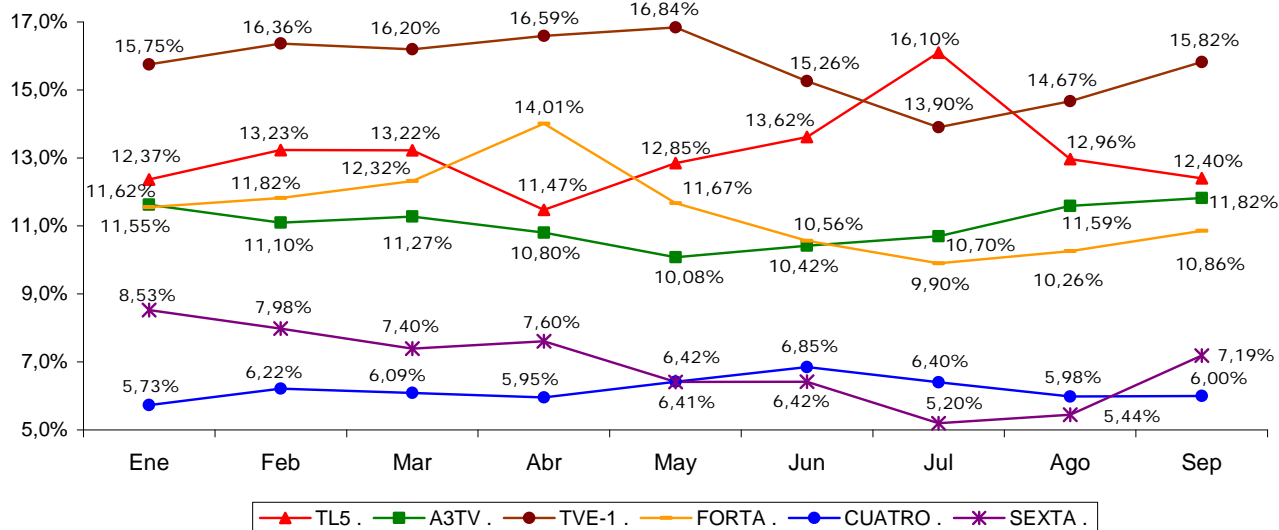
En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time, Telecinco mantiene el liderazgo en 2011, aumentando la distancia con sus competidores.

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

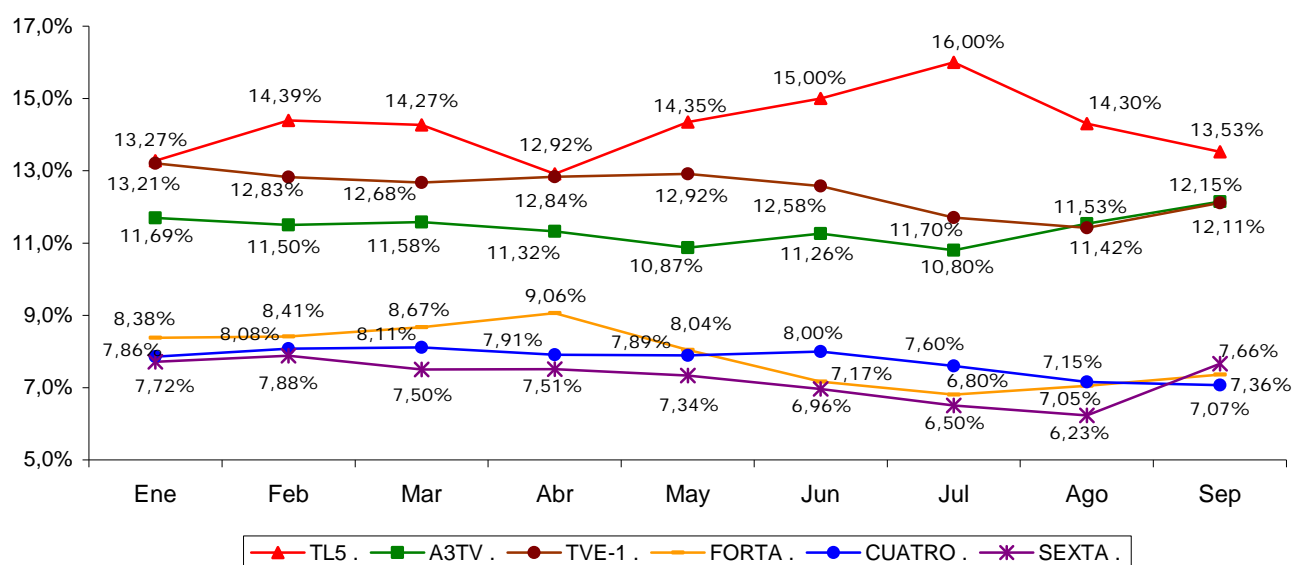
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



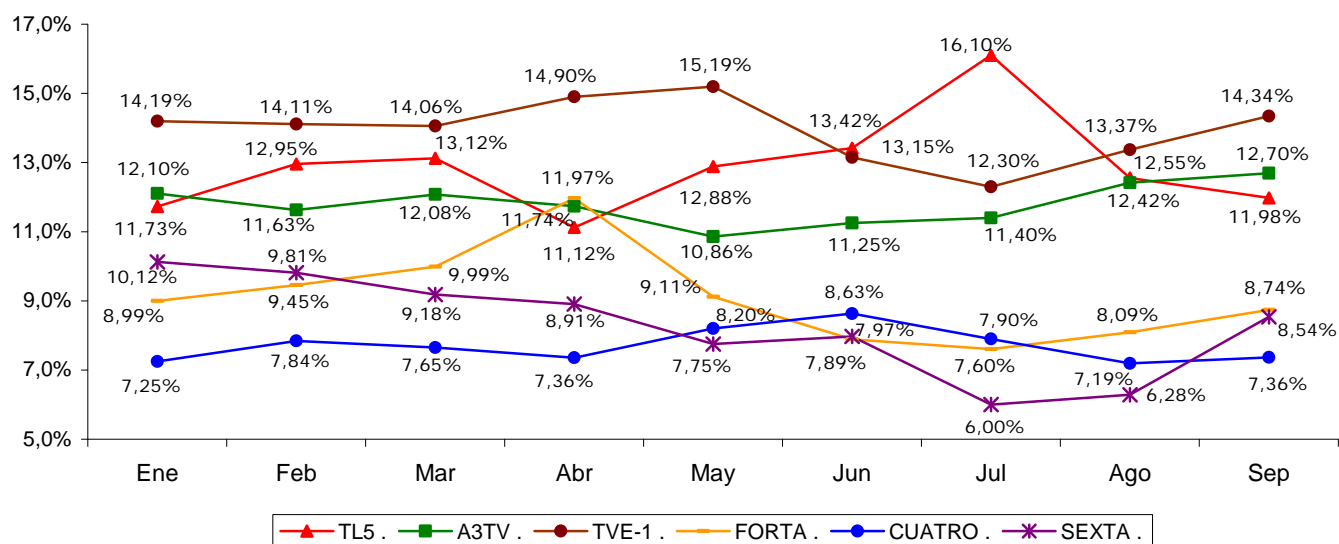
Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en %



Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %

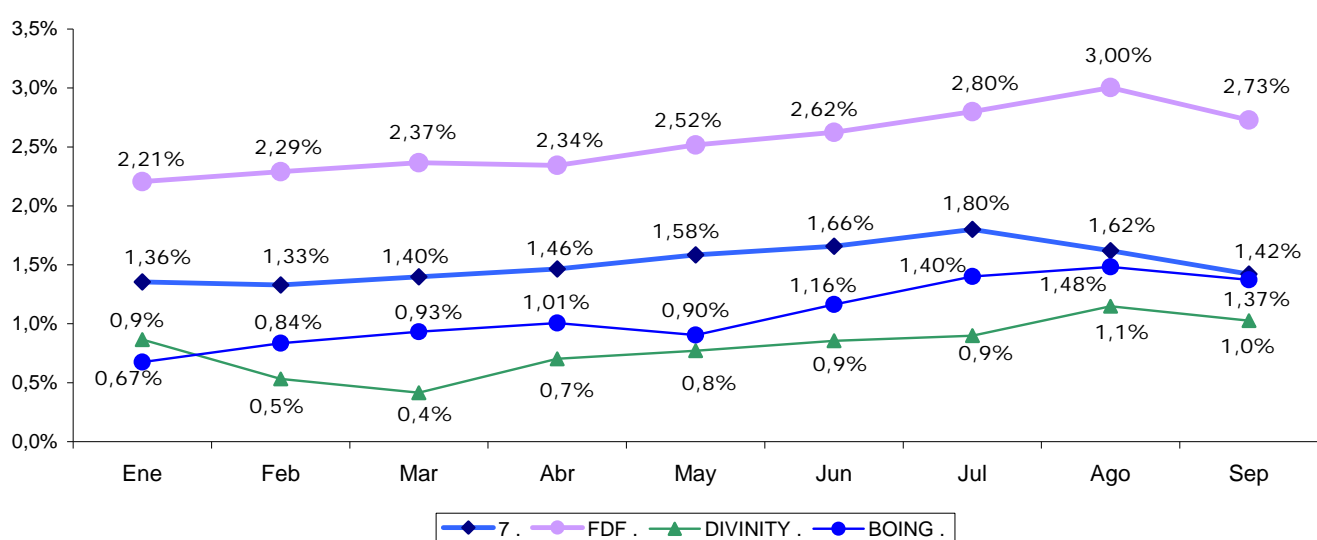


Durante 2011 Mediaset España continúa el desarrollo de los canales FACTORIA DE FICCIÓN, LA SIETE, el canal infantil BOING, así como el canal dirigido a público femenino DIVINITY.

En los primeros nueve meses de 2011 FACTORIA DE FICCIÓN ha alcanzado una cuota de audiencia en total día total individuos del 2,5%, 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 5,9%.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, FACTORIA DE FICCIÓN consigue una cuota del 3,2%, LA SIETE del 1,7%, BOING del 0,7% y DIVINITY un 1,0%, sumando una audiencia en conjunto de 6,6%.

Audiencias, 24 horas, TDT %



Audiencias, Prime Time, TDT %

