

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS TRIMESTRALES¹ Enero – Marzo 2012

Madrid, 3 de mayo de 2012

ÍNDICE:

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

¹ Cuentas no auditadas

1. Principales magnitudes

- **Mediaset España mantiene su liderazgo con una cuota de mercado del 44,1% y registra un EBITDA ajustado² durante el primer trimestre de 2012 de 24,4 millones de Euros, con un margen operativo del 11,2% y un Beneficio Neto Ajustado de 25,0 millones de Euros.**

De los resultados consolidados a 31 de marzo de 2012, destacamos:

1. El inicio de 2012 sigue marcado por la crisis en los mercados de deuda de la zona del euro y las presiones en los mercados financieros mundiales. La debilidad en los mercados de trabajo y de la vivienda y las fuertes medidas de recortes del gasto público y subidas de impuestos que están llevando a cabo los gobiernos tienen un claro impacto en el consumo privado y en el mercado publicitario en España.

Según los últimos datos de Infoadex, la inversión publicitaria total durante el primer trimestre de 2012 ha caído un -15,1% con respecto al mismo periodo de 2011, con una disminución en la inversión publicitaria en televisión del -17,7%, lo que supone 104,7 millones de Euros menos de inversión publicitaria en TV con respecto al primer trimestre de 2011.

En este entorno, Mediaset España ha conseguido consolidar su liderazgo en el mercado con una cuota del 44,1% en el trimestre.

Los **ingresos totales netos de explotación** en el primer trimestre de 2012 alcanzan 218,01 millones de Euros. Los Ingresos Publicitarios Brutos de los dos Multiplex de Mediaset España en el periodo suman 211,95 millones de Euros y los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 9,32 millones de Euros; esto hace un “Total de ingresos brutos de Publicidad” de 221,28 millones de Euros. Los “otros ingresos” ascienden a 9,72 millones de Euros.

2. En el trimestre, Mediaset España reduce los **costes operativos** en 9,42 millones de Euros, un -4,5% frente a los costes recurrentes del mismo periodo de 2011, alcanzando un total de 197,60 millones de Euros. Este descenso se debe principalmente a menores costes de producción, reflejo de la capacidad y flexibilidad del grupo de adaptar la operativa del negocio y ajustar los costes a la situación del mercado publicitario.

En términos de porcentaje, el margen de **EBITDA Ajustado** alcanza el 11,2% y el margen de **EBIT** el 9,4%.

3. El **resultado neto** en el primer trimestre asciende a 21,20 millones de Euros, que representa un margen sobre Ingresos Totales Netos del 9,7%. 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 25,00 millones de Euros, con un margen sobre ingresos netos del 11,5%.

² EBITDA después de consumo de derechos

4. El **flujo libre de caja** en el primer trimestre de 2012 es negativo de 24,90 millones de Euros, principalmente como consecuencia de una combinación de un mercado publicitario débil y del impacto de los desembolsos de la adquisición de contenidos.
5. La **posición financiera neta** a 31 de marzo de 2012 es positiva de 0,35 millones de Euros.
6. En los primeros tres meses de 2012, Mediaset España consolida su liderazgo en **audiencia** entre las cadenas comerciales, aumentando la distancia con los principales competidores.

La audiencia media de Mediaset España en el primer trimestre de 2012, en total individuos (total día), se sitúa en el 27,4%, adelantando en 9,5 puntos el Grupo de canales de Antena3, que consigue un 17,9%. En cuanto a la audiencia en el periodo del canal Telecinco, en total individuos (total día), ha sido 13,8%, dato que sitúa a la cadena en primera posición de las cadenas comerciales, adelantando en 1,5 puntos a Antena3 (12,3%).

En cuanto a la audiencia media en target comercial³ (total día), Mediaset España alcanza un 29,9%, 11,1 puntos por encima del Grupo Antena3 (18,8%). Teniendo en cuenta sólo la cadena Telecinco, la audiencia es de 13,5%, 0,9 puntos por encima de la audiencia de Antena3 (12,6%).

La cuota de audiencia de Cuatro alcanza el 6,2% en total individuos (total día) y el 7,8% en target comercial frente al 4,8% y 5,8% respectivamente de su principal competidor La Sexta.

Con respecto a los canales de segunda generación (FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, BOING, DIVINITY), se incorpora al grupo el nuevo canal ENERGY, dirigido al público masculino, que ha obtenido buenos resultados desde su lanzamiento el 1 de enero de 2012. La evolución de las audiencias sigue marcando récords, situándose la suma de los cinco canales en 7,4% en el primer trimestre de 2012, en total día, total individuos y en 8,6% en target comercial.

³ 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 €	1T2012	1T2011	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	218,01	266,11	(18,1%)
Consumo de derechos	(53,59)	(50,25)	6,7%
Costes de personal	(25,85)	(27,03)	(4,3%)
Otros costes operativos	(114,16)	(124,94)	(8,6%)
EBITDA ajustado recurrente	24,40	63,90	(61,8%)
Costes no recurrentes	0,00	(12,46)	-
EBITDA ajustado	24,40	51,44	(52,6%)
Otras amortizaciones, provisiones	(1,99)	(2,81)	(29,1%)
Amortización PPA	(2,00)	(2,00)	0,0%
EBIT	20,41	46,63	(56,2%)
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(1,33)	1,65	-
Resultado Financiero	1,96	2,50	(21,6%)
Beneficio antes de impuestos	21,04	50,78	(58,6%)
Impuesto de Sociedades	0,00	(10,66)	-
Minoritarios	0,16	(0,04)	-
Beneficio Neto	21,20	40,07	(47,1%)
Beneficio Neto Ajustado	25,00	42,07	(40,6%)

El Beneficio Neto Ajustado en el primer trimestre de 2012 asciende a 25,00 millones de Euros, lo que supone un margen de 11,5% sobre ingresos.

La diferencia de 3,80 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe al impacto de las amortizaciones de intangibles en Cuatro (2,00 millones de Euros) y Digital+ (1,80 millones de Euros), derivado de la asignación definitiva del precio de adquisición a activos y pasivos de las sociedades respectivas, lo que se conoce como "Purchase Price Allocation" (PPA).

2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

	1T2012	1T2011	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	221,28	267,15	(17,2%)
- <i>Multiplex Telecinco</i>	211,95	258,23	(17,9%)
- <i>Otros</i>	9,32	8,92	4,5%
Descuentos	(12,99)	(15,44)	(15,9%)
Ingresos netos de publicidad	208,29	251,71	(17,2%)
Otros ingresos	9,72	14,40	(32,5%)
TOTAL INGRESOS NETOS	218,01	266,11	(18,1%)

Los **ingresos brutos de publicidad** a 31 de marzo de 2012 ascienden a un total de 221,28 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, DIVINITY y el recién lanzado ENERGY, alcanzan el total de 211,95 millones de Euros.

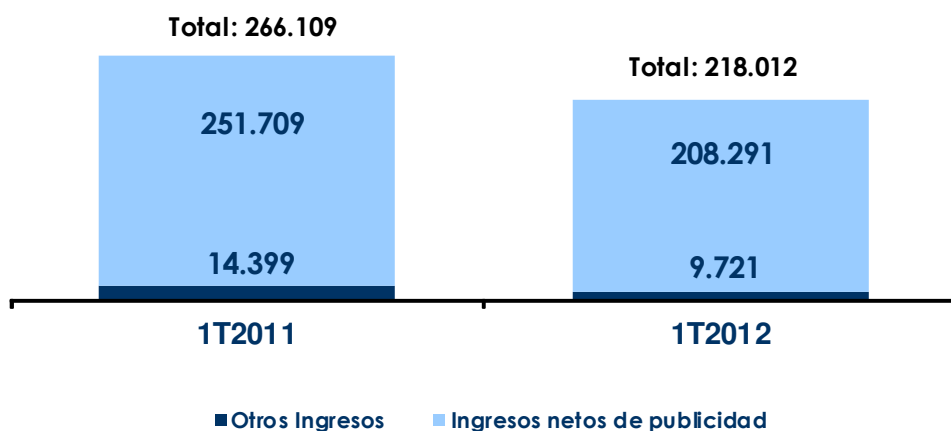
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 9,32 millones de Euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como televisión de pago (Digital+), canales temáticos, Internet y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos alcanzan los 208,29 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 9,72 millones de Euros, inferior a la cifra registrada en 2011, principalmente consecuencia de la caída de ingresos procedentes de SMS y teléfono, reflejo de la situación de la economía española, que ha reducido el consumo en este tipo de productos.

Finalmente, los **ingresos netos totales** suman 218,01 millones de Euros.

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



2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** en el primer trimestre de 2012 ascienden a 197,60 millones de Euros, lo que representa una disminución de €21,88 millones de Euros (un -10,0%) con respecto a los costes totales del mismo periodo de 2011. Esta disminución de costes se debe principalmente a los gastos no recurrentes de 2011 de reestructuración de personal (12,46 millones de Euros). Si aislamos el impacto de estos gastos no recurrentes y el impacto de la amortización de PPA de Cuatro (2,00 millones de Euros), los costes operativos se han reducido en el primer trimestre de 2012 en €9,42 millones de Euros (-4,5%) con respecto al mismo periodo de 2011.

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	1T2012	1T2011	Variación %
Costes de personal	25,85	27,03	(4,3%)
Consumo de derechos	53,59	50,25	6,7%
Otros costes operativos	114,16	124,94	(8,6%)
Otras amortizaciones, provisiones	1,99	2,81	(29,1%)
Amortización PPA	2,00	2,00	0,0%
<u>Total costes recurrentes</u>	197,60	207,02	(4,5%)
Costes no recurrentes	0,00	12,46	-
TOTAL COSTES	197,60	219,48	(10,0%)

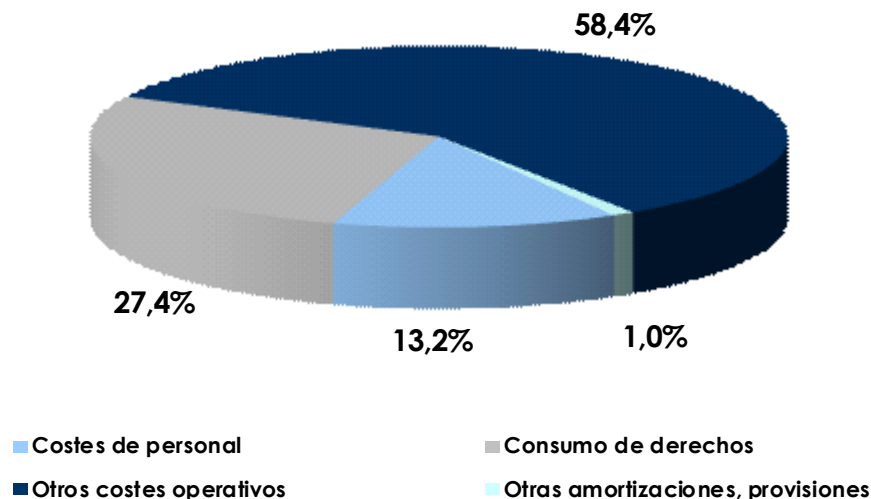
La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. A nivel grupo, el 54,8% corresponde a contenidos de producción propia frente al 45,2% de producción externa.

En el canal Telecinco, en los primeros tres meses de 2012, el 93,4% de la programación corresponde a producción propia y el 6,6% a programación de derechos de terceros (frente al 91,5% y al 8,5% del primer trimestre de 2011, respectivamente).

La composición de la parrilla de Cuatro es un 50,2% de producción propia y un 49,8% 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 (95,9%) respecto a los derechos de terceros (4,1%); el canal FACTORIA DE FICCIÓN tiene un 51,5% de producción propia frente a un 48,5% de derechos de terceros, DIVINITY tiene un 37,3% de producción propia y 62,7% de derechos de terceros, ENERGY 57,0% de producción propia y 43,0% de derechos de terceros y el canal BOING nutre casi la totalidad de su parrilla con contenidos de terceros (98,5%).

Estructura de Costes Operativos



2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, asciende a un total de 24,40 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 11,2%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los 20,41 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 9,4%.

La incertidumbre económica en España y la debilidad del mercado publicitario durante el primer trimestre han llevado a una contracción en la facturación del Grupo. No obstante, Mediaset España ha gestionado los costes de manera tal que permitan compensar parte de los efectos negativos del mercado.

Tabla 4: Márgenes

<i>Millones de €</i>	1T2012	1T2011	Variación %
Total ingresos netos	218,01	266,11	(18,1%)
EBITDA ajustado recurrente	24,40	63,90	(61,8%)
EBITDA ajustado	24,40	51,44	(52,6%)
EBIT	20,41	46,63	(56,2%)
Beneficio Neto	21,20	40,07	(47,1%)
Beneficio Neto Ajustado	25,00	42,07	(40,6%)
EBITDA aj. rec./ Total ingresos netos	11,2%	24,0%	
EBITDA aj./ Total ingresos netos	11,2%	19,3%	
EBIT/ Total ingresos netos	9,4%	17,5%	
Beneficio Neto / Total ingresos netos	9,7%	15,1%	
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	11,5%	15,8%	

2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 1,96 millones de Euros, tras registrar la plusvalía derivada de la venta de la deuda “senior” de Endemol.

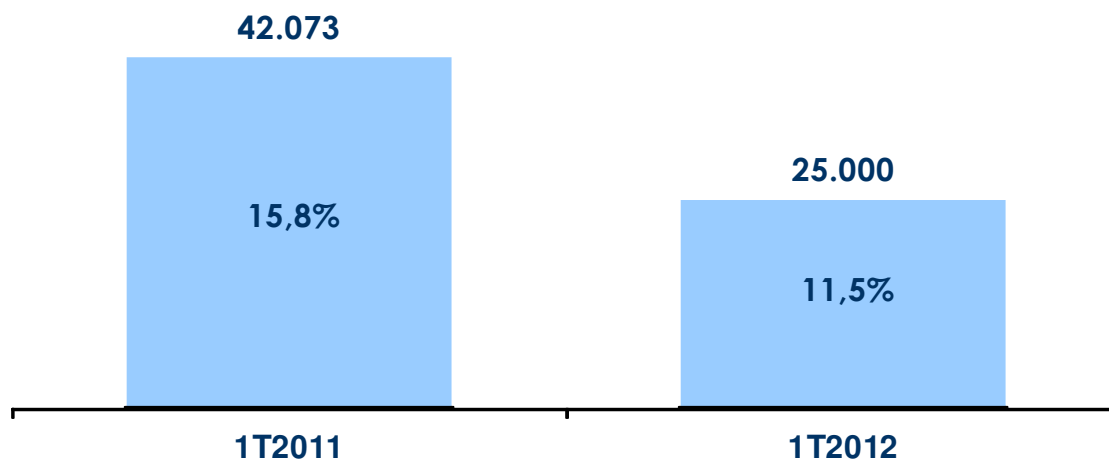
Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁴ arroja una pérdida de 1,33 millones de Euros, que incluye el impacto negativo de 1,80 millones de Euros correspondiente a la amortización de intangibles derivadas de la asignación de parte del precio de adquisición de Digital+.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos y de minoritarios** en el primer trimestre de 2012 ha alcanzado los 21,04 millones de Euros, siendo el **beneficio neto** del trimestre, después de minoritarios, de 21,20 millones de Euros, lo que supone un margen del 9,7% sobre Ingresos Totales Netos.

En condiciones homogéneas a las de 2011, el **resultado neto ajustado**, excluyendo el impacto neto de las amortizaciones de intangibles derivadas de la asignación de parte del precio de adquisición de Cuatro y de Digital+, mejoraría alcanzando los 25,00 millones de Euros. Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 11,5% sobre los ingresos netos totales.

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



⁴ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Television Inc. (43,7%), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%), Big Bang Media S.L. (30% participación), Producciones Mandarina S.L. (30% participación), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación), Aprók Imagen S.L. (3% participación).

3. Generación de Cash Flow

El **flujo libre de caja operativo** en el primer trimestre de 2012 es negativo de 24,90 millones de Euros, principalmente como consecuencia de una combinación de un mercado publicitario débil y del impacto de los desembolsos de la adquisición de contenidos.

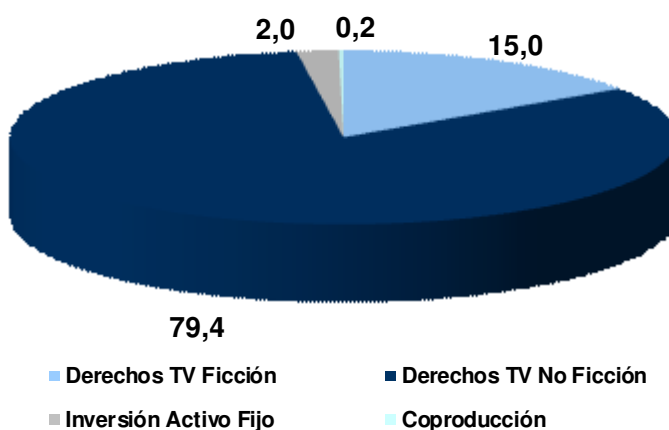
Tabla 5: Cash Flow

<i>Millones de €</i>	1T2012	1T2011	<i>Variación en € millones</i>
Beneficio Neto antes de minoritarios	21,04	40,12	(19,07)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	57,42	54,01	3,41
- Consumo Derechos	53,59	50,25	3,35
- Amortizaciones	3,83	3,77	0,07
Provisiones	0,16	1,04	(0,88)
Otros	1,67	0,21	1,46
CASH FLOW OPERATIVO	80,29	95,38	(15,09)
Inversión en Derechos	(94,58)	(94,10)	(0,48)
Inversiones, otras	(1,97)	(2,19)	0,22
Variación Fondo de Maniobra	(8,65)	11,24	(19,88)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	(24,90)	10,32	(35,23)
Movimientos Patrimonio	(0,04)	(0,34)	0,29
Inversiones financieras	(1,15)	19,52	(20,67)
Dividendos cobrados	0,00	0,00	0,00
Pago de Dividendos	0,00	0,00	0,00
Variación Neta de Tesorería	(26,10)	29,50	(55,60)
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	26,45	(28,05)	54,50
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	0,35	1,45	(1,10)

En el primer trimestre de 2012, la **inversión neta total** alcanzó los 96,6 millones de Euros.

Durante los tres primeros meses, la inversión en producción ajena ha sido de 79,4 millones de Euros, en series de ficción nacional, 15,0 millones de Euros y en co-producciones cinematográficas 0,2 millones de Euros, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron 2,0 millones de Euros.

Inversión Neta 1T2012
96,6 millones €



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Marzo 2012	Diciembre 2011
Inmovilizado	1.064,19	1.123,08
- Inm. Financiero	769,48	825,91
- Otro Inmovilizado	294,72	297,18
Derechos y Anticipos	301,73	260,96
- Terceros	229,22	186,50
- Ficción	28,22	29,34
- Coproducción / Distribución	44,29	45,11
Impuesto Anticipado	161,97	158,13
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.527,89	1.542,17
Activo corriente	302,00	302,89
Activo financiero y tesorería	180,10	114,36
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	482,10	417,25
TOTAL ACTIVO	2.009,99	1.959,42
Fondos Propios	1.446,83	1.425,84
Provisiones	28,85	29,31
Acreedores no corrientes	12,21	5,49
Pasivo financiero no corriente	0,01	0,10
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	41,07	34,89
Acreedores corrientes	342,35	410,87
Pasivo financiero corrientes	179,75	87,82
TOTAL PASIVO CORRIENTE	522,09	498,69
TOTAL PASIVO	2.009,99	1.959,42

La evolución de la **librería** muestra adaptabilidad en la composición por tipología de acuerdo con la estrategia de negocio y de inversión 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 **activo y pasivo corriente** reflejan la solvencia de la posición financiera general de Mediaset España para el desarrollo de su operativa.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, a 31 de marzo de 2012, la cifra de 0,35 millones de Euros positivos, es decir una ausencia de deuda, lo que supone sin duda un factor muy positivo considerando las dificultades de los mercados financieros.

5. Evolución de la audiencia

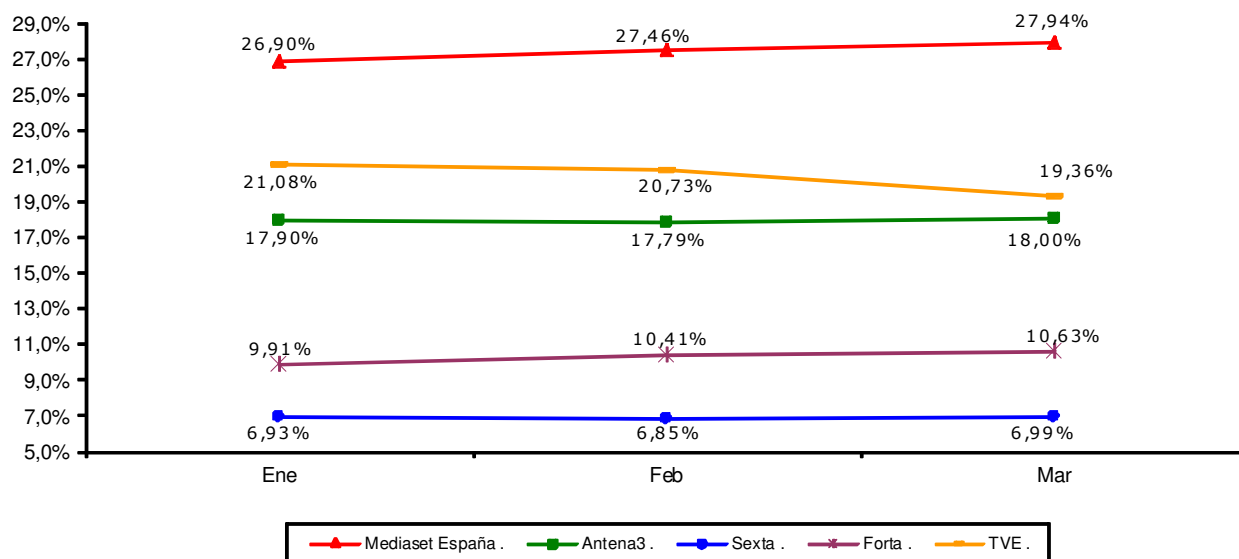
Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-marzo 2012 CONSOLIDADO

		1T2012	1T2011
Total Individuos	Total Día	27,4%	25,5%
	PRIME TIME	26,2%	24,0%
	DAY TIME	28,0%	26,3%
Target Comercial	Total Día	29,9%	27,6%
	PRIME TIME	28,3%	25,6%
	DAY TIME	30,8%	28,8%

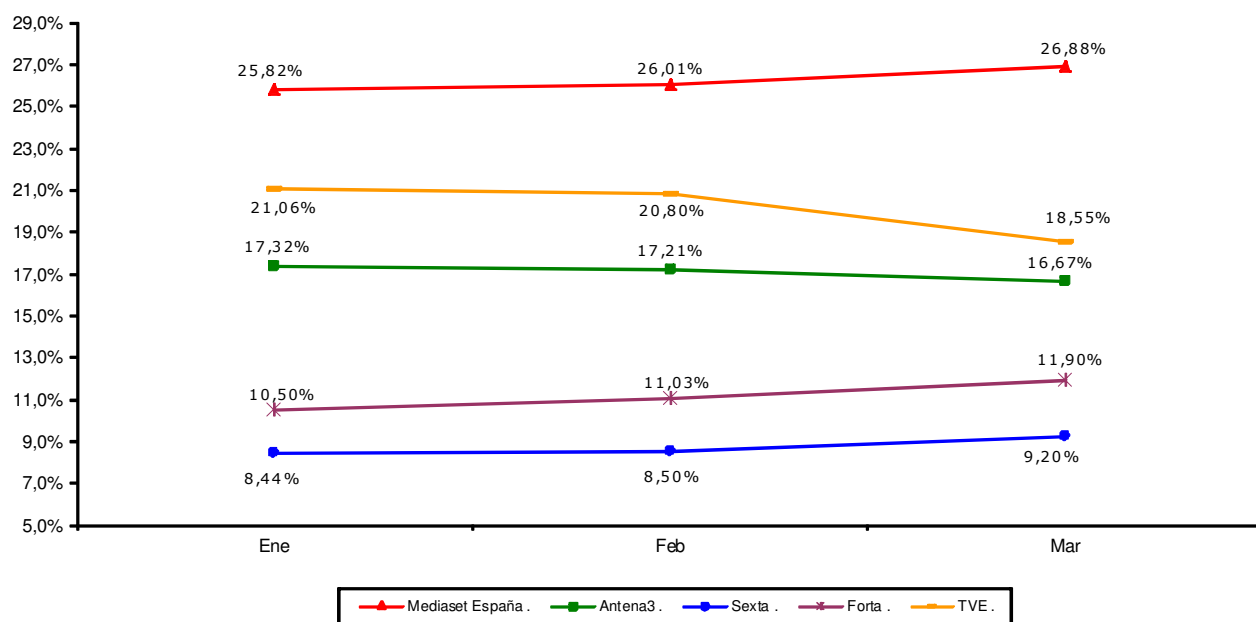
Los datos de audiencias en el primer trimestre de 2012 de Mediaset España, consolidan al Grupo como líder de las televisiones en España en el periodo. La audiencia en total día total individuos del Grupo, se sitúa en 27,4%, adelantando en 9,5 puntos al Grupo de canales de Antena3, que consigue un 17,9%.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Mediaset España tiene una cuota de 29,9%, lo que supone un promedio anual 11,1 puntos por encima del Grupo Antena3 (18,8%).

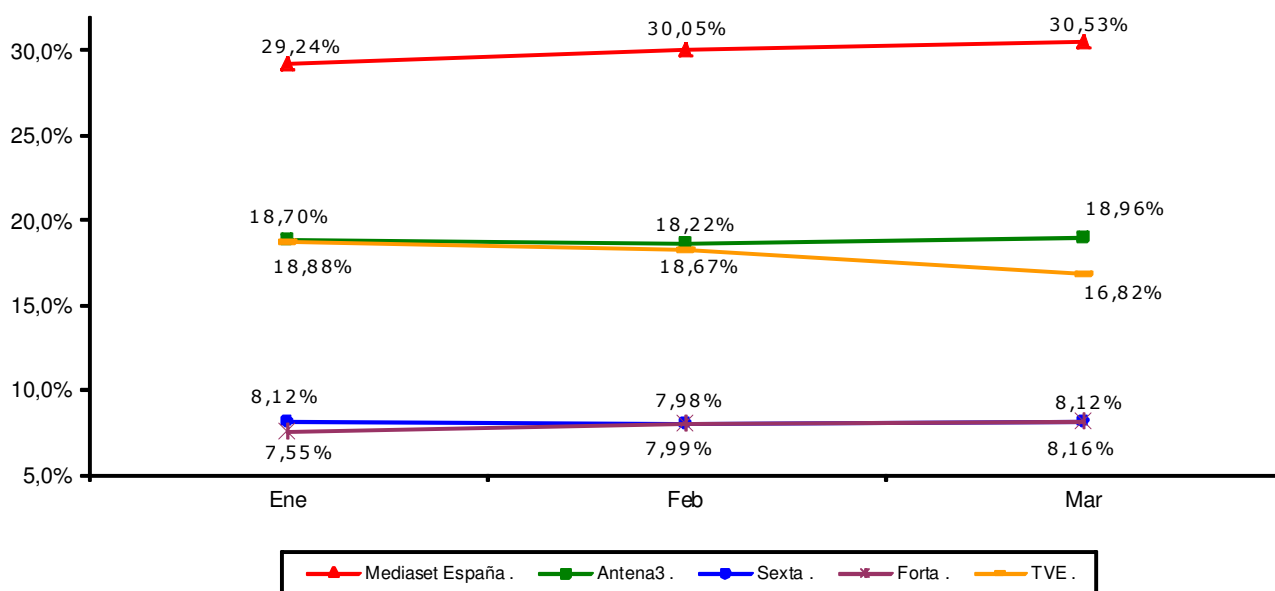
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en % por Grupos



Audiencias, Prime Time, Target Comercial en % por Grupos

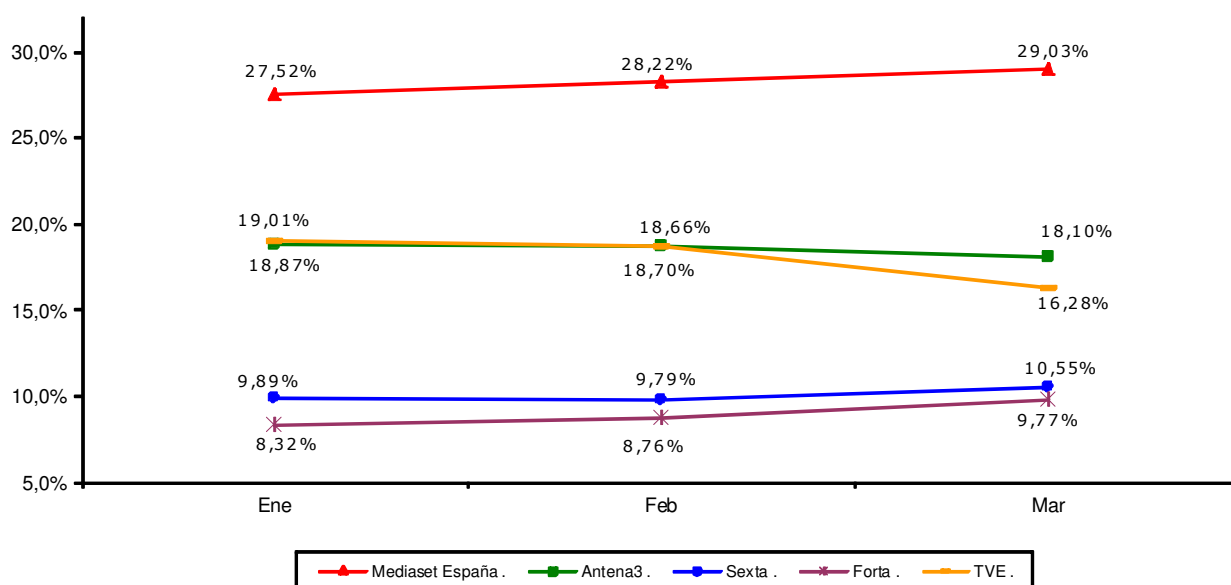


Tabla 8: Audiencia media CANAL Telecinco y Cuatro período enero-marzo 2012
TELECINCO Y CUATRO

	TL5		CUATRO	
	1T2012	1T2011	1T2012	1T2011
Total Individuos				
Total Día	13,8%	14,0%	6,2%	6,4%
PRIME TIME	13,5%	12,9%	6,0%	6,0%
DAY TIME	13,9%	14,6%	6,3%	6,6%
Target Comercial				
Total Día	13,5%	14,0%	7,8%	8,0%
PRIME TIME	13,1%	12,6%	7,4%	7,6%
DAY TIME	13,7%	14,7%	7,9%	8,2%

El canal Telecinco ha cerrado el primer trimestre de 2012 en primera posición entre los canales comerciales en total día total individuos, con un promedio del 13,8%, adelantando por 1,5 puntos a Antena3 (12,3%).

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco (13,5%) tiene un promedio anual 0,9 puntos por encima de Antena3 (12,6%).

Cuatro alcanza una cuota del 6,2% en total día, total individuos y el 7,8% en target comercial, 1,4 puntos y 2,0 puntos respectivamente por encima de su principal competidor La Sexta.

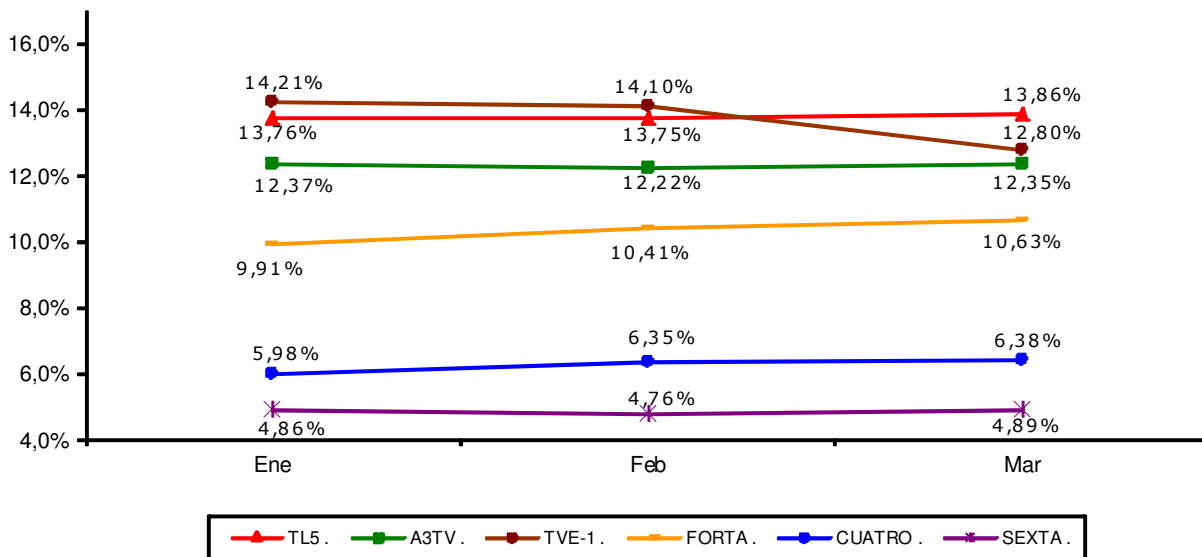
Telecinco continúa liderando en "prime time"⁵, total individuos con un promedio de 13,5% en el primer trimestre de 2012, a una distancia de 2,1 puntos de Antena3 (11,4%).

Cuatro alcanza una cuota del 6% en "prime time", total individuos

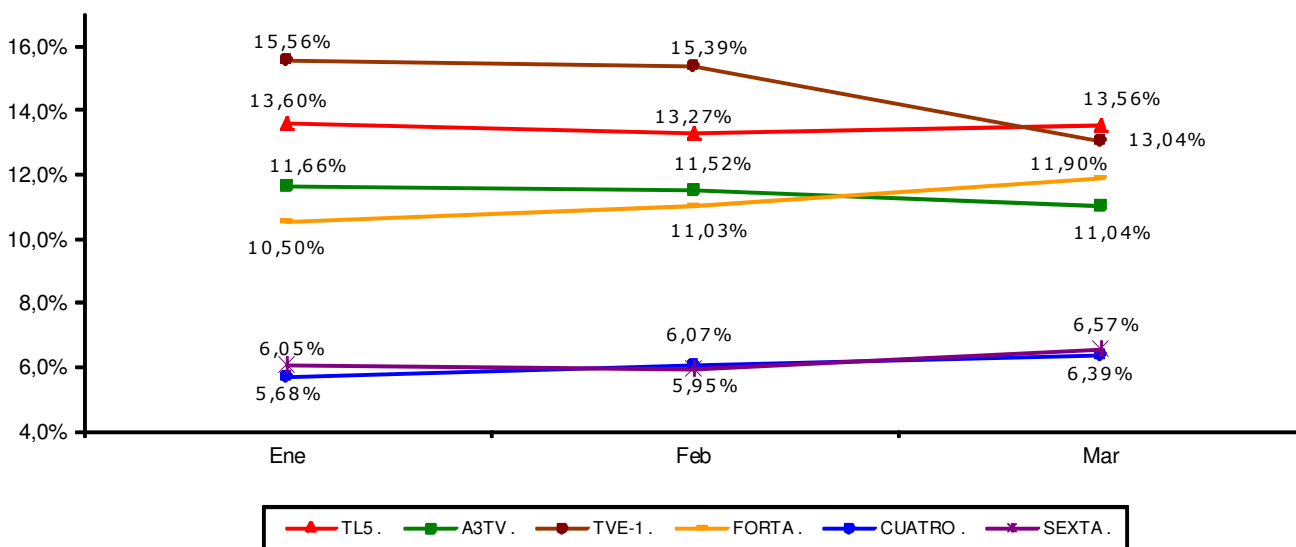
En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time, Telecinco y Cuatro mantienen el liderazgo en el primer trimestre de 2012, aumentando la distancia con sus competidores.

⁵ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

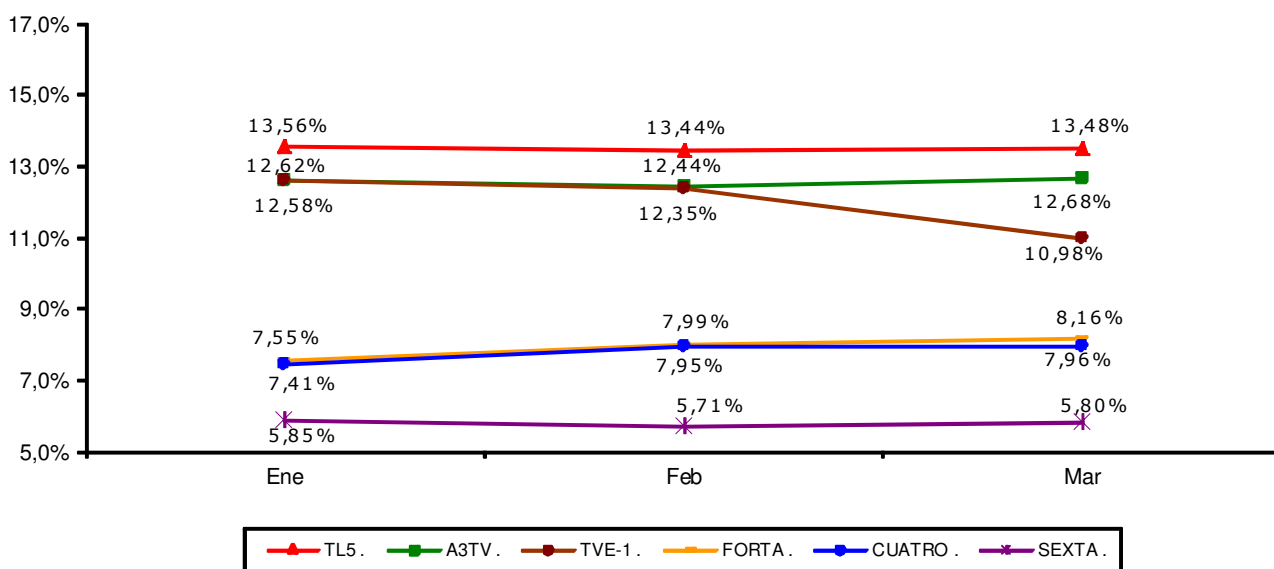
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



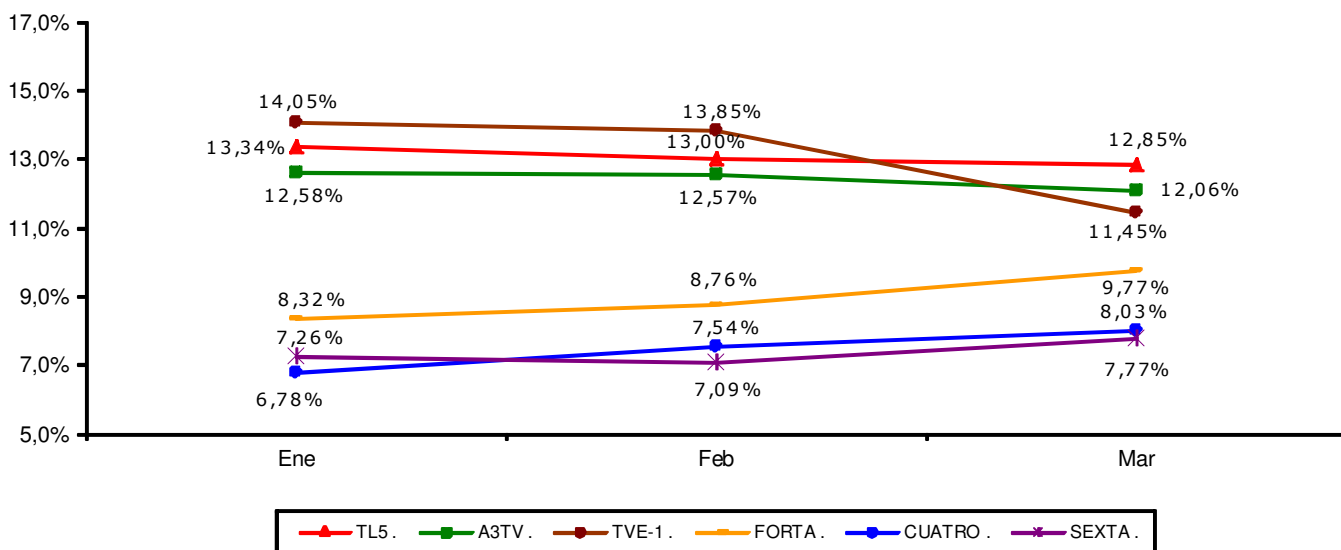
Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en %



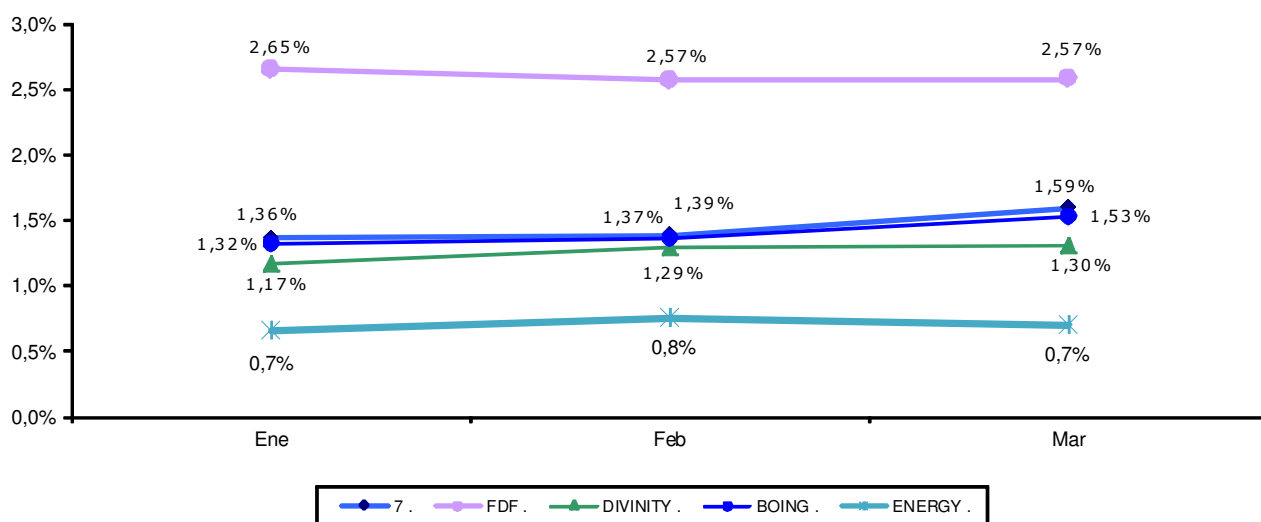
Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %



Durante los primeros tres meses de 2012 Mediaset España continúa la consolidación de los canales FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, el canal infantil BOING, el canal dirigido a público femenino DIVINITY, y el nuevo canal del grupo, ENERGY, dirigido al público masculino ampliando así la oferta según la estrategia multi-canal y con un enfoque de desarrollo de la identidad de cada canal, por género o por producto.

En el primer trimestre de 2012, FACTORIA DE FICCION ha alcanzado una cuota de audiencia en total día total individuos del 2,6%, LA SIETE del 1,4%, BOING ha conseguido un 1,4%, DIVINITY un 1,3% y el nuevo canal ENERGY, lanzado a principios de año, en tan sólo tres meses ha conseguido un buen resultado, aportando un 0,7% a la audiencia del grupo. En conjunto, los canales de segunda generación, suman ya una cuota total de 7,4%.

Audiencias, 24 horas, TDT %



Audiencias, Prime Time, TDT %

