

MEDIASET *españa.*

RESULTADOS TRIMESTRALES¹ Enero – Marzo 2011

Madrid, 5 de mayo de 2011

ÍNDICE:

1. Principales magnitudes y hechos destacados
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 y hechos destacados

- **Telecinco adapta su identidad corporativa a su nueva dimensión empresarial y se transforma en Mediaset España**

En la Junta General de Accionistas celebrada el 13 de abril de 2011, los accionistas de Telecinco aprobaron la adopción de una nueva marca corporativa para la compañía, que pasa a denominarse Mediaset España Comunicación, S.A. (en adelante Mediaset España). Una nueva identidad acorde a la nueva dimensión alcanzada por el mayor grupo audiovisual en nuestro país tras la adquisición del 100% de Cuatro y el 22% de Digital +, que agrupa a la familia de canales compuesta por Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, LaSiete, Boing y Divinity.

- **Mediaset España registra un EBITDA ajustado recurrente durante el primer trimestre del año de 63,90 millones de Euros y el nuevo grupo alcanza el 44% de cuota de mercado publicitario (+1,8% frente al último trimestre de 2010), en un contexto de volatilidad del mercado publicitario.**

De los resultados consolidados a 31 de marzo de 2011, destacamos:

1. El año 2011 comienza marcado por la volatilidad del mercado publicitario donde la visibilidad sobre la evolución de la recuperación publicitaria sigue siendo baja. Si bien, el ajuste de precios, iniciado en el primer trimestre del año 2010 tras la salida de TVE del mercado publicitario, continúa su curso.

Según el último informe de Infoadex, la inversión publicitaria en televisión en el primer trimestre de 2011 ha sido un 0,9% superior a la del mismo periodo del 2010, alcanzando los 589,9 millones de Euros, frente a los 584,7 millones en el primer trimestre de 2010, lo que representa una cuota del 50,4% del total de inversión publicitaria en medios convencionales, que ha tenido un decrecimiento del -1,0%. Mediaset España se mantiene líder, con una cuota en el primer trimestre de 2011 del 44,0%.

Los **ingresos totales netos de explotación** en el primer trimestre de 2011 alcanzan los 266,11 millones de Euros frente a los 286,91 millones de Euros del pro-forma del primer trimestre de 2010. Los Ingresos Publicitarios Brutos de los dos Multiplex de Mediaset España en el periodo suman 258,23 millones de Euros comparado con los 265,55 millones de Euros del pro-forma del primer trimestre de 2010, que fue el primer trimestre sin publicidad en TVE (lo que permitió el inicio de ajuste de precios del mercado y mayores ingresos de las televisiones comerciales al absorber a principios de 2010 la inversión que estaba destinada a TVE).

Los "Ingresos Publicitarios de Otros Medios" alcanzan 8,92 millones de Euros, frente a los 10,26 millones de Euros en el pro-forma del primer trimestre de 2010. Esto hace un "Total de ingresos brutos de Publicidad" de 267,15 millones de Euros. Los "otros ingresos" ascienden a 14,40 millones de Euros respecto a los 25,21 millones obtenidos en 2010. Esta minoración se debe principalmente a menores ingresos procedentes del cine, que en el primer trimestre de 2010 fueron superiores por la contribución de las películas "Agora", "Celda 211" y "Spanish Movie".

2. Los **costes operativos totales** de Mediaset España de 219,48 millones de Euros en el primer trimestre de 2011, han disminuido un 1,3% frente a los costes pro-forma de 2010. Durante el primer trimestre ya se empiezan a materializar las sinergias de costes operativos generadas 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 trimestre de 2011 como resultado de la integración con Cuatro. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado Recurrente**² alcanza el 24,0% frente al 20,2% en el mismo periodo de 2010. Este margen sitúa 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 elevada volatilidad del mercado publicitario.

3. El **resultado neto** a 31 de marzo de 2011 asciende a 40,07 millones de Euros, frente a los 50,43 millones del pro-forma del primer trimestre de 2010. 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 42,07 millones de Euros, con un margen sobre ingresos netos del 15,8%.
4. El **flujo libre de caja** en el primer trimestre del año alcanza 10,32 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 31 de marzo de 2011 es positiva por 1,45 millones de Euros, que incluye un préstamo de Mediaset al Grupo para la adquisición de Endemol.

² EBITDA después de consumo de derechos, excluidos los costes no recurrentes

6. La **audiencia** media del Mediaset España en el primer trimestre de 2011, en total individuos (total día), se sitúa en el 25,5%, adelantando en 8,7 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 14,0%, dato que sitúa a la cadena en primera posición de las cadenas comerciales, adelantando en 2,6 puntos a Antena3 (11,4%).

En cuanto a la audiencia media en target comercial³ (total día), el Mediaset España alcanza un 27,7%, 10 puntos por encima del Grupo Antena3 (17,7%). Teniendo en cuenta sólo la cadena Telecinco, la audiencia es de 14,0%, 2,4 puntos por encima de la audiencia de Antena3 (11,6%).

La cuota de audiencia de Cuatro alcanza el 6,4% en total individuos (total día) y el 8,0% en target comercial.

Respecto a los nuevos canales del grupo, FACTORIA DE FICCION, LA SIETE y BOING la evolución de las audiencias siguen marcando récords, situándose la suma de los tres canales en el 4,5% en el primer trimestre de 2011, en total día, total individuos y en 5,0% en target comercial.

Asimismo, durante el primer trimestre de 2011 se emitió el canal Gran Hermano 24horas que aportó al grupo 0,5 puntos de cuota en total día, total individuos y 0,6 puntos en target comercial.

Mediaset España consolida en 2011 su liderazgo entre las cadenas comerciales.

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 €	1T2011	Proforma 1T2010	Variación %	Reportado 1T2010
TOTAL INGRESOS NETOS	266,11	286,91	(7,2%)	211,99
Consumo de derechos	(50,25)	(58,96)	(14,8%)	(35,13)
Costes de personal	(27,03)	(27,26)	(0,9%)	(19,18)
Otros costes operativos	(124,94)	(142,73)	(12,5%)	(88,29)
EBITDA ajustado recurrente	63,90	57,95	10,3%	69,38
Costes no recurrentes	(12,46)	8,10	-	8,10
EBITDA ajustado	51,44	66,05	(22,1%)	77,48
Otras amortizaciones, provisiones	(2,81)	(1,51)	86,1%	(1,40)
Amortización PPA (provisional)	(2,00)	0,00	-	-
EBIT	46,63	64,54	(27,8%)	76,08
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	1,65	(11,28)	-	(11,29)
Resultado Financiero	2,50	1,58	57,7%	1,64
Beneficio antes de impuestos	50,78	54,84	(7,4%)	66,44
Impuesto de Sociedades	(10,66)	(6,80)	56,9%	(9,97)
Minoritarios	(0,04)	2,39	-	2,39
Beneficio Neto	40,07	50,43	(20,5%)	58,86
Beneficio Neto Ajustado	42,07	53,98	(22,1%)	62,41

El Beneficio Neto Ajustado en el primer trimestre de 2011 asciende a 42,07 millones de Euros, lo que supone un margen de 15,8% sobre ingresos.

La diferencia de 2,00 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe fundamentalmente al impacto de las amortizaciones de intangibles (al neto de los impuestos) 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

	1T2011	Proforma 1T2010	Variación %	Reportado 1T2010
Ingresos brutos de publicidad	267,15	275,81	(3,1%)	200,77
- Multiplex	258,23	265,55	(2,8%)	194,19
- Otros	8,92	10,26	(13,0%)	6,58
Descuentos	(15,44)	(14,11)	9,4%	(9,61)
Ingresos netos de publicidad	251,71	261,70	(3,8%)	191,16
Otros ingresos	14,40	25,21	(42,9%)	20,83
TOTAL INGRESOS NETOS	266,11	286,91	(7,2%)	211,99

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes al primer trimestre de 2011 han alcanzado 267,15 millones de Euros, frente al pro-forma del mismo periodo de 2010 de 275,81 millones de Euros.

Los **ingresos brutos de publicidad del 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 y BOING, alcanzan el total de 258,23 millones de Euros, respecto a los 265,55 millones del pro-forma de 2010.

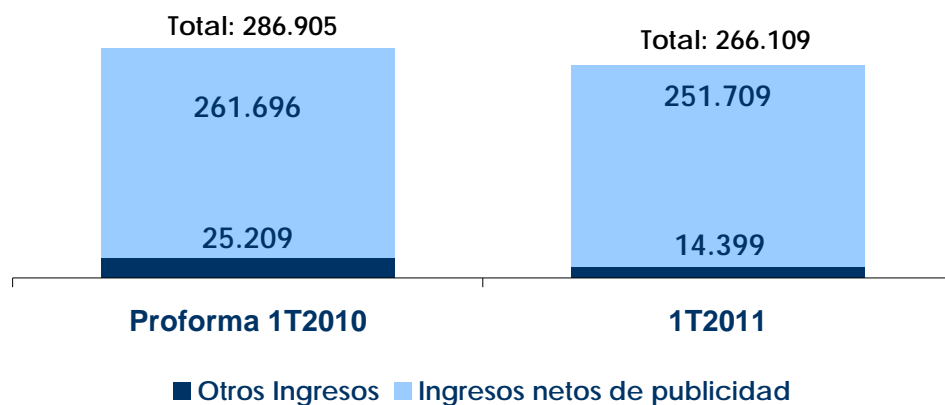
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 8,92 millones de Euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como canales temáticos, Internet y teletexto. La diferencia con el pro-forma de 2010 se explica fundamentalmente por la exclusión de canales de terceros 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 251,71 millones de Euros, frente a los 261,70 millones de Euros en el mismo periodo de 2010.

“**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 14,40 millones de Euros, siendo un 42,9% inferior a la cifra registrada en 2010, principalmente por los menores ingresos obtenidos de los derechos de las películas (en el primer trimestre de 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 266,11 millones de Euros, frente a los 286,91 millones de Euros del año anterior.

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



2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, a 31 de marzo de 2011, ascienden a 219,48 millones de Euros, lo que representa una disminución de 1,3% con respecto al importe pro-forma del mismo periodo de 2010. Esta disminución de costes se debe principalmente a la materialización de parte de las sinergias generadas por la integración con Cuatro y al impacto de un menor coste de las ventas por reducción de los ingresos por publicidad netos de los costes no recurrentes.

Si aislamos el impacto de los costes no recurrentes de reestructuración de personal (12,46 millones de Euros), de la amortización de PPA (2,0 millones de Euros) y de la reversión de una provisión en el primer trimestre de 2010 (8,10 millones de Euros), los costes habrían disminuido un 11,0%, lo que demuestra el potencial del nuevo grupo y la capacidad de gestionar sus costes para maximizar sus márgenes.

Tabla 3: Costes operativos

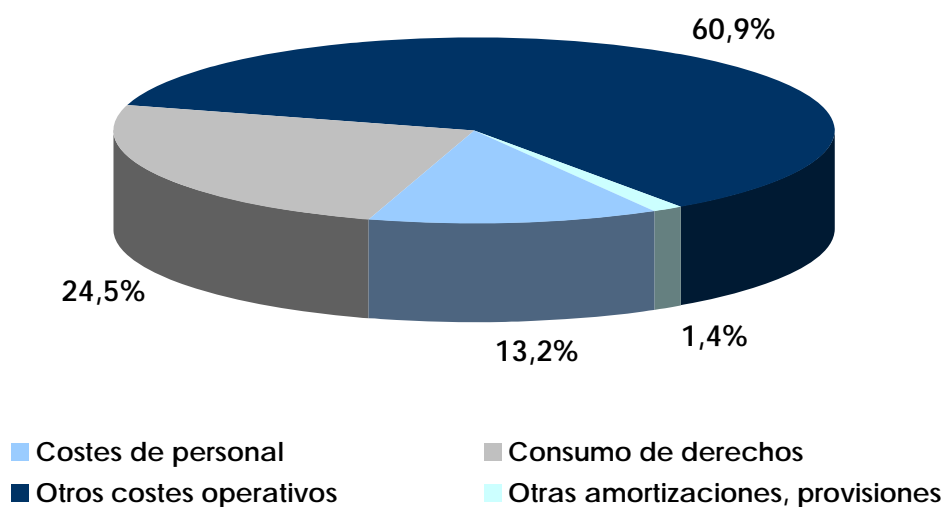
Millones de €	1T2011	Proforma 1T2010	Variación %	Reportado 1T2010
Costes de personal	27,03	27,26	(0,9%)	19,18
Consumo de derechos	50,25	58,96	(14,8%)	35,13
Otros costes operativos	124,94	142,73	(12,5%)	88,29
Total costes recurrentes	202,21	228,96	(11,7%)	142,61
Costes no recurrentes	12,46	(8,10)	-	(8,10)
Otras amortizaciones, provisiones	2,81	1,51	86,0%	1,40
Amortización PPA (provisional)	2,00	-	-	-
TOTAL COSTES	219,48	222,37	(1,3%)	135,90

La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. En el primer trimestre de 2011, el 91,5% de la programación del canal Telecinco corresponde a producción propia y el 8,5% a programación de derechos de terceros (frente al 87,2% y al 12,8% de 2010, respectivamente).

La parrilla de Cuatro tiene una composición diferente (59,3% producción propia; 40,7% producción externa)

En cuanto a los canales secundarios, la parrilla de LA SIETE está también dominada por los contenidos de producción propia (91,1%) respecto a los derechos de terceros (8,9%); el canal FACTORIA DE FICCION tiene un 40,3% de producción propia frente a un 59,7% de derechos de terceros y el canal infantil BOING, tiene casi la 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 63,90 millones de Euros, con un incremento del 10,3% respecto a al primer trimestre de 2010, representando un margen sobre ingresos netos del 24,0%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 46,63 millones de Euros, representando un margen sobre ingresos netos del 17,5%.

La capacidad de Mediaset España para gestionar los costes ha permitido incrementar el margen de EBITDA ajustado recurrente a través de ahorro de costes y de la materialización de sinergias de costes con Cuatro.

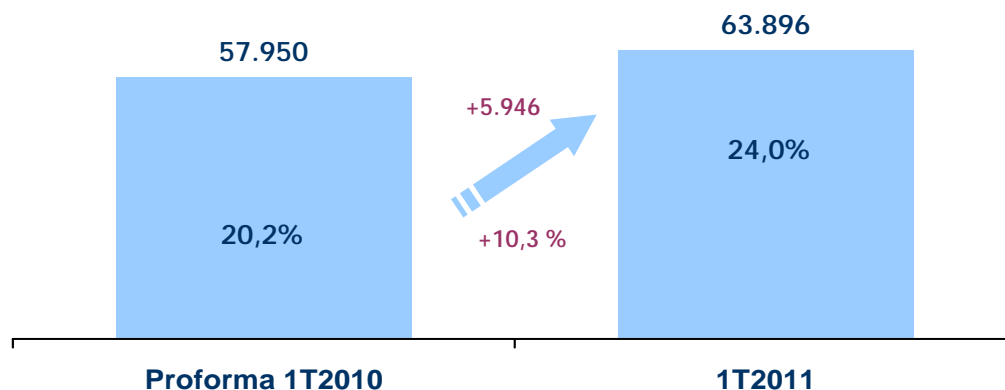
Tabla 4: Márgenes

Millones de €	1T2011	Proforma 1T2010	Variación %	Reportado 1T2010
Total ingresos netos	266,11	286,91	(7,2%)	211,99
EBITDA ajustado recurrente	63,90	57,95	10,3%	69,38
EBITDA ajustado	51,44	66,05	(22,1%)	77,48
EBIT	46,63	64,54	(27,8%)	76,08
Beneficio Neto	40,07	50,43	(20,5%)	58,86
Beneficio Neto Ajustado	42,07	53,98	(22,1%)	62,41
EBITDA aj. rec. / Total ingresos netos	24,0%	20,2%		32,7%
EBITDA aj. / Total ingresos netos	19,3%	23,0%		36,5%
EBIT / Total ingresos netos	17,5%	22,5%		35,9%
Beneficio Neto / Total ingresos netos	15,1%	17,6%		27,8%
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	15,8%	18,8%		29,4%

Los márgenes operativos (**EBITDA ajustado recurrente y EBIT**) en términos porcentuales se sitúan en el 24,0% y 17,5%, lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio en cuanto a la capacidad de sostenimiento de márgenes en un entorno volátil del mercado publicitario.

EBITDA ajustado recurrente (miles €)

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



2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 2,50 millones de Euros, debido principalmente a la ausencia de la deuda, junto con los intereses generados por el excedente de tesorería.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁴ asciende a 1,65 millones de Euros.

En el primer trimestre de 2011, no hay impacto de la participación Edam, la sociedad "holding" del Grupo Endemol, como consecuencia del write-off de la participación llevado a cabo en 2010.

2.5. Resultado del ejercicio

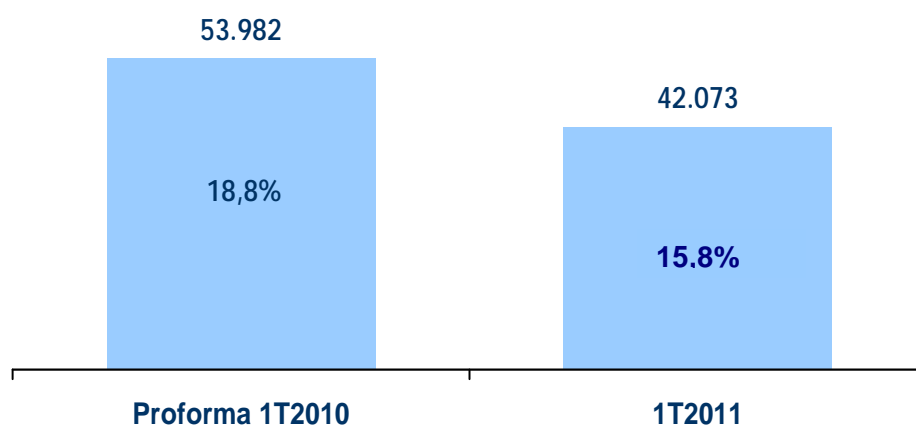
El **beneficio antes de impuestos y de minoritarios**, durante el primer trimestre de 2011 ha alcanzado los 50,78 millones de Euros frente a los 54,84 millones de Euros en el mismo periodo de 2010.

El **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 40,07 millones de Euros.

En condiciones homogéneas a las de 2010, el **resultado neto ajustado**, excluyendo el impacto neto de las amortizaciones de intangibles, mejoraría alcanzando los 42,07 millones de Euros.

Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 15,8% sobre los ingresos netos totales, lo que demuestra la capacidad de Mediaset España de resistencia del modelo de negocio ante un mercado publicitario volátil.

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



3. Generación de Cash Flow

⁴ 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 Mandarina S.L. (30% participación indirecta), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación indirecta), Arok Imagen S.L. (3% participación indirecta), Edam Acquisition Holding Coöp (33% participación indirecta).

El **flujo libre de caja operativo** en el primer trimestre de 2011 asciende a 10,32 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.

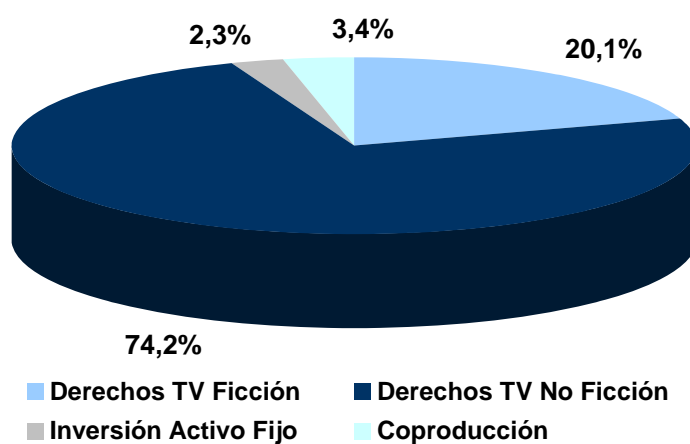
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	1T2011	Reportado 1T2010	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	40,12	56,47	(16,36)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	54,01	37,29	16,73
- Consumo Derechos	50,25	35,13	15,11
- Amortizaciones	3,77	2,15	1,61
Provisiones	1,04	(0,76)	1,80
Otros	0,21	12,47	(12,26)
CASH FLOW OPERATIVO	95,38	105,47	(10,09)
Inversión en Derechos	(94,10)	(57,44)	(36,66)
Inversiones, otras	(2,19)	(0,37)	(1,82)
Variación Fondo de Maniobra	11,24	27,85	(16,61)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	10,32	75,50	(65,17)
Movimientos Patrimonio	(0,34)	0,06	(0,40)
Inversiones financieras	19,52	(22,63)	42,15
Dividendos cobrados	0,00	0,00	0,00
Pago de Dividendos	0,00	(48,44)	48,44
Variación Neta de Tesorería	29,50	4,49	25,02
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	(28,05)	(156,01)	127,96
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	1,45	(151,52)	152,97

En 2010, la **inversión neta total** alcanzó los 96,3 millones de Euros.

Durante el primer trimestre de 2011 la inversión en producción ajena ha sido de 71,47 millones de Euros, en series de ficción nacional, 19,32 millones de Euros y en coproducciones cinematográficas 3,31 millones de Euros, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron €2,19 millones.

Inversión Neta 1T2011
96,3 millones €



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Marzo 2011	Diciembre 2010
Inmovilizado	1.120,48	1.149,78
- Inm. Financiero	1.065,90	1.094,89
- Otro Inmovilizado	54,58	54,88
Derechos y Anticipos	319,23	264,86
- Terceros	241,15	190,36
- Ficción	34,40	32,12
- Coproducción / Distribución	43,68	42,38
Impuesto Anticipado	151,51	154,05
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.591,22	1.568,69
Activo corriente	249,14	295,83
Activo financiero y tesorería	100,03	116,39
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	349,17	412,22
TOTAL ACTIVO	1.940,39	1.980,91
Fondos Propios	1.416,27	1.376,10
Provisiones	32,68	31,98
Acreedores no corrientes	7,64	0,75
Pasivo financiero no corriente	73,13	73,10
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	113,45	105,83
Acreedores corrientes	385,23	427,63
Pasivo financiero corrientes	25,44	71,34
TOTAL PASIVO CORRIENTE	410,67	498,97
TOTAL PASIVO	1.940,39	1.980,91

La evolución de la **librería** muestra estabilidad 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 trimestre de 2011 principalmente por un menor saldo de clientes como consecuencia de la estacionalidad inherente 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 de Cuatro.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, a 31 de marzo de 2011, la cifra de 1,45 millones de Euros positivos.

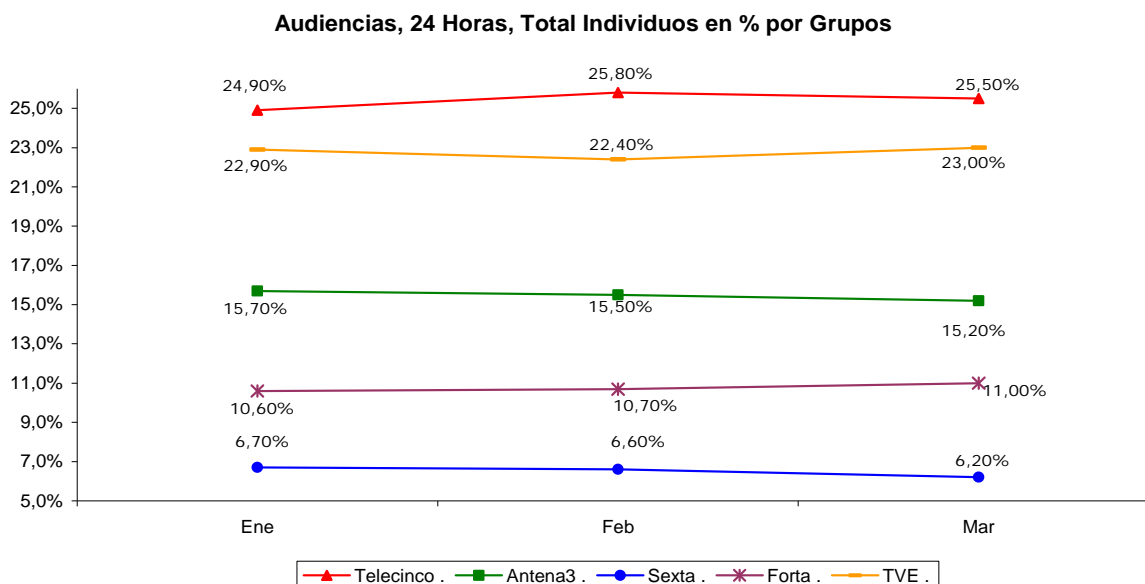
5. Evolución de la audiencia

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

1T2011		
Total Individuos	Total Día	25,0%
	PRIME TIME	23,6%
	DAY TIME	25,7%
Target Comercial	Total Día	27,1%
	PRIME TIME	25,1%
	DAY TIME	28,2%

Los datos de audiencias durante el primer trimestre de 2011 del nuevo Grupo, consolidan a Mediaset España como líder de las televisiones comerciales en el periodo. La audiencia en total día total individuos en el primer trimestre de 2011 del Grupo (incluyendo la audiencia del canal Gran Hermano 24horas con una aportación de 0,5 puntos), se sitúa en 25,5%, adelantando en 8,7 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 27,7%, (incluyendo la audiencia del canal Gran Hermano 24horas con una aportación de 0,6 puntos) lo que supone un promedio anual 10 puntos por encima del Grupo Antena3 (17,7%).



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en % por Grupos

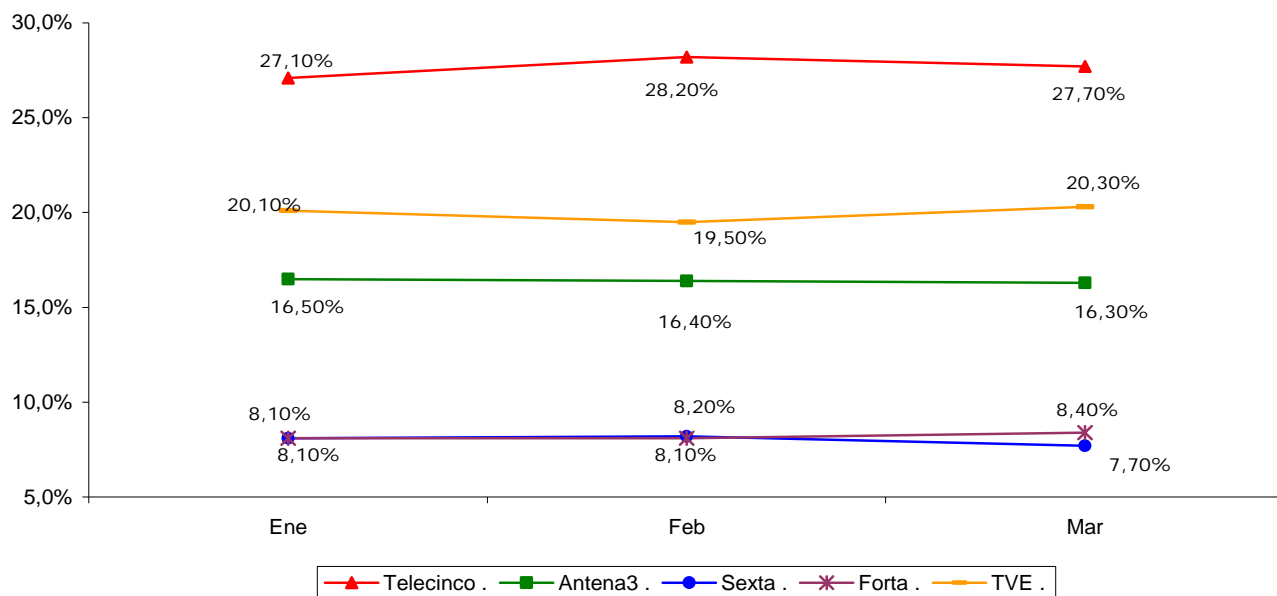


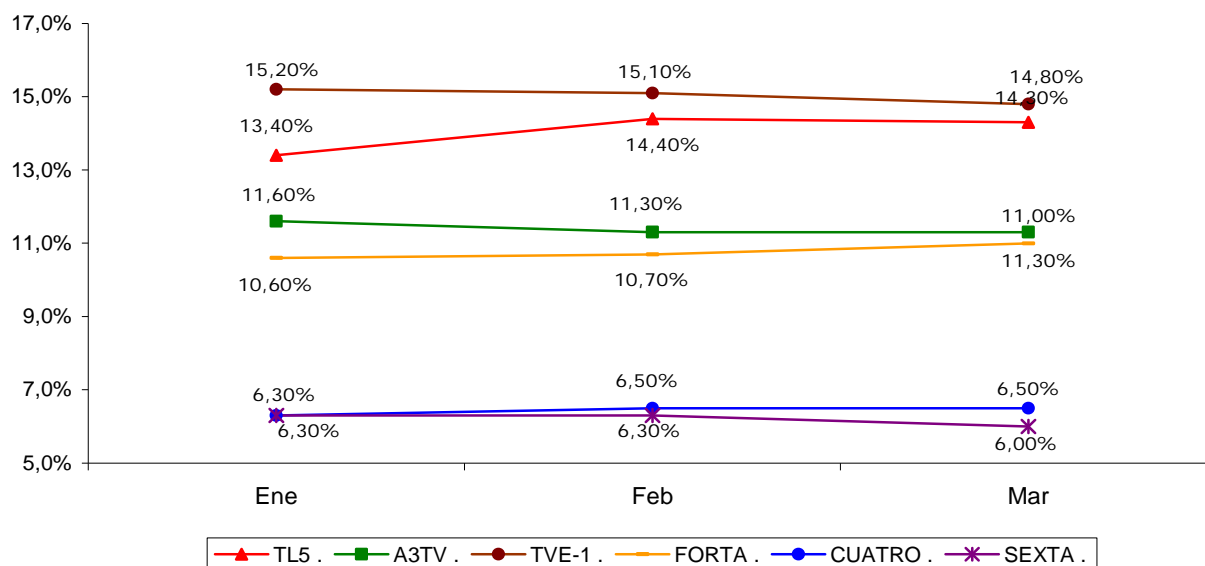
Tabla 8: Audiencia media CANAL Telecinco período enero-marzo 2011

	1T2011	1T2010
Total Individuos		
Total Día	14,0%	14,9%
PRIME TIME	12,9%	14,2%
DAY TIME	14,6%	15,2%
Target Comercial		
Total Día	14,0%	15,6%
PRIME TIME	12,6%	14,4%
DAY TIME	14,7%	16,3%

El canal Telecinco ha cerrado el primer trimestre de 2011 en primera posición entre los canales comerciales en total día total individuos, con un promedio del 14,0%, adelantando por 2,6 puntos a Antena3 (11,4%).

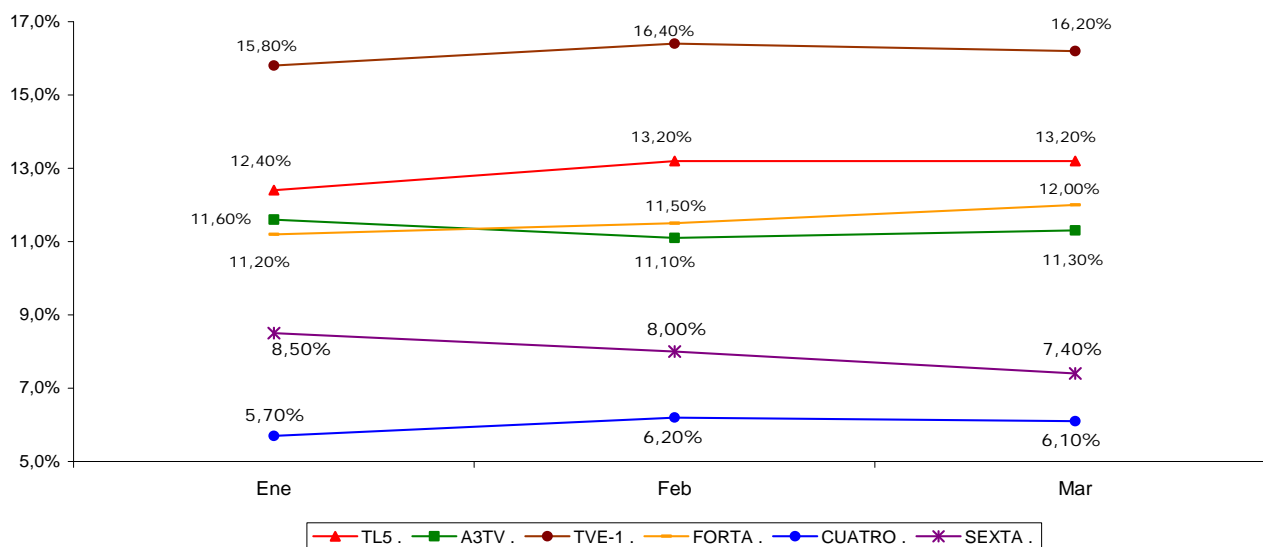
En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco (14,0%) tiene un promedio anual 2,4 puntos por encima de Antena3 (11,6%).

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



Telecinco continúa liderando en “prime time”⁵, total individuos con un promedio de 12,9% en el periodo, a una distancia de 1,6 puntos de Antena3.

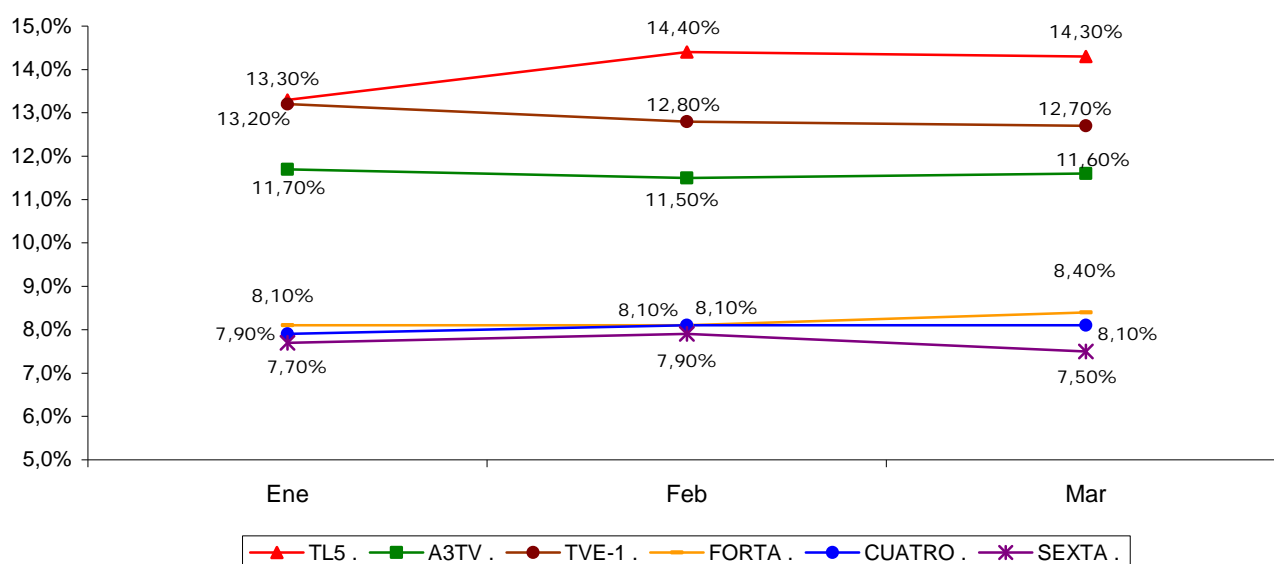
Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



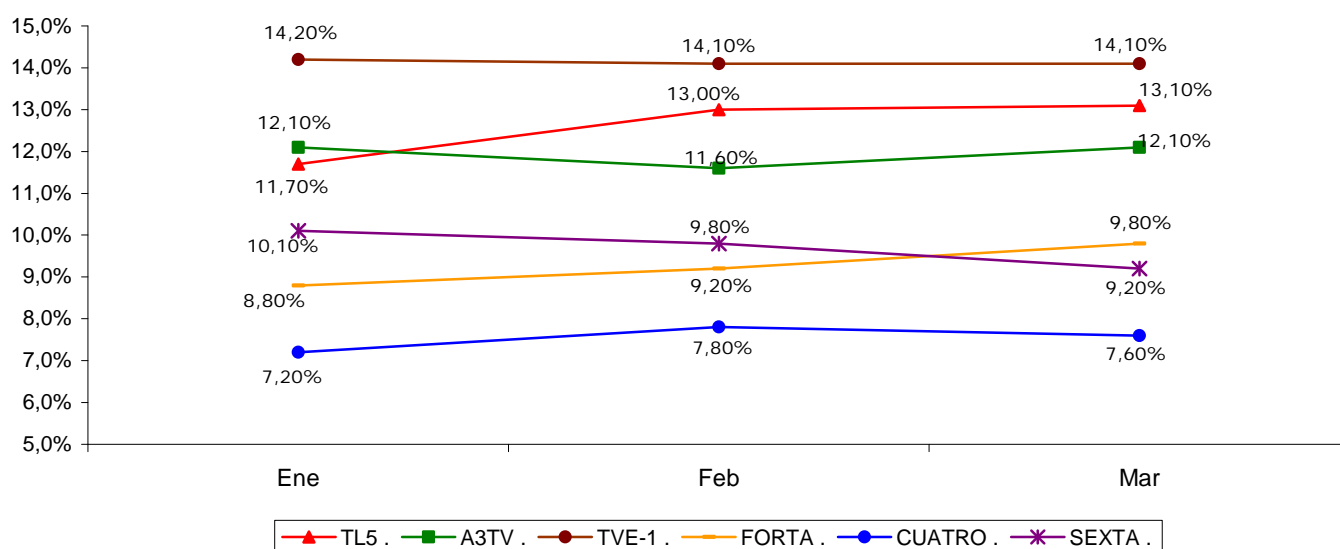
⁵ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

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 nuevos canales FACTORIA DE FICCION, LA SIETE y el canal infantil BOING.

En el primer trimestre de 2011 FACTORIA DE FICCION ha alcanzado una cuota de audiencia total día del 2,3%, LA SIETE del 1,4% y BOING ha conseguido un 0,8%, aportando en conjunto al grupo una cuota total de 4,5%.

Audiencias, 24 horas, TDT %

