

Madrid, 23 de febrero de 2022

Mediaset España obtiene un beneficio neto de 181M€ en 2021 y el Consejo de Administración propone a la Junta de Accionistas un plan de recompra de acciones propias por valor de 150M€

El Consejo de Administración ha aprobado presentar a la Junta General de Accionistas la renovación de Paolo Vasile como consejero delegado y el nombramiento de Borja Prado como presidente de la compañía.

Mediaset España eleva un 4,7% su facturación neta hasta 876,3M€ y lidera la inversión publicitaria en TV con una cuota de mercado del 43,2%. Los ingresos brutos de publicidad crecen un 9,8% hasta 833,6M€, de los que 806,6M€ corresponden a sus propios medios y 27,1M€ a los ajenos, partidas que crecen sobre 2020 un 8,7% y un 55,6%, respectivamente. Los ingresos netos de publicidad mejoran un 9,2% hasta 796,7M€.

Con unos costes operativos de 633,4M€, Mediaset España ha alcanzado un EBITDA de 243M€, con un margen sobre ingresos netos del 27,7%; y un EBIT de 225,3M€, con un margen sobre ingresos netos del 25,7%.

El Consejo de Administración de **Mediaset España** ha aprobado hoy las cuentas anuales del grupo correspondientes a 2021, que arrojan un **beneficio neto de 181M€**, cifra que supone un incremento del 1,3% respecto al resultado registrado en 2020 (178,7M€) y que fue ya de por sí extraordinario en el particular contexto de la pandemia. Esta cifra representa un margen sobre ingresos netos del 20,7%, así como un beneficio por acción de 0,58€. Por otra parte, **ha acordado proponer a la Junta General Ordinaria de Accionistas un programa de recompra de acciones propias por valor de 150 M€** con el límite legal del 10% del capital social.

Además, ante el reciente anuncio de **Alejandro Echevarría** de su intención de no continuar como presidente de este órgano por motivos personales a partir de la próxima Junta General de Accionistas, ha acordado proponer a **Borja Prado como nuevo presidente**. Asimismo, ha aprobado proponer la reelección de sus actuales consejeros, reduciendo de 12 a 11 sus miembros y amortizando así la vacante de **Echevarría, que pasará a ocupar la Presidencia de Honor de Mediaset España.**

Borja Prado es, tras Alejandro Echevarría, el consejero español más antiguo de Mediaset España. Tras ostentar la condición de consejero independiente durante 12 años, fue reelegido como consejero dominical en la Junta General de 2018. El Consejo de Administración ha considerado que su excelente trayectoria profesional

y empresarial y su amplia experiencia en el ámbito societario, hacen de él el candidato idóneo para desempeñar el cargo de presidente de la compañía.

Este nombramiento se efectuará formalmente en la primera reunión del Consejo de Administración que tenga lugar tras la celebración de la Junta General Ordinaria de Accionistas, prevista para el próximo mes de abril, en la cual **se reelegirá a Paolo Vasile como consejero delegado.**

A propósito del balance económico de resultados, **Paolo Vasile** afirma que se presenta *“un resultado inmejorable del segundo año de la crisis de esta pandemia que ha azotado nuestras vidas y nuestra actividad y que nos ha obligado a adaptarnos y emplearnos concienzudamente para sortear sus dificultades derivadas. Gracias a la profesionalidad y esfuerzo de toda la familia Mediaset España, siempre a la altura aún en las más adversas condiciones, no sólo hemos logrado mantener el resultado de 2020 sino que lo hemos mejorado hasta obtener un beneficio de 181 millones de euros. Agregando a esta cifra los 178,7 millones obtenidos en 2020, nos situamos en unos beneficios cercanos a los 360 millones de euros en los dos años de pandemia, un complicado contexto del que vamos vislumbrando su fin”*.

“El equilibrio de nuestra cuidada gestión de costes operativos y nuestra estrategia comercial y de contenidos arroja un balance, casi una gesta me atrevería a decir, de todas cuantas hasta ahora ha protagonizado Mediaset España, que nos permite afrontar con firmeza y determinación el futuro a la cabeza del sector audiovisual”, ha concluido Vasile.

Líder de la inversión publicitaria en televisión por decimoctavo año consecutivo

La **facturación neta del grupo** ha ascendido el pasado año a **876,3M€**, un **4,7% más** que la cifra obtenida en 2020, de 836,6M€. Los **ingresos brutos por publicidad** también se han incrementado, **un 9,8%, hasta 833,6M€**, frente a los 759,1M€ del año anterior, al igual que los **ingresos netos por publicidad**, que **han crecido un 9,2% hasta 796,7M€**, frente a los 729,3M€ registrados en 2020.

La comercialización publicitaria de los **Medios Propios** ha generado **806,6M€** de ingresos, **un 8,7% más** interanual, un crecimiento que pone de manifiesto la capacidad de la compañía a la hora de rentabilizar su audiencia y su sólido liderazgo en jóvenes y *target* comercial.

También ha registrado un sustancial incremento por la venta de publicidad para **Medios Ajenos**, con **un 55,6% interanual más hasta los 27,1M€**.

Mediaset España **ha vuelto a liderar por decimoctavo año consecutivo la inversión publicitaria en televisión** con una cuota de mercado del 43,2%, según datos de Infoadex.

En lo que respecta a **‘Otros ingresos’**, que incluyen principalmente los procedentes de la estrategia de venta a terceros de la distribuidora Mediterráneo

Mediaset España Group, los de la plataforma digital de suscripción Mitele PLUS y los generados por la filial de producción cinematográfica Telecinco Cinema, el grupo ha obtenido **79,6M€**.

Los **costes totales** del grupo en 2021 se han situado en **633,4M€, un 8,5% más** que en 2020 (584M€), año marcado por el parón generalizado en la producción audiovisual más allá de los contenidos en directo a causa del confinamiento y las restricciones derivadas de la pandemia y en el que se aplazó la celebración de la Eurocopa de Fútbol a 2021, computándose por tanto sus costes en dicho ejercicio.

Como resultado, Mediaset España ha registrado un **EBITDA de 243M€**, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 27,7%; y un **EBIT de 225,3M€**, equivalente a un margen sobre ingresos netos del 25,7%.

Por último, el grupo ha logrado una **generación de caja de 252M€, 51,1M€ más** que el año anterior, y ha cerrado 2021 con una **posición financiera neta positiva de 266,3M€, 143M€ más** que al cierre de 2020.

Líder de audiencia en televisión y en digital

Mediaset España ha cerrado 2021 como el grupo audiovisual **líder de audiencia de televisión lineal y digital**. En lo que respecta a la televisión lineal, ha sido el **grupo más visto por undécimo año consecutivo** con un 28,2% en total individuos, creciendo hasta el 30,6% en el público cualitativo y hasta el 31,8% en el público de 13-54 años. Además, ha emitido el **evento televisivo del año**, la Eurocopa de Fútbol, convertido en el mejor escaparate para los anunciantes al acoger el 100% de los spots más vistos de 2021.

Telecinco (14,9%) ha sido la cadena **líder por décimo año consecutivo** y por vigésimo segunda ocasión entre las televisiones comerciales con su dato más alto desde 2009, además de ser la opción preferida del **target comercial (15,5%)** y del segmento **13-54 años (15,6%)**. **Cuatro (5,3%)** ha vuelto a destacar por la fortaleza de su perfil comercial con un 6,1% en el segmento más demandado por los anunciantes y con un 6,9% entre los jóvenes de 25-34 años. El conjunto de los **canales temáticos (8,1%)** ha sumado su noveno triunfo anual consecutivo con **Factoría de Ficción (2,4%)** como el más visto de 2021.

En el **ámbito digital**, Mediaset España ha cerrado un **2021 histórico** en consumo de vídeo situándose como el **medio de comunicación más visto** con una nueva cifra **récord de 6.171M de reproducciones** acumuladas en todos sus soportes. El grupo también ha firmado su **máximo histórico de tráfico** con un promedio mensual de **19,4M de usuarios únicos**. **Mitele** ha firmado sus mejores marcas históricas tanto en consumo de vídeo, con 3.371M de visualizaciones que la han situado como la **plataforma de televisión líder**, como en tráfico, con una media de 2,9M de usuarios únicos al mes. **Telecinco.es** ha sido el **canal de TV más visto y visitado** del año también con cifras récord: 1.707M de vídeos vistos y una media mensual de 11,1M de usuarios únicos.

Fuentes: Datos TV: Kantar Media. Datos Digital: elaboración propia a partir de los datos de MyMetrix Multiplataforma y Videometrix Multiplataforma de ComScore.