



Grupo Prisa

Resultados Semestrales

Enero- Junio 2010

21 de julio de 2010

ENERO- JUNIO 2010

PRISA ALCANZÓ UN EBITDA DE 292,49 MILLONES DE EUROS EN EL PRIMER SEMESTRE.

EL BENEFICIO NETO FUE DE 60,88 MILLONES DE EUROS CON UN CRECIMIENTO DEL 123,6%.

Mejora de los márgenes de EBITDA (18,5%) y EBIT (12,4%) frente al 17,8% y 10,9% del ejercicio anterior.

- >> El Grupo tuvo un **incremento de los ingresos publicitarios de un 9,8%**. Destaca el área **Audiovisual**, con un crecimiento del 14,5% y la **Radio**, con un crecimiento del 11,2%. Los ingresos publicitarios del Grupo procedentes de la actividad **Digital** se incrementan en un 24,3%.
- >> **Santillana** obtuvo un crecimiento de sus ingresos del 7,8% alcanzando los 300,06 millones de euros. Destaca el crecimiento de su EBITDA en un 12,2% hasta los 73,22 millones de euros. El **margen de EBITDA** mejora del 23,4% hasta el 24,4%.
- >> La **Radio** incrementa su facturación en un 8,1% hasta alcanzar los 197,47 millones de euros y contribuye con 51,43 millones de euros al EBITDA que reflejó un crecimiento del 19,3%. Los márgenes mejoran significativamente. La radio **internacional** mostró un crecimiento en sus ingresos del 35,8% y sus ingresos publicitarios se incrementaron un 39,8%. Según **la segunda ola del EGM de 2010** la Cadena SER, con **4.688.000 oyentes**, revalida su liderazgo entre las emisoras de radio españolas en todas las franjas horarias.
- >> **El País** en el primer semestre de 2010 tuvo una difusión media diaria de 383.655 ejemplares. Obtuvo un **EBITDA** de 18,92 millones de euros, con un margen de EBITDA del 13,2% y su beneficio neto alcanzó los 9,63 millones de euros.
- >> El área **Audiovisual** obtuvo unos ingresos de 860,13 millones de euros y un EBITDA de 139,66 millones de euros, con un margen EBITDA del 16,2%. **Digital +** obtuvo unos ingresos de 567,24 millones de euros y un EBITDA de 131,91 millones de euros. Su margen de EBITDA mejora hasta alcanzar el 23,3%, frente al 21,0% en el primer semestre de 2009. **Canal+ Liga** superaba a 30 de junio de 2010 los 800.000 abonados.
- >> En los últimos meses se ha visto **un cambio positivo en la tendencia de abonados de Digital+**, alcanzando en el mes de junio altas netas positivas. Esta tendencia positiva hubiera incluso mejorado si no se hubiera producido un retraso respecto a las expectativas iniciales en la venta a otras plataformas, si bien se han cerrado durante este período acuerdos con Jazztel y Telecable que han tenido muy buen comportamiento y continúan las conversaciones para cerrar con el resto de operadores.
- >> En el área **Digital**, el Grupo alcanza **45,75 millones de usuarios únicos** mensuales de media en el primer semestre de 2010, lo que supone un crecimiento del 24,4% respecto al primer semestre de 2009. Destaca el crecimiento de As.com (+44,4%), ElPais.com (+9,1%), donde casi el 30% de los usuarios únicos son internacionales y Los40.com (+28,3%). Los usuarios únicos de Media Capital se incrementan en un 14,0% hasta los 6,16 millones. **Los ingresos del Grupo procedentes de la actividad Digital se incrementan un 16,1%**.
- >> Fuerte **control de gastos**: reducción del 6,8% frente al primer semestre de 2009.
- >> Los **intereses de financiación** (59,40 millones de euros) disminuyen en un 38,8%.
- >> Los **ingresos del área internacional** se incrementan en un 8,7%.
- >> Prisa firma un acuerdo con **Liberty** (Liberty Acquisition Holdings Corp.- NYSE AMEX: LIA, LIA.U, LIA.WS) para la entrada de inversores internacionales en su capital.
- >> Prisa firma con todos sus bancos acreedores un **acuerdo de refinanciación** de su deuda.

Los **acuerdos estratégicos** alcanzados en el primer semestre de 2010 son los siguientes:

- >> **Prisa firma un acuerdo con Liberty Acquisition Holdings Corp. (Liberty) para la entrada de inversores internacionales en su capital.** La operación cierra el plan de reestructuración financiera e impulsa la internacionalización del Grupo Prisa y su mayor apertura a los mercados financieros internacionales. El accionista de referencia de Prisa **mantendrá el control** y se garantiza la **continuidad de la gestión**. El Grupo lanzará una ampliación dineraria de capital adicional para sus accionistas minoritarios para permitirles participar en esta operación.
- >> **Prisa firma con todos sus bancos acreedores un acuerdo de refinanciación de su deuda financiera,** que contempla la ampliación del plazo de vencimiento del crédito puente hasta mayo de 2013 y prevé la incorporación de socios estratégicos mediante desinversiones minoritarias en determinadas filiales y el reforzamiento de su estructura de capital, lo que denota el apoyo de las instituciones financieras a los planes del Grupo.

Otros **acontecimientos importantes**:

- >> **Prisa firma la venta del 25% de Santillana** a DLJ South American Partners LP. Esta operación ha supuesto para Prisa una entrada de caja de 279 millones de euros, valorándose el grupo editorial en 1.116 millones de euros.
- >> La operadora de telecomunicaciones **Jazztel** y la plataforma de televisión de pago **Digital+** lanzan una oferta combinada de **triple play**. Adicionalmente, Sogecable llega a un acuerdo para la emisión de **Canal+** a través de la plataforma de televisión de **Telecable**.
- >> **Prisa y Telecinco** formalizan la integración de Cuatro y Telecinco y la venta del 22% de Digital+.
- >> El Juzgado de Primera Instancia nº 36 de Madrid ordena a Mediapro pagar 105 millones de euros a **AVS**, filial de Sogecable, más 31 millones de intereses y gastos del proceso y **devolver los derechos de los clubes de fútbol** de Primera y Segunda División de la Liga española a AVS. Tras la declaración de insolvencia y concurso de acreedores por parte de Mediapro, AVS ha solicitado a los administradores concursales nombrados por el Juez la restitución de dichos derechos audiovisuales de los clubes de fútbol.
- >> **Santillana** lanza junto con otras seis editoriales **Librandia**, la mayor plataforma española de distribución de libros electrónicos.
- >> **Prisa** alcanza el 30,9% de participación en **V-me Media Inc**, cuarto operador de televisión del mercado hispano de Norteamérica.

Variaciones en el **perímetro de consolidación**:

- >> **V-me Media Inc.** comienza a consolidarse por el método de la participación.

CUENTA DE RESULTADOS

Millones de euros	ENERO - JUNIO		
	2010	2009	Var. %
Ingresos de explotación	1.577,30	1.677,68	(6,0)
EBITDA	292,49	298,73	(2,1)
EBIT	196,04	182,52	7,4
Resultado Financiero	(86,01)	(114,06)	24,6
Gastos por intereses de financiación	(59,40)	(97,02)	38,8
Otros resultados financieros ¹	(26,61)	(17,04)	(56,2)
Resultado de sociedades por puesta en equivalencia y de otras inversiones	(3,43)	(7,67)	55,3
Resultado antes de impuestos	106,60	60,80	75,3
Impuesto sobre sociedades	(28,58)	(27,63)	(3,4)
Resultado de operaciones en discontinuación	(0,09)	(1,97)	95,6
Resultado atribuido a socios externos	(17,05)	(3,96)	-
Resultado Neto	60,88	27,23	123,6
Margen EBITDA	18,5%	17,8%	
Margen EBIT	12,4%	10,9%	

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

Los ingresos de explotación alcanzan los 1.577,30 millones de euros, frente a 1.677,68 millones de euros obtenidos en primer semestre del ejercicio anterior. Esta magnitud representa una reducción del 6,0%, la cual incluye el cambio en el modelo de comercialización del fútbol. Excluyendo el impacto derivado del cambio en el modelo de comercialización del fútbol, **los ingresos de explotación del Grupo se habrían incrementado un 1,6%**.

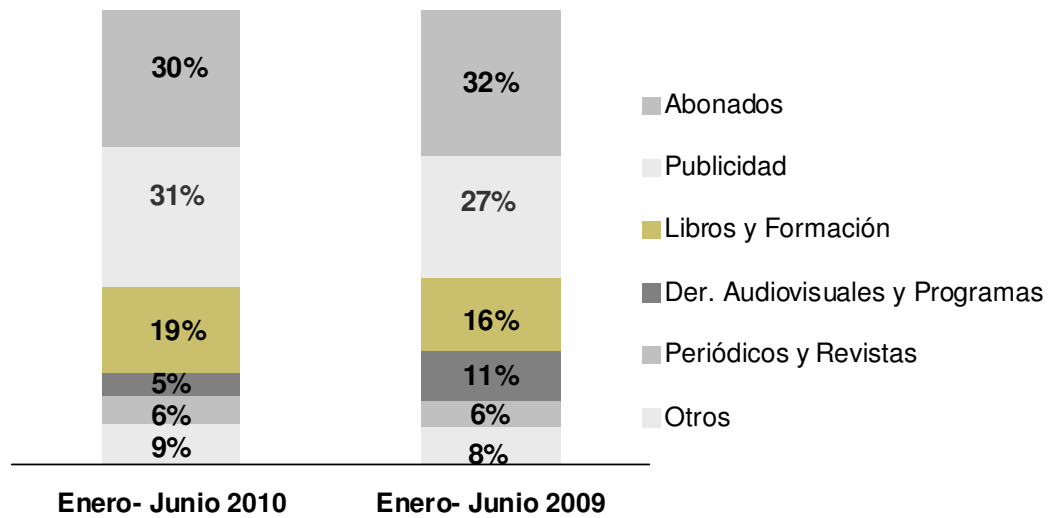
Por **línea de actividad**, el desglose es el siguiente:

Millones de euros	ENERO - JUNIO		
	2010	2009	Var. %
Publicidad	494,29	450,11	9,8
Libros y formación	293,24	271,55	8,0
Periódicos y revistas	90,26	97,30	(7,2)
Ingresos de abonados	465,44	529,83	(12,2)
Producción audiovisual	75,44	190,62	(60,4)
Ingresos procedentes del inmovilizado	0,24	3,88	(93,7)
Otros ingresos ²	158,39	134,40	17,9
Total ingresos de explotación	1.577,30	1.677,68	(6,0)

¹ Incluye: diferencias de cambio, ajustes por inflación, variaciones de valor de instrumentos financieros, resultados por liquidaciones de coberturas, ingresos de inversiones financieras temporales y otros resultados financieros.

² Incluye: prestación de servicios de atención telefónica, prestación de servicios de transmisión, prestación de servicios de publicidad, prestación de servicios de comercialización de revistas, prestación de servicios de distribución, eventos, ventas de música, venta de comercio electrónico, servicios de Internet, promociones y colecciones, arrendamientos y otros ingresos.

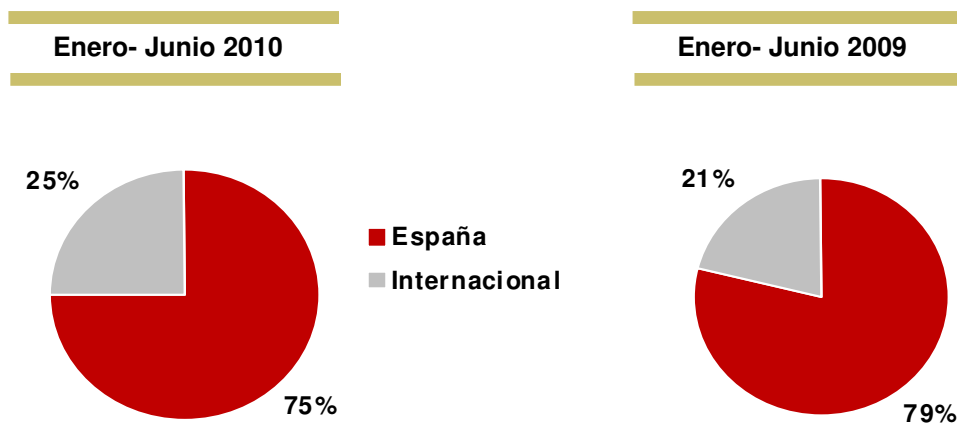
La contribución de las diferentes líneas de actividad es la siguiente:



En términos comparativos, la composición de los ingresos por línea de actividad refleja el incremento de la contribución de la actividad de libros y formación del 16% al 19%.

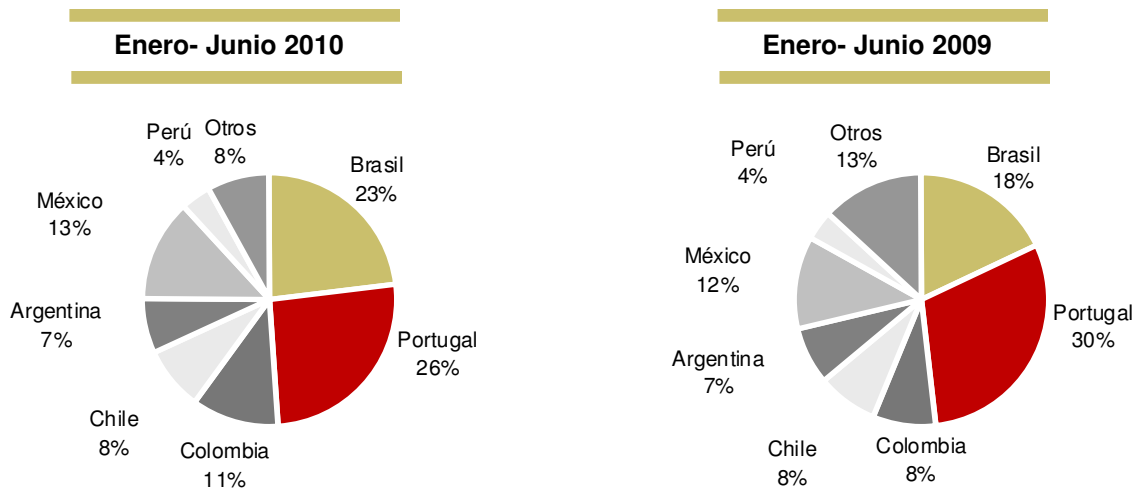
Por negocios, el área Audiovisual representó el 54,5% de los ingresos de explotación, siguiendo en importancia Educación (19,0%), Prensa (13,1%) y Radio (12,5%).

Procedencia geográfica de los ingresos:



En el primer semestre del ejercicio, un 25% de los ingresos procede del área internacional, de los cuales un 60% corresponde a Santillana, un 25% a Media Capital y el resto a la radio internacional.

En el área internacional los ingresos por países son los siguientes:



En términos de países, destaca la contribución de Brasil y Portugal (49% del total). En su conjunto el área internacional mantiene un ritmo de crecimiento importante, registrando un incremento de ingresos del 8,7%.

➤ Publicidad

Los **ingresos de publicidad** (494,29 millones de euros) **han crecido en un 9,8%** respecto al primer semestre de 2009.

El área **Audiovisual** incrementa sus ingresos publicitarios en un 14,5%, con un 22,2% de crecimiento en **Cuatro**.

La **Radio** crece un 11,2%. **Radio Internacional** crece un 39,8% y **Radio España** un 2,3%.

La **Prensa** crece un 4,9%. Destaca el crecimiento del 61,5% de los ingresos publicitarios de **Diario AS**.

En términos geográficos, los ingresos publicitarios procedentes del **área internacional** se incrementan en un 11,8% y los procedentes del **área nacional** un 9,1%.

La evolución de los ingresos publicitarios en el primer semestre del ejercicio 2010 es la siguiente:

Millones de euros	ENERO - JUNIO		
	2010	2009	Var. %
Audiovisual	236,90	206,89	14,5%
Sogecable*	163,59	134,49	21,6%
Cuatro	163,77	133,98	22,2%
Digital+	9,11	8,15	11,8%
Ajustes de consolidación	(9,29)	(7,64)	(21,5%)
Media Capital	73,31	72,40	1,2%
Radio	171,94	154,69	11,2%
Radio España	118,64	116,02	2,3%
Radio Internacional	51,50	36,84	39,8%
Música	1,86	1,84	1,0%
Ajustes de consolidación	(0,06)	(0,01)	---
Prensa	90,85	86,59	4,9%
El País	67,38	66,63	1,1%
AS	12,02	7,44	61,5%
Cinco Días	4,82	4,75	1,5%
Revistas **	6,74	6,56	2,7%
Prensa Internacional***	---	2,27	---
Ajustes de consolidación	(0,10)	(1,05)	---
Digital****	0,39	5,21	(92,5%)
Otros	0,37	0,14	166,9%
Ajustes de consolidación	(6,16)	(3,41)	(80,6%)
TOTAL	494,29	450,11	9,8%

* Se han detallado las eliminaciones y ajustes de consolidación entre los segmentos de actividad de Sogecable. La información del ejercicio anterior se ha modificado a efectos comparativos.

** Revistas incluye la actividad de Dominical.

*** Prensa Bolivia contribuye a la cuenta de resultados hasta septiembre de 2009.

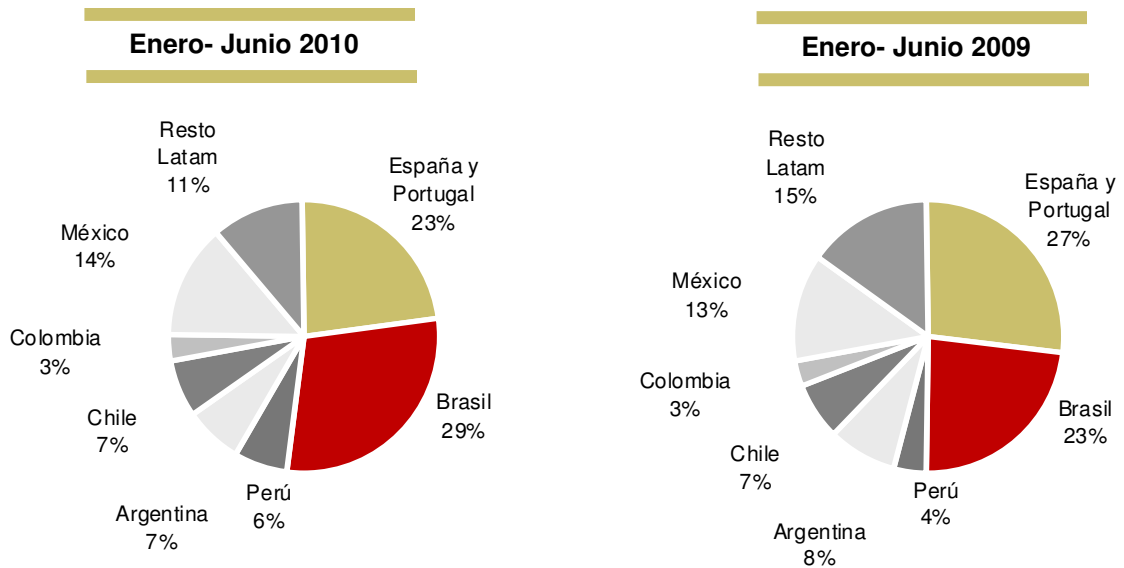
**** En los últimos meses el Grupo se encuentra en un proceso de transferir sus webs a sus respectivas unidades de negocio. En términos homogéneos, los ingresos publicitarios del Grupo procedentes de la actividad Digital se han incrementado en un 24,3%.

➤ Libros y formación

Los ingresos de libros y formación han aumentado un 8,0% (293,24 millones de euros frente a 271,55 millones de euros en el primer semestre de 2009).

Destaca el crecimiento en **Brasil** (+37,2%), **Perú** (+20,4%), **Colombia** (+16,4%), **México** (+13,1%), **Chile** (+7,6%) y **Argentina** (+2,8%).

Distribución geográfica de los ingresos:



➤ **Periódicos y revistas**

Los ingresos de la **venta de periódicos y revistas** alcanzan los 90,26 millones de euros frente a los 97,30 millones de euros del primer semestre de 2009 (disminución del 7,2%).

El País, con una difusión media diaria de 383.655 ejemplares, **revalida su liderazgo** absoluto entre la prensa de pago en España y eleva la distancia sobre su más directo competidor. Registra un EBITDA de 18,92 millones de euros y un beneficio neto de 9,63 millones de euros. Ambas magnitudes contrastan con la caída que están experimentando la mayoría de los diarios a nivel mundial. El País es uno de los muy pocos diarios de referencia en el mundo que continúa en beneficios.

En el mes de abril de 2010, **El País** incrementó el precio de careta del domingo en 0,30 € hasta los 2,50 €.

AS, con una difusión media diaria de 204.792 ejemplares, refuerza su liderazgo en la Comunidad de Madrid y Barcelona. AS mejoró sus ingresos en un 14,3% y su EBITDA en un 55,9%. Destaca el crecimiento de los ingresos publicitarios en un 61,5%.

Cinco Días ha alcanzado una difusión media de 32.255 ejemplares diarios.

Según la **segunda ola del EGM de 2010** **El País** afianza su liderazgo con 2.012.000 lectores diarios y mantiene la distancia sobre su más directo competidor en torno a los 680.000 lectores. **AS** alcanza los 1.362.000 lectores diarios y se sitúa como el tercer diario de pago más leído en España. **Cinco Días** alcanzó los 66.000 lectores diarios.

Evolución de la circulación media diaria de los periódicos del Grupo

	Enero- Junio 2010	Enero- Junio 2009	Var. %
El País	383.655	400.434	(4,2)
AS	204.792	212.702	(3,7)
Cinco Días	32.255	35.086	(8,1)

(*) Fuente: OJD. Datos de 2010 pendientes de auditoría.

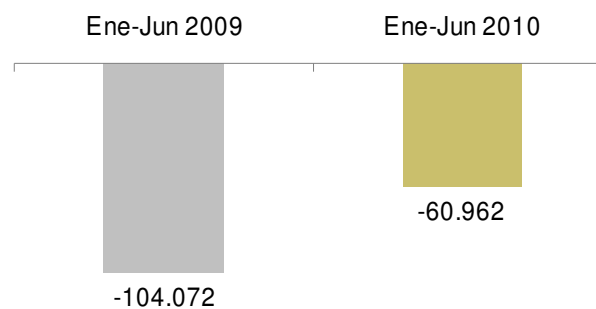
➤ Ingresos de abonados

Los ingresos de abonados alcanzan los 465,44 millones de euros (-12,2%).

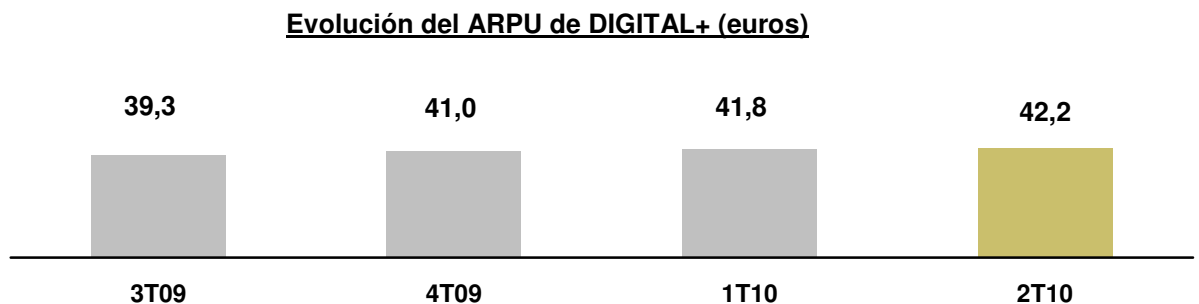
La base de abonados de **DIGITAL+** se sitúa a 30 de junio de 2010 en 1.784.843 abonados. **Canal+ Liga** supera a esta fecha los 800.000 abonados.

En los últimos meses se ha visto **un cambio positivo en la tendencia de abonados de Digital+**, alcanzando en el mes de junio altas netas positivas. Esta tendencia positiva hubiera incluso mejorado si no se hubiera producido un retraso respecto a las expectativas iniciales en la venta a otras plataformas, si bien se han cerrado durante este período acuerdos con Jazztel y Telecable que han tenido muy buen comportamiento y continúan las conversaciones para cerrar con el resto de operadores.

La evolución de la variación neta de abonados a Digital+ en el primer semestre de 2010 y 2009 es la siguiente:



El ingreso medio por abonado (ARPU) en el segundo trimestre de 2010 se sitúa en 42,2 euros por abonado medio y mes, lo que supone un 1,6% de incremento respecto al mismo período del ejercicio anterior:



➤ Derechos audiovisuales y programas

Los ingresos por venta de derechos audiovisuales y programas disminuyen en un 60,4% respecto al ejercicio anterior, lo que viene explicado fundamentalmente por un cambio en el modelo de comercialización del fútbol en Sogecable.

GASTOS DE EXPLOTACIÓN

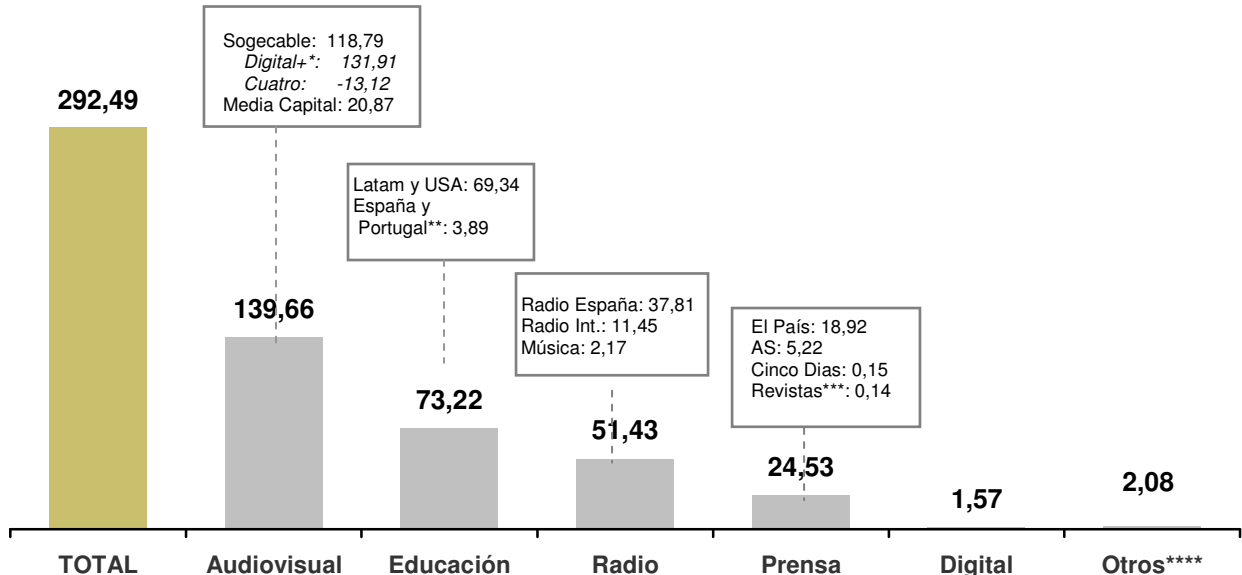
El **total de gastos de explotación** excluyendo amortizaciones y provisiones (1.284,81 millones de euros) **ha disminuido un 6,8%** respecto a los registrados en el primer semestre del año anterior, fruto de la política de política de contención de gastos puesta en marcha por el Grupo en 2009. En el segundo trimestre del año 2010 se recoge la mayor parte de los costes del mundial de fútbol de Sudáfrica de 2010.

Las partidas que han registrado mayores ahorros son las compras de papel, promociones y derechos audiovisuales y los servicios exteriores. Los gastos de personal han disminuido un 1,3% respecto al primer semestre de 2009.

EBITDA

El EBITDA del Grupo alcanza los 292,49 millones de euros, frente a los 298,73 millones obtenidos en el primer semestre de 2009 (-2,1%).

EBITDA (Millones de euros)



* En Digital+ se incluyen los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** En España y Portugal las campañas de educación fuertes tienen lugar en el tercer y cuarto trimestre del año.

*** Revistas incluye la actividad de Dominical

****Otros" incluye fundamentalmente las actividades derivadas de Distribución, comercialización de publicidad, Prisa Innova, Inmobiliaria y Corporativo.

El margen de EBITDA sobre ingresos ha sido del 18,5%, frente al 17,8% alcanzado en el primer semestre de 2009.

En el área **Audiovisual**, **Digital+** mejora sus márgenes en más de dos puntos hasta alcanzar el 23,3% y **Cuatro** mejora su EBITDA en un 6,9%, aun habiéndose imputado a resultados parte de los costes del Mundial de fútbol de 2010.

Destaca la buena evolución de **Editorial**, que incrementa su EBITDA en un 12,2% y su margen en un punto hasta el 24,4%.

La **Radio** en su conjunto mejora su EBITDA en un 19,3% con una mejora en márgenes de más de dos puntos. Destaca el comportamiento de Radio Internacional, fundamentalmente en Colombia y Chile, que mejora su EBITDA en 8,72 millones de euros hasta alcanzar los 11,45 millones de euros, con un margen del 21,5%.

En el área de **Prensa**, destaca el crecimiento del EBITDA de un 55,9% de **Diario As** hasta alcanzar los 5,22 millones de euros.

El **resultado de explotación (EBIT)** fue de 196,04 millones de euros (182,52 millones de euros en el primer semestre de 2009). El margen de EBIT sobre ingresos del Grupo ha sido del 12,4% frente al 10,9% alcanzado en el mismo período del ejercicio anterior. Destaca la mejora de un 35,6% del EBIT en el área de Educación y de un 22,8% en la Radio.

En el **resultado financiero neto** se incluyen 59,40 millones de euros de gastos por intereses de financiación, que disminuyen en 37,62 millones de euros respecto al primer semestre del ejercicio anterior, debido fundamentalmente a la bajada de tipos de interés.

El **resultado atribuido a socios externos** recoge el impacto de la entrada de DLJ South American Partners LP en el accionariado de Santillana.

BALANCE DE SITUACIÓN

Millones de euros	ACTIVO	
	30/06/2010	31/12/2009
ACTIVO NO CORRIENTE	6.434,05	6.420,77
Inmovilizado material	341,05	345,75
Fondo de comercio	4.325,15	4.319,60
Inmovilizado inmaterial	358,40	365,67
Inversiones financieras no corrientes	58,19	57,22
Sociedades puestas en equivalencia	29,20	13,64
Activos por impuestos diferidos	1.317,84	1.313,82
Otros activos no corrientes	4,22	5,06
ACTIVOS CORRIENTES	1.659,91	1.514,90
Existencias	223,06	218,07
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	1.342,91	1.207,43
Inversiones financieras corrientes	3,07	6,59
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	90,87	82,81
ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA	250,81	257,39
TOTAL ACTIVO	8.344,77	8.193,05

Millones de euros	PASIVO	
	30/06/2010	31/12/2009
PATRIMONIO NETO	1.568,28	1.373,02
Capital suscrito	21,91	21,91
Reservas	1.282,56	1.182,09
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	60,88	50,48
Socios Externos	202,92	118,54
PASIVOS NO CORRIENTES	2.259,01	2.351,47
Deudas con entidades de crédito	1.743,58	1.917,96
Otros pasivos financieros no corrientes	359,83	249,54
Pasivos por impuestos diferidos	45,46	72,80
Provisiones	93,52	90,15
Otros pasivos no corrientes	16,62	21,02
PASIVOS CORRIENTES	4.321,79	4.263,14
Deudas con entidades de crédito	2.752,33	2.796,36
Otros pasivos financieros corrientes	3,71	3,30
Acreedores comerciales	1.127,25	1.181,44
Otras deudas corrientes	408,91	252,35
Ajustes por periodificación	29,60	29,69
PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA	195,69	205,43
TOTAL PASIVO	8.344,77	8.193,05

INVERSIONES

Las inversiones en inmovilizado durante el primer semestre del ejercicio 2010 han ascendido a 78,75 millones de euros. El detalle es el siguiente:

Millones de euros	CAPEX 2010	Inmovilizado financiero 2010	TOTAL 2010
Audiovisual	32,87	11,82	44,68
Sogecable	29,17	11,81	40,98
Media Capital	3,70	0,01	3,71
Educacion- Editorial	25,05	---	25,05
Radio	5,47	0,05	5,52
Radio España	3,78	0,05	3,83
Radio Internacional	1,16	---	1,16
Musica	0,53	---	0,53
Prensa	1,86	---	1,86
El País	1,60	---	1,60
AS	0,13	---	0,13
Cinco Días	0,02	---	0,02
Otros	0,12	---	0,12
Digital	0,88	---	0,88
Otros	0,44	0,31	0,75
Prisa	0,19	0,13	0,32
Otros	0,25	0,18	0,43
Total	66,57	12,18	78,75

POSICIÓN FINANCIERA NETA

La deuda financiera neta del Grupo en sus cuentas consolidadas, incluyendo la deuda subordinada de Sogecable, asciende a 30 de junio de 2010 a 4.747,95 millones de euros (4.857,41 millones de euros a diciembre de 2009). La deuda neta total ha disminuido en 109,46 millones de euros respecto al cierre del ejercicio 2009.

Millones de euros		
POSICIÓN FINANCIERA NETA	30/06/2010	31/12/2009
Prisa (incluye Media Capital)	3.665,69	3.906,59
Sogecable	736,28	718,34
Deuda neta bancaria	4.401,97	4.624,92
Otra deuda financiera	345,98	232,49
Deuda neta total	4.747,95	4.857,41

El epígrafe "Otra deuda financiera" incluye a junio de 2010 117,65 millones de euros correspondientes al pasivo registrado como consecuencia de la obligación generada por el dividendo preferente anual comprometido con DLJ South American Partners LP por el 7% de su inversión en Santillana. El importe del pasivo corresponde al valor actual de la renta perpetua por el dividendo de las acciones preferentes.

ESTADO DE FLUJOS DE FONDOS

Millones de euros	30/06/2010	30/06/2009
EBITDA	292,49	298,73
Variación del circulante	(172,11)	(104,11)
Inversiones operativas	(66,57)	(55,43)
Flujo de caja operativo	53,80	139,19
Inversiones financieras	(12,18)	(1,12)
Venta 25% Santillana	278,62	---
Pago de intereses	(61,19)	(88,98)
Dividendos repartidos	(1,83)	(2,15)
Cobro/ pago por impuestos	(14,91)	(9,85)
Otros	(132,85)	(17,79)
VARIACIÓN DEUDA NETA	(109,46)	(19,30)

La inversión en circulante a junio de 2010 se debe tanto a Sogecable como a la estacionalidad de las campañas de la unidad de negocio Editorial.

El epígrafe "Otros" incluye a junio de 2010 el importe del pasivo financiero registrado como consecuencia de la obligación generada por el dividendo preferente anual comprometido con DLJ South American Partners LP comentada con anterioridad.

EVOLUCIÓN PREVISIBLE

El sector de medios de comunicación es un sector sensible a la evolución de las principales variables macroeconómicas, y en especial es sensible al ciclo publicitario, muy directamente relacionado con la evolución del PIB. Sin embargo, la exposición de Grupo Prisa a la evolución del mercado publicitario es limitada, debido a la diversificación de sus fuentes de ingresos, representando los ingresos publicitarios un 31% del total de ingresos en el primer semestre del ejercicio 2010. Adicionalmente, la posición de liderazgo de sus marcas permite siempre mejorar el comportamiento medio del mercado.

Prisa cuenta con negocios sólidos independientes del ciclo económico, como es el caso de Educación- Editorial, que en el primer semestre del ejercicio 2010 ha representado un 19% del total de ingresos del Grupo. Por otro lado, los ingresos procedentes del área internacional en el primer semestre del ejercicio 2010 alcanzaron el 25% del total de los ingresos del Grupo (frente al 21% en el primer semestre del ejercicio 2009), lo que permite diversificar el riesgo país.

Este modelo de negocio, unido a la consolidación de la política de contención de costes puesta en marcha y a la implantación de una nueva estrategia en sus negocios y un cambio de modelo en su desarrollo orientado al consumidor, con el fin de promover el desarrollo digital y potenciar la transversalidad y sinergias existentes en sus áreas de actividad, permitirá al Grupo responder de manera flexible y eficiente ante los cambios del entorno.

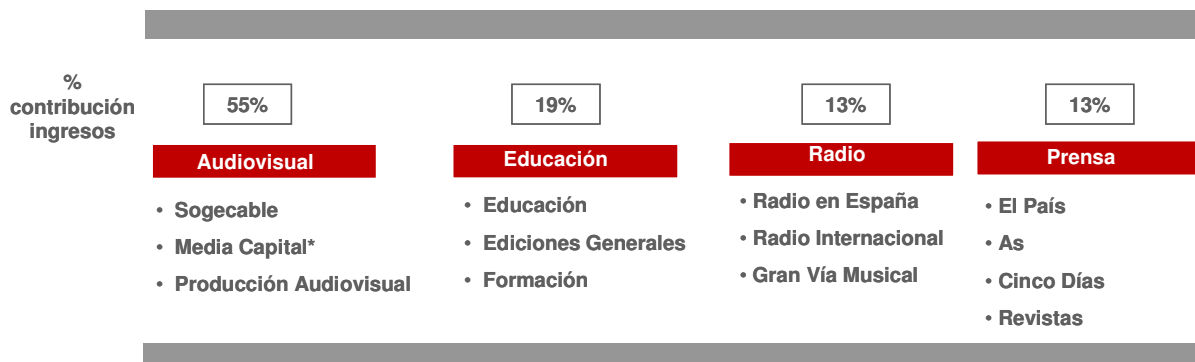
ANEXOS**I. Estructura del Grupo.****II. Datos financieros por unidad de negocio**

- II.I. Desglose de ingresos de explotación.
- II.II. Desglose de gastos de explotación.
- II.III. Desglose de EBIT.
- II.IV. Desglose de EBITDA.

III. Audiencias de Cuatro.**IV. Audiencias de TVI (Portugal).****V. Digital: Usuarios únicos**

Anexo I: ESTRUCTURA DEL GRUPO

Las actividades del Grupo Prisa están organizadas en las siguientes agrupaciones: **Audiovisual**, **Educación- Editorial**, **Radio** y **Prensa**. El área **Digital**, que opera transversalmente en todas las áreas, soporta esta estructura:



Adicionalmente, en el Grupo se incluyen otras actividades correspondientes a los negocios de Distribución, comercialización de publicidad, Prisa Innova, Inmobiliaria e Impresión (Dédalo).

* Media Capital se incluye dentro del área Audiovisual ya que, aunque integra otras actividades, la mayor parte de sus ingresos corresponde a los negocios de TVI (televisión en abierto) y Plural (producción audiovisual).

Anexo II.I.

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - JUNIO		
	2010	2009	Var. %
Millones de euros			
Audiovisual	860,13	986,70	(12,8%)
Sogecable *	751,05	866,25	(13,3%)
Digital +	567,24	733,49	(22,7%)
Abonados	465,44	529,83	(12,2%)
Publicidad	9,11	8,15	11,8%
Otros	92,69	195,51	(52,6%)
Cuatro	222,72	146,14	52,4%
Ajustes de consolidación	(38,92)	(13,38)	(190,9%)
Media Capital	120,45	134,70	(10,6%)
Ajustes de consolidación	(11,37)	(14,25)	20,3%
Educación - Editorial	300,06	278,38	7,8%
España y Portugal	69,29	75,67	(8,4%)
Latam y USA	230,77	202,71	13,8%
Radio	197,47	182,65	8,1%
Radio España	129,82	129,90	(0,1%)
Radio Internacional	53,28	39,24	35,8%
Música	16,38	15,05	8,8%
Ajustes de consolidación	(2,00)	(1,53)	(30,7%)
Prensa	206,19	212,95	(3,2%)
El País	143,70	146,68	(2,0%)
AS	39,73	34,77	14,3%
Cinco Días	8,23	8,56	(3,9%)
Revistas**	16,90	19,18	(11,9%)
Prensa Internacional***	---	4,84	---
Ajustes de consolidación	(2,37)	(1,08)	(119,1%)
Digital	9,25	12,83	(27,9%)
Otros Ingresos	43,41	54,69	(20,6%)
Distribución	9,34	20,67	(54,8%)
Comercializadora de Publicidad	12,18	6,08	100,2%
Otros****	21,90	27,93	(21,6%)
Ajustes de consolidación	(39,21)	(50,52)	22,4%
TOTAL	1.577,30	1.677,68	(6,0%)

* Se han detallado los ajustes y eliminaciones de consolidación entre los segmentos de actividad de Sogecable. La información del ejercicio anterior se ha modificado a efectos comparativos.

En Digital+ se incluyen los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** Revistas incluye la actividad de Dominical.

*** Prensa Bolivia contribuye a la cuenta de resultados hasta septiembre de 2009.

**** Incluye fundamentalmente los negocios de Prisa Innova, Inmobiliaria y Corporativo.

Anexo II.II.

GASTOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - JUNIO			
	Millones de euros	2010	2009	Var. %
Audiovisual		777,01	891,77	(12,9%)
Sogecable*		682,61	789,40	(13,5%)
Digital+		485,06	642,10	(24,5%)
Cuatro		236,46	160,67	47,2%
Ajustes de consolidación		(38,91)	(13,38)	(190,9%)
Media Capital		105,77	116,81	(9,4%)
Ajustes de consolidación		(11,37)	(14,43)	21,2%
Educación - Editorial		249,73	241,26	3,5%
España y Portugal		72,44	81,20	(10,8%)
Latam y USA		177,29	160,06	10,8%
Radio		154,31	147,51	4,6%
Radio España		96,52	95,96	0,6%
Radio Internacional		44,83	39,38	13,8%
Música		14,97	13,71	9,2%
Ajustes de consolidación		(2,00)	(1,53)	(30,8%)
Prensa		188,22	194,66	(3,3%)
El País		129,21	131,19	(1,5%)
AS		34,98	31,62	10,6%
Cinco Días		8,20	8,84	(7,2%)
Revistas**		16,93	19,96	(15,2%)
Prensa Internacional***		---	4,02	---
Ajustes de consolidación		(1,10)	(0,96)	---
Digital		8,63	13,27	(35,0%)
Otros Gastos		55,31	64,82	(14,7%)
Distribución		8,79	20,33	(56,8%)
Comercializadora de Publicidad		11,42	6,69	70,7%
Otros****		35,10	37,80	(7,1%)
Ajustes de consolidación		(51,95)	(58,14)	10,6%
TOTAL		1.381,26	1.495,16	(7,6%)

* Se han detallado los ajustes y eliminaciones de consolidación entre los segmentos de actividad de Sogecable. La información del ejercicio anterior se ha modificado a efectos comparativos.

En Digital+ se incluyen los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** Revistas incluye la actividad de Dominical

*** Prensa Bolivia contribuye a la cuenta de resultados hasta septiembre de 2009.

**** Incluye fundamentalmente los negocios de Prisa Innova, Inmobiliaria y Corporativo. No se incluyen las provisiones de cartera.

Anexo II.III.

EBIT Millones de euros	ENERO - JUNIO		
	2010	2009	Var. %
Audiovisual	83,12	94,93	(12,4%)
% margen	9,7%	9,6%	
Sogecable*	68,44	76,85	(11,0%)
% margen	9,1%	8,9%	
Digital+	82,18	91,38	(10,1%)
% margen	14,5%	12,5%	
Cuatro	(13,74)	(14,53)	5,5%
% margen	(6,2%)	(9,9%)	
Media Capital	14,68	17,90	(18,0%)
% margen	12,2%	13,3%	
Educación - Editorial	50,34	37,12	35,6%
% margen	16,8%	13,3%	
España y Portugal	(3,15)	(5,54)	43,2%
% margen	(4,5%)	(7,3%)	
Latam y USA	53,48	42,65	25,4%
% margen	23,2%	21,0%	
Radio	43,16	35,14	22,8%
% margen	21,9%	19,2%	
Radio España	33,30	33,94	(1,9%)
% margen	25,7%	26,1%	
Radio Internacional	8,45	(0,15)	---
% margen	15,9%	(0,4%)	
Música	1,41	1,34	5,1%
% margen	8,6%	8,9%	
Prensa	17,97	18,29	(1,8%)
% margen	8,7%	8,6%	
El País	14,49	15,49	(6,5%)
% margen	10,1%	10,6%	
AS	4,75	3,15	50,8%
% margen	12,0%	9,1%	
Cinco Días	0,04	(0,28)	112,7%
% margen	0,4%	(3,2%)	
Revistas**	(0,04)	(0,79)	95,2%
% margen	(0,2%)	(4,1%)	
Prensa Internacional***	---	0,83	---
% margen	---	17,1%	
Digital	0,62	(0,44)	---
% margen	6,7%	(3,4%)	
Otros	0,83	(2,51)	133,2%
Distribución	0,54	0,34	58,5%
% margen	5,8%	1,7%	
Comercializadora de Publicidad	0,76	(0,61)	---
% margen	6,2%	(10,0%)	
Otros****	(0,47)	(2,25)	79,2%
TOTAL	196,04	182,52	7,4%
% margen	12,4%	10,9%	

* Se han detallado los ajustes y eliminaciones de consolidación entre los segmentos de actividad de Sogecable. La información del ejercicio anterior se ha modificado a efectos comparativos.

En Digital+ se incluyen los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** Revistas incluye la actividad de Dominical

*** Prensa Bolivia contribuye a la cuenta de resultados hasta septiembre de 2009.

**** Incluye fundamentalmente los negocios de Prisa Innova, Inmobiliaria y Corporativo. No se incluyen las provisiones de cartera

Anexo II.IV.

EBITDA	ENERO - JUNIO		
	2010	2009	Var. %
Millones de euros			
Audiovisual	139,66	164,56	(15,1%)
% margen	16,2%	16,7%	
Sogecable*	118,79	140,13	(15,2%)
% margen	15,8%	16,2%	
Digital+	131,91	154,21	(14,5%)
% margen	23,3%	21,0%	
Cuatro	(13,12)	(14,09)	6,9%
% margen	(5,9%)	(9,6%)	
Media Capital	20,87	24,26	(14,0%)
% margen	17,3%	18,0%	
Educación - Editorial	73,22	65,24	12,2%
% margen	24,4%	23,4%	
España y Portugal	3,89	6,55	(40,6%)
% margen	5,6%	8,7%	
Latam y USA	69,34	58,69	18,1%
% margen	30,0%	29,0%	
Radio	51,43	43,10	19,3%
% margen	26,0%	23,6%	
Radio España	37,81	38,79	(2,5%)
% margen	29,1%	29,9%	
Radio Internacional	11,45	2,73	---
% margen	21,5%	7,0%	
Música	2,17	1,58	37,5%
% margen	13,2%	10,5%	
Prensa	24,53	24,42	0,4%
% margen	11,9%	11,5%	
El País	18,92	20,61	(8,2%)
% margen	13,2%	14,0%	
AS	5,22	3,35	55,9%
% margen	13,1%	9,6%	
Cinco Días	0,15	(0,20)	176,6%
% margen	1,8%	(2,3%)	
Revistas**	0,14	(0,55)	126,0%
% margen	0,8%	(2,9%)	
Prensa Internacional***	---	1,14	---
% margen	---	23,6%	
Digital	1,57	0,68	129,8%
% margen	16,9%	5,3%	
Otros	2,08	0,74	181,8%
Distribución	0,85	0,72	18,9%
% margen	9,1%	3,5%	
Comercializadora de Publicidad	1,10	(0,42)	---
% margen	9,0%	(6,9%)	
Otros****	0,13	0,44	(70,6%)
TOTAL	292,49	298,73	(2,1%)
% margen	18,5%	17,8%	

* Se han detallado los ajustes y eliminaciones de consolidación entre los segmentos de actividad de Sogecable. La información del ejercicio anterior se ha modificado a efectos comparativos. En Digital+ se incluyen los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** Revistas incluye la actividad de Dominical

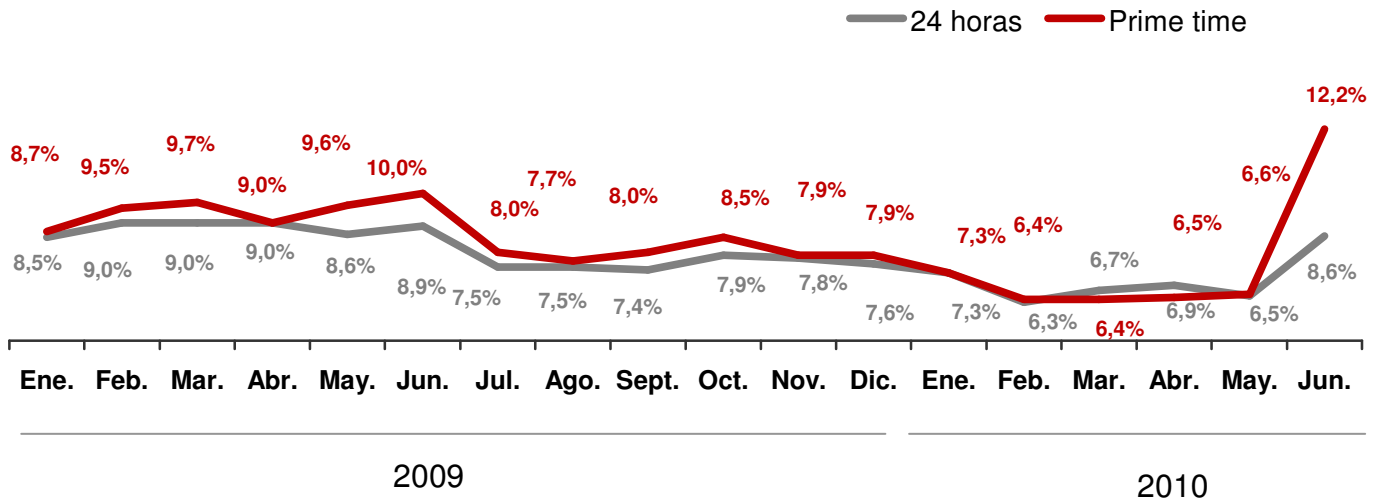
*** Prensa Bolívia contribuye a la cuenta de resultados hasta septiembre de 2009.

**** Incluye fundamentalmente los negocios de Prisa Innova, Inmobiliaria y Corporativo.

Anexo III.

AUDIENCIA CUATRO

La evolución de los datos de audiencia en los ejercicios 2010 y 2009 ha sido la siguiente:



Fuente: TNS Sofres

Los datos del mes de junio de 2010 se han visto influenciados por la retransmisión de parte de los partidos del Mundial de Sudáfrica de 2010.

En los objetivos comerciales más importantes para la cadena, como son el *target* comercial y el *core target* comercial, Cuatro ha logrado una audiencia a junio de 2010 del 10,8% y del 11,7% respectivamente.

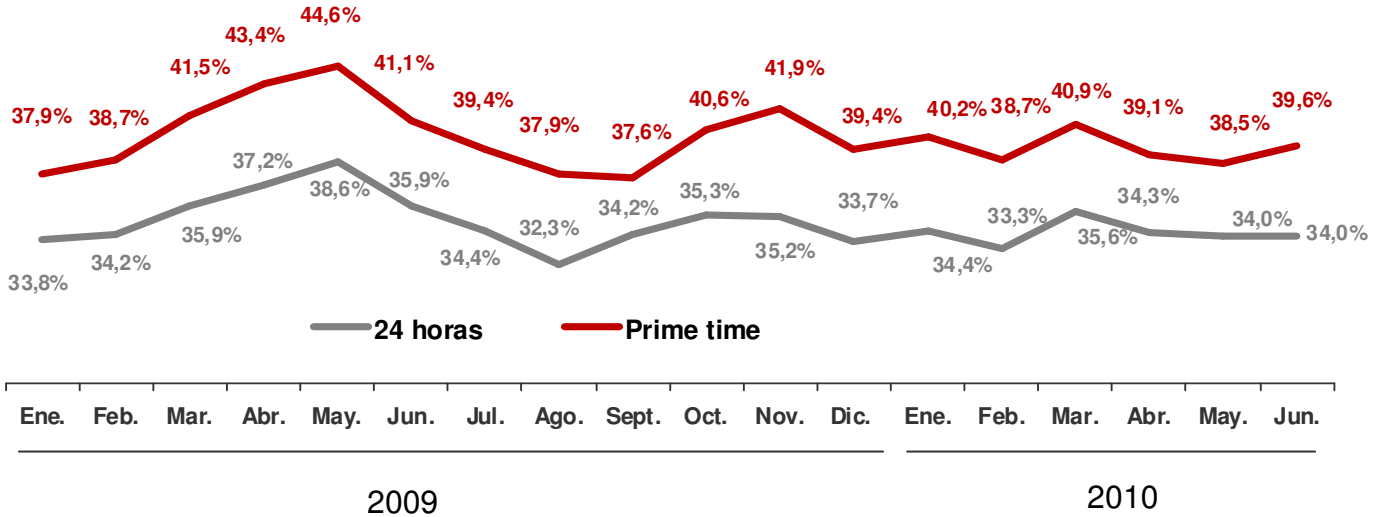
Target comercial: individuos 16-54, todas las clases excepto baja, poblaciones de más de 10.000 habitantes.

Core target comercial: individuos 16-44, todas las clases excepto baja, poblaciones de más de 50.000 habitantes

Anexo IV.

AUDIENCIA TVI (Portugal)

TVI, la cadena de televisión en abierto de Media Capital, mantiene su liderazgo en Portugal, con una audiencia media del 34,0% 24 horas y 39,6% *prime time*.

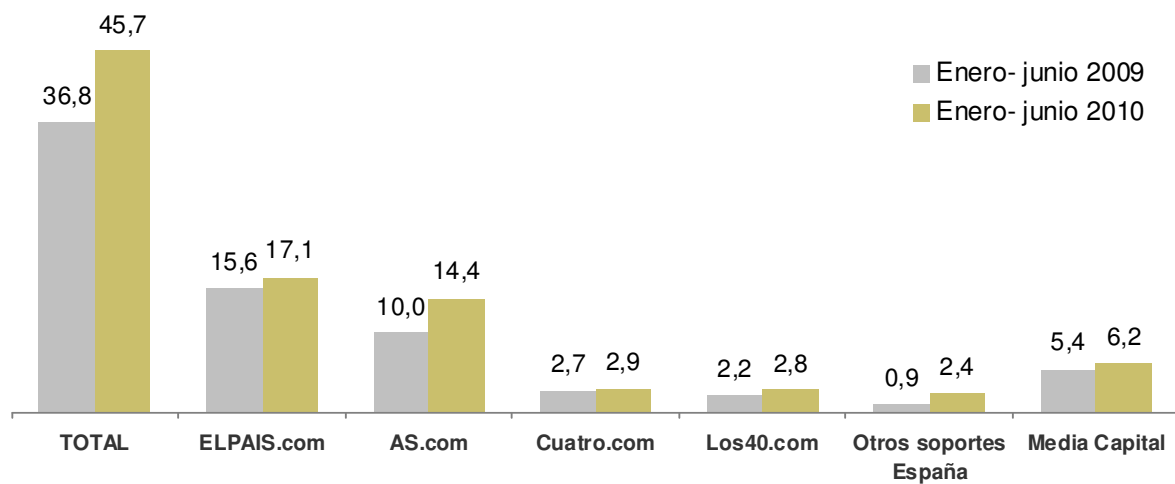


Fuente: *Markttest*

Anexo V.

DIGITAL

La media mensual de los usuarios únicos del Grupo, en millones, es la siguiente:



Fuente: *Omniture site catalyst*

Para más información:

Grupo Prisa
Departamento de Relación con Inversores
Gran Vía 32, 6ª Planta
Teléfono: +34- 91-330-10-85
Fax: +34- 91-330-10-88
E-mail: ir@prisa.es
www.prisa.com