



Grupo PRISA

Resultados ENERO – JUNIO 2005

22 julio 2005



En la elaboración de los datos e informaciones de carácter financiero incluidos en la presente nota de resultados se han aplicado los principios, normas de valoración y criterios contables previstos en la nueva normativa contable para adaptar la contabilidad a la Normas Internacionales de Información Financiera (N.I.I.F.). De acuerdo con esta normativa, y con el fin de permitir la comparación de cifras, se han reexpresado los estados financieros de 2004 aplicando la nueva regulación.

Para más información sobre el impacto de la aplicación de la nueva normativa, consultar el hecho relevante sobre adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera remitido a la CNMV con fecha 22 de abril de 2005 (www.cnmv.com).

PRISA TUVO UN BENEFICIO NETO EN EL PRIMER SEMESTRE DE 73 MILLONES DE EUROS (+32%)

Los ingresos crecieron un 8,7% y el resultado operativo (EBIT) fue de 112,1 millones de euros (+25,4%).

El Grupo ha reemprendido su política de inversiones, aumentando el perímetro de consolidación en la presencia internacional y en el sector audiovisual.

Los resultados más destacables de enero a junio de 2005 han sido:

- **Crecimiento de los ingresos publicitarios** (+14,4%). Destaca el comportamiento de la Radio (+13,3%) y El País (+10,5%), con crecimientos superiores a los del mercado. Los ingresos por publicidad en la Televisión Local (Localia) y Medios Internacional se incrementaron en un 32,2% y en un 26,2% respectivamente.
- **Las promociones** del Grupo mantuvieron la fortaleza registrada en el ejercicio anterior y alcanzaron la cifra de 76,4 millones de euros de ingresos.
- **Las ventas de libros de texto de Santillana crecieron un 23,1%**. Brasil registró un aumento del 55%.
- **AS incrementó su difusión media diaria un 7%**, y gana cuota de mercado.
- **Mejora un 19% el resultado operativo de los negocios en desarrollo.**
- **Los márgenes de EBIT y EBITDA sobre ingresos del Grupo fueron del 15,2% y del 21,8%** frente al 13,2% y 19,2% en el mismo periodo del ejercicio anterior.
- **Las sociedades por puesta en equivalencia**, entre las que se encuentra Sogecable, aportaron 1,64 millones de euros al resultado, mejorando su contribución de forma notoria (de -13,23 millones de euros a +1,64 millones de euros).

Nuevas inversiones del Grupo:

- **Aumento de la participación en Sogecable hasta el 24,5%** de su capital social.
- **Acuerdo con Clear Channel**, para la adquisición de los derechos de programación y explotación comercial de una operación de radio en Los Ángeles y el sur de California.
- **Adquisición** por parte de Santillana del 75% del capital social de la sociedad **brasileña Editora Objetiva Ltda.**
- **Adquisición del 100% del capital social de Radio Continental y de Radio Estéreo**, sociedades operadoras de radio en Argentina.
- **Acuerdo con Le Monde para alcanzar el 15% de su capital social.**

CUENTA DE RESULTADOS

Millones de €	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Ingresos de explotación	735,70	676,76	8,7
EBITDA	160,32	130,27	23,1
EBIT	112,06	89,38	25,4
Resultado financiero	(5,71)	(6,93)	17,6
Resultado por puesta en equivalencia	1,64	(13,23)	-
Resultado antes de impuestos	107,99	69,22	56,0
Impuesto sobre beneficios	33,28	13,73	142,3
Resultado atribuido socios externos	(1,40)	0,03	-
Resultado neto	73,31	55,52	32,0
Margen EBIT	15,2%	13,2%	
Margen EBITDA	21,8%	19,2%	

Los ingresos de explotación se incrementan un 8,7% alcanzando 735,70 millones de euros, frente a los 676,76 millones obtenidos en el mismo periodo de 2004.

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

Millones de €	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Ventas de publicidad	261,31	228,45	14,4
Venta de libros y derechos	188,53	153,29	23,0
Venta de periódicos y revistas	105,61	105,70	(0,1)
Ingresos de productos promocionales ¹	76,41	83,04	(8,0)
Venta de servicios de impresión ²	31,36	30,82	1,7
Venta de música y audiovisual	19,70	18,53	6,3
Otros ingresos ³	52,70	56,93	(7,3)
Total Ingresos de explotación	735,70	676,76	8,7

El **conjunto de los ingresos publicitarios del Grupo (261,31 millones de euros)**, representó el 35,5% del total de ingresos de explotación y experimentaron un incremento **del 14,4%**, superando el registrado en los tres primeros meses de año (+12,5%), lo que confirma la fortaleza del Grupo en la captación de inversión publicitaria y la buena tónica del mercado publicitario en sus distintas líneas (prensa, radio) como muestra la tabla adjunta.

¹ Menores ingresos debido a que la reestructuración del negocio de música llevada a cabo en GVM no incorpora los ingresos por promociones que tuvieron lugar en el primer semestre de 2004.

² Representa el 40% de los ingresos de Dédalo, compañía resultante de la fusión de Prisaprint con Polestar España.

³ Incluye: venta de comercio electrónico, de servicios Internet, y otros productos.

Millones de €	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
El País	100,44	90,91	10,5
Radio	105,13	92,82	13,3
Prensa especializada	21,63	19,42	11,4
Medios Internacional	26,39	20,92	26,2
TV local (Localia)	9,55	7,22	32,2
Prisacom	2,31	2,06	12,2
GDM	11,89	11,31	5,2

Los ingresos procedentes de la publicidad nacional del Grupo crecieron un 13,4% y los derivados de la publicidad local aumentaron 11,5%. Los ingresos de los medios en el exterior crecieron un 26,2%.

Las ventas de libros y derechos aumentaron un 23,0% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, alcanzando 188,5 millones de euros (153,3 millones de euros en 2004). Resalta el buen comportamiento de las ventas institucionales en Brasil (+54,9%), pese a ser el ejercicio 2005 un año de reposición de libros en este país. En México, las campañas realizadas hasta la fecha han evolucionado de manera muy positiva. Las cifras del primer semestre recogen también las ventas de “El Quijote” en ese país. El resto de las campañas en los países de América del Sur tuvieron una buena evolución, destacando entre otros, Colombia (+48,5%), Perú (+11,5%) y Argentina (+11,5%).

Las ventas de periódicos y revistas se mantuvieron prácticamente constantes respecto al mismo periodo del ejercicio 2004, alcanzando 105,6 millones de euros. Durante el primer semestre del ejercicio 2004 la circulación de El País se vio favorecida por la buena acogida de su producto promocional “La Enciclopedia” y por eventos específicos como las elecciones generales que impulsaron la venta de prensa generalista y que explican el ligero descenso en circulación del diario. En el periodo enero-junio, la difusión media diaria de El País fue de 490.589 ejemplares y la del fin de semana de 870.821 ejemplares.

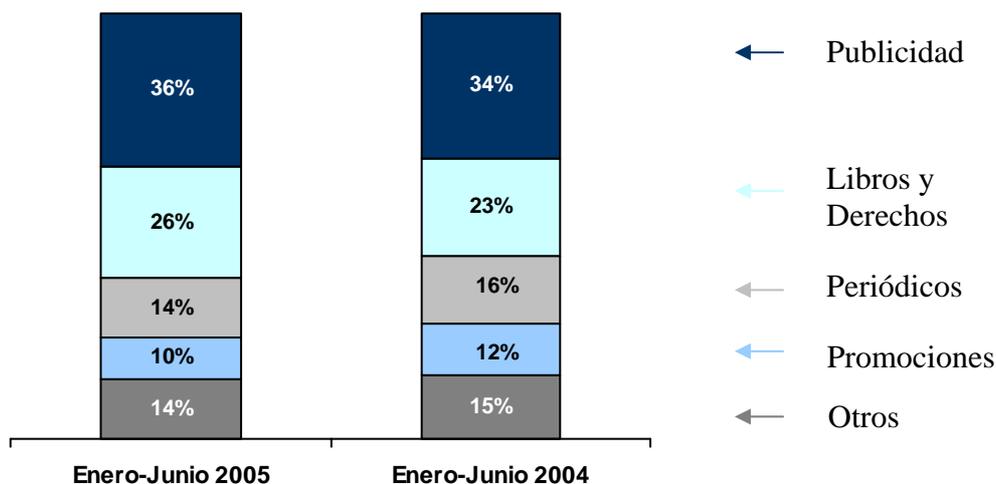
Por su parte, AS aumentó su circulación media diaria un 7% (207.928 frente a 194.296 ejemplares) ganando cuota de mercado frente a su principal competidor, que registra una tendencia decreciente en circulación.

El periódico económico Cinco Días aumentó su difusión un 28,3%, incluyendo la distribución del periódico junto con la prensa regional, de forma gratuita los fines de semana.

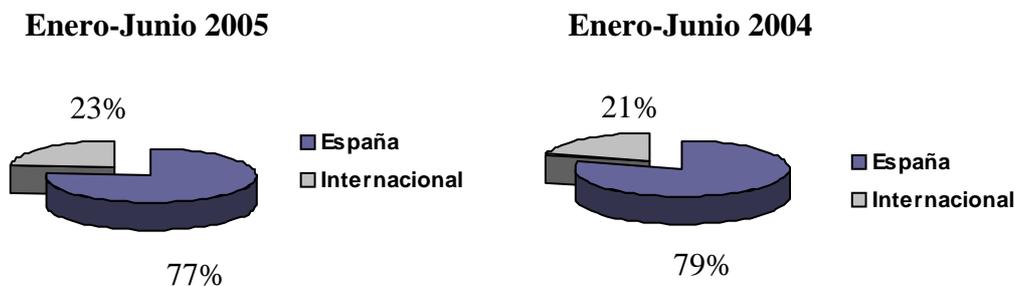
Los ingresos por productos promocionales, alcanzan en los seis primeros meses del año 76,4 millones de euros. La contribución al resultado operativo (EBIT) de los productos promocionales en el periodo enero-junio del ejercicio 2005 ascendió a 22,1 millones de euros, frente a 17,7 millones en 2004, con un margen sobre ventas de 28,9% comparado con un margen de 21,2% en la primera mitad del año 2004.

En el conjunto de productos promocionales destacó la evolución en El País, donde las promociones contribuyeron durante los seis primeros meses del año con 69,0 millones de euros de ingresos frente a 55,4 millones de euros en el primer semestre de 2004. Las promociones aportaron 21,6 millones de euros al resultado operativo de El País, comparado con 19,3 millones de euros en el primer semestre del año anterior.

La contribución de las líneas de actividad a los ingresos del Grupo se muestra a continuación:



La **procedencia geográfica de los ingresos** durante el primer semestre de los ejercicios 2005 y 2004 ha sido la siguiente:



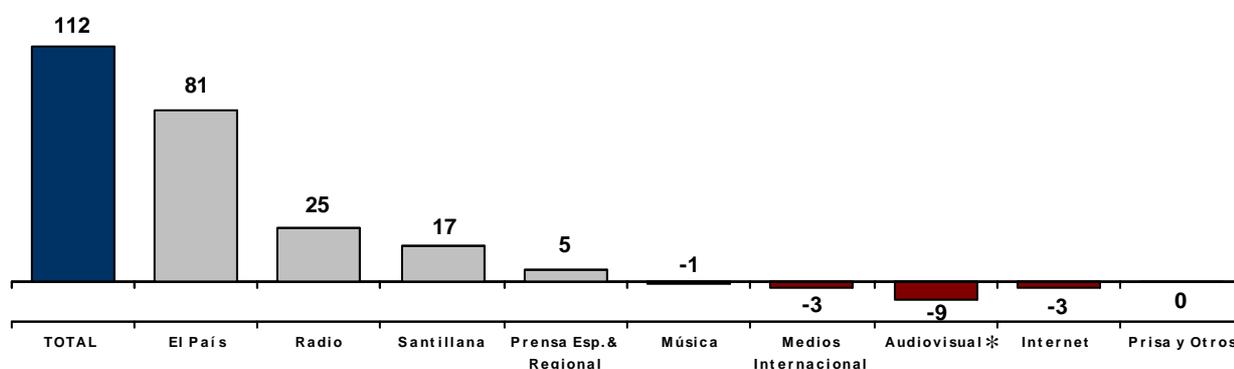
De los ingresos del Grupo generados fuera de España, el 81% procedieron de Santillana, un 14% corresponden a las actividades de la unidad de negocio de Medios Internacional (Radio y Prensa) y un 5% procedieron de Dédalo (Impresión).

El resultado operativo (EBIT), ha ascendido a 112,1 millones de euros, frente a los 89,4 millones de euros en el primer semestre de 2004, con un crecimiento del 25,4%. Esta evolución viene fundamentalmente explicada por:

- Las campañas de **Santillana** en Brasil y México.
- El positivo **comportamiento de El País y la Radio**.
- **La mejora del resultado operativo y control de costes** en nuevos desarrollos, especialmente, **Prisacom y Música**.
- **La mejora del resultado operativo de Prensa Regional y Especializada**.
- La mejor contribución de las **promociones**.

La distribución del resultado operativo por unidad de negocio se muestra a continuación:

EBIT (millones de euros)



* De los cuales, 8 millones de euros corresponden al negocio de Televisión Local y 1 millón de euros a la producción de televisión (Plural)

Continúa el ajuste y control de gastos en **los negocios en desarrollo⁴**, que en su conjunto han mejorado su resultado operativo en un 19%. Destaca la mejora del resultado de Prisacom (+40%).

Los márgenes del Grupo han mejorado. El EBIT sobre ingresos fue del 15,2% frente al 13,2% durante el mismo período del ejercicio anterior. El margen de EBITDA pasó de 19,2% al 21,8%.

El resultado financiero fue de 5,7 millones de euros negativos frente a 6,9 millones de euros negativo en el mismo periodo del ejercicio anterior.

El resultado por puesta en equivalencia (1,6 millones de euros positivos), que recoge principalmente las participaciones en Sogecable, Antena 3 de Radio e Iberbanda, registró una notable mejora comparada con el mismo periodo del año anterior (13,2 millones de euros negativos).

El **resultado antes de impuestos** se incrementó un 56,0% con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, alcanzando 107,9 millones de euros.

⁴ Audiovisual, Prisacom, Medios Internacional y Música.

El **gasto previsto por impuesto de sociedades** es de 33,3 millones de euros frente a 13,7 millones en los seis primeros meses de 2004. El **resultado atribuido a socios externos** se situó en 1,4 millones de euros negativos.

El **beneficio neto alcanzó** los 73,3 millones de euros frente a 55,5 millones de euros registrados en el mismo periodo del ejercicio anterior, lo que supone una mejora del 32,0%.

BALANCE DE SITUACIÓN

ACTIVO	Millones de euros	
	30/06/2005	31/12/2004
	N.I.I.F.	N.I.I.F.
INMOVILIZADO	989,49	921,95
Inmovilizaciones inmateriales	86,80	78,09
Inmovilizaciones materiales	309,74	296,93
Inmovilizaciones financieras	46,72	96,58
Sociedades puestas en equivalencia	446,72	353,88
Propiedades inmobiliarias	11,74	11,47
Activos destinados a la venta	0,19	1,37
Impuesto diferido de activo	87,58	83,61
FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACIÓN	200,04	188,41
ACTIVO CIRCULANTE	697,35	585,41
Existencias	106,53	99,65
Deudores	550,46	455,23
Inversiones financieras temporales	9,35	6,02
Equivalentes de efectivo	31,01	24,51
TOTAL ACTIVO	1.886,88	1.695,77

PASIVO	Millones de euros	
	30/06/2005	31/12/2004
	N.I.I.F.	N.I.I.F.
FONDOS PROPIOS	801,67	738,93
Capital Suscrito	21,88	21,88
Reservas	689,11	578,86
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	73,31	122,45
Socios Externos	17,37	15,74
ACREEDORES A LARGO PLAZO	503,33	479,11
Deudas con entidades de crédito	279,86	259,64
Otras deudas a largo plazo	157,47	155,09
Otros acreedores a largo plazo	66,00	64,38
ACREEDORES A CORTO PLAZO	581,87	477,72
Deudas con entidades de crédito	214,56	144,49
Acreedores comerciales	191,37	201,60
Otras deudas a corto	168,58	127,57
Ajustes por periodificación	7,36	4,06
TOTAL PASIVO	1.886,88	1.695,77

INVERSIONES

El importe total de las inversiones en inmovilizado ha ascendido a 162,88 millones de euros frente a 83,08 millones de euros en los seis primeros meses del ejercicio 2004. Por unidades de negocio, las inversiones han sido:

INVERSIONES ENERO-JUNIO 2005	Millones de euros
Prisa	101,07
Santillana	23,82
Medios Internacional	11,83
El País	10,33
Radio	4,84
Impresión	4,46
Televisión Local (Localia)	3,40
Producción TV (Plural)	2,36
Otros	0,77
Total	162,88

Las inversiones de Prisa por importe de 101,07 millones de euros, corresponden principalmente al incremento de la participación en Sogecable y a su ampliación de capital. Las inversiones en Santillana se refieren fundamentalmente a prototipos y a la adquisición de la editora brasileña Objetiva por importe de 6,8 millones de euros. Las inversiones en Medios Internacional corresponden en su mayor parte a la compra de Radio Continental a Telefónica en Argentina, por 8,2 millones de euros.

El desglose de las inversiones por tipo de inmovilizado es el siguiente:

INVERSIONES ENERO-JUNIO 2005	Millones de euros
Inmovilizado material	23,94
Inmovilizado inmaterial	21,03
Inmovilizado financiero	117,74
Inversiones Inmobiliarias	0,18
TOTAL INVERSIONES	162,88

POSICIÓN FINANCIERA NETA

La posición financiera neta bancaria a 30 de junio de 2005 asciende a 454,1 millones de euros frente a 373,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2004.

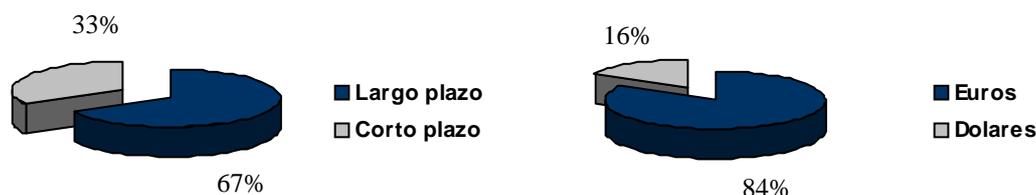
POSICIÓN FINANCIERA NETA BANCARIA 30/06/2005	Millones de euros
Deuda bancaria	494,4
A largo plazo	279,8
A corto plazo	214,6
Tesorería e inversiones financieras temporales	40,4
Deuda neta	454,1

Adicionalmente Grupo Prisa mantiene líneas de crédito abiertas por importe de 248 millones de euros.

Grupo Prisa emitió en diciembre de 2003 un bono convertible por valor de 162,3 millones de euros. El cupón de los bonos se fijó en el 1,75%. Teniendo en cuenta que el resto de la deuda financiera está referenciada a tipo de interés variable, un 23% de la deuda de Prisa está referenciada a tipo de interés fijo y un 77% a variable. El Grupo sigue una política de cobertura de tipos de interés.

El coste medio de la deuda bancaria en el periodo enero-junio de 2005 fue del 3,04%.

La deuda a largo plazo representa el 67% del total de la deuda financiera. Por monedas, un 84% está denominada en euros y un 16% en dólares. Aproximadamente el 70% de los vencimientos de la deuda en dólares tienen fijado el tipo de cambio a través de operaciones de cobertura.



ESTADO DE FLUJOS DE FONDOS

Millones de euros	30/06/2005 N.I.F.
EBIT	112,06
Amortizaciones	33,95
Variación de circulante no financiero	(68,02)
Inversiones operativas	(45,15)
Flujo de caja operativo	32,84
Inversiones financieras	(117,74)
Resultado financiero	(5,71)
Dividendos	(25,69)
Impuestos	(33,28)
Devolución préstamo participativo Sogecable	52,30
Otros	16,82
VARIACIÓN DEUDA NETA	80,46

La **generación de flujo de caja operativo en los primeros seis meses de 2005 ha sido de 32,84 millones de euros**, un 10,8% superior al mismo periodo del ejercicio anterior. La variación de deuda neta fue €80,46 millones de euros.

La variación del circulante no financiero recoge el incremento de clientes y existencias experimentado por la concentración de las campañas de educación (Santillana) en el primer semestre del ejercicio.

COMPORTAMIENTO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

- El EBIT de **El País** alcanzó los 80,7 millones de euros, un 5,0% más que el registrado en el mismo periodo de 2004. El margen de EBIT sobre ingresos se sitúa en el 33,3%. Sus ingresos crecieron un 8,3%.
- El resultado operativo (EBIT) de la Radio en España mejoró un 22,9% y los ingresos crecieron un 12,9%.
- Buen comportamiento de la **venta de libros en Santillana**. Durante el segundo trimestre se han empezado a realizar las campañas en los países de la zona norte de América. Destaca la evolución de la campaña de México hasta la fecha. Respecto a las campañas llevadas a cabo en América del Sur durante el primer semestre, destacan especialmente las ventas en Brasil (+54,9%), Colombia (+48,5%), Argentina (+11,5%) y Perú (+11,5%).
- La **Prensa Especializada y Regional** incrementó su resultado operativo que se sitúa en 4,9 millones de euros frente a los 2,5 millones de euros del mismo periodo de 2004. **As** aumentó su difusión media diaria un 7,0% hasta alcanzar 207.928 ejemplares y **Cinco Días** redujo sus gastos de explotación en 15,8% mejorando su resultado operativo, que fue positivo en 0,7 millones de euros frente a las pérdidas de 1,7 millones de euros en el primer semestre del ejercicio anterior.
- **Prisacom** mejoró el EBIT un 40,0%. Los ingresos de explotación aumentaron un 37,4% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.
- **Medios Internacional** incrementó sus ventas un 23,9%, destacando el incremento de sus ingresos por publicidad (+26,2%)
- **GDM** incrementó sus ingresos en 5,2% respecto al mismo periodo del año anterior.
- **Televisión Local (Localia)** destacó por el incremento en un 32,2% de sus ingresos publicitarios.

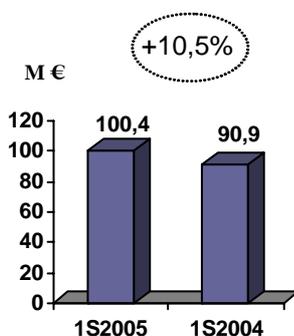
INGRESOS Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
El País	242,12	223,52	8,3
Prensa Espec y Regional	69,51	65,42	6,3
Radio	118,20	104,69	12,9
Música	7,93	32,81	-
TV local	17,73	16,99	4,4
Plural	8,31	2,72	-
Medios Internacional	30,25	24,42	23,9
Educación y Formación	194,80	158,22	23,1
Prisacom	9,69	7,05	37,4
Impresión	38,56	38,76	(0,5)
GDM	11,89	11,31	5,2
Distribución	15,01	16,71	(10,2)
Otros	14,74	14,83	(0,6)
Ajustes de consolidación	(43,04)	(40,68)	5,8
TOTAL	735,70	676,76	8,7

EBIT Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
El País	80,71	76,89	5,0
Margen EBIT	33,3%	34,4%	
Prensa Espec. y Regional	4,94	2,48	-
Margen EBIT	7,1%	3,8%	
Radio	25,21	20,50	22,9
Margen EBIT	21,3%	19,6%	
Música	(1,20)	(3,08)	60,9
Margen EBIT	(15,2%)	(9,4%)	
TV local	(8,16)	(6,08)	(34,3)
Margen EBIT	(46,1%)	(35,8%)	
Plural	(0,48)	(1,85)	73,9
Margen EBIT	(5,8%)	(68,2%)	
Medios Internacional	(3,11)	(3,76)	17,5
Margen EBIT	(10,3%)	(15,4%)	
Educación y Formación	17,12	7,14	139,9
Margen EBIT	8,8%	4,5%	
Prisacom	(2,99)	(4,98)	40,0
Margen EBIT	(30,8%)	(70,6%)	
Impresión	(1,05)	(0,23)	-
Margen EBIT	(2,7%)	(0,6%)	
GDM	3,53	3,37	4,7
Margen EBIT	29,7%	29,8%	
Distribución	1,33	1,32	0,5
Margen EBIT	8,8%	7,9%	
Ajustes y Otros	(3,77)	(2,33)	
TOTAL	112,06	89,38	25,4
Margen	15,2%	13,2%	

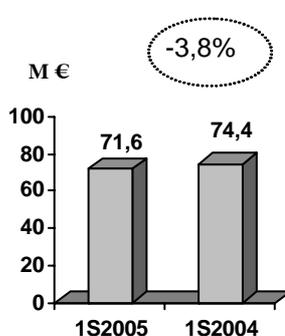
EL PAÍS

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	242,12	223,52	8,3
Total gastos explotación	161,42	146,64	10,1
EBIT	80,71	76,89	5,0
%/Ingresos	33,3%	34,4%	
EBITDA	86,41	82,96	4,2
%/Ingresos	35,7%	37,1%	

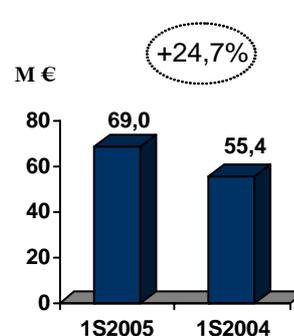
Ingresos publicitarios



Ingresos de circulación



Ingresos por promociones



El País ha incrementado sus ingresos de explotación en 8,3% durante los seis primeros meses de 2005. Alcanzó un margen de EBIT sobre ingresos de 33,3% frente al 34,4% en el mismo periodo del año 2004. El margen de EBITDA fue de 35,7% frente al 37,1% en el primer semestre de 2004. El descenso de márgenes se debe a la contribución de las promociones, que en el primer semestre de 2005 han sido mayores que en el mismo periodo del año anterior pero con menor rentabilidad. Si excluyéramos el efecto de las promociones, el margen de EBIT sobre ingresos sería de 34,2% frente al 34,0% en el mismo periodo del ejercicio anterior.

- **Los ingresos publicitarios** aumentaron en el primer semestre un 10,5% superando el crecimiento observado durante los tres primeros meses del año (+8,9%).

- **Los ingresos por circulación** experimentan una disminución del 3,8%, hasta los 71,6 millones de euros. El descenso de los ingresos se explica por la menor difusión del diario El País comparada con el primer semestre del ejercicio 2004 en el que se produjeron eventos especiales que incrementaron la circulación (elecciones generales y efecto del producto promocional “La Enciclopedia”), así como por la tendencia general decreciente en el sector de la prensa que se viene observando en Europa.

	Enero-Junio 2005	Enero-Junio 2004	Var %
Difusión media diaria	490.589	513.605	(4,5)
Difusión media fin de semana	870.821	870.919	0,0

Los ingresos por productos promocionales, siguen mostrando su fortaleza alcanzando 69,0 millones de euros durante los seis primeros meses del ejercicio frente a los 55,35 millones de euros registrados en el mismo período del ejercicio anterior. En el periodo enero-junio de 2005, la contribución al resultado operativo de las promociones fue de 21,55 millones de euros con un margen de EBIT de 31,2% sobre ingresos.

Destaca el éxito de las promociones lanzadas con El País “La Historia Universal” y “Cine de Oro”, esta última aún por concluir. La primera registró una media de venta semanal de 195.000 ejemplares. Respecto a la segunda, ha registrado en estos primeros seis meses del año una media de venta semanal de 170.000 ejemplares. De las otras promociones lanzadas con El País, destacó igualmente por su buena acogida la promoción de “Cuentos Infantiles”, que tuvo, durante el primer semestre del año, una venta media de 290.000 ejemplares.

Los **gastos de explotación** aumentaron un 10,1% explicado fundamentalmente por los mayores costes asociados a productos promocionales que se incrementaron en 24,8%, en línea con el incremento de los ingresos derivados de esta línea de actividad. El coste unitario de papel se mantuvo prácticamente constante respecto al mismo periodo de ejercicio anterior.

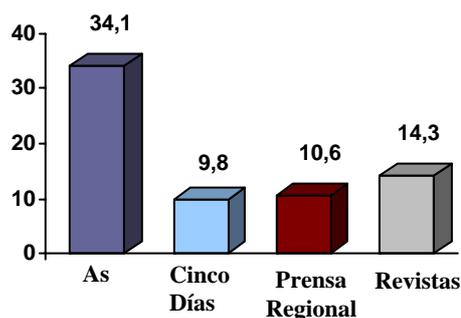
El **EBIT** se incrementó un 5,0% situándose el **margen de EBIT sobre ingresos** en el 33,3%, frente al 34,4% del mismo periodo de 2004.

PRENSA ESPECIALIZADA Y REGIONAL

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total ingresos explotación	69,51	65,42	6,3
Total gastos explotación	64,57	62,94	2,6
EBIT	4,94	2,48	98,9
%/Ingresos	7,1%	3,8%	
EBITDA	5,90	3,67	60,6
%/Ingresos	8,5	5,6%	

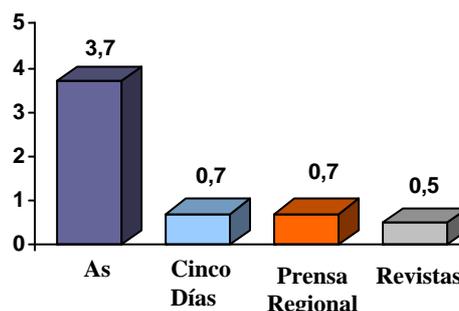
Ingresos de explotación

M €



Resultado operativo (EBIT)

M €



El crecimiento de los ingresos que experimentan As, Cinco Días y las Revistas, junto con el esfuerzo generalizado en la contención de gastos, ha permitido que esta unidad de negocio mejore su resultado operativo, obteniendo un EBIT de 4,94 millones de euros, frente a 2,48 millones de euros en el primer semestre del ejercicio anterior. La rentabilidad operativa de esta unidad mejoró, registrando un margen de EBIT de 7,1% frente al margen de 3,8% en el primer semestre del ejercicio 2004.

La evolución de **AS** durante los seis primeros meses del ejercicio ha venido caracterizada por:

- **Un incremento del 17,3% de los ingresos publicitarios** en el periodo enero-junio respecto al mismo periodo del año anterior.
- **Un incremento del 12,3% de los ingresos de circulación**, debido al aumento de difusión experimentada en AS. La **difusión media diaria** alcanzó 207.928 ejemplares frente a 194.296 en el mismo periodo del ejercicio anterior, lo que supone un **incremento del 7,0%**. Esta magnitud contrasta con la tendencia decreciente en circulación de su principal competidor.

- **El resultado operativo (EBIT)** alcanza los 3,7 millones de euros, lo que supone un incremento del 160% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. El margen de EBIT se situó en 10,7% frente al 4,9% en el primer semestre de 2004. La mejora en la rentabilidad económica de las promociones junto con el incremento en difusión explican estos resultados.

Cinco Días consolida su recuperación a nivel operativo y alcanza un EBIT de 0,7 millones de euros positivos frente a las pérdidas de 1,7 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior. El incremento de los ingresos publicitarios (+8,5%), y el control en los gastos de explotación, especialmente los gastos de personal, explican esta mejora. Los gastos totales cayeron un 15,7% y los de personal un 39,8%.

- **La difusión media diaria de Cinco Días** creció un 28,3% alcanzando los 31.017 ejemplares frente a 24.171 ejemplares en el mismo periodo del ejercicio anterior. Este fuerte aumento en la difusión del periódico se explica en parte por el hecho de que desde el mes de septiembre de 2004 se comenzó a distribuir en los fines de semana una edición especial de Cinco Días con distintos periódicos de ámbito regional o local.

En **Prensa regional**, los ingresos publicitarios crecieron 3,8% disminuyendo los gastos de explotación en 2,5%.

Respecto a **Revistas**, destaca el buen comportamiento de los ingresos por venta de ejemplares (+29,1%) y de los ingresos de publicidad (+16,0%). **Cinemanía** alcanzó una difusión media en el periodo enero-junio de 77.090 ejemplares y **Rolling Stone** de 31.849 ejemplares. **Revista 40**, lanzada en octubre de 2004 tuvo una difusión media de 44.261 ejemplares. Por su parte, **Gentleman** registró una difusión de 26.684 mostrando un crecimiento de 130%.

RADIO Y MÚSICA

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
RADIO			
Total Ingresos explotación	118,20	104,69	12,9
Total gastos explotación	92,99	84,19	10,5
EBIT	25,21	20,50	22,9
%/Ingresos	21,3%	19,6%	
EBITDA	27,70	22,97	20,6
%/Ingresos	23,4%	21,9%	
MÚSICA			
Total Ingresos explotación	7,93	32,81	-
Total gastos explotación	9,14	35,89	-
EBIT	(1,20)	(3,08)	60,9
%/Ingresos	(15,2%)	(9,4%)	
EBITDA	(0,74)	(1,94)	61,9
%/Ingresos	(9,3%)	(5,9%)	

RADIO

Durante los seis primeros meses del ejercicio 2005, los ingresos de la radio en España se incrementaron un 12,9%. Del total de los ingresos publicitarios de esta unidad, 52,9% fueron nacionales y 47,1% procedieron del mercado local.

- **Los ingresos publicitarios** crecieron un 13,3%, hasta alcanzar 105,1 millones de euros, impulsados por la buena marcha del mercado publicitario español. Los ingresos nacionales crecieron 18,3% y los locales 9,6%. La buena evolución de La Ser y los formatos musicales han quedado de manifiesto en las audiencias registradas en el último estudio general de medios (EGM) que confirma una vez más el liderazgo de las emisoras del Grupo.

Destaca el crecimiento del EBIT (+22,9%) con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior y la mejora del margen de EBIT sobre ingresos que se situó en 21,3% comparado con un 19,6% obtenido durante los seis primeros meses del ejercicio 2004.

MÚSICA

Los ingresos procedentes del negocio de música cayeron debido a que en el ejercicio 2004 esta unidad realizó con El País una promoción de discos en formato DVD. Con los ajustes llevados a cabo en esta línea de actividad mejoró la rentabilidad, reduciéndose de forma relevante las pérdidas (1,20 millones de euros frente a 3,08 millones de euros en el primer semestre del ejercicio anterior). Continúan los esfuerzos en la reestructuración de la compañía.

AUDIOVISUAL

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
TELEVISIÓN LOCAL			
Total Ingresos explotación	17,73	16,99	4,4
Total gastos explotación	25,89	23,07	12,3
EBIT	(8,16)	(6,08)	(34,3)
%/Ingresos	(46,1%)	(35,8%)	
EBITDA	(6,84)	(5,14)	(33,0)
%/Ingresos	(38,6%)	(30,3%)	
PLURAL			
Total Ingresos explotación	8,31	2,72	-
Total gastos explotación	8,80	4,57	-
EBIT	(0,48)	(1,85)	73,9
%/Ingresos	(5,8%)	(68,2%)	
EBITDA	1,03	(0,25)	-
%/Ingresos	12,4%	(9,1%)	

La actividad del negocio de Televisión Local (Localia) reflejó un crecimiento del 4,4%.

Dentro de los ingresos de la Televisión Local (17,73 millones de euros) destaca el comportamiento de los **ingresos publicitarios**, (53,9% de los ingresos), que se incrementaron un 32,2%, hasta los 9,55 millones de euros.

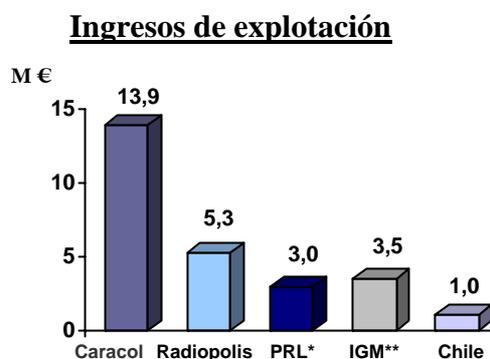
Dentro de Plural, Tesela, que dedica su actividad a la producción de programas de televisión, recoge los ingresos procedentes de la serie “Al filo de la ley” (5,4 millones de euros), serie emitida por Televisión Española, que ha tenido una gran acogida entre anunciantes y espectadores, con un share cercano al 20%.

MEDIOS INTERNACIONAL

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	30,25	24,42	23,9
Total gastos explotación	33,35	28,18	18,4
EBIT	(3,11)	(3,76)	17,5
%/Ingresos	(10,3%)	(15,4%)	
EBITDA	(0,29)	(0,93)	68,3
%/Ingresos	(1,0%)	(3,8%)	

En línea con los planes de expansión de este negocio, Prisa ha llegado a un acuerdo con Clear Channel para la adquisición de los derechos de programación y explotación comercial de una operación de radio, que emite en español en el área de Los Ángeles y el sur de California. La inversión total prevista es de 28 millones de dólares y la adquisición está pendiente de autorización. Con esta operación, Grupo Prisa impulsa su proyecto de desarrollo de una red de radio con presencia en el mercado hispano en Estados Unidos.

El detalle de ingresos de los distintos negocios que forman la unidad de medios internacional es el siguiente:



*Participaciones de Radio Latinoamericana incluye las actividades de radio en Francia, Costa Rica, Panamá y Miami.

** IGM incluye las actividades de prensa y televisión en Bolivia.

Medios Internacional ha incrementado sus ingresos publicitarios un 12,6% respecto al mismo periodo de 2004.

Caracol aumentó sus ingresos un 17,5% respecto al primer semestre del ejercicio 2004, destacando la evolución de los ingresos de publicidad (+20,4%). El resultado operativo se incrementó en un 31,2% hasta los 0,4 millones de euros.

En **Radiópolis**, los ingresos se incrementaron en 23,5%. El resultado operativo (EBIT) mejoró un 169,0%.

Las medidas de reestructuración y el cambio en el accionariado llevado a cabo en **Inversiones Grupo Multimedia** han contribuido a que dicha sociedad obtenga un resultado operativo de 0,33 millones de euros frente a 0,03 millones de euros en el primer semestre del ejercicio 2004. Destaca el comportamiento de los ingresos de publicidad que se incrementaron en 13,3%, a pesar de las dificultades por las que atraviesa el país.

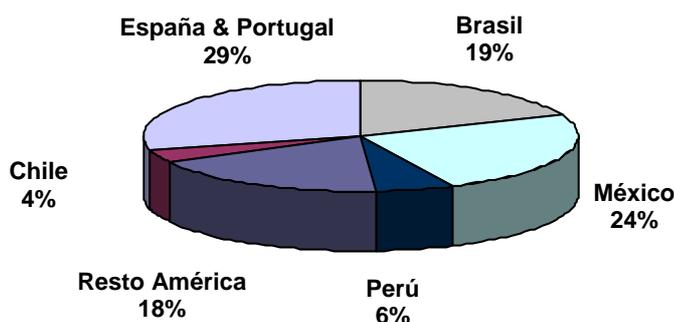
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	194,80	158,22	23,1
Total gastos explotación	177,68	151,08	17,6
EBIT	17,12	7,14	139,9
%/Ingresos	16,3%	4,5%	
EBITDA	43,28	24,06	79,9
%/Ingresos	24,1%	15,2%	

Con fecha 10 de Junio, Santillana adquirió el 75% de la sociedad Editora Objetiva de Río de Janeiro, por un precio de 6,8 millones de euros.

Creada en 1991, Editora Objetiva es una editorial de referencia en el segmento de las ediciones generales de Brasil. En el ejercicio 2004 facturó 5 millones de euros y consolidó su posición como una de las editoras de mayor crecimiento en el mercado brasileño en los últimos años. Con esta adquisición, Santillana consolida su presencia en el área de las ediciones generales en Brasil y complementa las actividades que ya desarrolla en el área de educación a través de Editora Moderna.

Desglose de Ingresos Enero-Junio 2005 por origen geográfico



En Educación y Formación, las cifras del primer semestre del ejercicio recogen las campañas de educación de los países de América del Sur, llevada a cabo en el primer trimestre del año y donde la mayor contribución procede de Brasil, Chile, Perú y Argentina, y parte de las ventas institucionales que se realizan en México, que se suelen producir en el segundo semestre.

- En **Brasil**, los ingresos en euros crecieron un 54,9% principalmente por la positiva evolución de las ventas institucionales. El resultado operativo (EBIT) creció un

110,5% hasta alcanzar los 9,0 millones de euros. El margen de EBIT se situó en 24,5% frente al 18,0% del mismo periodo del año anterior.

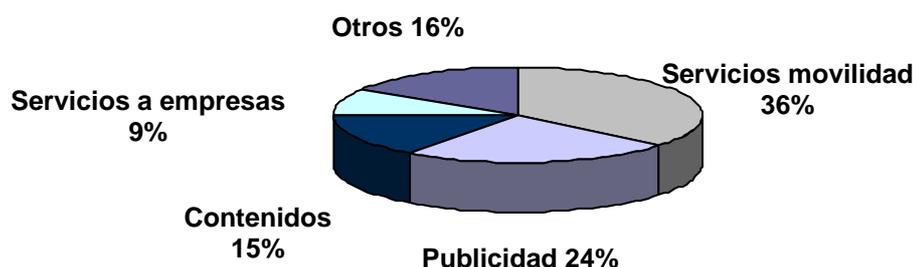
- En **México**, las ventas institucionales en euros se incrementaron un 29,8%. El resultado operativo alcanzó los 13,3 millones de euros, alcanzando un margen sobre ingresos de 28,7% frente al 22,7% alcanzado en el mismo periodo del ejercicio anterior.
- En **Perú**, las ventas aumentaron un 11,5% y el margen operativo se situó en 46,1% frente al 43,4% alcanzado en el primer semestre del ejercicio 2004.
- En **Argentina**, la mayor estabilidad política ha favorecido el crecimiento de los ingresos por ventas de libros de texto (+11,5% en euros).

PRISACOM

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	9,69	7,05	37,4
Total gastos explotación	12,68	12,03	5,4
EBIT	(2,99)	(4,98)	40,0
%/Ingresos	(30,8%)	(70,6%)	
EBITDA	(1,85)	(3,10)	40,3
%/Ingresos	(19,1%)	(43,9%)	

Prisacom incrementa sus ingresos un 37,4% debido principalmente al crecimiento de la venta de contenidos (+27%) y la positiva evolución del negocio derivado de servicios de movilidad (+37%). Los ingresos derivados de la publicidad registraron un crecimiento del 12%.

Distribución de Ingresos por línea de actividad (Enero-Junio 2005)



Los gastos de explotación aumentaron un 5,4%, en menor cuantía que el incremento de los ingresos de explotación, dando lugar a una mejora de la rentabilidad, disminuyendo las pérdidas operativas un 40,0%.

En junio de 2005 *El País.es* cuenta ya con 46.345 suscriptores frente a los 41.861 suscriptores registrados en diciembre de 2004. De los 46.345 suscriptores, 42.881 son de pago (38.531 en diciembre de 2004).

Con fecha 3 de junio, *El País.es* lanzó una nueva oferta de contenidos y servicios para dar respuesta a la cada vez mayor demanda de los usuarios en Internet, ampliando su oferta de contenidos en abierto para todos, mejorando los servicios exclusivos de los suscriptores de pago y satisfaciendo las necesidades de los usuarios más jóvenes con el lanzamiento del nuevo producto EP3. Dicha oferta está teniendo muy buena acogida.

VENTAS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS (GDM)

Millones de euros	ENERO-JUNIO		Var %
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	
Ingresos Netos de explotación ⁵	11,89	11,31	5,2
Total gastos explotación	8,36	7,94	5,3
EBIT	3,53	3,37	4,7
%/Ingresos	29,7%	29,8%	
EBITDA	3,71	3,55	4,7
%/Ingresos	31,2%	31,4%	

Durante los seis primeros meses del ejercicio 2005 el mercado publicitario español ha continuado el buen ritmo de crecimiento alcanzado en 2004. Destaca la fortaleza de los sectores de radio y televisión.

Del total de la publicidad gestionada por GDM (161 millones de euros) el 42% corresponde a Sogecable y terceros y el 58% a empresas del Grupo.

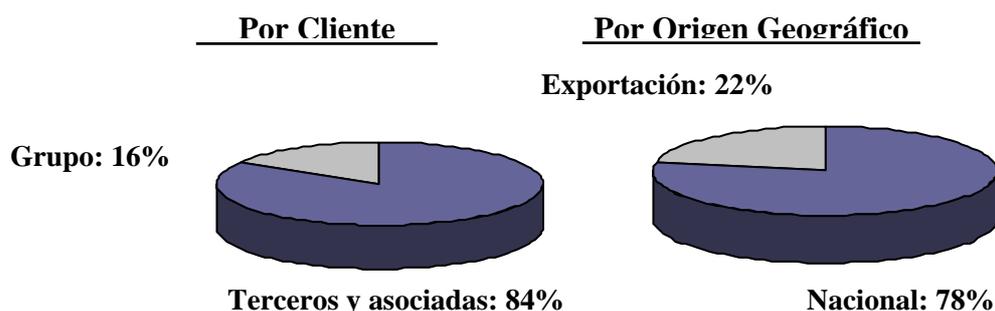
⁵ Según las Normas Internacionales de Contabilidad, esta unidad registra como ingresos únicamente la comisión generada por la publicidad total gestionada.

IMPRESIÓN - DÉDALO

Millones de euros	ENERO-JUNIO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	38,56	38,76	(0,5)
Total gastos explotación	39,61	38,99	1,6
EBIT	(1,05)	(0,23)	-
%/Ingresos	(2,7%)	(0,6%)	
EBITDA	2,75	3,99	(31,0)
%/Ingresos	7,1%	10,3%	

La compañía Dédalo se consolida por integración proporcional al 40%. Completan su estructura accionarial, Polestar con un 40% e Ibersuizas, socio financiero, cuenta con el 20% restante.

El desglose de los ingresos de explotación ha sido el siguiente:



Durante el ejercicio 2005, Dédalo continúa avanzado en los procesos de integración organizativa y operativa tras la fusión de PrisaPrint con Polestar.

Para el ejercicio 2005, las prioridades se centran en la consolidación y crecimiento del negocio de offset comercial y en la puesta en marcha del proyecto de fusión de las dos plantas de huecograbado actuales del grupo, lo que permitirá la creación de una única planta más competitiva y rentable y generará significativas sinergias y economías de escala.

Para más información:

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