

Questa analisi è del 31 maggio 2015 e riflette prezzi, conti e ipotesi di allora: la lasciamo consultabile come registro di quello che avevamo scritto.

L'analisi più recente su MFE Mediaforeurope è del 24 maggio 2026: leggi l'ultima analisi.

TITOLO DELLA SETTIMANA

31 mag 2015

Mediaset – analisi del maggio 2015

Dopo il forte rialzo dei prezzi dell'ultimo triennio Mediaset sembra essere correttamente valutata mentre nel raffronto internazionale risulterebbe ancora a sconto rispetto ai comparables.

Redazione Evaluation.it · lettura 3 min

Profilo societario

MFE-MEDIAFOREUROPE è una holding internazionale che si propone come punto di riferimento per l'aggregazione dei principali broadcaster in Europa. Con sede legale ad Amsterdam, nei Paesi Bassi, e residenza fiscale in Italia, MFE-MEDIAFOREUROPE gestisce Mediaset S.p.A. e Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación SAU, entrambe operative nei rispettivi mercati locali. Inoltre, la società detiene una quota di maggioranza nel broadcaster tedesco ProSiebenSat1.

Andamento del titolo

Le azioni Mediaset fanno parte del paniere FTSE Mib e rientrano nel segmento Blue Chips. Mediaset mostra una rischiosità superiore alla media del mercato (beta maggiore di 1) riflettendo la dipendenza dei ricavi dall'andamento del ciclo economico (investimenti pubblicitari). Negli ultimi 3 anni il titolo Mediaset ha registrato una performance del 241,6% contro il +74,7% dell'indice FTSE Mib. Dopo una fase caratterizzata da oscillazioni in entrambe i sensi, senza però allontanarsi in maniera significativa dall'indice, la azioni hanno imboccato con decisione la strada del rialzo, arrivando quasi a triplicare nel giro di un anno (massimi di aprile 2014). Nei successivi sette mesi si è registrata una correzione durante la quale il titolo ha perso circa il 40% del proprio valore seguita da un nuovo impulso rialzista con nuovi massimi ad aprile 2015.

Dati finanziari

VOCI DI BILANCIO	2012	VAR. %	2013	VAR. %	2014
Totale ricavi	3.720,70	▼ -8,2%	3.414,70	▼ -0,0%	3.414,40
Margine operativo lordo	1.269,50	▲ +2,7%	1.304,30	▲ +2,2%	1.332,40
Ebitda margin %	34,12		38,20		39,02
Risultato operativo	-235,40	▲ +204,6%	246,30	▲ +1,1%	248,90
Ebit margin %	-6,33		7,21		7,29
Risultato ante imposte	-287,40	▲ +134,9%	100,20	▲ +38,4%	138,70
Ebt margin %	-7,72		2,93		4,06
Risultato netto	-249,80	▲ +109,1%	22,80	▲ +238,2%	77,10
E-Margin %	-6,71		0,67		2,26
PFN (cassa)	1.712,80	▼ -14,8%	1.459,00	▼ -41,0%	861,30
Patrimonio netto	2.965,10	▲ +0,4%	2.977,70	▲ +2,3%	3.045,60
Capitale investito	4.775,80	▼ -5,2%	4.529,20	▼ -11,6%	4.003,80
ROE %	-8,42		0,77		2,53
ROI %	-4,93		5,44		6,22

Valori in milioni di €; margini e rendimenti in percentuale.

Commento ai dati di bilancio

Nel triennio 2012-2014 Mediaset ha registrato una diminuzione del fatturato dell'8,2% mentre il margine operativo lordo è salito del 4,9% con una crescita dei margini di quasi 5 punti percentuali; il risultato operativo è passato da un rosso di 235,4 ad un saldo positivo

di 248,9 milioni di Euro, mentre l'utile netto ha raggiunto quota 77,1 milioni di Euro da -249,8 milioni. Gli indicatori di redditività vedono un netto miglioramento sia a livello di ROI, cresciuto di oltre 11 punti al 6,2%, che di ROE, salito di 10,9 punti al 2,5%. Il rapporto debt to equity è in calo e passa da 0,58 a 0,28.

Ultimi sviluppi

Nel I trimestre 2015 i ricavi sono passati da 820,8 a 828,8 milioni di Euro (+1%), il margine operativo lordo è sceso a 306,7 milioni (-5% dai 322,8 milioni del 2014), il risultato operativo è salito invece del 55% a 45,9 milioni ed il risultato netto è passato da -12,5 a +0,7 milioni.

Comparables

AZIENDA	P/E	P/BV	DIVIDEND YIELD %
Mediaset	n.s.	2,23	0,46%
Comcast	17,7	2,82	1,54%
Time Warner	18,3	2,87	1,5%

Nel raffronto coi principali operatori internazionali nel settore del broadcasting televisivo Mediaset risulta la società più a buon mercato sulla base del rapporto Price/Book Value (Prezzo/Valore Contabile) mentre non è significativo il dato del Price/Earnings (Prezzo/Utili); piuttosto basso il dividend yield sia in termini assoluti che relativi.

Opportunità

Riduzione dei costi e possibile cessione di Mediaset Premium a Sky

Rischi

Notevole esposizione ai mercati dell'Europa periferica (Italia e Spagna) ed erosione di quote del mercato pubblicitario da parte dei new media (Internet in primis)

Ultime news

13 mag 2015

Mediaset: torna in utile nel primo trimestre

Buona crescita del risultato operativo e ritorno all'utile per Mediaset nei primi 3 mesi dell'anno con i ricavi che restano per² poco sopra i livelli di un anno fa e l'Ebitda ancora in flessione; nel dettaglio i ricavi al 31-03 passano da 820,8 a 828,8 milioni di Euro (+1%), il margine operativo lordo scende a 306,7 milioni (-5% dai 322,8 milioni...

25 mar 2015

Mediaset: utile a 24 milioni nel 2014

Mediaset conferma il volume di ricavi del 2013, grazie soprattutto al buon andamento del mercato pubblicitario in Spagna, e mostra miglioramenti dei principali margini operativi. Nel dettaglio i ricavi ammontano a 3414,4 milioni di Euro, l'Ebitda cresce del 2,2% a 1332,4 milioni mentre il risultato operativo passa da 246,3 a 248,9 milioni (+1,1%)....

12 nov 2014

Mediaset: resta in rosso anche nel terzo trimestre

Mediaset chiude in perdita i conti dei primi 9 mesi dell'anno ma dimezza la perdita nel terzo trimestre dell'anno grazie alla riduzione dei costi operativi; nel dettaglio i ricavi dei primi 9 mesi passano da 2390,1 a 2387,6 milioni di Euro (-0,1%), il margine operativo lordo si attesta a 895,7 milioni (+3,3% dagli 867,5 milioni del 2013), il risult...

Ipotesi di valutazione e sensitivity

Nell'applicazione del metodo dei flussi di cassa scontati e dell'Economic Value Added si sono ipotizzati:

- una crescita dei ricavi al 4,5% nel 2015 che sale al 6% nell'anno successivo per tornare gradualmente al 3% nel lungo periodo;
- margini in progressiva crescita fino al 44% del 2018 e seguenti;
- un ROI di lungo periodo del 20,4%.

Infine si prevedono: un tax rate in calo al 32%, un costo del debito medio in calo al 4,5% ed un payout in progressiva crescita fino al 70% del 2020. I risultati del modello convergono su un valore per azione di 3,97 Euro che tende a crescere (ridursi) di 0,25 Euro per ogni punto in più (in meno) del margine sulle vendite come mostrato nella figura seguente.

▼ **Avvertenze · ricerca in materia di investimenti (MAR), non è consulenza personalizzata né un'offerta.**

Questa pubblicazione è stata preparata da Claudio Guerrini con l'ausilio del software Step 3+, sviluppato da Evaluation.it Srl, e con il supporto di sistemi di Intelligenza Artificiale (IA) per l'elaborazione testuale e la sintesi preliminare di alcune sezioni qualitative. È stata elaborata in maniera autonoma e indipendente.

È liberamente accessibile online, è rivolta a un pubblico indistinto e costituisce una raccomandazione di investimento intesa come ricerca in materia di investimenti ai sensi del Regolamento Delegato (UE) 2016/958 e del Regolamento (UE) n. 596/2014 (MAR). Non costituisce in alcun modo un'offerta al pubblico, una sollecitazione all'investimento, né una forma di consulenza personalizzata, e non tiene conto della situazione finanziaria o degli obiettivi di chi legge. Chiunque utilizzi tali informazioni assume la piena ed esclusiva responsabilità delle proprie scelte finanziarie.

I fair value sono determinati con i metodi DCF ed EVA; il giudizio deriva dal rapporto tra valore stimato e prezzo di mercato. Né Evaluation.it Srl, né i suoi soci o dipendenti, ivi incluso l'Autore, garantiscono alcun risultato specifico o performance futura del titolo analizzato.

Disclaimer completo, con metodologia, scala dei rating e conflitti di interesse.

SOCIETÀ ANALIZZATA

MFE Mediaforeurope

MFE

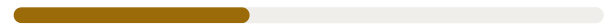
Broadcasting TV

Prezzo **2,91 €**

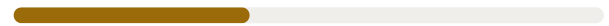
PAGELLA

Redditività **4,0/10**

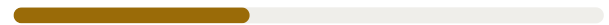
Capacità di remunerare il capitale investito.

Solidità **4,0/10**

Equilibrio della struttura finanziaria.

Crescita **4,0/10**

Dinamica attesa di ricavi e risultati.

Rischio **4,0/10**

Esposizione al ciclo, alla regolamentazione e alla leva.

Ricerca in materia di investimenti ai sensi della MAR: non è consulenza personalizzata né un'offerta. Il fair value è il risultato di un modello e delle sue ipotesi, tutte pubblicate. Disclaimer.