
RESULTADOS 9 MESES

Enero – septiembre 2017

MEDIASETespaña.



Madrid – 18 de octubre de 2017

ÍNDICE

1. Principales magnitudes
2. Cuenta de pérdidas y ganancias
3. Generación de cash-flow
4. Inversión neta
5. Balance de situación
6. Evolución de la audiencia
7. Internet
8. Media for equity
9. Evolución de la acción y recomendación de analistas
10. Hechos relevantes 2017
11. Contacta con nosotros

Conference Call / Web cast details

18 Octubre 2017 18:30 CET (17:30 pm en UK)

España: +34 914 142 021
UK: +44 (0) 203 0432 440
USA: + 1 646 722 4907
Codigo Pin: 476 046 86#

También puede conectar vía **webcast** en el siguiente link:
<https://edge.media-server.com/m6/p/9ttjsf4e>

O a través de nuestra página web:
<http://www.mediaset.es/inversores/es/>



I. PRINCIPALES MAGNITUDES

mill. EUR	9M2017	9M2016	Var (M€)	Var (%)
Total ingresos netos	701,30	711,68	(10,38)	(1,5%)
Total costes operativos	502,52	527,25	(24,72)	(4,7%)
EBITDA ⁽¹⁾	198,78	184,43	14,34	7,8%
Margen EBITDA	28,3%	25,9%		
EBIT	185,22	170,66	14,55	8,5%
Margen EBIT	26,4%	24,0%		
Beneficio Neto	146,09	131,84	14,25	10,8%
BPA ⁽²⁾	0,45	0,39		
Posición financiera	100,14	118,43	(18,28)	
Free Cash - Flow	188,37	182,97	5,40	

(1) EBITDA Incluye el consumo de derechos TV

(2) Se excluyen las acciones de autocartera a 30 de septiembre

En los primeros nueve meses 2017, **Mediaset España** registra un **EBITDA ajustado de €198,8 millones** y un **EBIT de €185,2 millones**, incrementos del **7,8% y 8,5%** respectivamente, en comparación con el mismo periodo del 2016.

- El **Total Ingresos Netos** asciende a **€701,3 millones**, con unos **ingresos publicitarios netos de €660,9 millones** y con **“Otros Ingresos”** por importe de **€40,4 millones**.
- **Infodex**, a la fecha de publicación de estos resultados, aún no ha reportado sobre el mercado publicitario español de los primeros nueve meses 2017. **Mediaset España estima**, que el **mercado publicitario TV**, en los meses de **enero-septiembre 2017**, podría haber crecido en el rango del **0,5%-1,0%**, y que la compañía **podría haber conseguido una cuota de mercado, estimada, del 43,4%-43,5% en el citado periodo**.
- El **margen EBITDA** del periodo asciende a **28,3%** (25,9% en 2016), y **margen EBIT 26,4%** (24,0% en 2016), esto supone incrementos de **2,4 pp** para ambas magnitudes respecto del mismo periodo 2016.
- El **Beneficio Neto** asciende a **€146,1 millones**, un incremento del **10,8%** respecto del mismo periodo 2016 (€131,8 millones).
- **Mediaset España** registra una **posición neta de caja, a 30 de septiembre 2017**, de **€100,1 millones** después del **pago del dividendo** (€175,7 millones) y finalización del **programa de compra de acciones propias** (€100,0 millones) llevados a cabo en el periodo. El **Free Cash Flow** asciende, en los primeros nueve primeros meses 2017, a **€188,4 millones** (un incremento de €5,4 millones respecto del mismo periodo 2016).
- **Mediaset España** abonó un **dividendo ordinario** y otro **extraordinario** el 9 de mayo, un total de **€0,52/ acción** y un importe de **€175,7 millones**.
- El total de **acciones propias** adquiridas en el periodo asciende a **9.282.275**, una inversión de **€100,0 millones**, representativas del **2,76% del capital social** de la compañía.
- **Mediaset España** obtiene una audiencia en los **nueve primeros meses 2017** del **29,1%** en 24 horas total individuos y un **30,6% en target comercial**.
- En los meses de **enero a agosto 2017***, **Mediaset España** registra un promedio mensual de: **11,6 millones de usuarios únicos multiplataforma**, **175 millones de páginas vistas** y **68,2 millones de videos servidos** (fuente: ComsCore, video solo PC).

* A la fecha de presentación de resultados, no están disponibles los datos ComsCore septiembre 2017.

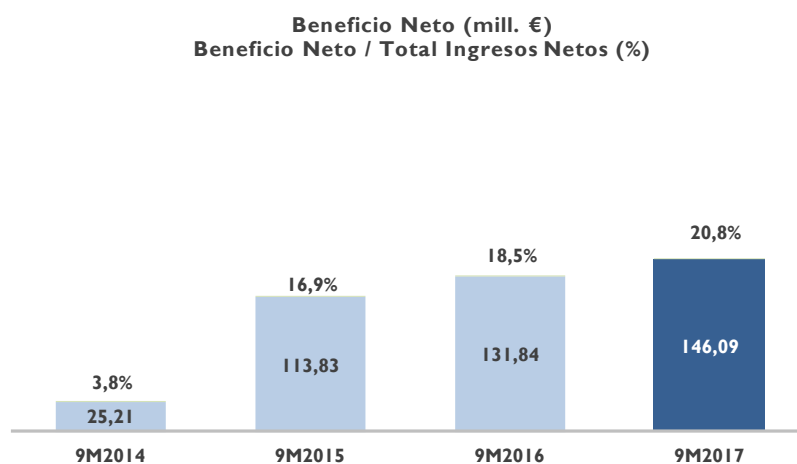
2. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

mill. EUR	9M2017	9M2016	Var (M€)	Var (%)
Ingresos Publicitarios Netos	660,91	667,09	(6,18)	(0,9%)
Otros Ingresos	40,39	44,59	(4,20)	(9,4%)
Total Ingresos Netos	701,30	711,68	(10,38)	(1,5%)
Consumo de derechos	(108,69)	(131,83)	23,14	(17,6%)
Costes de personal	(77,55)	(77,99)	0,44	(0,6%)
Otros costes operativos	(316,29)	(317,43)	1,14	(0,4%)
Total Costes	(502,52)	(527,25)	24,72	(4,7%)
EBITDA	198,78	184,43	14,34	7,8%
Margen EBITDA	28,3%	25,9%		
Otras amortizaciones, provisiones	(7,56)	(7,77)	0,21	(2,7%)
Amortización PPA	(6,00)	(6,00)	0,00	0,0%
EBIT	185,22	170,66	14,55	8,5%
Margen EBIT	26,4%	24,0%		
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	1,38	(1,66)	3,05	-
Resultado Financiero	(1,06)	(0,70)	(0,36)	-
Beneficio antes de impuestos	185,54	168,30	17,24	10,2%
Impuesto de Sociedades	(39,52)	(36,69)	(2,83)	7,7%
Minoritarios	0,07	0,23	(0,15)	-
Beneficio Neto	146,09	131,84	14,25	10,8%
Margen Beneficio Neto	20,8%	18,5%		
BPA (sin incluir acciones autocartera)	0,45	0,39		

El beneficio neto del periodo **enero a septiembre 2017** asciende a **€146,09 millones**, un incremento del **10,8%** respecto del mismo periodo 2016 (€131,84 millones). Esto representa un **beneficio por acción de €0,45** (excluyendo autocartera), un **incremento del 13,9%** en comparación con el mismo periodo 2016 (€0,39/acción).

El **beneficio neto de Mediaset España**, en los primeros nueve meses 2017, se ha multiplicado casi seis veces **(5,8x) desde 2014** (€25,21 millones) y se ha producido un **incremento del margen del beneficio neto de +17,0pp** desde el citado año.



2.1 INGRESOS

A 18 de octubre 2017, Infoadex no ha reportado aun sobre el mercado publicitario español de los nueve primeros meses 2017. **Mediaset España**, en sus **estimaciones internas**, prevé que el **mercado publicitario Tv**, podría haber **crecido en el tercer trimestre del año en el rango del +2%**. Esto significaría que en el **periodo enero a septiembre**, y basado en estimaciones de la compañía, el **mercado publicitario Tv** habría crecido en el entorno del **+0,5%-1,0%**.

En **términos de cuota de mercado**, **Mediaset España** estima que en el **tercer trimestre 2017**, ha obtenido una cuota de mercado en el rango del **43,7%-44,0%**, y para los **primeros nueve meses del año** estima que la cuota se sitúe alrededor del **43,4%-43,5%**.

Tabla 2: Ingresos

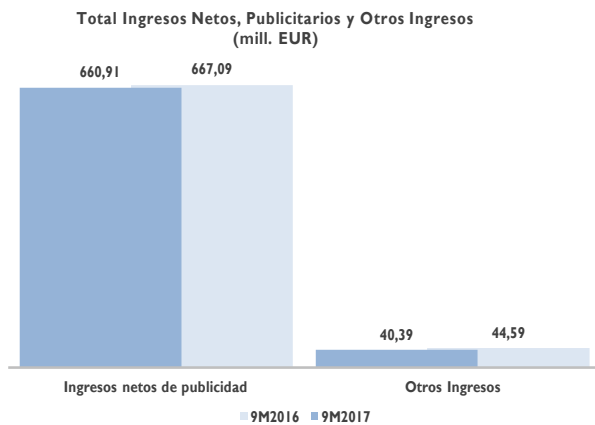
mill. EUR	9M2017	9M2016	Var (M€)	Var (%)
Ingresos Brutos Publicidad	689,23	692,96	(3,73)	(0,5%)
Medios Propios	674,58	670,01	4,57	0,7%
Medios Ajenos	14,65	22,95	(8,30)	(36,2%)
Comisiones	(28,32)	(25,86)	(2,45)	9,5%
Ingresos Netos Publicidad	660,91	667,09	(6,18)	(0,9%)
Otros Ingresos	40,39	44,59	(4,20)	(9,4%)
Total Ingresos Netos	701,30	711,68	(10,38)	(1,5%)

El **total de ingresos brutos de publicidad** en los **9 primeros meses 2017** suman **€689,23** millones en comparación con los **€692,96** millones del mismo periodo 2016. El desglose de ingresos es el siguiente:

- **Los ingresos brutos de publicidad de medios propios**, incluyen los ingresos publicitarios de internet, teletexto y los 7 canales en abierto que el grupo gestiona: TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY, ENERGY y BE MAD. El **total de estos ingresos** en los primeros nueve meses 2017, ascienden a **€674,58 millones**, un **incremento del 0,7%** respecto de los ingresos del mismo periodo 2016 (€670,01 millones).

Los ingresos de **Mediaset España medios propios**, en el **tercer trimestre 2017**, se incrementaron en un **2,6%** hasta **€183,48 millones**, en comparación con los **€178,80 millones** del mismo periodo 2016, esto es un incremento de **€4,68 millones**, un **excelente resultado** teniendo en cuenta la **compleja comparativa** con el mismo periodo 2016, cuando tuvo lugar la **EURO2016**.

- **Los ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, incluyen la venta de publicidad de un canal regional en abierto así como varios canales de pago, internet y e-walls y desde septiembre 2017, la comercialización de la publicidad del canal en abierto **Gol TV**. Estos ingresos suman en los primeros nueve meses 2017 **€14,65 millones**, en comparación con los **€22,95 millones** del mismo periodo 2016. La diferencia se debe a la finalización de la explotación publicitaria de algunos contratos de canales en abierto y de Pay Tv, así como un ajuste one off positivo en el segundo trimestre 2016.



Los ingresos netos de publicidad, son los ingresos brutos después de comisiones y alcanzan los **€660,91 millones** en los nueve primeros meses 2017, en comparación a los **€667,09 millones** del mismo periodo 2016.

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: Internet, venta de derechos y actividad cinematográfica entre otros. En los meses de **enero a septiembre 2017**, estos ingresos fueron **€40,39 millones**, en comparación a los €44,59 millones del mismo periodo 2016.

Mediaset España tuvo dos estrenos de cine en el periodo enero-septiembre 2017: “**Es por tu bien**”

en febrero 2017 y “**Tadeo Jones 2**” en agosto 2017, con **€9,5 millones** y **€13,8 millones** de ingresos brutos de taquilla respectivamente **a 30 de septiembre 2017**, donde **Tadeo Jones 2** y **Es por tu bien**, lideran la taquilla de los estrenos españoles en 2017. **Tadeo Jones 2**, es además, el mejor estreno de cine español desde **diciembre 2015**.

Total de ingresos netos, para el periodo **enero septiembre 2017** asciende a **€701,30 millones** en comparación con €711,68 millones el mismo periodo 2016.

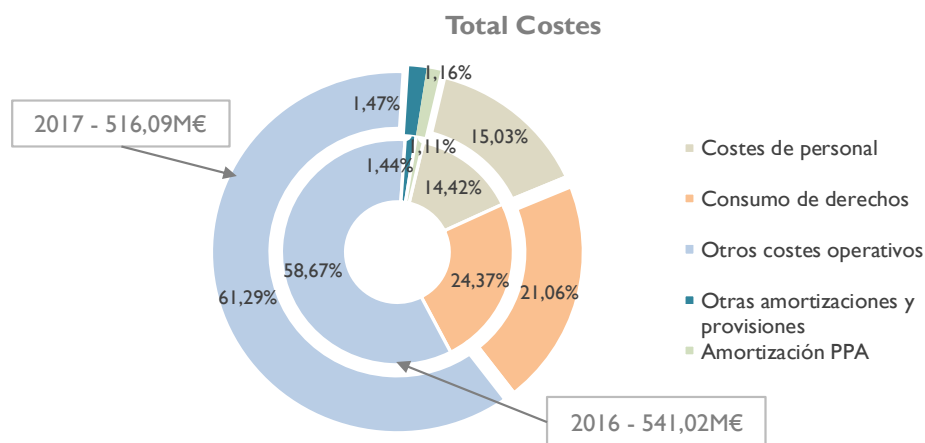
2.2 COSTES OPERATIVOS

Los **costes operativos totales** del periodo **enero septiembre 2017** ascienden a **€502,52 millones**, lo que supone unos ahorros de €24,72 millones, una **disminución del 4,7%** en comparación con el mismo periodo 2016 (€527,25 millones). Estos ahorros vienen de todas las áreas, pero especialmente en **relación con la parrilla de programación**, donde **Mediaset España emitió 23 partidos de la Eurocopa2016** en el mismo periodo del pasado año.

El modelo de negocio de **Mediaset España** demuestra de nuevo una gran flexibilidad, lo que permite a la compañía llevar a cabo una **estricta política de control de costes**, así como **los ajustes necesarios en caso que cambien audiencias o las condiciones de mercado**.

Tabla 3: Costes operativos

mill. EUR	9M2017	9M2016	Var (M€)	Var (%)
Costes de personal	77,55	77,99	(0,44)	(0,6%)
Consumo de derechos	108,69	131,83	(23,14)	(17,6%)
Otros costes operativos	316,29	317,43	(1,14)	(0,4%)
Total Costes Operativos	502,52	527,25	(24,72)	(4,7%)
Otras amortizaciones y provisiones	7,56	7,77	(0,21)	(2,7%)
Amortización PPA	6,00	6,00	0,00	0,0%
Total Costes	516,09	541,02	(24,93)	(4,6%)



La base de costes de **Mediaset España** (Costes operativos + Amortizaciones & Provisiones) en los **nueve primeros meses 2017** asciende a **€510,08 millones** un **28,2% inferior** a la del mismo periodo del 2010 (**€710,65 millones**). Esto supone ahorros de €200,57 millones a pesar de operar en la actualidad dos canales más.

mill. €	9M2010*	9M2011	9M2012	9M2013	9M2014	9M2015	9M2016	9M2017	Var.
Operating Costs + D&A	710,65	592,86	596,13	532,55	567,99	537,26	535,02	510,08	-28,2%

* Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRs, del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro.

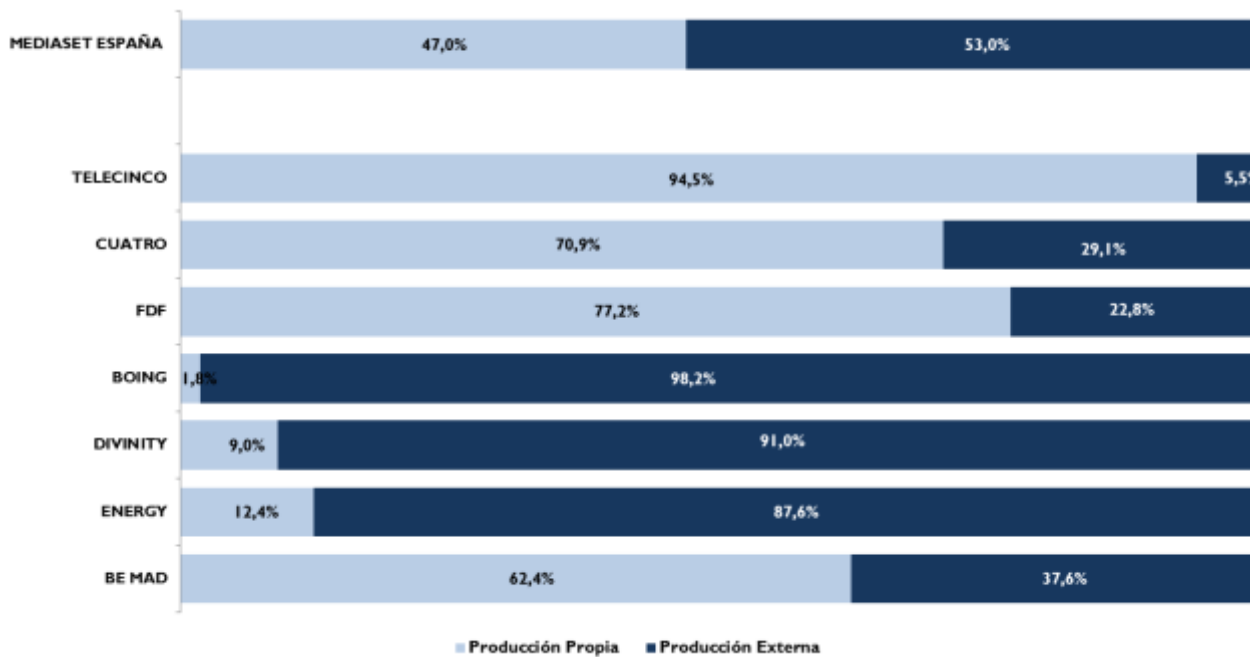
Contenido

Mediaset España opera en la actualidad 7 canales y durante el periodo **enero-septiembre 2017** ha dedicado el **47,0% las horas de emisión a la producción propia** y el **53,0% a producción externa**. Se trata de un **incremento de +4,5 pp** en las **horas de producción propia** en comparación con el mismo periodo 2016 (42,5%), que se deben, fundamentalmente, a los canales **Be Mad y Cuatro**.

El canal **TELECINCO**, ha dedicado el **94,5% de las horas de emisión a la producción propia**, mientras que el **5,5% se asignó a la producción externa**. Esto compara con el mix del mismo periodo 2016 donde el 92,7% era producción propia y el 7,3% de la producción externa.

CUATRO asignó un **70,9% de su parrilla a la producción propia**, lo que supone un importante incremento de **+14,6 pp**, respecto del mismo periodo 2016 (56,3%), mientras que el **29,1%** de las horas de emisión en el periodo, fueron **producción externa** (43,7% en el mismo periodo 2016).

Los canales **Telecinco y Cuatro**, dedican conjuntamente, el **83,1% de sus horas de emisión a la producción propia**, frente al **16,9% de la producción externa**. En el mismo periodo 2016, el consumo conjunto de los canales fue del 75,3% de producción propia, lo que supone un **incremento de +7,9pp** en los nueve primeros meses **2017** respecto del mismo periodo 2016.



En cuanto a los demás canales, la asignación ha sido la siguiente: **FACTORIA DE FICCION** dedicó un **77,2%** de producción propia frente a un **22,8%** de producción externa, **BOING** dedica la mayor parte de su parrilla a los derechos a terceros, un **98,2%**, **DIVINITY** presenta un **9,0%** de producción propia y **91,0%** de derechos de terceros, **ENERGY** dedica un **12,4%** de la parrilla a la producción propia y un **87,6%** a la producción externa, y **BE MAD**, asigna el **62,4%** de su parrilla a la producción propia y el **37,6%** a los derechos a terceros.

2.3 RESULTADO DE EXPLOTACIÓN Y MÁRGENES

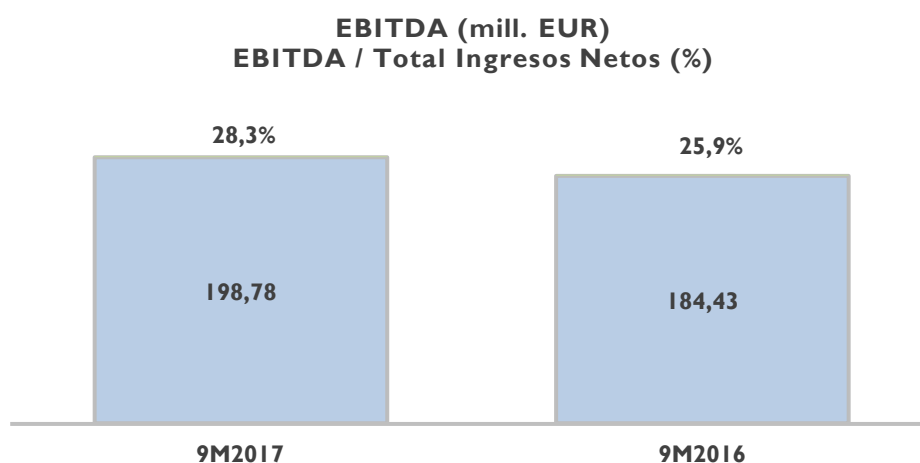
Mediaset España registra un resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, de **€198,78 millones** en los **nueve primeros meses 2017**, un incremento de **€14,34 millones, +7,8%**, en comparación con el mismo periodo 2016 (€184,43 millones). **Mediaset España** consigue un **margen EBITDA ajustado del 28,3%**, sobre los ingresos totales netos, una mejora de **+2,4pp** respecto del mismo periodo 2016 (25,9%), **Mediaset España** de nuevo pone todo el énfasis en la consecución de los mejores márgenes.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€185,22 millones**, lo que se traduce en un incremento del **+8,5%** en comparación con el mismo **periodo 2016 (€170,66 millones)**, y un margen del **26,4%** sobre el total ingresos netos del primer semestre 2017, **+2,4pp en comparación con el mismo periodo 2016 (24,0%)**.

Mediaset España casi quintuplica su **resultado EBITDA (€198,78 millones)** desde 2012 (€40,59 millones) y obtiene el mejor **margen EBITDA (28,3%)** en un periodo de nueve meses desde el citado año (6,4% en 9M2012, +21,9pp).

Table 4: Margins

mill. EUR	9M2017	9M2016	Var (M€)	Var (%)
Total ingresos netos	701,30	711,68	(10,38)	(1,5%)
EBITDA	198,78	184,43	14,34	7,8%
Margen EBITDA	28,3%	25,9%		
EBIT	185,22	170,66	14,55	8,5%
Margen EBIT	26,4%	24,0%		



mill. EUR	9M2017	9M2016	Var (M€)	Var (%)
EBIT	185,22	170,66	14,55	8,5%
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	1,38	(1,66)	3,05	-
Resultado Financiero	(1,06)	(0,70)	(0,36)	-
Beneficio antes de impuestos	185,54	168,30	17,24	10,2%
Impuesto de Sociedades	(39,52)	(36,69)	(2,83)	7,7%
Minoritarios	0,07	0,23	(0,15)	-
Beneficio Neto	146,09	131,84	14,25	10,8%
<i>Margen Beneficio Neto</i>	20,8%	18,5%		

2.4 FINANCIEROS, RESULTADO DE PARTICIPADAS

Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia¹, en el periodo **enero a septiembre 2017**, muestran un **beneficio de €1,38 millones**, en comparación con la pérdida de €1,66 millones del mismo periodo 2016.

El **resultado financiero**, en los **primeros nueve meses 2017**, supone un **gasto de €1,06 millones**.

2.5 RESULTADO DE LOS NUEVE PRIMEROS MESES 2017

El **resultado antes de impuestos**, del periodo **enero-septiembre 2017**, es **€185,54 millones**, en comparación con los €168,30 millones del mismo periodo 2016, un **incremento de €17,24 millones** en el periodo (+10,2%).

El **resultado neto después de impuestos**, suma en el periodo, **€146,09 millones** en comparación con los **€131,84 millones** del mismo periodo 2016, esto es €14,25 millones superior, lo que representa un incremento del 10,8%.

Mediaset España incrementa su **margen del beneficio neto** en el periodo hasta el **20,8%**, una subida de +2,3pp en comparación con el mismo periodo del 2016 (18,5%). **Mediaset España** ha incrementado, **desde 2012** su margen del beneficio neto de los nueve meses del año en **+14.3pp**.



¹ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Televisión Inc. (43,7%), A.I.E (Furia de titanes 2) (34,0% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30,0%), Producciones Mandarina S.L. (30,0%), La Fábrica de la Tele S.L. (30,0%), Megamedia TV, S.L. (participación indirecta 30%), Aunia S.L. (50,0% participación indirecta), Alea Media S.A. (40,0%), Melodía producciones S.L. (40,0%) y Adtech Ventures S.P.A. (50,0%).

3. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** de los nueve primeros meses 2017, asciende a **€188,37 millones**, en comparación con los €182,97 millones del mismo periodo 2016, lo que supone un **incremento de €5,40 millones**.

La **posición neta de caja de Mediaset España, a finales de septiembre 2017**, es de **€100,14 millones**, en comparación con los €118,43 millones del mismo periodo 2016, que se obtiene tras la remuneración al accionista en el periodo de **€275,72 millones (€100,00 millones en autocartera y €175,72 millones el pago de dividendo)**.

Mediaset España abonó **dividendos** a cuenta de resultados del 2016 y reservas de libre disposición el **9 de mayo**, por importe de **€175,72 millones**, lo que representa un **pay-out del 103%**, y pone de manifiesto la prioridad de la compañía en relación a la remuneración del accionista.

Como parte de la remuneración al accionista, **Mediaset España** completó su **programa de recompra de acciones propias** el 21 de agosto 2017, programa que fue aprobado por el Consejo de Administración de la compañía en febrero y ratificado en JGA, en abril 2017. El plan **comenzó el 17 de mayo** y supuso una inversión total de **€100,00 millones** y la compra de **9.282.275 títulos**, que representan el **2,76% del capital social de la compañía**.

Tabla 5: Cash-Flow

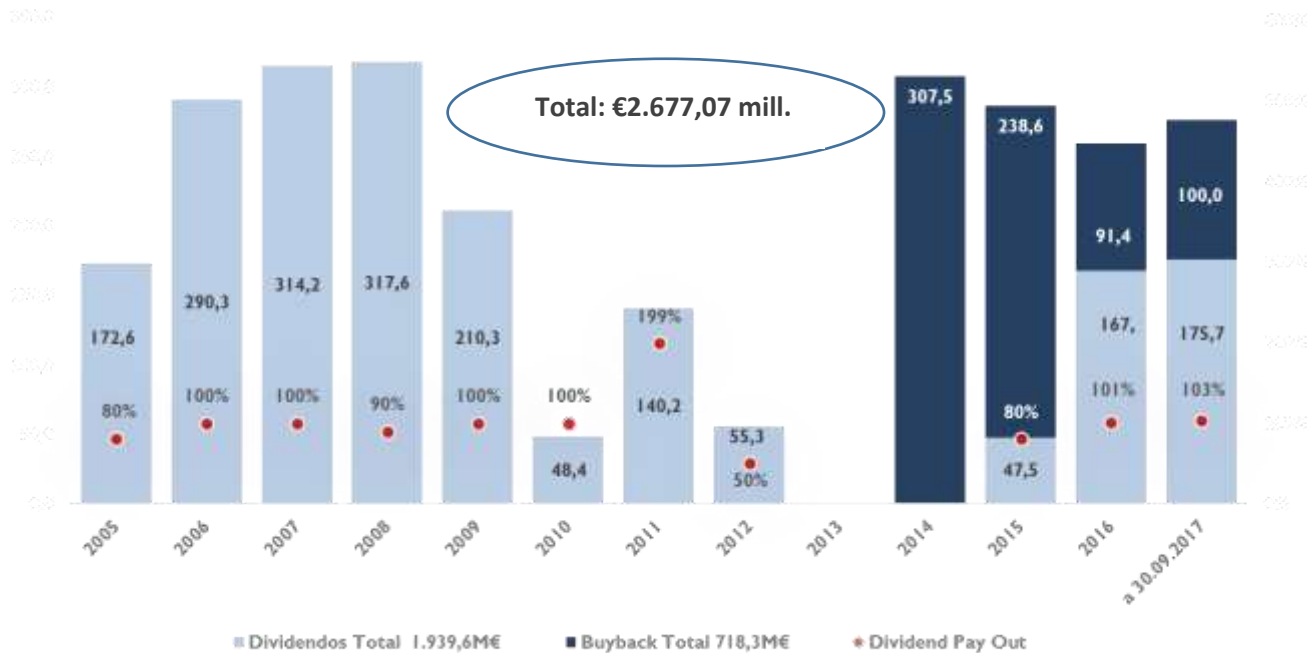
mill. EUR	9M2017	9M2016	Var (M€)
Beneficio Neto antes de minoritarios	146,02	131,62	14,40
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	122,47	145,22	(22,75)
Consumo Derechos	108,69	131,83	(23,14)
Amortizaciones	13,78	13,39	0,39
Provisiones	(0,47)	0,38	(0,85)
Otros	11,92	22,68	(10,77)
CASH FLOW OPERATIVO	279,94	299,90	(19,96)
Inversión en Derechos	(147,22)	(151,77)	4,55
Inversiones, otras	(8,84)	(6,83)	(2,01)
Variación Fondo de Maniobra	64,49	41,68	22,81
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	188,37	182,97	5,40
Compra acc. Propias	(100,00)	(91,40)	(8,60)
Movimientos Patrimonio	1,68	1,46	0,21
Inversiones/Desinversiones financieras	6,52	(1,28)	7,80
Dividendos cobrados	1,85	1,67	0,18
Pago de Dividendos	(175,72)	(167,40)	(8,32)
Variación Neta de Tesorería	(77,30)	(73,98)	(3,32)
Posición Financiera Neta Inicial	177,45	192,41	(14,96)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	100,14	118,43	(18,28)

Mediaset España consigue una tasa de conversión a caja del **94,8%**: Free Cash Flow (€188,37 millones) a **EBITDA** (€198,78 millones), un **excelente ratio de conversión** de margen bruto (EBITDA) a caja.

La remuneración de los accionistas de **Mediaset España**, desde su salida a bolsa y **hasta el 30 de septiembre 2017**, vía dividendos, asciende a **€1.939,58 millones**, mientras que los programas de **compra de autocartera** llevados a cabo, hasta 30 de septiembre 2017, asciende a **€737,49 millones**.

La combinación de **ambas remuneraciones**, ha supuesto un total de **€2.677,07 millones**

DIVIDENDOS DESDE SALIDA A BOLSA Y PLANES DE BUYBACK

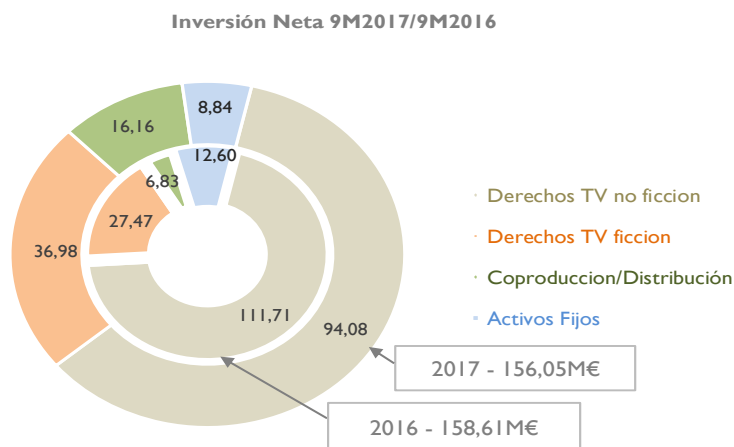


4. INVERSION NETA

La **inversión neta total**, en el periodo **enero a septiembre 2017** alcanza los **€156,05 millones** en comparación con la inversión del mismo periodo del 2016 de **€158,61 millones**.

En este periodo, **Mediaset España**, invirtió un total de **€94,08 millones** en derechos de terceros, **€36,98 millones** en series de ficción nacional, **€16,16 millones** en co-producciones/distribución cinematográficas y **€8,84 millones** en **activos fijos tangibles** e intangibles.

Desde **enero a septiembre 2017**, **Mediaset España** ha **incrementado** su inversión en **derechos de ficción** y **coproducciones** en **€ 18,84 millones**, y **reducido** la inversión en **derechos TV no ficción** en **€17,63 millones**.



5. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de situación

mill. EUR	Septiembre 2017	Diciembre 2016
Inmovilizado	568,07	580,92
- Inm. Financiero	313,51	321,06
- Otro Inmovilizado	254,56	259,86
Derechos y Anticipos	208,79	171,90
- Terceros	139,87	132,45
- Ficción	39,58	20,58
- Coproducción / Distribución	29,34	18,87
Impuesto Anticipado	102,66	112,95
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	879,52	865,77
Activo corriente	188,22	243,67
Activo financiero y tesorería	104,99	193,26
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	293,21	436,93
TOTAL ACTIVO	1.172,73	1.302,70
FONDOS PROPIOS	855,27	983,29
Provisiones	9,60	9,15
Acreeedores no corrientes	16,37	11,84
Pasivo financiero no corriente	4,25	13,66
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	30,22	34,66
Acreeedores corrientes	286,64	282,59
Pasivo financiero corrientes	0,60	2,16
TOTAL PASIVO CORRIENTE	287,24	284,75
TOTAL PASIVO	1.172,73	1.302,70

Mediaset España presenta un adecuado equilibrio entre sus activos y pasivos corrientes, como demuestra el ratio de liquidez de **1,02x**. La partida de **derechos audiovisuales** muestra el correcto mix que permite a la compañía a **maximizar su parrilla de la forma más eficiente**.

Los fondos propios **disminuyen en los primeros nueve meses** del año 2017, en **€128,02 millones**, lo que se debe al pago del **dividendo de €175,72**, el 9 de mayo, y la compra de **autocartera** por importe de **€100,00 millones** en este periodo.

6. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

6.1 CONSUMO DE TELEVISIÓN

Years	Consumption			Thousand viewers	
	Linear	Non linear (*)	Total TV consumption		
2000	9M2000	206		206	5.524
2001	9M2001	204		204	5.546
2002	9M2002	207		207	5.641
2003	9M2003	207		207	5.668
2004	9M2004	214		214	6.067
2005	9M2005	212		212	6.075
2006	9M2006	213		213	6.144
2007	9M2007	219		219	6.391
2008	9M2008	222		222	6.540
2009	9M2009	221		221	6.729
2010	9M2010	230		230	6.997
2011	9M2011	234		234	6.425
2012	9M2012	241		241	7.368
2013	9M2013	241		241	7.300
2014	9M2014	239		239	7.278
2015	9M2015	232	2	234	7.164
2016	9M2016	227	4	231	7.014
2017	9M2017	222	4	226	6.866

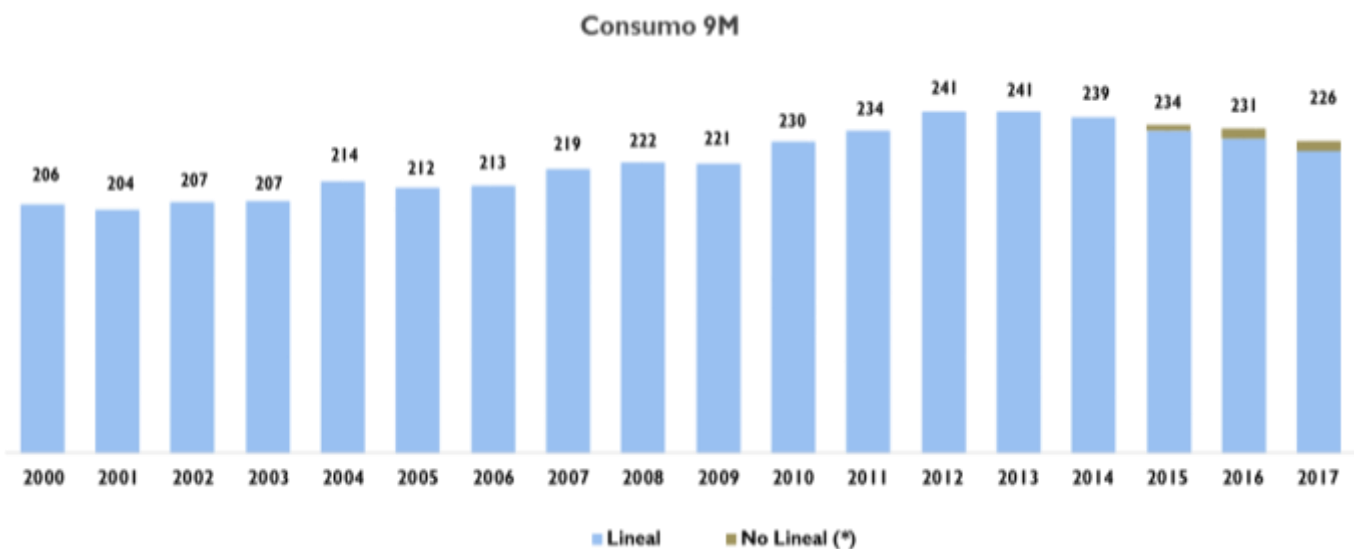
El promedio diario de consumo televisivo, lineal y no lineal, en **los nueve primeros meses del año 2017**, fue de **226 minutos, tres horas y cuarenta y seis minutos por día y persona**.

El **consumo lineal TV**, **222 minutos por persona/día**, y supone un **98,2% del total del promedio del consumo televisivo**. El promedio diario de espectadores en el periodo fue de **6,9 millones**.

Desde marzo 2017, Kantar Media mide la audiencia de invitados (amigos, familia etc.. de visita en el hogar). El **consumo de televisión** se incrementa, incluyendo invitados, en un **5,7%**, en el **periodo marzo-septiembre**, lo que supone **13 minutos más de consumo tv en el periodo** anteriormente señalado. El consumo de invitados **es más elevado** en los targets más jóvenes. La cifra del cuadro de la izquierda **no incluye** el consumo de invitados.

El **consumo no lineal** de televisión en los nueve primeros meses 2017 es de **4 minutos/por persona** y día y representa en **1,7%** del promedio diario del consumo televisivo.

*Consumo no lineal, es el consumo televisivo dentro de los 7 días siguientes a la emisión.



² Source: Kantar Media y ComScore.

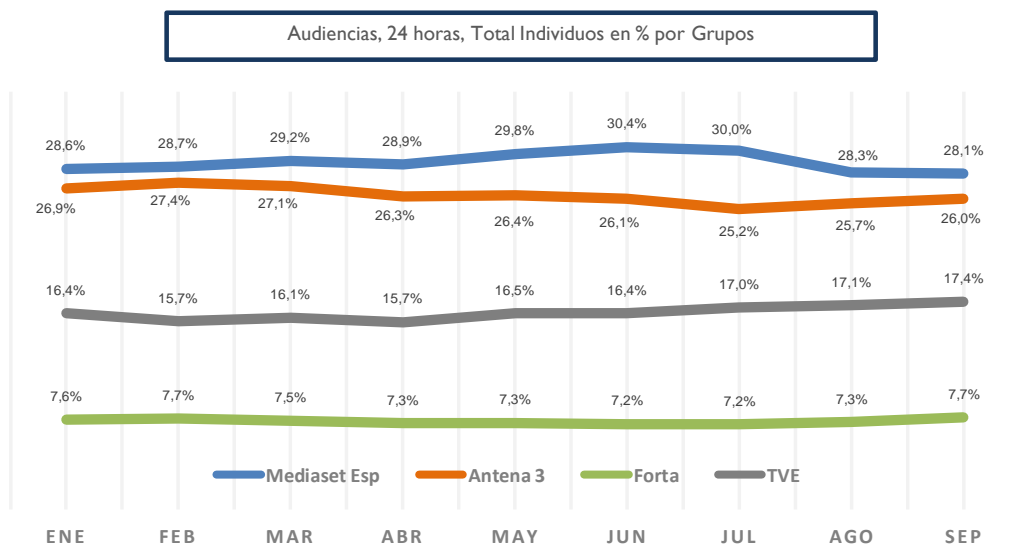
6.2 AUDIENCIAS GRUPO³

Tabla 7: promedio audiencia de Mediaset España 9M17

	9M2017	9M2016
Total Individuos		
Total Día	29,1%	30,5%
PRIME TIME	28,7%	30,5%
DAY TIME	29,3%	30,5%
Taget Comercial		
Total Día	30,6%	31,7%
PRIME TIME	29,4%	31,0%
DAY TIME	31,2%	31,9%

Mediaset España es el grupo más visto en los primeros nueve meses 2017, con una audiencia del **29,1% en total individuos total día**, lo que representa una **ventaja de +2,7pp** en comparación con su inmediato competidor, liderando audiencias desde 2010. **Mediaset España** destaca en la franja de Day time, con una audiencia del **29,3%** y un target comercial del **31,2%**, una ventaja de **3,1pp and +3,4pp**, respectivamente, por delante de su directo competidor.

En relación a la audiencia en **target comercial**, **Mediaset España** alcanza en este periodo el **30,6%** en **total individuos total día**, incrementando su ventaja hasta **+2,1pp** por delante de su inmediato competidor. **Mediaset España** lidera en casi todos los targets, **con especial ventaja en niños y jóvenes 13-24 años (35,2%, +6,8pp) y jóvenes 25-34 años (32,8%, +3,1pp)**, respectivamente.



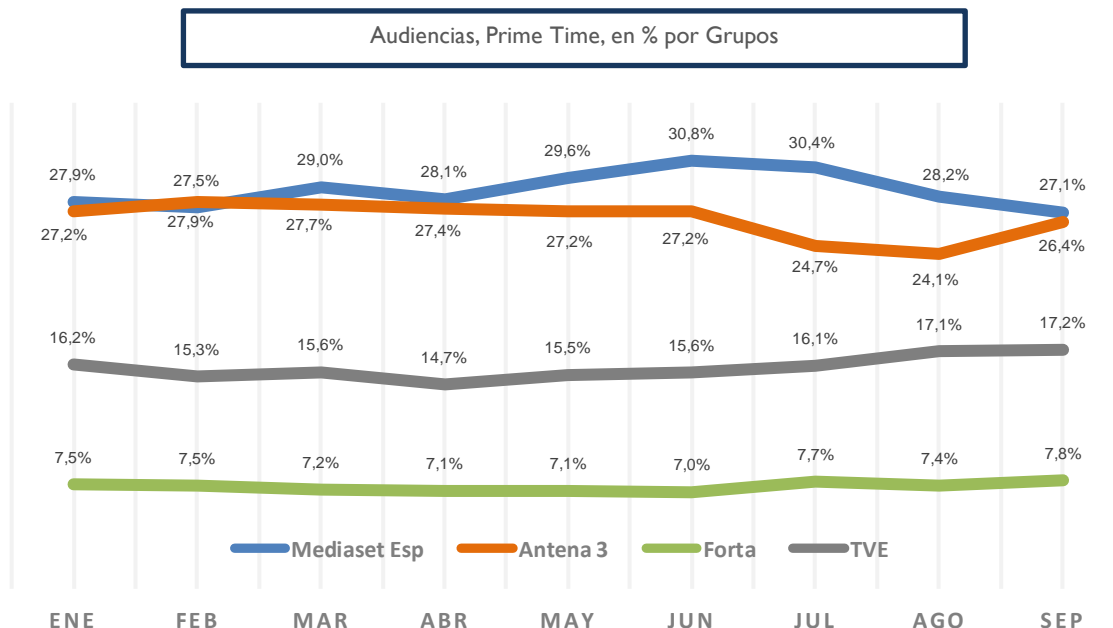
Además de una oferta sólida en **contenidos propios** y de **terceros**, algunas de las emisiones deportivas del grupo **Mediaset España**, en los **primeros nueve meses 2017**, han sido: **fútbol: Final de la Copa del Rey, partidos amistosos** de la selección nacional **Europeo UEFA Sub21, Súper Copa**, entre otros. **Tenis: Roland Garros** final y semifinal y en **baloncesto**: la competición **Eurobasket2017**.

En **Prime Time³**, **Mediaset España** obtiene una audiencia en el periodo del **28,7%** en Total Individuos lo que supone una **ventaja de +1,9pp** sobre su inmediato competidor liderando por cuarta vez consecutiva las audiencias

³ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

(*) Target Commercial 16-59 años: individuos 16-59 años en poblaciones de más de 10.000 habitantes de todos los niveles socioeconómicos excepto el E2. El nuevo target supone 20,6 millones de individuos.

en los primeros nueve meses del año. **Mediaset España** obtiene un **target comercial en Prime Time de 29.4%** en el periodo enero- septiembre 2017, en comparación con el **29,8%** de su inmediato competidor.

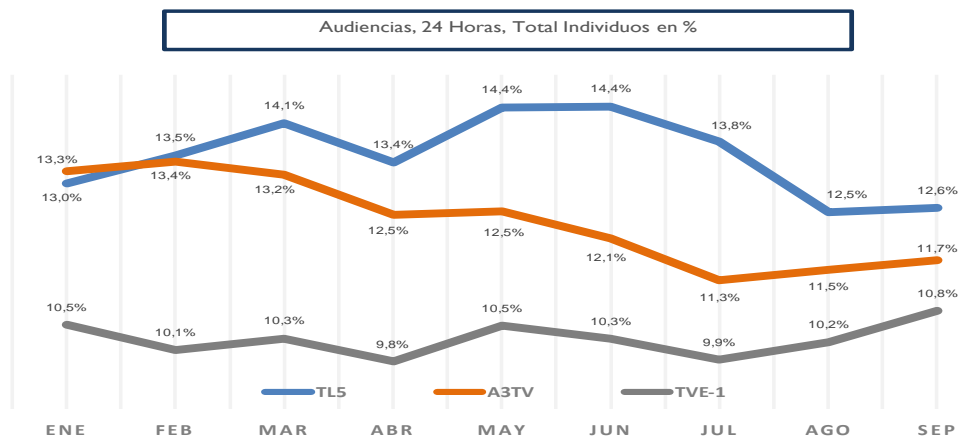


6.3 AUDIENCIA DE LOS CANALES PRINCIPALES

Tabla 8: Promedio de audiencia 9M17 de Telecinco

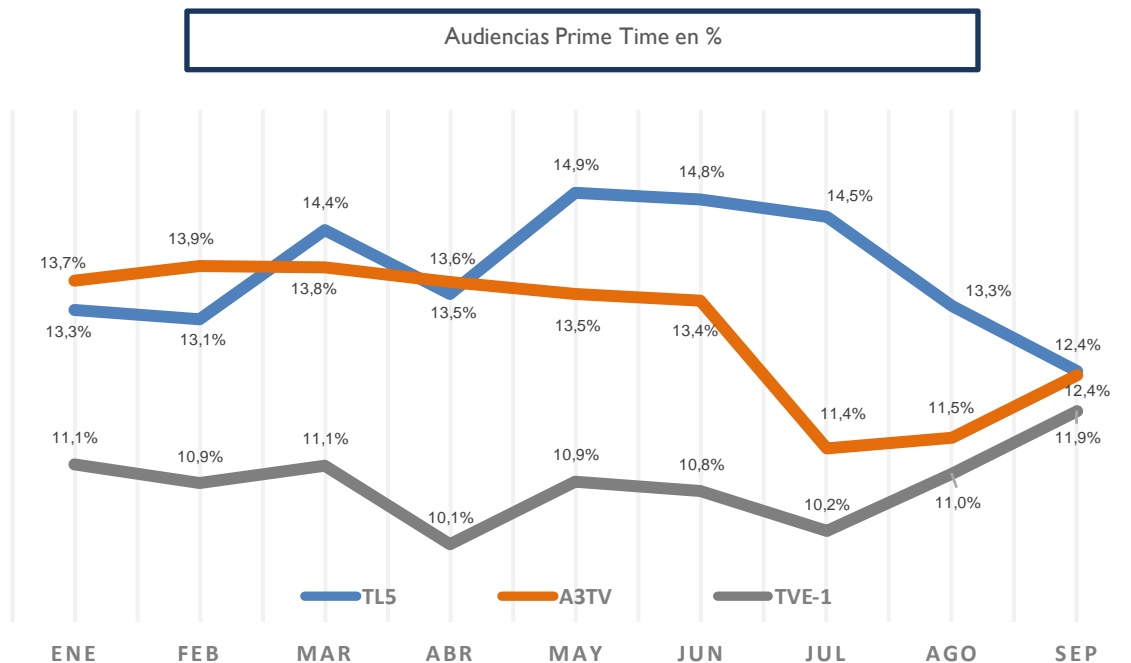
		9M2017	9M2016
Total Individuos	Total Día	13,6%	14,7%
	PRIME TIME	13,8%	15,8%
	DAY TIME	13,5%	14,2%
Taget Comercial	Total Día	12,5%	13,7%
	PRIME TIME	12,1%	14,4%
	DAY TIME	12,7%	13,4%

En total día total individuos, el canal **Telecinco** registra una audiencia del 13,6% y lidera con +1,2pp por delante de su inmediato competidor. Telecinco lidera audiencias en los nueve meses del año desde 2010 y obtiene los mejores registros en los siguientes targets: **mujeres con un 16,9%**, (+3,6pp) sobre su inmediato competidor), **jóvenes 25-34 años con un 13,1%** (+1,7pp).



El canal Telecinco, consigue una audiencia en su target comercial en los nueve primeros meses del año del 12,5% en total día, un +0,2pp por delante de su directo competidor.

En “prime time” Telecinco, registra una audiencia de 13,8%, y de nuevo supera a su inmediato competidor por **+0,7pp**, liderando en este periodo desde 2012.



La audiencia en Prime Time del target comercial de Telecinco en el periodo de 12,1 %.

Telecinco es el canal líder en entretenimiento, En esta nueva temporada, el programa **La Voz** (quinta temporada) lidera en su franja de emisión en todos los target, **Mi casa es la tuya**, programa de entrevistas, registra un **16,4% de audiencia, 2,2 millones de espectadores** y lidera en el target **mujeres (20,4%)** y **jóvenes 13-24 años (16,0%)**. El programa de **Ana Rosa**, formato magazine, inicia su nueva temporada con los mejores registros de los últimos 8 años y con una audiencia de **19,5%**, una **ventaja de +4,5pp** sobre el programa de su competidor. La nueva ficción **Ella es tu padre**, estrenada en septiembre, registra una audiencia del **14,4%**, liderando en todos os targets pero especialmente en **jóvenes (13-24)** con un registro de **19,6%**. Otros formatos de éxito en el periodo, fueron **Supervivientes 2017**, con una audiencia del **25,6%** y **2,9 millones de espectadores**, el programa más competitivo de los nueve primeros meses del año. **La voz Kids**, registra un **22,9%** y **3,1 millones de espectadores**, **Got talent**, por su parte, anota una audiencia del **20,9%** y **2,8 millones de espectadores**. La emisión de la **Súper Copa** los días 13 y 16 de agosto, entre **Real Madrid y Barcelona**, consiguen un excelente registro de audiencias: **48,3%** y **6,5 millones de espectadores**.

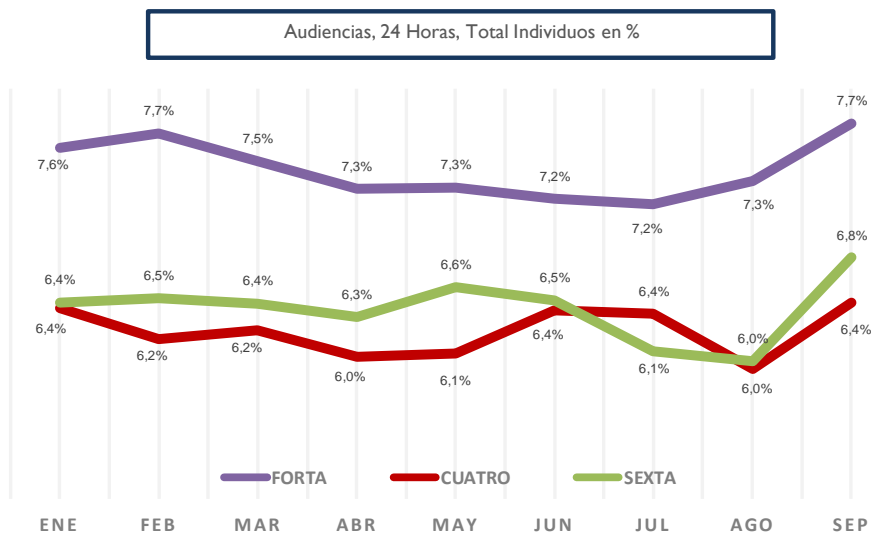
Table 9: promedio de audiencia 9M2017 de Cuatro

		9M2017	9M2016
Total Individuos	Total Día	6,2%	6,7%
	PRIME TIME	6,4%	6,1%
	DAY TIME	6,2%	6,9%
Taget Comercial	Total Día	7,3%	7,7%
	PRIME TIME	8,1%	7,7%
	DAY TIME	6,9%	7,7%

En total día Cuatro, consigue una cuota de audiencia del 6,2% en total día total individuos, manteniendo la diferencia con su inmediato competidor en su nivel mínimo (0,2pp) en el periodo de los nueve meses.

Cuatro consigue una excelente conversión (1,2x) a **target comercial, 7,3 %**, lo que supone una ventaja de **+0,4pp** sobre su inmediato competidor (6,9%). **Cuatro** es el **tercer canal privado por target comercial**.

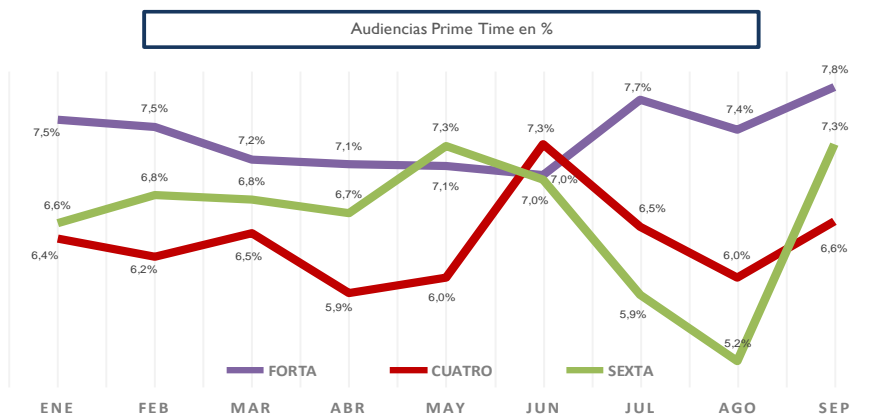
En el Eurobasket (agosto-septiembre 2017), Cuatro obtiene, en promedio, una **audiencia del 14,7% y 1,7 millones de espectadores** en los **partidos de la selección nacional** de baloncesto. La competición al completo registra una audiencia del **11,5% y 1,3 millones de espectadores**.



En Prime time, para los nueve primeros meses 2017, el canal **Cuatro** logra una **audiencia del 6,4%**, que supone la **menor diferencia (0,3pp)** con su inmediato competidor **de los últimos 5 años**. **Cuatro**, además, **incrementa su audiencia en el periodo en 0,3pp** frente al periodo 2016, en comparación con la disminución de audiencia de 1,0pp, en el mismo periodo experimentada por su directo competidor.

Cuatro registra un **target comercial** en el periodo del **8,1%**, adelantando a su inmediato competidor (7,2%) por 0,9pp. También **incrementa su target comercial** en comparación al mismo periodo 2016 (**+0,4pp**), mientras que su inmediato competidor disminuye en 1,5pp en el mismo periodo.

En el inicio de la nueva temporada de programación, septiembre, **Cuatro** apoya su **producción propia** y lanza nuevos formatos, como **Héroes más allá del deber** (8,0% audiencia) que lidera los targets más jóvenes (13-24 años) con un registro del 12,9%, otros estrenos en la temporada, fueron **Ven a cenar conmigo y La línea roja**. Al mismo tiempo, nuevas temporadas de formatos ya estrenados consiguen buenos datos de audiencias como: **Volando voy 9,3%**, su mejor registro histórico, QQCCMH con un 7,9% de audiencia liderando el target de 35 años donde obtiene un 15,5%. Otros formatos de éxito en el periodo fueron: **Gipsy Kings**, con una **audiencia del 11,5% y 1,7 millones de espectadores**, **Chester in Love** con una **audiencia del 8% y 1,6 millones de espectadores** y **Planeta Calleja** que consigue una audiencia del **8,2% y 1,4 millones de espectadores**.



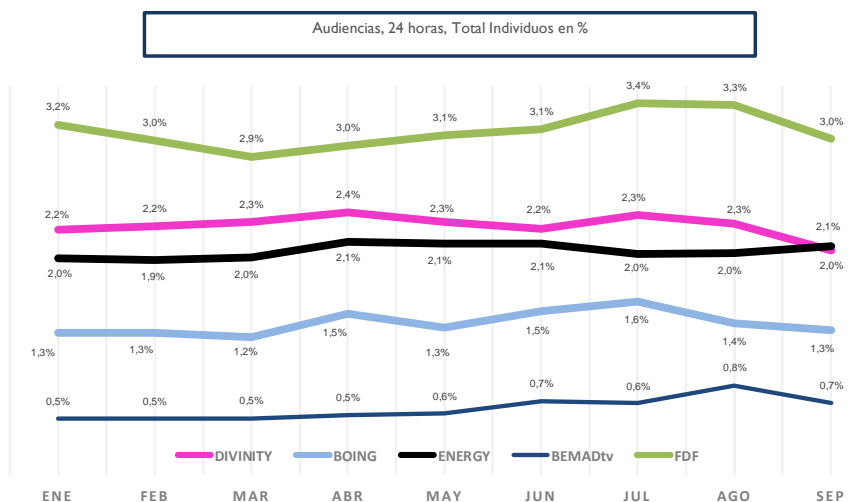
6.4 AUDIENCIA CANALES TARGETIZADOS

Table 9: promedio audiencia 9M2017 canales targetizados

	9M2017	
	Total Individuos	Target Comercial
DIVINITY		
Total Día	2,2%	2,9%
PRIME TIME	0,02	0,02
BOING		
Total Día	1,4%	1,0%
PRIME TIME	1,1%	0,8%
ENERGY		
Total Día	0,02	0,02
PRIME TIME	2,2%	2,3%
BEMADtv		
Total Día	0,6%	0,8%
PRIME TIME	0,5%	0,6%
FDF		
Total Día	3,1%	3,8%
PRIME TIME	2,7%	3,1%

La audiencia de los canales de nueva generación, en los nueve primeros meses 2017, asciende a 9,3%, en Total Día, y consiguen un Target Comercial del 10,8%, esto es +1,8pp y +1,5pp por delante de su inmediato competidor (7,6% y 9,3% respectivamente).

El canal FDF alcanzó en el periodo una audiencia del 3,1% en el Total individuos, mientras que en su target de 13-24 años registra una audiencia del 8,7% y para el grupo 25-34 del 5,3%. Divinity tiene una audiencia en su target de mujeres 16-44 del 3,7% mientras que en el Total individuos su audiencia es del 2,2%. Energy obtiene una audiencia del 2,0% en el Total individuos, mientras que en su target de hombres 25-54 años consigue un registro del 2,0%. Boing, el canal infantil, tiene una audiencia en Total individuos de 1,4%, mientras que en su target comercial de 4-12 años multiplica casi por 9 veces el registro anterior, hasta el 12,1% de audiencia. Be Mad, obtiene una audiencia del 0,6%, mientras que en su target de hombres 13-44 consigue un registro del 1,0%.



7. INTERNET*

En los primeros ocho meses 2017, el consumo de video por persona/día (sólo PC) alcanzó 14,4 minutos en el grupo total individuos y representa el 6,0% del promedio diario del consumo audiovisual. Desde marzo 2017, hay datos del consumo de video en móviles y hasta agosto, el consumo en estos dispositivos, alcanza 23,6 minutos/usuario. Esta cifra incrementa el peso del consumo del video hasta el 9,4% del consumo total. Este consumo alcanza su cota más elevada en el grupo de 25-34 años con 44,5 minutos.

En los ocho primeros meses 2017, Mediaset España registra un promedio mensual de 11,6 millones de usuarios únicos (multiplataforma), 175 millones de páginas vistas y 68,2 millones de videos streamed.

	Espectadores Únicos (000)	Páginas Vistas (millones) ⁽¹⁾	Videos (000) ⁽²⁾	Minutos de consumo (millones) ⁽³⁾
agosto 2017	10.528	148	52.591	634
julio 2017	11.103	172	66.011	987
junio 2017	11.044	164	75.496	1.050
mayo 2017	11.836	188	87.377	1.217
abril 2017	11.636	181	85.328	1.221
marzo 2017	12.702	211	83.007	1.644
febrero 2017	12.235	174	65.049	1.303
enero 2017	12.006	159	30.358	1.050

Fuente: Comscore.

(1) Páginas Vistas Multiplataforma PC + Mobile (restated)

(3) Consumo Minutos Multiplataforma

(2) Video solo PC. Debido a una incidencia técnica, el total de videos de enero y febrero es inferior al dato real.

En los primeros ocho meses 2017, Mediaset España confirma su liderazgo también en internet, donde se mantiene como el grupo de media con el mayor número de videos streamed en el periodo. También cuenta con el mejor ratio Video/usuario único, con 45 videos/usuario así como un alto grado de fidelidad que se refleja en el elevado promedio de consumo de 177 minutos/usuario, muy por delante del segundo mejor registro de 149 minutos/usuario único. (Fuente: Comscore video solo PC).

En cuanto a internet, el site **Telecinco.es** registra en los ocho primeros meses 2017 un promedio de 7,9 millones de usuarios únicos (multiplataforma), muy por delante de su inmediato competidor, mientras que **Cuatro.es** obtiene para el mismo periodo 3,7 millones de usuarios únicos (fuente ComScore PC+Movil). Entre otros, el site de **Cuatro** ha ofrecido una cobertura especial para el Europeo de Baloncesto 2017, con emisión en directo y video bajo demanda de los partidos emitidos en TV.

A 30 Septiembre 2017, Mediaset España suman un total de 14,9 millones de descargas, siendo las más populares: Mitele con 7,0 millones de descargas, GH 3,6 millones, La Voz 1,8 millones y Mediaset Sport 0,7 millones. Por primera vez y en GH una nueva tecnología 360° estaba disponible en la app del programa. Permite al usuario elegir en directo a través de qué cámara quiere ver el programa. También la app del programa se ha hecho más interactiva, pudiéndose elegir, por primera vez, los concursantes a través de la misma.

A final de septiembre 2017, Mediaset España dispone de 180 cuentas activas en las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram y 39,5 millones de seguidores. La compañía registró en el periodo 28,6 millones de comentarios, lo que representa un 57,5% sobre el total de los contenidos relacionados con la televisión, un claro exponente de la gran popularidad de los contenidos de Mediaset España en las redes sociales.

Mitele app está presente en los televisores Smart TVs a través de acuerdos comerciales con los principales operadores del mercado. A finales de septiembre 2017, Mitele estaba presente en más de 1,7 millón de televisores conectados.

En los meses de enero a septiembre 2017, Radioset registra un promedio de casi 1,0 millones de visitantes únicos y se encuentra entre las tres radios digitales más populares del territorio.

* Datos enero-agosto 2017

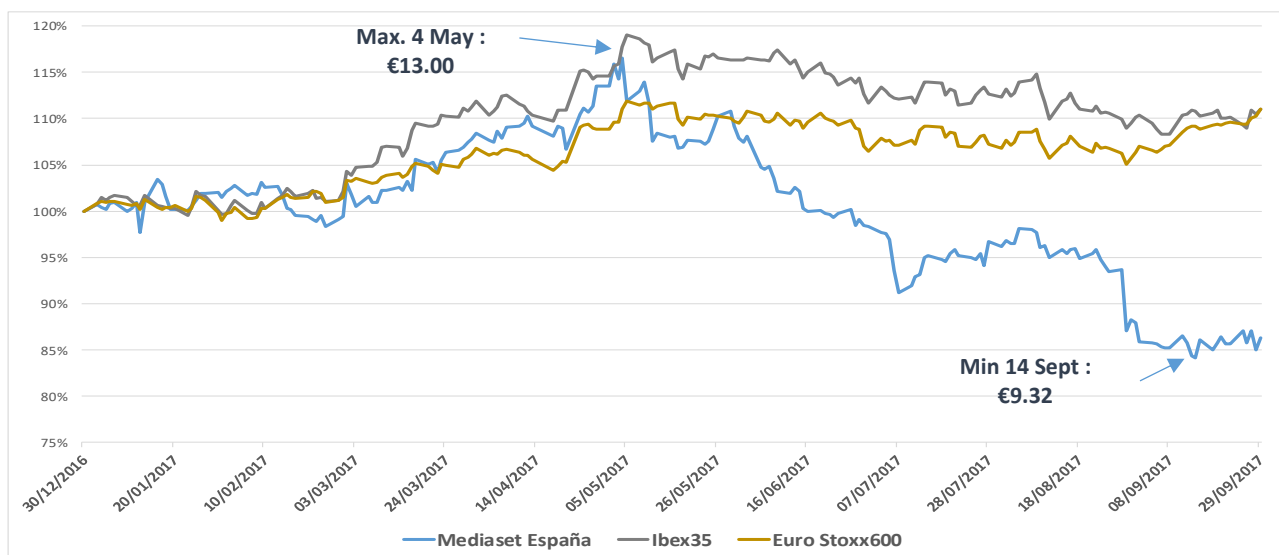
8. MEDIA FOR EQUITY

Mediaset España está trabajando con un número de start-ups a través de acuerdos de Media for Equity, llevados a cabo por Ad4Ventures, la empresa de Venture capital de Mediaset España. El objetivo de Ad4Ventures es invertir en las compañías más rentables bajo criterios financieros y de inversión. A finales de **septiembre 2017**, **Ad4Ventures** maneja un portfolio de **10 compañías**, incluyendo, entre otras: **CornerJob**, **Deporvillage**, **Westwing** y **21 Buttons** entre otros.

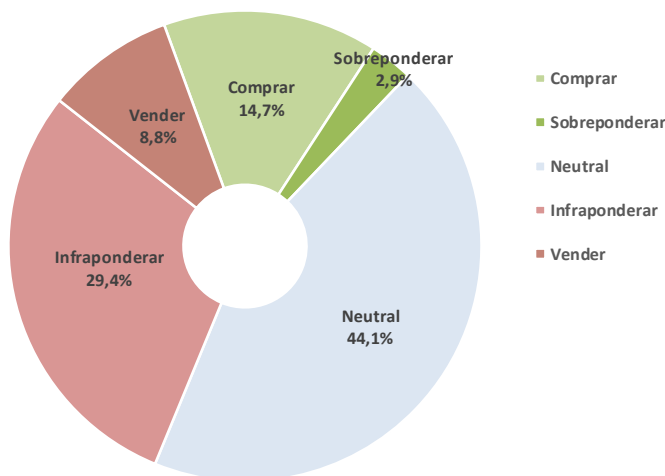
9. EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN Y RECOMENDACIONES DE LOS ANALISTAS

Mediaset España, en los nueve primeros meses 2017 ha tenido una evolución muy desigual. En la primera parte del año, mostraba una evolución positiva, llegando a **revalorizarse un 16%** a comienzos de mayo. La tendencia se invierte desde el citado mes, motivado por la **revisión** a la baja de estimaciones y recomendaciones de **varias casas de análisis** a la compañía y al sector en abierto europeo en general. En los nueve primeros meses 2017, **Mediaset España** alcanza su **cotización máxima** el 4 de mayo, **€13,00**, y la **más baja** el 14 de septiembre en **€9,32**. El **promedio diario de títulos negociado** en el periodo asciende a **1,32 millones acciones/día** y el **volumen negociado** **€15,1 millones/día**. El **precio medio ponderado** para el periodo asciende a **€11,32**.

A 30 de septiembre 2017, **Mediaset España** cotiza en **€9,55**.



Las recomendaciones de los analistas, para el título d a **30 de septiembre 2017** son las siguientes:



Fuente: Consenso de analistas.

El número de **acciones del capital social de Mediaset España** asciende a **336.717.490 títulos** y a 30 de septiembre 2017, la compañía dispone de una **autocartera de 9.282.275 acciones** representativas del **2,76%** del capital social de la compañía.

La capitalización de **Mediaset España** a 30 de septiembre 2017, asciende a **€3.216,7 millones**.

10. HECHOS RELEVANTES 2017

Mediaset España ha comunicado a la CNMV los siguientes hechos relevantes en los primeros nueve meses 2017:

Fecha	Hecho relevante
28/08/2017	Finalización del programa de recompra de acciones propias.
28/08/2017	Recompra de acciones propias 21, Agosto 2017
21/08/2017	Recompra de acciones propias 14-18 Agosto 2017
14/08/2017	Recompra de acciones propias 7-11, Agosto 2017
07/08/2017	Recompra de acciones propias 31 julio -4 agosto, 2017
31/07/2017	Recompra de acciones propias 24-28 Julio 2017.
26/07/2017	Información financiera intermedia 1S2017
24/07/2017	Recompra de acciones propias Julio 17-21, 2017.
17/07/2017	Recompra de acciones propias 10-14, Julio 2017.
10/07/2017	Recompra de acciones propias 3-7, Julio2017.
03/07/2017	Recompra de acciones propias 26-30 Junio 2017.
26/06/2017	Recompra de acciones propias 19 junio -23 junio 2017
19/06/2017	Recompra de acciones propias 12 junio -16 junio 2017
12/06/2017	Recompra de acciones propias 5 junio -9 junio 2017
05/06/2017	Recompra de acciones propias 29 mayo -2 junio 2017
29/05/2017	Recompra de acciones propias 22-26 mayo 2017
22/05/2017	Recompra de acciones propias 17-19 mayo 2017
05/05/2017	Pago de dividendo ordinario y extraordinario
27/04/2017	Información financiera intermedia 1T2017
24/04/2017	Acuerdos Junta General de Accionistas
24/03/2017	Convocatoria y Propuesta de acuerdos para la JGA
24/02/2017	Informe Anual de Gobierno Corporativo.
24/02/2017	Informe Anual de Remuneraciones de los Consejeros
23/02/2017	Información Financiera FY2016
23/02/2017	Dividendo, Recompra de Acciones y Convocatoria de la Junta

Más información disponible en la página web de inversores de la compañía:

<http://www.mediaset.es/inversores/es/hechos-relevantes.html>

II. CONTACTA CON NOSOTROS

En nuestra página corporativa:

www.mediaset.es

Departamento de relación con inversores:

Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

Página web: www.mediaset.es/inversores/es/

Email: inversores@mediaset.es

Dirección: Relación con inversores

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis

28050 - MADRID