
RESULTADOS 9 MESES

Enero – Septiembre 2018

MEDIASET*españa.*



Madrid – 7 Noviembre 2018

CONTENIDOS

1. Resultados Financieros y Operativos
2. Indicadores KPI
 - 2.1 Consumo Televisivo
 - 2.2 Cuota de Audiencia
 - 2.3 Mix de Contenidos
 - 2.4 Compañías participadas
 - 2.5 Internet
3. Cuenta de Resultados
4. Inversiones
5. Balance
6. Cash Flow
7. Outlook
8. Hechos posteriores al cierre del periodo
9. Calendario del inversor
10. Definition de MARs
11. Contacto

Conference Call / Web cast details

7 Noviembre 2018 a las 18:30 CET (17:30 horario UK)

España: +34 914 192 514
UK: +44 (0) 330 336 9411
USA: +1 646 828 8144
Pin Code: 9388129#

Puedes conectar con la **webcast** a través de este link:

<https://edge.media-server.com/m6/p/8pfha3e2>

O en nuestra página web:

<http://www.mediaset.es/inversores/es/>



I. RESULTADOS FINANCIEROS Y OPERATIVOS

mill. EUR	3Q 18	3Q 17	Var (%)	9M 18	9M 17	Var (%)
Total net revenues	188,6	192,8	(2,2%)	696,4	701,3	(0,7%)
Total operating costs	(154,0)	(162,0)	(4,9%)	(502,8)	(502,5)	0,0%
EBITDA Adj. ⁽¹⁾	34,5	30,7	12,3%	193,7	198,8	(2,6%)
EBITDA margin	18,3%	15,9%		27,8%	28,3%	
EBIT	29,4	26,0	13,0%	181,7	185,2	(1,9%)
EBIT margin	15,6%	13,5%		26,1%	26,4%	
NET PROFIT	21,7	20,4	6,4%	146,9	146,1	0,6%
EPS ⁽²⁾	0,07	0,06		0,45	0,45	
Net cash position				129,2	100,1	29,0%
Free Cash - Flow				181,8	188,4	(3,5%)

(1) EBITDA Adj, includes TV rights consumption

(2) excluding any treasury shares as at 30.09

- **Infoadex** informa que el **mercado publicitario TV del tercer trimestre 2018 disminuyó un 2,0%**, donde **Mediaset España habría mejorado** respecto de sus peers e incrementado su cuota hasta el **43,8%** (+24pb mismo periodo 2017).
- El **Total de Ingresos Netos** en el **tercer trimestre 2018**, asciende a **€188,6** frente a los **€192,8** millones del mismo periodo 2017.
- **Mediaset España's** obtiene un **EBITDA en el trimestre de €34.5 millones (+12,3%)** lo que supone un **margen EBITDA del 18.3%**, su **mejor registro** en un **tercer trimestre** en los últimos diez años (margen sobre ingresos totales).
- El **Beneficio Neto del tercer trimestre del año** asciende a **€21.7 millones**, un incremento del **6.4%** en comparación con el mismo periodo 2017 (€20,4 millones).
- La **posición neta de caja de Mediaset España** a 30 de septiembre 2018, es de **€129,2 millones** y registra un **Free Cash Flow**, en el periodo de **€181,8 millones**.
- **Mediaset España lidera audiencias** en los primeros nueve meses **2018** y anota un **29.0% de share** y un **31.1% de target comercial**, ambas en total individuos total día. La emisión del **Mundial de Fútbol Rusia 2018**, lleva a **Mediaset España** a obtener unos excelentes registros tanto en audiencias como en el ámbito digital.
- En el periodo enero-septiembre **Mediaset España** registró un promedio mensual en internet de **11.7 millones** de visitantes únicos y **184.9 millones de videos streamed**. (Fuente: ComScore, multiplataforma).

2. INDICADORES KPI

2.1 CONSUMO TELEVISIVO

Minutos	2018				2017			
	Linear	Invitados	Diferido	Total	Linear	Invitados	Diferido	Total
Consumo TV 2018 (4 años+)								
T1	240	13	6	259	243	4	4	252
T2	220	11	6	237	222	13	4	240
T3	188	10	5	204	201	12	4	217
Acum. 30.09.2018				231				236

El **promedio del consumo de televisión**, por persona/día, 4 años+, en los **primeros nueve meses 2018**, asciende a **231 minutos**, 5 minutos inferior al consumo del mismo periodo del pasado año, a pesar de lo cual, el **consumo de televisión mantiene niveles elevados**. Este consumo no incluye el **consumo televisivo** en dispositivos como PCs, Tablets, etc..

El **promedio diario de espectadores televisión**, en los meses **enero a septiembre 2018**, asciende a **7,1 millones**.

* *Guests se mide desde marzo 2017.*

2.2 CUOTA DE AUDIENCIA

	9M 18		9M 17	
	Total Individuos	Target Comercial	Total Individuos	Target Comercial
MEDIASET ESPAÑA				
Total Día	29,0%	31,1%	29,1%	30,6%
Prime Time	29,3%	30,8%	28,7%	29,4%
TELECINCO				
Total Día	14,0%	13,2%	13,6%	12,5%
Prime Time	14,9%	13,9%	13,8%	12,1%
CUATRO				
Total Día	6,2%	7,7%	6,2%	7,3%
Prime Time	6,4%	8,2%	6,4%	8,1%
DIVINITY				
Total Día	2,1%	2,5%	2,2%	2,9%
Prime Time	1,9%	2,0%	2,0%	2,3%
BOING				
Total Día	1,3%	1,0%	1,4%	1,0%
Prime Time	1,0%	0,8%	1,1%	0,8%
ENERGY				
Total Día	1,8%	2,1%	2,0%	2,3%
Prime Time	1,8%	1,8%	2,2%	2,3%
BE MAD tv				
Total Día	0,6%	0,9%	0,6%	0,8%
Prime Time	0,5%	0,7%	0,5%	0,6%
FDF				
Total Día	3,0%	3,8%	3,1%	3,8%
Prime Time	2,8%	3,4%	2,7%	3,1%

En los primeros nueve meses de **2018**, el **Grupo Mediaset España** lideró audiencias con un **29.0% de share y un target comercial de 31.1%**, ambos registros en total día total individuos, lo que ha supuesto una ventaja de **+2,4 pp** y **+3,0 pp**, respectivamente sobre su directo competidor.

Mediaset España, por primera vez, ha emitido la totalidad del Mundial de Fútbol, **Rusia 2018**, con un total de 64 partidos comprendidos en el periodo **14 de Junio a 15 de Julio 2018**. El canal **Telecinco** ha emitido **26 partidos**, el canal **Cuatro 32 partidos**, **4 en el canal Be Mad** y un partido en **Energy**. Además todos los partidos del mundial se ofrecieron en directo en **Mitele**, la plataforma OTT de **Mediaset España**.

Los **26 partidos emitidos en el canal Telecinco** registraron una audiencia del **45,6% y 5,8 millones** de espectadores, superando los registros del mundial de **Brasil en 2014** en **+2,4 pp**. Por su parte, los partidos de la selección española de fútbol obtuvieron de media una audiencia del **70,8% y 11,8 millones de espectadores**, lo que supone **+7,7pp y 1,8 millones** de espectadores más que en el Mundial de Fútbol de Brasil. El penalti de España, en el partido contra Rusia, ha sido el evento más visto desde julio 2012, con **14,8 millones de espectadores y una audiencia superior al 80%**.

Tras el éxito en la emisión del **Mundial de Fútbol Rusia 2018**, Mediaset España anunció el 2 de agosto la compra de los **derechos en abierto y en digital** de la **Euro2020**, un total de 51 partidos. El **acuerdo con FIFA** también incluye un **paquete de 80 partidos** de equipos internacionales de **Copa de las Naciones**, partidos amistosos y los **clasificatorios para la Euro2020** y el **mundial de fútbol 2022**, excluyendo los partidos de la selección española de fútbol.

El objetivo de **Mediaset España** es ofrecer una **programación para todos los targets** con formatos variados desde **series de ficción, realities, películas, deportes, noticias** etc.. en los **primeros nueve meses 2018**, los programas de mayor éxito fueron: **Supervivientes, Gran Hermano, Got Talent** además del éxito de **The Good Doctor**, serie revelación de la temporada.

El canal **Telecinco** obtiene, en los **primeros nueve meses del año**, una audiencia del **14,0%** y un **target comercial del 13,2%**, en **total día total individuos**, una ventaja de **+1,8 pp y +1,4pp respectivamente** respecto de su inmediato competidor.

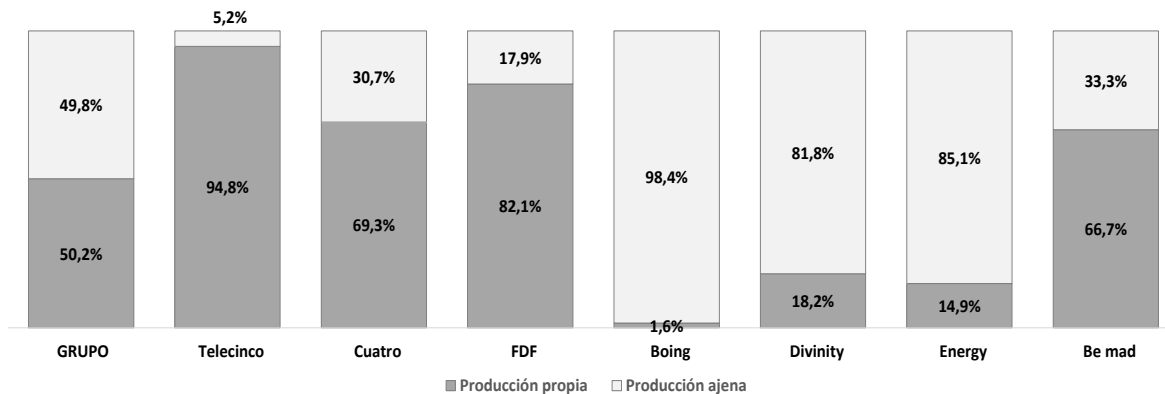
Además del **Mundial de Rusia 2018**, el canal **Telecinco** ha obtenido **muy buenos datos de audiencia** con sus **programas de entretenimiento**, como **Supervivientes**, que obtiene una audiencia media en el periodo del **29,2% y 3.3 millones de espectadores**. La serie americana, **The Good doctor** obtiene una audiencia del **19.6%** and **3.1 millones de espectadores** y registra el mayor target comercial del año con un **22,3%**.

El canal **Cuatro** obtiene una audiencia en total **individuos total día del 6,2%**, en los nueve primeros meses 2018, comparación con el **6,8% de su directo competidor**, pero lidera en **comercial target** con un **7,7% frente al 7,1% del anterior**.

El conjunto de la audiencia de los **canales de nueva generación**, Divinity, Boing, Energy, Be Mad y FDF, en los **primeros nueve meses 2018**, asciende a **8,8%**, en **Total Día**, y obtienen un **Target Comercial del 10,2%**. El detalle de la audiencia de los **distintos canales, en sus targets, a finales de septiembre** ha sido la siguiente: **FDF** en su **target de 13-24 años registra una audiencia del 8,4%** y para el **grupo 25-34 años del 5,7 %**. **Divinity** tiene una audiencia en su **target de mujeres 16-44 del 3,2%**, **Energy** en su target de **hombres 25-54 años consigue un registro del 1,7% y Boing**, el canal infantil, en su target de 4 a 12 años, casi multiplica por nueve su audiencia y alcanza una cuota del **10,9% en su target**. **Be Mad**, obtiene una audiencia en su target de **hombres 25-34 del 1,3%**.

2.3 MIX DE CONTENIDOS

La producción propia supone, en los primeros nueve meses 2018, el 50,2% del total de las horas de emisión de Mediaset España, un incremento de +3,2 pp en comparación con el mismo periodo 2017 (47,0%). La producción ajena, por su parte representa el 49,8% del total de las horas de emisión. La distribución de las horas de emisión, producción propia y ajena, del periodo enero-septiembre 2018, ha sido la siguiente:



Source: Kantar Media

Los dos canales principales del Grupo, Telecinco y Cuatro, han dedicado en conjunto, de los primeros 9 meses 2018, el 82.5% de sus horas de emisión a la producción propia, en línea con el mismo periodo del año pasado (83.1%).

Del resto de canales del Grupo, Divinity y FDF son los que presentan un mayor cambio en el mix en el periodo. Divinity dedica el 18,2% de sus horas de emisión a la producción propia, frente al 9,0% del mismo periodo del año anterior, un incremento de 9,2 pp. FDF, por otro lado, incrementa sus horas de emisión de producción propia hasta el 82,1%, desde el 77.2% del mismo periodo 2017, un incremento de +4.9 pp.

2.4 COMPAÑÍAS ASOCIADAS

Con el fin de atender el elevado número de horas de producción propia, Mediaset España participa en el capital de 8 compañías de producción de contenidos. Esto permite al Grupo cubrir las necesidades de producción en tiempo y forma requerido por la compañía, disponiendo además de la primera opción a la hora de seleccionar contenidos, y beneficiarse de los acuerdos alcanzados por las citadas productoras en la venta de contenidos a terceros. El desglose de las compañías de producción de contenidos participadas por Mediaset España, a 30 de septiembre 2018, es el siguiente:

Producciones Mandarin producción de talk-shows y entretenimiento (30.0%), **La Fábrica de la Tele** talk-shows y ficción (30.0%), **Megamedia TV** producción de contenidos digitales (30.0%), **Alea Media** series de ficción (40%), **Melodía Producciones** series de ficción (40.0%), **SúperSport** noticias y eventos deportivos (30.0%), **Bulldog** producción de realities (30.0%) y **Alma Producciones** series de ficción (30,0%).

2.5 INTERNET

En los meses de enero a septiembre 2018, el consumo de video por internet (multiplataforma desde Mazo 2017) alcanza los **32.6 minutos por persona/día** en total individuos, lo que supone el **12,3% del consumo audiovisual medio diario**, y llega hasta los **87.3 minutos** en el grupo de edad **18-24**. *(Fuente: Kantar & Comscore)*

En los primeros nueve meses 2018, Mediaset España obtuvo un promedio mensual de **11,7 millones de usuarios únicos** y **184,9 millones de videos streamed**, (datos multiplataforma), todo ello dentro de un **entorno seguro**, tanto para el usuario como para los anunciantes. Por otro lado, **Mediaset España** registró un promedio mensual de **191.2 millones de páginas vistas en el periodo**.

	Espectadores Únicos (000)	Paginas Vistas (millones) ⁽¹⁾	Videos (000)	Minutos de consumo (millones)
septiembre 2018	11.083	196,643	225.905	913
agosto 2018	9.399	130,322	107.623	485
julio 2018	11.990	171,492	182.788	729
junio 2018	13.321	236,387	247.377	808
mayo 2018	11.867	197,580	200.907	720
abril 2018	13.097	219,009	209.052	780
marzo 2018	12.777	213,316	180.876	785
febrero 2018	10.929	171,403	154.460	852
enero 2018	10.713	184,836	155.352	1.018

Fuente: Comscore. Todos los datos multiplataforma.

A lo largo de 2018, **Mediaset España** ha promovido la **producción de contenidos digitales nativos**, bajo nuevos formatos de video, diseñados específicamente para internet. También ha contribuido al **uso de contenidos multiplataforma**, con el objetivo de dar **más visibilidad a los productos de Mediaset España** así como a sus **marcas** dentro del **medio digital**, al tiempo que incrementa el inventario de videos para los anunciantes. Los **contenidos televisivos** han contribuido, en los 9 primeros meses de 2018, a generar el **77,8% de la audiencia digital**, y los contenidos **nativos digitales el 22,2%** de la audiencia. *(Fuente datos: Omniture)*

Mediaset España ha basado su **estrategia digital** de los **nueve primeros meses 2018** en programas de gran éxito televisivo: **Supervivientes 2018**, **Mundial Rusia 2018** y **Gran Hermano Vip** (sexta edición). Respecto del programa **Supervivientes**, éste ha alcanzado unas cuotas elevadas de interactividad con los usuarios en la red, recopilando más de **1,9 millones de votos** y **3 millones de páginas vistas**. La **versión digital** del programa, incluía **contenidos adicionales y exclusivos** así como **conexiones en directo** con la isla lo que le convirtió en el formato leader durante la primavera. En relación al **Mundial de Rusia 2018**, se registran **cifras record en el medio digital con 13,9 millones de videos streamed**, lo que suma un **2% de cobertura** a la televisión. Por otro lado, **Mediaset España consigue** coincidiendo con la emisión del Mundial Rusia 2018, su **record histórico de usuarios únicos en 13,3 millones**. *(Fuente: Omniture & Comscore.)*

Gran Hermano VIP sexta edición presenta como novedad, la **opción de multicámara en la web**, además de **apps adicionales** que generan una gran cantidad de contenidos con casi cerca de **36 millones de videos streamed** (directo y VOD) en su emisión del 15 al 30 de septiembre. Lo más novedoso de esta edición, ha sido el lanzamiento de un **canal 24 horas en YouTube**, que ha supuesto **cerca de 43 millones de videos streamed**. *(Fuente: Omniture)*

En cuanto a **las redes sociales**, en los **primeros nueve meses 2018**, **Mediaset España** obtiene el **46,2%** de los comentarios relacionados con la televisión, **22,7 millones de comentarios**.

3. CUENTA DE RESULTADOS

mill. EUR	3T 18	3T 17	Var (%)	9M 18	9M 17	Var (%)
Ingresos Brutos Publicidad	184,8	188,3	(1,8%)	687,1	689,2	(0,3%)
Medios Propios	181,3	183,5	(1,2%)	672,5	674,6	(0,3%)
Medios Ajenos	3,5	4,8	(27,1%)	14,6	14,6	(0,4%)
Comisiones	(8,1)	(7,9)	2,1%	(29,9)	(28,3)	5,4%
Ingresos Netos Publicidad	176,8	180,4	(2,0%)	657,2	660,9	(0,6%)
Otros Ingresos	11,8	12,4	(5,1%)	39,2	40,4	(3,0%)
Total Ingresos Netos	188,6	192,8	(2,2%)	696,4	701,3	(0,7%)
Consumo de derechos	(31,3)	(34,3)	(8,8%)	(86,7)	(108,7)	(20,2%)
Costes de personal	(25,0)	(25,1)	(0,3%)	(76,6)	(77,5)	(1,2%)
Otros costes operativos	(97,7)	(102,6)	(4,8%)	(339,4)	(316,3)	7,3%
Total Costes	(154,0)	(162,0)	(4,9%)	(502,8)	(502,5)	0,0%
EBITDA	34,5	30,7	12,3%	193,7	198,8	(2,6%)
Margen EBITDA	18,3%	15,9%		27,8%	28,3%	
Otras amortizaciones, provisiones	(3,2)	(2,8)	14,3%	(6,0)	(7,6)	(21,2%)
Amortización PPA	(2,0)	(2,0)	0,0%	(6,0)	(6,0)	0,0%
EBIT	29,4	26,0	13,0%	181,7	185,2	(1,9%)
Margen EBIT	15,6%	13,5%		26,1%	26,4%	
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	0,6	0,4	-	10,8	1,4	-
Resultado Financiero	(0,0)	(0,3)	-	(0,2)	(1,1)	-
Beneficio antes de impuestos	29,9	26,0	14,8%	192,3	185,5	3,7%
Impuesto de Sociedades	(8,2)	(5,5)	49,0%	(45,4)	(39,5)	14,9%
Minoritarios	0,0	(0,2)	-	0,0	0,1	-
Beneficio Neto	21,7	20,4	6,4%	146,9	146,1	0,6%
Margen Beneficio Neto	11,5%	10,6%		21,1%	20,8%	
BPA (sin incluir acciones autocartera)	0,07	0,06		0,45	0,45	

Infoadex estima que el **mercado convencional publicitario** en los primeros **nueve meses 2018** alcanza **€3.125,2 millones** un **incremento del +0.6%**, en comparación con el mismo periodo 2017 (**€3.107,9 millones**). El mercado publicitario de televisión, en el mismo periodo, experimenta una **reducción del 1,3% hasta €1.508,1 millones**. Según Infoadex, **Mediaset España** obtiene una cuota de mercado del **43,7%** en los primeros nueve meses 2018 (€658,5 millones), en comparación con la cuota del mismo periodo 2017 del **43,3%** (€662,0 millones), un **incremento de la cuota de 33pb**.

A pesar de las actuales condiciones del mercado publicitario de televisión, **Mediaset España ha conseguido mantener sus ingresos en línea con el año anterior**, lo que ha sido posible gracias al **Mundial de Rusia 2018**, lo que demuestra que fue una buena inversión.

Los **Ingresos Brutos Publicitarios** de los nueve primeros meses 2018 alcanzan los **€687,1 millones**, planos respecto del mismo periodo 2017 (€689,2 millones). El desglose de los citados 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 FICCIÓN, BOING, DIVINITY, ENERGY y BE MAD**. El total de estos ingresos, en los primeros nueve meses 2018 asciende a **€672,5 millones**, plano respecto del mismo periodo 2017 (-0,3%).
- **Los ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, que incluyen la venta de publicidad de un canal de pago, internet y el canal en abierto **Gol**, en los primeros nueve meses 2018, ascendieron a **€14,6 millones**.

Las **Comisiones** del periodo **enero-septiembre 2018**, ascienden a **€29,9 millones**, y representa un **4,4%** de los **ingresos brutos publicitarios**. Los **Ingresos Netos**, tras las comisiones, ascienden a **€657.2 millones**.

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: **actividad cinematográfica, Internet, venta de derechos**, etc. En los nueve meses 2018, **asciende a €39.2 millones**, ligeramente inferior a la cifra del mismo periodo 2017 (€40,4 millones). **Mediaset España** estrena en este periodo dos películas: “**El cuaderno de Sara**” el 2 de febrero, registrando una taquilla de €5,2 millones y “**Yucatán**” estrenada el 31 de agosto, que acumula una taquilla de €4,7 millones.

Ingresos Totales de los nueve meses 2018 ascienden a **€696,4 millones** frente a los **€701,3 millones** del mismo periodo 2017 (-0,7%).

Costes Totales para del periodo, ascienden a **€502.8 millones**, planos respecto del mismo periodo 2017 (€502,5 millones), a pesar de contar con el **Mundial de Rusia 2018**. La buena gestión de los costes llevada a cabo por el **Grupo**, junto con los buenos datos de audiencias obtenidos en el periodo, ha permitido conseguir ahorros adicionales en parrilla. En el **tercer trimestre 2018, Mediaset España** ha reducido sus costes en un 4,9% en comparación con el mismo periodo 2017.

Mediaset España obtiene un **EBITDA** en los **nueve meses 2018** de **€193,7 millones**, lo que representa un **margen EBITDA de 27,8%**. EBIT del periodo asciende a **€181,7 millones**, que supone un margen del **26,1%**. **Mediaset España** anota su mejor **EBITDA** de un **tercer trimestre** de los últimos diez años, **€34,5 millones**.

Beneficio antes de impuestos asciende **€192.3 millones**, e incluye los **resultados de las compañías participadas** así como un **earn out** del contrato en 2014 con **Telefónica** tras la venta a ésta última de la participación de **Mediaset España en DTS**, en 2014.

Impuesto de Sociedades refleja la **tasa efectiva a finales 2018** e incluye **algunos ajustes** como resultado de la venta de la participación de **Mediaset España en Caribevision**, hecha efectiva en abril.

Mediaset España incrementa su beneficio neto, en los nueve meses 2018, hasta **€146,9 millones**, lo que representa un **beneficio por acción de €0,45**.

4. CAPEX

mill. EUR	9M 18	9M 17	Var (%)
Derechos TV no Ficción	89,6	94,1	(4,8%)
Derechos Ficción	28,1	37,0	(24,1%)
Co-Producción/Distribución	8,2	16,2	(49,0%)
Activos fijos	5,4	8,8	(38,8%)
Total Capex	131,3	156,1	(15,8%)

La cifra de **Inversiones Netas** de los nueve primeros meses **2018** asciende a **€131.3 millones**, en comparación con **los €156.1 millones** del **mismo periodo del año anterior**. La diferencia se debe principalmente a la emisión del **Mundial Rusia 2018** que ha tenido un efecto sustitución en la inversión en **contenidos de producción propia y ajena**. La **menor inversión en Co-producción/Distribución**, se debe a que en los 9 meses 2018 hay contabilizados dos títulos de cine: **“El cuaderno de Sara” y “Yucatan”**, frente a los tres títulos contabilizados en los 9 meses 2017: **“Es por tu bien” y “Tadeo Jones “ y “Marrow Bone”**.

En este periodo, el **Grupo** ha invertido un **total de €89,6 millones** en **derechos de terceros**, **€28.1 millones** en **ficción** y **€8.2 millones** en **Co-producción/Distribución**, mientras que la inversión en **activos fijos** asciende a **€5,4 millones**.

5. BALANCE

mill. EUR	September 2018	December 2017
Tangible assets	556,1	569,4
Financial	310,7	314,7
Non Financial	245,3	254,7
Audiovisual rights and Pre-payments	193,0	156,4
Third parties	128,9	106,4
Fiction	44,0	27,0
Co-production / Distribution	20,1	23,0
Pre-paid taxes	82,5	101,0
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	831,5	826,8
Current assets	188,3	272,3
Financial investments and cash	129,2	135,9
TOTAL CURRENT ASSETS	317,5	408,2
TOTAL ASSETS	1.149,0	1.235,0
Shareholders` equity	848,9	900,1
Non-current provisions	6,6	13,4
Non-current payables	25,8	19,0
Non-current financial liabilities	0,0	0,0
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	32,3	32,4
Current payables	267,8	301,8
Current financial liabilities	0,0	0,6
TOTAL CURRENT LIABILITIES	267,8	302,5
TOTAL LIABILITIES	1.149,0	1.235,0

Mediaset España presenta un **balance sólido**, con un **adecuado equilibrio entre activos y pasivos corrientes** así como un **buen ratio de liquidez del 1,2x**.

La disminución en la cifra de **Fondos Propios**, de **€51.2 millones** en los nueve meses 2018, se debe al **pago del dividendo** por importe de **€197.5 millones abonado el día 3 de mayo**.

6. CASH FLOW

Mediaset España consigue un **Free cash flow operativo** en los primeros nueve meses **2018** de **€181,8 millones** y una **posición neta de caja**, al final del periodo, de **€129,2 millones.**, un **incremento de €29 millones** en comparación con el mismo periodo 2017.

mill. EUR	9M 18	9M 17	Var (M€)
Beneficio Neto antes de minoritarios	146,9	146,0	0,9
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	101,5	122,5	(21,0)
Consumo Derechos	86,7	108,7	(22,0)
Amortizaciones	14,8	13,8	1,0
Provisiones	(1,6)	(0,5)	(1,1)
Otros	14,9	11,9	3,0
CASH FLOW OPERATIVO	261,7	279,9	(18,2)
Inversión en Derechos	(125,9)	(147,2)	21,3
Inversiones, otras	(5,4)	(8,8)	3,4
Variación Fondo de Maniobra	51,4	64,5	(13,1)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	181,8	188,4	(6,6)
Compra acc. Propias	0,0	(100,0)	100,0
Movimientos Patrimonio	(1,6)	1,7	(3,3)
Inversiones/Desinversiones financieras	8,8	6,5	2,3
Dividendos cobrados	2,4	1,8	0,5
Pago de Dividendos	(197,5)	(175,7)	(21,8)
Variación Neta de Tesorería	(6,1)	(77,3)	71,2
Posición Financiera Neta Inicial	135,3	177,4	(42,2)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	129,2	100,1	29,0

Mediaset España's obtiene en los primeros nueve meses 2018, una **tasa de conversión a caja del 93,9%**, **cash flow libre operativo** (€181.8 millones) y **EBITDA** (€193.7 millones).

7. OUTLOOK 2018

1. Mejora de la guía de costes de **€760 millones a €740 millones**.
2. Crecimiento de los ingresos publicitarios de Internet en tasa superior al **20% in 2018**.
3. Líder en audiencia y cuota de mercado.

8. EVENTOS POSTERIORES A LA FINALIZACION DEL TRIMESTRE

Mediaset España anunció en el mes de octubre, la creación de **Mediterraneo Audiovisual S.L.U**, como vehículo para agrupar, bajo una misma organización, todas las participaciones que dispone en compañías de producción de contenidos. El objetivo, mejorar la capacidad de distribución y venta de estas compañías, al tiempo que se accede a **formatos internacionales** de calidad y se **refuerza el enfoque digital** de los proyectos audiovisuales desde el inicio.

9. CALENDARIO DEL INVERSOR

EVENTOS CORPORATIVOS

1

Resultados FY 2018: Febrero 2019 (provisional)

MARKETING EVENTS

1

Madrid: 13 Noviembre

2

Barcelona: 14/15 Noviembre

3

Vienna/Zurich: 19/20 Noviembre

4

Paris/Frankfurt: 27/28 Noviembre

5

Madrid: 29 Noviembre

6

Geneva: 04 Diciembre

7

Madrid: 11 Diciembre

8

London: 12 Diciembre

10. DEFINICION DE MARs

La información financiera del **Grupo Mediaset España** contiene magnitudes de acuerdo a la normativa contable vigente, así como otras elaboradas **según el modelo de reporting del Grupo Mediaset España**, llamadas **Medidas Alternativas de Rendimiento (MAR)**.

Estas medidas se **consideran magnitudes complementarias** respecto a las que se presentan de acuerdo con las **Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)**.

Las **MAR's** son **importantes** para los **usuarios de la información financiera** porque son las **medidas que utiliza la Dirección de Mediaset España** para evaluar el **rendimiento financiero, los flujos de efectivo**, la **situación financiera o la toma de decisiones operativas y estratégicas**. Su finalidad es impulsar la publicación de **información financiera transparente, imparcial y comparable** para permitir a los usuarios un mejor entendimiento de su posición financiera y resultados

INGRESOS NETOS

Recoge los **ingresos totales del Grupo netos** de descuentos y rappels.

EBITDA AJUSTADO

El **EBITDA** (*“Earnings before Interest, Tax, Depreciation and Amortization”*) es un indicador que mide el margen de explotación de la empresas antes de deducir los intereses, impuestos, deterioros, y amortizaciones.

Se parten de los Beneficios de explotación a los que se le suman las dotaciones a la amortización de los inmovilizados material e intangible, así como las variaciones de provisiones del circulante.

Por lo específico del negocio, el consumo de derechos audiovisuales, queda dentro de los gastos de explotación aunque su tratamiento contable sean amortizaciones de propiedad intelectual.

FLUJO LIBRE DE CAJA OPERATIVO

El **Flujo Libre de Caja** mide la generación de recursos monetarios correspondientes a las actividades de explotación y de inversión, y se utiliza para evaluar los fondos disponibles para pagas de dividendos a los accionistas o para actividades futuras de inversión.

CAJA GENERADA

Corresponde con la Tesorería procedente de las actividades operativas y de inversión que una vez deducidos tanto los pagos por dividendos, intereses de la financiación y por la autocartera determina la variación financiera del Grupo.

LIQUIDEZ O POSICION FINANCIERA NETA

El Grupo mide la **liquidez o Posición Financiera Neta** como la suma del *“Efectivo y otros activos líquidos equivalentes”* de otros activos financieros corrientes y las líneas de crédito a corto y largo plazo dispuestas al final del periodo que corresponden a créditos concedidos por entidades financieras con plazos, importe y resto de condiciones acordadas en contrato. Los epígrafes anteriores se refieren a los saldos de cada fecha de cierre anual.

INVERSIONES NETAS

Estas **MAR's** son utilizadas por la Dirección del Grupo para medir el esfuerzo inversor de cada periodo, y se corresponde con aquellas inversiones de explotación realizadas por el mismo netas de las desinversiones. Incluye el correspondiente a los negocios conjuntos y a otras sociedades gestionadas operativamente como tales.

RATIO DE COBERTURA

El **ratio de Cobertura de Liquidez activo / pasivo** se calcula como la división del **Activo Corriente** entre el **Pasivo Corriente**, y se utiliza para determinar el número de veces que el Grupo podría afrontar los vencimientos de deuda comercial a corto plazo con la deuda pendiente de cobro y la liquidez actual.

II. CONTACTA CON NOSOTROS

Página web:

www.mediaset.es

Departamento de Relación con inversores:

Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

Página Web: www.mediaset.es/inversores/en/

Email: inversores@mediaset.es

Dirección:

INVESTOR RELATIONS

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis, 28050 - MADRID