

Madrid, 27 de febrero de 2019

RESULTADOS ECONÓMICOS 2018

Mediaset España obtiene un beneficio neto de 200,3M€, su mejor resultado de los últimos 10 años

Mejora notablemente su EBITDA hasta 274M€ (+4,5%) y su EBIT hasta 256,9M€ (+4,7%), con una reducción de costes del 3,6%

El liderazgo en consumo lineal y digital de **Mediaset España**, su potencial comercial en el actual mercado audiovisual que aúna televisión y soportes online, y el acierto en la gestión de sus recursos han llevado al grupo a lograr en 2018 un **beneficio neto de 200,3M€**, su mejor resultado desde 2008 tras crecer un 1,4% respecto a 2017 (197,5M€), con un margen sobre ingresos totales del 20,4%.

El grupo Mediaset España ha cerrado el ejercicio incrementando sus márgenes operativos: el **EBIT ha ascendido un 4,7% hasta los 256,9M€**, con un margen sobre ingresos totales del 26,2%, y el **EBITDA ha crecido un 4,5% hasta los 274M€**, lo que supone un margen sobre ingresos totales del 27,9%.

Los ingresos brutos por publicidad han alcanzado los 963,6M€, manteniéndose prácticamente estables respecto a 2017, e igualmente ha sucedido con los ingresos brutos de sus medios propios, que se han situado en los 943,8M€. Los ingresos netos por publicidad, que incluyen los obtenidos por la comercialización de medios ajenos (19,7M€) y las comisiones, alcanzan los 921,4M€. La **facturación neta de la compañía ha ascendido hasta los 981,6M€**.

Según datos internos calculados sobre las cifras del último Estudio Infoadex de la Inversión Publicitaria en España, Mediaset España ha obtenido el 30,6% de la facturación publicitaria en el mercado audiovisual, que engloba de manera conjunta televisión y soportes digitales. Líder en inversión publicitaria en el medio televisión desde 2004, ha mantenido su cuota de mercado en el 43,3%, logrando la mayor distancia histórica sobre su principal competidor, también según Infoadex.

En lo que respecta a los **costes operativos**, Mediaset España se ha situado a cierre de 2018 en **707,6M€**, lo que representa **un 3,6% menos que en 2017 (734M€)** a pesar de haber contado con los derechos de emisión del Mundial de Fútbol de Rusia.

Mediaset España ha confirmado una vez más la fortaleza de su balance con una **posición financiera neta positiva al cierre de diciembre de 167,8M€, 32,5M€ más que al cierre de 2017**, tras la distribución de un dividendo de 197,5M€ y la generación de un *free cash flow* de 223,4M€.

Una situación financiera que ha permitido a Mediaset España lanzar recientemente una potente operación de generación de valor al accionista con un Plan de Recompra de Acciones Propias, al término del cual habrá invertido 200M€ en la adquisición de hasta un 9,9% de su capital social, y que se combinará con la propuesta en la próxima Junta General de Accionistas del reparto de un dividendo del 50% del beneficio neto consolidado obtenido en 2018.

Cuarto trimestre 2018: alcanza un beneficio neto de 53,4M€ tras mejorar más de un 25% el valor absoluto de EBIT y EBITDA

En lo que respecta al último trimestre del año, Mediaset España ha obtenido un **beneficio neto de 53,4M€** tras lograr una mejora del 3,9% respecto al cuarto trimestre de 2017 (51,4M€), con un margen sobre ingresos netos del 18,7%.

Este resultado se ha sustentado en la mejora superior al 25% alcanzada en el valor absoluto de EBIT y EBITDA. El **EBIT ha crecido un 25,1% hasta los 75,2M€**, que supone un margen sobre ingresos netos del 26,4%; mientras que el **EBITDA se ha incrementado un 26,6% hasta los 80,3M€**, que supone un margen sobre ingresos netos del 28,2%.

La facturación neta en este periodo ha ascendido hasta los 285,1M€, con una reducción de costes del 11,5% hasta los 204,8M€ respecto a los 231,5M€ alcanzados entre octubre y diciembre del año anterior.

Mediaset España, líder en consumo lineal y digital por octavo año consecutivo

Mediaset España ha concluido 2018 como la **compañía audiovisual líder de audiencia** tanto en consumo lineal como digital*, hito que se produce de manera ininterrumpida desde su constitución como grupo en 2011:

- El **conjunto de sus canales (28,8%)** ha sido la oferta más vista del año, siendo también la referencia en el *target* comercial (30,9%), *prime time* (29,1%), *target* comercial del *prime time* (30,5%) y jóvenes 13-24 años (35,3%).
- **Telecinco (14,1%)**: líder por séptimo año consecutivo, acumula 19 como cadena comercial más vista. Anota la victoria en *target* comercial (13,4%), *prime time* (15%), *day time* (13,7%) y *late night* (17%).
- **Cuatro (6%)** ha sido la tercera cadena privada en *target* comercial (7,4%), consolidando su fortaleza entre el público *millennial* (7,8%).
- **Factoría de Ficción (2,9%)**, temática líder por séptimo año consecutivo, con 81 victorias mensuales. Tercera televisión nacional en jóvenes 13-24 años (8,3%).
- **Divinity (2%)**, femenina líder en mujeres 16-44 años (3,2%) y *target* comercial (2,4%).
- **Energy (1,9%)** alcanza el 2,2% en *target* comercial, igualando su mejor dato.

- **Be Mad (0,6%)** crece en target comercial (0,8%) y en hombres 16-44 años (1%).
- **Boing (1,3%)**, líder por sexto año de los canales infantiles comerciales (10,9%).
- **Mediaset España** ha consolidado su **liderazgo en consumo digital** con 2.471 millones de vídeos vistos y 852 millones de minutos de promedio mensual, ocupando la quinta posición en el ranking global en España.
- **Telecinco.es**, site de televisión líder en consumo de vídeo (487 millones).
- **Mitele**, plataforma de contenido de televisión con mayor consumo de vídeo (1.529 millones). La plataforma de contenido nativo **Mtmad** ha alcanzado 57 millones de reproducciones. Los **canales de Mediaset España en YouTube** han concluido con más de 302 millones de vídeos.
- Las **apps oficiales** han superado los 10,3 millones de descargas acumuladas.
- Ha liderado el **impacto social** con 36,4 millones de comentarios, el 48% del total de la TV. Acumula 44,1 millones de seguidores en sus 190 cuentas activas.

* Fuentes: Datos TV Lineal - Kantar Media / Datos Digital - Mymetrix Multiplataforma y Videometrix Multiplataforma de ComScore. Promedios y totales calculados en base a datos de ComScore / Datos Youtube: YouTube Analytics.