

Madrid, 30 de octubre de 2019

RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE 2019

Los nuevos negocios no publicitarios y la gestión de los costes elevan un 6,8% el beneficio neto de Mediaset España a 157M€, el doble que su inmediato competidor

La facturación neta del grupo líder en consumo de televisión lineal y digital se ha situado en 660,7M€, tras incrementar casi un 13% la partida 'Otros ingresos'. Sus costes operativos totales se han reducido un 9,1% hasta los 456,8M€, casi 50M€ menos que en los primeros nueve meses de 2018.

El grupo cierra este periodo con una posición financiera neta positiva de 134,3M€ y con un *free cash flow* de 168,1M€, manteniendo intacta su elevada política de remuneración al accionista con el reparto de 100M€ en dividendo y la inversión de 94,6M€ en su Programa de Recompra de Acciones Propias.

Tercer trimestre: el beneficio neto de Mediaset España se ha incrementado casi un 36,6% hasta los 29,6M€, con una facturación neta de 178,3M€ y una reducción de costes operativos del 10,8% hasta 137,3M€.

La potenciación de los nuevos negocios al margen de la publicidad en televisión -fundamentalmente la venta de contenidos a terceros, la publicidad en Internet y la distribución de contenidos de pago- y la eficaz gestión de los costes han sido los principales catalizadores para el resultado de los primeros nueve meses de 2019 de Mediaset España, que con un incremento notable de sus principales márgenes operativos obtiene un **beneficio neto de 157M€, un 6,8% y 10,1M€ más que en el periodo enero-septiembre de 2018** (146,9M€) y el doble que el de su inmediato competidor (80,3M€). Supone un margen sobre ingresos netos totales del 23,8%, frente al 21,1% registrado en el mismo periodo del año pasado, y un beneficio por acción de 0,50€.

El grupo ha **incrementado en el periodo un 5,3% su EBITDA hasta los 203,9M€**, lo que supone un margen sobre ingresos netos totales del 30,9% (frente al 27,8% del mismo periodo del año anterior), y ha registrado una **mejora del 4,7% en su EBIT hasta los 190,2M€**, con un margen sobre ingresos netos totales del 28,8% (frente al 26,1% de los primeros nueve meses de 2018).

Además, ha revalidado su **liderazgo histórico de inversión publicitaria en el mercado de la televisión** al alcanzar, según estimaciones de Infoadex, un 43,3% de la cuota de mercado, fijando sobre Atresmedia (41,2%) la mayor distancia (+2,1 puntos y más de 29M€ de inversión) sin eventos deportivos desde que ambos grupos son comparables.

En este sentido, Mediaset España ha alcanzado en el periodo una **facturación neta de 660,7M€**, tras incrementar la partida 'Otros ingresos' hasta 44,2M€, un 12,9% más que entre enero y septiembre del año anterior (39,2M€), gracias entre otros factores, a los ingresos obtenidos por el nuevo servicio de suscripción premium de Mitele Plus y a la actividad de Mediterráneo Mediaset España Group.

Una vez más, ha destacado la excelente gestión de los recursos llevada a cabo por Mediaset España, cuyos **costes operativos totales se han situado en 456,8M€** en los primeros nueve meses del año, casi 50 millones de euros menos (un 9,1% menos) que los registrados en el mismo periodo de 2018, cuando ascendieron a 502,8M€.

Además, ha registrado unos **ingresos brutos por publicidad de 644M€**, de los que 633,5M€ corresponden a la comercialización de medios propios y 10,6M€ a medios ajenos. Teniendo en cuenta las comisiones (27,5M€), los **ingresos netos publicitarios se han situado en 616,5M€**.

Mediaset España ha vuelto a confirmar la fortaleza de su balance tras registrar al cierre de septiembre una **posición financiera neta positiva de 134,3M€, 5,1M€ más** en los primeros nueve meses de 2018 (129,2M€). Además, ha generado un **free cash flow de 168,1M€** a 30 de septiembre de 2019 y ha proporcionado una elevada remuneración al accionista en el periodo a través del reparto de 100M€ en concepto de dividendo y 94,6M€ invertidos en el Programa de Recompra de Acciones Propias.

Tercer trimestre: el beneficio neto crece un 36,6% hasta 29,6M€

Entre julio y septiembre, Mediaset España ha alcanzado un beneficio neto de 29,6M€, casi 8M€ más que los 21,7M€ registrados en el tercer trimestre de 2018. Este resultado supone un margen sobre ingresos netos totales del 16,6% (frente al 11,5% de mismo periodo de 2018) y un beneficio por acción de 0,09€ (sin incluir acciones de autocartera).

Del mismo modo, el grupo **ha logrado elevar un 18,6% su EBITDA hasta los 41M€**, frente a los 34,5M€ del tercer trimestre del año anterior, con un margen sobre ingresos netos totales del 23% (frente al 18,3% del mismo periodo de 2018); y **un 22,4% su EBIT hasta 36M€**, frente a los 29,4M€ alcanzados entre julio y septiembre del pasado año, alcanzando un margen sobre ingresos netos totales del 20,2%, nuevamente por encima del margen del 15,6% registrado en el tercer trimestre de 2018.

La **facturación total del grupo** en el trimestre ha sido de **178,3M€**, cifra en la que vuelve a destacar el **incremento de un 20,1% de la partida ‘Otros ingresos’** hasta 14,2M€. Los **costes operativos totales se han reducido un 10,8% hasta 137,3M€**.

Líder en consumo lineal y digital en España

Mediaset España se ha situado **por octavo año consecutivo (desde que se constituyó el grupo) como líder de audiencias en la televisión lineal** con una media entre enero y septiembre del 28,8% de *share* en el conjunto de sus canales. Por cadenas, Telecinco (14,5%) ha sido la más vista en este periodo, Cuatro la de mejor conversión al *target* comercial (6,4%) y sus temáticos (8,9%) los de mayor audiencia, con Factoría de Ficción (2,8%) como gran referencia.

En el ámbito digital, **Mediaset España ha liderado entre los medios de comunicación españoles en consumo online** con un total de 2.986 millones de vídeos vistos por un promedio mensual de 15,6 millones de usuarios únicos, un 33% más que en el mismo periodo de 2018. En impacto social acumula entre enero y septiembre casi 17,5 millones de comentarios en redes sociales, el 58% del total sobre televisión.

* Fuentes: Datos TV lineal: Kantar Media. Datos digital: elaboración propia a partir de los datos de MMX Multiplataforma y VMX Multiplataforma de ComScore (enero-agosto 2019). Datos redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.