

Resultados Enero-Septiembre 2022

En un entorno de contracción del mercado publicitario de televisión a consecuencia de la incertidumbre económica global, el beneficio neto de Mediaset España a septiembre alcanzó 116,8M€, creciendo un 2,3% respecto al pasado año

- Mediaset España ha concluido el periodo enero-septiembre como el grupo audiovisual de referencia entre los públicos cualitativos más demandados por los anunciantes con un 29,2% en el target comercial y un 26,4% de audiencia total
- Según Infoadex, el grupo ha encabezado la inversión publicitaria en televisión con unos ingresos de 480,2M y una cuota de mercado del 41,8% en el periodo
- El Free Cash Flow libre generado en el periodo ascendió a €165,2 millones, dando lugar a una posición financiera neta en septiembre de €421,9 millones.

Principales Variables Operativas

En el tercer trimestre del año, el Grupo Mediaset España se anotó una audiencia del 26,5% en total individuo/total día frente al 26,3% registrado por su principal competidor. En lo que hace referencia al target comercial, que recoge al público más valioso para los anunciantes, el dato ascendió hasta el 28,5%, lo que representa tres puntos porcentuales más que el

25,4% registrado por nuestro principal competidor. A nivel acumulado, la audiencia total y el target comercial a septiembre alcanzaron el 26,4% y 29,2% respectivamente. Por canales, Telecinco mantiene el liderato indiscutido en target comercial con un dato acumulado a septiembre del 13,7% frente al 11,4% registrado por Antena 3.

El consumo audiovisual a través del aparato de televisión se situó en 223,5 minutos por persona y día, representando la televisión lineal el 81,7% de dicho consumo

Por último, y como base de elemento diferenciador, la producción propia del Grupo Mediaset España ascendió al 51,6% del total de las horas de emisión, frente al 48,4% de producción ajena emitida. Los principales canales del Grupo, Telecinco y Cuatro, continuaron reforzando la presencia de producción propia en su parrilla respecto al año anterior alcanzado un 97,5% (+2,1 pp) y un 77,6% (+1,2 pp).

Resultados económicos

mill. EUR	<u>9M 2022</u>	<u>9M 2021</u>	<u>Var (%)</u>
Total ingresos netos	590,5	603,8	(2,2%)
EBITDA	127,1	152,4	(16,6%)
Beneficio Neto	116,8	114,2	2,3%

Según datos publicados por Infoadex, el mercado publicitario de televisión cayó en los nueve primeros meses respecto al mismo periodo del pasado año un 6,6% hasta los €1.149,1M. Cabe destacar que el año pasado el mercado estaba positivamente afectado por la celebración de la Eurocopa de fútbol durante los meses de junio y julio.

Mediaset España mantuvo la posición de liderazgo, facturando €480,2M lo que supone una cuota de mercado del 41,8%, gracias a la combinación de una gestión activa dirigida a potenciar el target comercial y optimizar la política de precios. Conviene señalar que todo ello se ha conseguido a pesar que sectores relevantes, como automoción, telecomunicaciones y finanzas, aún no han reanudado el grueso de su inversión publicitaria a consecuencia de la situación económica global.

mill. EUR	9M 2022	9M 2021	Var (%)
Ingresos Brutos Publicidad	538,1	574,5	(6,3%)
Comisiones	(24,5)	(26,2)	(6,5%)
Ingresos Netos Publicidad	513,6	548,4	(6,3%)
Otros Ingresos	76,9	55,4	38,7%
Total Ingresos Netos	590,5	603,8	(2,2%)

Los “Ingresos Brutos Publicitarios” ascendieron a 538,1 millones de euros en los primeros nueve meses del año 2022, una cifra que es un 6,3% inferior a la registrada en 2021, año en que recordemos retransmitimos la Eurocopa de fútbol.

Por su parte, los “Otros Ingresos”, que engloban los no publicitarios como la venta de contenidos, cine, internet, suscripciones Mitele Plus, servicios a terceros etc. Ascendieron a 76,9 millones, mejorando un 38,7% la cifra registrada en el mismo periodo del pasado ejercicio.

La cifra Total Ingresos Netos en el trimestre alcanzó los 590,5 millones de euros, en comparación con los 603,8 millones de los primeros nueve meses de 2021.

Los Costes Totales en el periodo fueron de 463,5 millones de euros, frente a los 451,4 millones del mismo periodo de 2021. Tal y como anunciamos a principios de año, la reducción de costes de parrilla sería compensada por los mayores costes ligados al desarrollo de la actividad digital y la vuelta del cine tras los años de pandemia. Dichos costes adicionales tuvieron su contrapartida, como anteriormente señalamos en una evolución al alza de la partida de “Otros ingresos”.

Posición financiera

En los primeros nueve meses de 2022, Mediaset España obtuvo un Free cash flow operativo de 165,2 millones de euros, que viene explicado por la eficiencia en el control de costes y la buena gestión del fondo de maniobra.

Como consecuencia de ello, la posición financiera neta final a septiembre ascendió a 421,9 millones de euros, lo que representa 155,5 millones de euros más que a diciembre de 2021.

ESG

Conscientes de la importancia de la acción climática Mediaset España ha estado trabajando en su estrategia climática, para establecer una hoja de ruta que le permita implantar un plan de transición hacia el Cero Neto en 2050. En este sentido, el Grupo ha definido objetivos a medio y largo plazo que le conduzcan hacia la neutralidad climática encontrándose los mismos ya validados por parte de la iniciativa Science Based Target Initiative (SBTi) y pendientes de publicación oficial en los próximos días.

Hemos realizado la comunicación de progreso (COP) al Pacto Mundial en el que se reportan las acciones relativas a la implementación de los Diez Principios que fomentan el desarrollo sostenible en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción así como su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible enmarcados dentro de la Agenda 2030.

Mediaset España ha participado en la iniciativa Cambio Climático de CDP correspondiente al ejercicio 2021 y en agosto 2022 FTSE4Good confirmó la continuidad de Mediaset España en FTSE4Good Index Series

Por último, Zurich Seguros y Valor Mediaset España han puesto en marcha un compromiso conjunto por el cuidado del medio ambiente a través de la campaña de marca 'Hagámoslo épico'.

Hechos posteriores al cierre del periodo

El Consejero Delegado (CEO), Paolo Vasile ha comunicado hoy al Consejo de Administración, tras más de 24 años en la compañía y exactamente 40 años en la matriz italiana, su decisión de concluir su gestión al frente de la compañía al finalizar este año.

Disclaimer

Las declaraciones contenidas en este documento, en particular las relativas a la posible o supuesta actuación futura de Mediaset España son o pueden ser declaraciones a futuro y, en este sentido, implican algunos riesgos e incertidumbres.

Los resultados y desarrollos reales de Mediaset España pueden diferir materialmente de los expresados o implícitos en las declaraciones anteriores dependiendo de una variedad de factores.

No se tomará ninguna referencia a la actuación pasada de Mediaset España como una indicación del rendimiento futuro. El contenido de este documento no es ni será considerado como una oferta, documento, u oferta o solicitud para suscribirse comprar o vender cualquier acción.

Las acciones de Mediaset España no pueden ofrecerse ni venderse en los Estados Unidos de América excepto en virtud de una declaración de registro efectiva en virtud de la Ley de Valores de los Estados Unidos de 1933, modificada. o en virtud de una exención válida de registro.

Corporate web site:

www.mediaset.es

Investor relations department contact details:

Telephone: (00 34) 91 396 67 83

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

Email: inversores@mediaset.es

Address:

INVESTOR RELATIONS

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis, 28050 – MADRID

Definición de MARs

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.

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.