

Madrid, 7 de noviembre de 2018

RESULTADOS ECONÓMICOS

Mediaset España mejora su beneficio neto hasta los 146,9M€ en los nueve primeros meses del año

Logra en el tercer trimestre el EBITDA más alto de los últimos 10 años

- Ha liderado el mercado publicitario en los primeros nueve meses con una cuota del 43,7% según Infoadex, frente al 40,9% de su inmediato competidor
- Los ingresos netos totales de la compañía han alcanzado los 696,4M€
- Los costes operativos totales (502,8M€) se han mantenido en la misma cifra exacta respecto al año pasado aun contando con la totalidad de los derechos de emisión del Campeonato del Mundo de Fútbol
- Como resultado de su gestión, ha obtenido un EBITDA de 193,7M€, con un margen sobre ingresos totales del 27,8%; y un EBIT de 181,7M€, que supone un margen sobre ingresos totales del 26,1%
- Ha generado un *free cash flow* de 181,8M€ y ha mejorado su posición financiera neta hasta los 129,2M€
- TERCER TRIMESTRE: con unos ingresos netos totales de 188,6M€, mejora un 6,4% el beneficio neto respecto al mismo periodo de 2017 hasta 21,7M€ y con unos costes operativos (154M€) casi un 5% inferiores a los del tercer trimestre de 2017 (162M€)
- Mediaset España repite hasta septiembre como grupo audiovisual líder de audiencia en televisión, consumo digital e impacto social

Mediaset España confirma su posición de liderazgo en materia de gestión comercial y de contenidos, la capacidad de adaptar sus costes operativos a las circunstancias del mercado publicitario y la flexibilidad que le otorga su sólido modelo de producción propia y de adquisiciones, reforzando su primera posición como operador audiovisual en el mercado de la televisión gratuita y en abierto en España.

Los **ingresos publicitarios brutos** de los soportes propios de Mediaset España han alcanzado los **672,5 millones de euros**. Incluyendo ventas de publicidad para otros medios (14,6M€) y comisiones, **los ingresos netos de publicidad han sido de 657,2 millones de euros**. La **facturación neta total**, que incluye **39,2 millones de euros** de otros ingresos no publicitarios, se sitúa en este periodo en **696,4 millones de euros**.

Con una **cuota del 43,7%**, la compañía ha vuelto a **liderar el mercado publicitario televisivo** en España, mostrando un comportamiento sensiblemente mejor que la media del mercado y muy superior al de su inmediato competidor (40,9%), sobre el que alcanza una distancia en cuota de mercado de 2,8 puntos, según Infoadex.

Mediaset España ha mantenido la misma cifra de **costes operativos totales** con respecto al mismo periodo del año pasado, **502,8 millones de euros**, un hito destacable por contener esta cifra **la adquisición de los derechos de emisión de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018**, un evento con cuya emisión ha logrado elevados índices de audiencia y el mejor escaparate publicitario del año para los anunciantes.

El EBITDA se ha situado en 193,7 millones de euros, lo que representa un margen sobre ingresos netos totales del 27,8%. El **EBIT ha sido de 181,7 millones de euros**, lo que implica un margen sobre ingresos totales del 26,1%.

Como resultado final, Mediaset España ha obtenido un **beneficio neto un 0,6% superior al del mismo periodo de 2017 con 146,9 millones de euros**, cifra que representa un margen sobre ingresos totales del 21,1% y un beneficio de 0,45€ por acción.

Una vez más, la compañía ha confirmado la fortaleza de su balance, que al cierre de septiembre ha arrojado una posición financiera neta positiva de 129,2M€, 29 millones más que en septiembre de 2017, con un *free cash flow* de 181,8 millones de euros.

[Tercer trimestre: Mediaset España registra 188,6M€ de ingresos netos totales y firma un beneficio neto de 21,7M€](#)

Por lo que respecta al tercer trimestre de 2018, Mediaset España ha alcanzado unos ingresos netos totales de 188,6M€, mejorando un 6,4% su beneficio neto respecto al mismo periodo de 2017 hasta 21,7M€.

Los costes operativos han sido casi un 5% inferiores sobre el tercer trimestre de 2017 hasta los 154M€; el EBITDA, de 34,5M€, se ha situado como el más alto de los últimos 10 años y representa un margen del 18,3% sobre ingresos netos totales, mientras que el EBIT, que ha crecido un 13% hasta 29,4M€, arroja un margen del 15,6% sobre ingresos netos totales.

Mediaset España, a un trimestre de erigirse como líder de audiencia y consumo digital otro año más

El **conjunto de canales** ha liderado el periodo enero-septiembre en total día (29%), *target* comercial (31,1%), *day time* (28,8%) y *prime time* (29,3%), con especial seguimiento entre los jóvenes de 13-24 (35,8%) y de 25 a 34 años (32,4%). **Telecinco (14%)** vuelve a ser la cadena más vista, también en el apreciado *target* comercial (13,2%) y en la franja de máxima audiencia, el *prime time* (14,9%). Por su parte, **Cuatro (6,2%)** es tercera cadena privada más vista por el *target* comercial (7,7%) y por los menores de 55 años (7,4%). Por lo que respecta a los **canales temáticos (8,8%)**, crecen hasta el 10,2% en el *target* comercial, con **Factoría de Ficción (3%)** como líder ininterrumpido en este periodo desde 2012 y la tercera cadena más vista entre los jóvenes de 13-24 años (8,4%); **Divinity (2,1%)** como temático femenino líder en el *target* comercial (2,5%) logrando un 3,2% en mujeres 16-44 años; **Energy (1,8%)**, que logra crecer hasta el 2,1% en el *target* comercial; **Boing (1,3%)**, como canal infantil más visto de la televisión comercial desde 2013 con el 10,9% en niños 4-12 años; y **Be Mad (0,6%)**, que crece hasta el 0,9% en el *target* comercial y hasta el 1% en su *core target*, hombres de 16-44 años.

En el área digital, **Mediaset España** es el **medio de comunicación con mayor consumo audiovisual** con un total de 6.256 millones de minutos vistos por un promedio mensual de 11,7 millones de usuarios únicos. Con 1.700 millones de vídeos vistos, ocupa el sexto lugar el ranking global de vídeo, por detrás de Google, VEVO, Broadband TV, Facebook y Warner Music. **Telecinco.es** es líder de los *sites* de las cadenas de televisión comercial con una media de más de 7,6 millones de usuarios únicos, mientras que **Mitele** se sitúa como la plataforma de vídeo online de televisión más consumida con 1.050 millones de vídeos vistos. Las *apps* asociadas a contenidos y programas del grupo han acumulado desde enero de 2017 **9,5 millones de descargas**.

Mediaset España ha generado entre enero y septiembre **22,7 millones de comentarios en redes sociales**, el 46,2% del total de la televisión. Cuenta con **32,8 millones de seguidores** en sus cerca de 200 cuentas oficiales activas.

* Fuente: Multiplataforma y Videometrix Multiplataforma de ComScore. Datos enero-septiembre 2018.