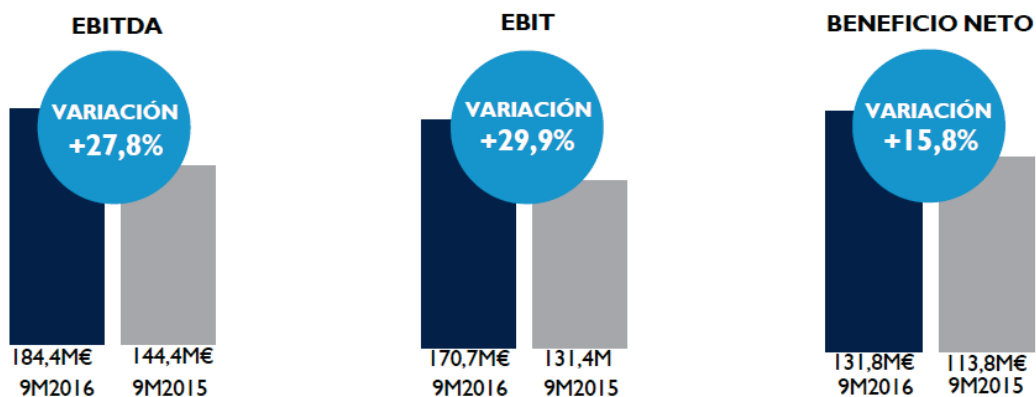


Madrid, 26 de octubre de 2016

Mediaset España obtiene entre enero y septiembre los mejores resultados de los últimos ocho años con un EBIT de 170,7M€, un EBITDA de 184,4M€ y un beneficio neto de 131,8M€

Es la compañía de televisión líder de España en audiencia, cuota de mercado, ingresos publicitarios, márgenes operativos y beneficio neto, parámetro donde supera por 30,3M€ a Atresmedia (101,5M€, incluyendo su negocio de radio)

- Líder en inversión publicitaria en televisión con una cuota de mercado del 43,8%, según Infoadex, sus ingresos publicitarios brutos han crecido un 5,1% hasta los 693M€
- La compañía ha mejorado respecto al mismo periodo del año anterior un 29,9% su EBIT (170,7M€) con un margen sobre ingresos totales del 24%; un 27,8% su EBITDA (184,4M€) con un margen sobre ingresos totales del 25,9%; y un 15,8% su beneficio neto (131,8M€), con un margen sobre ingresos totales del 18,5%
- Ha reducido un 0,4% sus costes operativos totales (sin amortización PPA) hasta los 535M€, lo que supone un ahorro de 2,3M€ aun habiendo adquirido los derechos de la Eurocopa de Fútbol
- La posición financiera neta es de 118,4M€, tras la remuneración a sus accionistas con un total de 258,8M€ (91,4M€ en recompra de acciones propias y 167,4M€ de reparto de dividendo), con un *free cash flow* de 183M€, 21,3M€ más que en el mismo periodo de 2015
- La compañía mantiene entre enero y septiembre su liderazgo de audiencia en televisión (30,5% de *share*), consumo audiovisual *online* (más de 790 millones de vídeos) e impacto en redes sociales (32,5 millones de comentarios)



INGRESOS NETOS TOTALES



COSTES OPERATIVOS



Mediaset España ha revalidado su liderazgo entre las compañías de televisión españolas en audiencia, cuota de mercado, ingresos publicitarios, márgenes operativos y rentabilidad con sus mejores resultados del periodo enero-septiembre desde 2008.

Con un **beneficio neto de 131,8M€**, Mediaset España ha mejorado un 15,8% el **resultado** obtenido en los nueve primeros meses de 2015 (113,8M€), **con un margen sobre ingresos totales del 18,5% y un beneficio de 0,39€ por acción**. Esto supone un beneficio neto de 30,3M€ más que su principal competidor, Atresmedia (101,5M€).

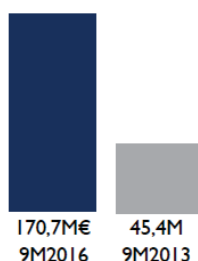
La compañía ha sustentado estos resultados en la mejora significativa de sus márgenes operativos respecto al mismo periodo de 2015: el **EBIT ha crecido un 29,9% hasta los 170,7M€ con un margen sobre ingresos totales del 24% y el EBITDA se ha situado en los 184,4M€**, con una mejora del 27,8%, lo que representa un **margen sobre ingresos netos totales del 25,9%**. En ambos casos, Mediaset España supera ampliamente hasta septiembre los márgenes de su principal competidor (20,5% y 18,7%, respectivamente), que incluye su negocio de radio.

En sólo tres ejercicios (momento del fin de la crisis económica), ha pasado de un EBITDA de 57,6M€ entre enero-septiembre de 2013 a los 184,4M€ actuales; de un EBIT de 45,4M€ en dicho periodo a los 170M€ presentados hoy; y de un beneficio neto de 22,1M€ de entonces a los 131,8M€ obtenidos en lo que va de año.

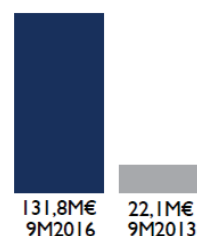
EBITDA



EBIT



BENEFICIO NETO



Líder de cuota de mercado publicitario con un 43,8%

En este periodo, marcado por la tendencia positiva del mercado publicitario en televisión, que ha registrado un incremento del 7,2% (según datos de Infoadex), Mediaset España ha confirmado su **liderazgo en inversión publicitaria con una mejora del 7,3% respecto al mismo periodo del año anterior, anotando una cuota de mercado del 43,8%**, 1,2 puntos más que su competidor (42,6%), que ha experimentado un crecimiento por debajo del mercado.

Los **ingresos brutos por publicidad** han alcanzado los **693M€**, cifra que después de comisiones se ha situado en los 667,1M€, un 5,1% más que entre enero y septiembre de 2015. La **facturación neta total** de Mediaset España ha sido de **711,7M€**, con un crecimiento del 5,5% respecto al mismo periodo de 2015.

Desde el punto de vista de la gestión de los recursos, Mediaset España ha reducido un 0,4% sus **costes operativos totales (sin amortización PPA) hasta los 535M€**, frente a los 537,3M€ registrados entre enero y septiembre de 2015, aun habiendo adquirido los derechos de emisión de la Eurocopa de Fútbol de Francia en los meses de junio y julio.

Por último, Mediaset España ha vuelto a confirmar la fortaleza de su balance con una **posición financiera neta positiva** al cierre de septiembre de **118,4M€**, tras la remuneración a sus accionistas con un total de 258,8M€ (91,4M€ en recompra de acciones propias y 167,4M€ de reparto de dividendo), y con un *free cash flow* de 183M€, 21,3M€ más que en el mismo periodo de 2015, destacando el elevado nivel de conversión a caja -de un 99,2%- de su margen EBITDA (184,4M€).

Líder de audiencia, consumo de vídeos en internet e impacto social

En los primeros nueve meses del año, Mediaset España mantiene su posición como **grupo líder de audiencia en televisión, consumo audiovisual online e impacto en redes sociales:**

Televisión:

- El **conjunto de canales de Mediaset España** (30,5%) se impone un año más en este periodo con 3,5 puntos de ventaja sobre Atresmedia (27,5%). También es líder en *target* comercial (31,9% vs. 29,8%) y por séptima vez consecutiva entre el *target* de los *millennials* (jóvenes de 13 a 34 años) con un 35,6% (vs. 29,9%).
- **Telecinco** (14,7%), líder por quinto año consecutivo, supera a Antena 3 (12,7%) con la mayor ventaja de los últimos cinco años. Referencia en el *target* comercial (14% vs. 12,8%) y por tercer año consecutivo entre los *millennials* (15% vs. 11,8%) anotando la mayor ventaja de la historia (+2,2 puntos).
- **Cuatro**, cadena más vista entre los menores de 55 años (7,5%) por segundo año consecutivo, supera a La Sexta (6,7%) históricamente entre los espectadores de 13-34 años (7,9% vs. 5,9%).
- **Temáticos** (9,1%). Superan en su conjunto por sexto año consecutivo a los de Atresmedia (7,2%):
 - **Factoría de Ficción** (3,2%): temático líder de audiencia desde hace cinco años por delante de Neox (2,5%), en *target* jóvenes de 13-24 años (8,7% vs. 7,3%) y entre los espectadores del *target* comercial (3,9% vs. 3,5%).
 - **Divinity** (2,2%): tercer temático más visto, supera a Nova por segundo año consecutivo. Iguala el mejor *target* comercial de su historia (3% vs. 2,1%) y alcanza el 3,6% de *share* en mujeres de 16 a 44 años.
 - **Energy** (1,8%): anota su mejor dato histórico y crece hasta el 2% entre los hombres de 25 a 54 años.
 - **Boing** (1,5%): por delante de Disney Channel (1,1%), es el canal comercial líder por cuarto ocasión consecutiva entre los niños de 4-12 años (12,6% vs. 9,8%) con la mayor diferencia histórica entre ambas cadenas.
 - **Be Mad** (0,3%): crece hasta el 0,4% en el *target* comercial y el 0,5% en su *core target* (espectadores de 16 a 44 años).

Internet y redes sociales*:

- Mediaset España se consolida como **líder en consumo audiovisual** entre los medios de comunicación, con más de 790 millones de vídeos consumidos, un 35% más que los que registra su principal competidor, Atresmedia.
- Sus webs acumulan un promedio mensual de más de 500 millones de minutos de permanencia (solo por detrás de Google, Facebook y Vevo), con un tiempo medio de consumo de vídeo por espectador de 3 h. y 54 min. al mes (tras Google).
- **Telecinco.es**, líder de las televisiones con 7,7 millones de usuarios únicos al mes, un 39% por encima de Antena3.com (5,5M usuarios únicos).
- Con un promedio de 3 millones de usuarios únicos, **Mitele.es** supera a Atresplayer (2,8 millones). Cuenta con un consumo de vídeo de más de cinco horas de media mensual por espectador, frente a las tres horas de Atresplayer.
- **Cuatro.com** acumula una media mensual de 3 millones de usuarios únicos; **Divinity.es**, 1,4 millones; y **Radioset.es**, 1,1 millones. La nueva web **Eltiempohoy.es** ha conseguido rozar en septiembre los 600.000 usuarios únicos.
- **Apps Mediaset España**: más de 12,8 millones de descargas.
- Con 180 cuentas activas, es de nuevo **líder en impacto social** tras generar 32,5 millones de comentarios (el 50,1% del total sobre televisión).

*Fuente: Multiplataforma y Videometrix de comScore (Promedio calculado en base a datos de comScore.

**Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET España.



 @mediasetcom

 /mediasetesp

 @mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom