

Madrid, 27 de abril de 2017

RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2017

Logra sus mejores cifras de los últimos nueve años en este periodo

Mediaset España incrementa un 21% su beneficio neto hasta los 60,6M€

- Este beneficio supone 10,5M€ más respecto al primer trimestre de 2016 (50,1M€)
- La compañía es líder en inversión publicitaria en televisión tras mejorar su cuota de mercado hasta el 43,4%, según datos de Infoadex
- La facturación neta ha crecido un 4,2% hasta los 240,4M€, de los que 235,4M€ corresponden a ingresos publicitarios brutos, que se han incrementado un 5,9%
- Ha logrado los márgenes más elevados desde 2008: un EBITDA de 81,2M€, que representa un margen sobre ingresos netos totales del 33,8%; y un EBIT de 76,8M€, que supone un margen sobre ingresos totales del 31,9%
- Ha reducido sus costes operativos totales (sin amortización PPA) casi un 1% hasta los 161,7M€
- Tras generar un *free cash flow* de 79,4M€, cifra muy cercana al margen EBITDA, la posición financiera neta de Mediaset España asciende a 258,9M€, 90,8M€ más que al final del primer trimestre de 2016
- La compañía destaca entre las principales del sector en España y Europa por la velocidad de incremento de sus márgenes y su capacidad de generación de caja
- Ha concluido el primer trimestre como líder de audiencia, consumo de vídeo *online*, seguimiento en internet -con el *site* de televisión con mayor tráfico de nuestro país- e impacto social



Mediaset España ha revalidado en el primer trimestre de 2017 su liderazgo como la compañía de medios más rentable de España y una de las más destacadas de Europa por la fortaleza de sus resultados económicos, con una sustancial mejora en todos sus parámetros financieros -ingresos, márgenes operativos y, en particular, en el beneficio neto-, logrando **los valores más altos desde 2008**.

En un entorno marcado por la tendencia positiva del mercado publicitario en televisión, que ha registrado en el primer trimestre del año un incremento del 4,3% (datos Infoadex) con Mediaset España como **líder en inversión publicitaria en televisión con una cuota de mercado del 43,4%**, la compañía ha logrado en los tres primeros meses del año un **beneficio neto de 60,6M€**, un 20,9% más (+10,5M€) respecto a los 50,1M€ registrados entre enero y marzo de 2016. Esta cifra representa un margen sobre ingresos totales del 25,2% y un beneficio de 0,18€ por acción.

Los **ingresos brutos por publicidad** se han situado en este primer trimestre en 235,4M€, un 5,9% más que en el mismo periodo del año anterior, cifra que después de comisiones ha alcanzado los 225,9M€, logrando un crecimiento del 5,5% respecto al mismo periodo de 2016. La **facturación neta total** de la compañía entre enero y marzo se ha situado en **240,4M€**, mejorando en un 4,2% la cifra correspondiente a los tres primeros meses de 2016 (230,7M€).

Desde el punto de vista de la gestión de los recursos, Mediaset España **ha reducido en este periodo un 0,9% sus costes operativos totales** (sin amortización PPA) hasta los 161,7M€, frente a los 163,2M€ registrados entre enero y marzo de 2016.

Como resultado, Mediaset España ha logrado los **márgenes EBITDA y EBIT más altos en este periodo desde que comenzara la crisis económica** y se iniciase la caída del mercado publicitario en 2008: un **EBITDA de 81,2M€** (+14,7%) que representa un margen sobre ingresos netos totales del 33,8%; y un **EBIT de 76,8M€** (+17,1%) que implica un margen sobre ingresos totales del 31,9%.

La compañía confirma igualmente la fortaleza de su balance con una **posición financiera neta positiva de 258,9M€** al cierre de marzo. Tras generar un *free cash flow* de 79,4M€ en este periodo, cifra muy cercana al margen EBITDA conseguido, destaca entre las principales compañías del sector en España y Europa por la velocidad de incremento de sus márgenes y su capacidad de generación de caja.

Líder de audiencia en televisión, consumo de vídeo *online*, seguimiento en Internet e impacto social

En los tres primeros meses del año, Mediaset España ha consolidado su posición como grupo líder de audiencia en televisión, consumo de vídeo *online*, seguimiento en internet - con el *site* de televisión con mayor tráfico de nuestro país- e impacto social: #

Televisión:

- El **conjunto de canales de Mediaset España** (28,8%) ha logrado ser líder entre enero y marzo por tercer año consecutivo. También ha alcanzado el liderazgo en el *target* comercial (30,2%), *prime time* (28,1%), *day time* (29,2%) y entre los jóvenes de 13-24 años (34,4%) y de 25-34 años (32,4%).
- **Telecinco** (13,6%), líder en el primer trimestre desde 2012, se ha impuesto también en el *day time* (13,5%) y entre los espectadores de 25-34 años (13,3%).
- **Cuatro** (6,3%) ha anotado un 7,4% en el *target* comercial y ha sido la única cadena que crece en el *prime time* (6,4%) respecto al mismo periodo del año anterior. Tercer canal entre los *millennials* (13-34 años) (7,4%).

- **Temáticos (9%):** el conjunto de canales temáticos de la compañía ha logrado imponerse de nuevo a los de Atresmedia (7,4%):
 - **Factoría de Ficción (3%):** temático líder de audiencia en el primer trimestre desde 2013. Tercer canal en jóvenes de 13-24 años (8,3%).
 - **Divinity (2,2%):** tercer temático más visto y canal femenino líder en *target* comercial (2,9%). Crece hasta el 3,5% en mujeres de 16-44 años.
 - **Energy (2%):** ha alcanzado el mejor dato de su historia en un primer trimestre tanto en total individuos como en *target* comercial (2,1%).
 - **Boing (1,3%):** canal infantil líder de la televisión comercial, crece hasta el 11,5% entre los niños de 4 a 12 años.
 - **Be Mad (0,5%):** en su primer acumulado enero-marzo ha alcanzado un 0,7% en el *target* comercial y un 0,8% en hombres de 16 a 44 años.

Fuente datos audiencias TV: Kantar Media

#

Internet y redes sociales:

- El **conjunto de webs** de Mediaset España ha logrado en el primer trimestre un **promedio mensual de 12,3 millones de usuarios únicos**, con un **incremento del 15,9%** respecto al mismo periodo de 2016.
- Ha afianzado en marzo su liderazgo entre todos los medios de comunicación españoles en consumo de vídeo *online* con **83 millones de reproducciones**.
- **Telecinco.es, web de televisión con mayor tráfico** con una **media mensual de 8,6 millones de usuarios**, frente a Antena3.com (7,6 millones).
- **Cuatro.com** ha logrado un promedio de **3,8 millones de usuarios al mes** y **Divinity.es, 1,8 millones**.
- Con **2,9 millones de usuarios** de media mensual, **Mitele.es** se ha impuesto a Atresplayer (2,4 millones).
- **Apps:** el conjunto de aplicaciones para dispositivos móviles de la compañía ha alcanzado a cierre de marzo un total de **14,1 millones de descargas**.
- **Redes sociales:** Mediaset España, con cerca de 200 cuentas oficiales activas y 37,8 millones de seguidores, ha generado **14,2 millones de comentarios**, el **66% del total** sobre televisión (21,4 millones).

Fuente datos audiencias internet: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio mensual calculado en base a estos datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC

Fuente datos redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram

#

#

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



@mediasetcom

/mediasetesp

@mediasetcom

www.mediaset.es/mediasetcom