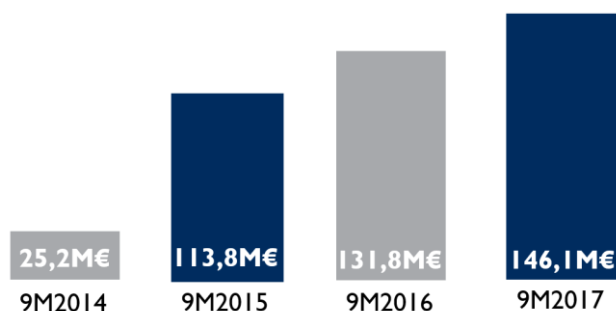


EVOLUCIÓN DEL BENEFICIO NETO



La compañía ha obtenido unos **ingresos publicitarios brutos de sus medios propios de 674,6M€**, lo que supone una **mejora del 0,7%** respecto al mismo periodo de 2016. Este resultado es especialmente reseñable puesto que el pasado año la compañía contaba con los derechos de retransmisión de 23 partidos de la Eurocopa de Fútbol. Los ingresos netos por publicidad, que incluyen las ventas de publicidad para otros medios (14,6M€) y las comisiones, se han situado en los 660,9M€. La facturación neta total, incluyendo los 40,4M€ de los ingresos no procedentes de la publicidad, se ha situado en este periodo en 701,3M€.

Desde el punto de vista de la gestión de los recursos, Mediaset España **ha logrado reducir sus costes operativos totales un 4,6% hasta los 516,1M€**, frente a los 541M€ registrados entre enero y septiembre de 2016.

Como resultado de esta gestión, Mediaset España ha registrado los márgenes operativos más altos en los nueve primeros meses del año desde que comenzara la crisis económica y se iniciase la caída del mercado publicitario a mediados de 2008: un **EBITDA de 198,8M€**, que representa un margen sobre ingresos netos totales del 28,3% y un incremento del 7,8% respecto al periodo enero-septiembre de 2016; y un **EBIT de 185,2M€**, con un margen sobre ingresos totales del 26,4% y un 8,5% más que en el mismo periodo de 2016. El **beneficio neto** logrado en este periodo, de **146,1M€**, un 10,8% más que el alcanzado en los nueve primeros meses de 2016 (131,8M€), representa un margen sobre ingresos totales del 20,8% y un beneficio de 0,45€ por acción en circulación.

Mediaset España ha confirmado nuevamente la fortaleza de su balance con una **posición financiera neta positiva** al cierre de septiembre de **100,1M€** tras remunerar a sus accionistas con un total de 275,7M€ a través de la distribución de un dividendo de 175,7M€ y de la recompra de 100M€ en acciones propias. Además, ha conseguido generar un *free cash flow* de 188,4M€ en los nueve primeros meses de 2017, cifra muy cercana al margen EBIT obtenido por la compañía en este periodo, lo que la sitúa una vez más como una de las más destacadas en Europa por su fuerte rentabilidad operativa y capacidad de generación de caja.

Tercer trimestre de 2017: Mediaset España alcanza unos ingresos netos totales de 192,8M€ con un beneficio neto de 20,4M€ (+44,3% respecto a julio-septiembre de 2016)
En lo que respecta al tercer trimestre de 2017, históricamente el periodo con menor facturación del año, Mediaset España ha registrado unos ingresos netos totales de 192,8M€, con unos costes operativos totales de 166,8M€. La compañía ha obtenido un EBITDA de 30,7M€, un 25,8% más que en el tercer trimestre de 2016, con un margen del 15,9% sobre ingresos netos totales, y un **beneficio neto de 20,4M€, un 44,3% más** que en el mismo periodo del año anterior.

Mediaset España, referencia en televisión, consumo de vídeo online e impacto social

Televisión:

- El conjunto de canales de **Mediaset España (29,1%)** ha refrendado un año más su **liderazgo en los nueve primeros meses del año** en total día, *target* comercial (30,6%), *prime time* (28,7%), *day time* (29,3%) y entre todos los *targets* de edad, con especial ventaja entre los segmentos 13-24 años (35,2%) y 25-34 años (32,5%).
- **Telecinco (13,6%), canal más visto** en este periodo por sexto año consecutivo, también ha liderado el *prime time* (13,8%), el *day time* (13,5%) y el *target* comercial (12,5%)
- **Cuatro (6,2%),** tercera cadena privada entre el *target* comercial (7,3%), ha anotado un 6,4% en *prime time* y un 6,2% en *day time*. También ha ocupado la tercera posición entre el público menor de 55 años (7,1%).
- **Factoría de Ficción (3,1%),** temático más visto en el periodo, ha alcanzado su 66º mes consecutivo como líder. Tercera cadena en jóvenes de 13-24 años (8,7%) desde 2014.
- **Divinity (2,2%),** temática femenina líder y en tercer lugar de los temáticos. Alcanza un 3,7% en su *core target*, mujeres de 16-44 años, y logra ser también ser el canal de referencia femenino en el *target* comercial (2,9%)
- **Energy (2%)** ha batido su récord en este periodo tanto en total día como en *target* comercial (2,3%) y se ha situado como el quinto canal temático más visto.
- **Boing (1,4%),** canal infantil líder de la televisión comercial entre los niños de 4-12 años (12,1%).
- **Be Mad (0,6%)** ha crecido en su primer acumulado enero-septiembre hasta el 0,8% en el *target* comercial y ha alcanzado el 1% en hombres de 16 a 44 años.

Internet y redes sociales:

- Las **webs de Mediaset España** han logrado en su conjunto en los primeros nueve meses un promedio mensual de 11,6 millones de usuarios únicos, con un incremento del 10,7% respecto al mismo periodo de 2016.
- La compañía se ha situado como **líder entre todos los medios de comunicación españoles en consumo de vídeo** (en PC) con 545 millones de reproducciones. A nivel global en España se ha situado en el sexto lugar, sólo superado por grandes plataformas multinacionales como Google, Facebook,

VEVO y Warner Music. Ha ocupado el quinto lugar entre las plataformas con más minutos de vídeo reproducido por usuario, con una media de 177 minutos.

- **Telecinco.es**, web de televisión con mayor tráfico con una media mensual de 7,9 millones de usuarios únicos (crece un 2% respecto al mismo periodo de 2016).
- **Cuatro.com** ha logrado un promedio de 3,7 millones de usuarios al mes y **Divinity.es** se ha situado en 1,7 millones, lo que supone un incremento del 25,3% y del 25,1% respectivamente.
- **Mitele.es**, con 2,5 millones de usuarios de media mensual, es líder entre las plataformas *online* de televisión en directo y a la carta.
- **Redes sociales**: Mediaset España, con 180 cuentas oficiales activas y 39,5 millones de seguidores, ha generado 28,6 millones de comentarios, el 57% del total sobre televisión.

Fuente datos audiencias TV: Kantar Media

Fuente datos audiencias internet: ComScore, correspondientes al periodo entre enero y agosto, último mes con datos disponibles.

Fuente datos redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram