

Madrid, 27 de febrero de 2018

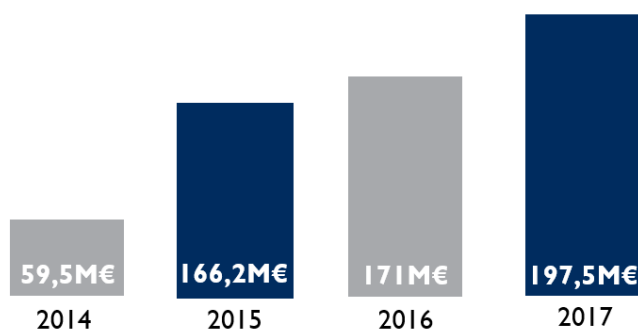
RESULTADOS 2017

Logra sus mejores resultados anuales desde 2008

Mediaset España obtiene un beneficio neto de 197,5M€, un 15,5% más que el año anterior

- Los ingresos netos totales han crecido por cuarto año consecutivo hasta los 996,3M€
- Ha logrado un incremento del 1,6% en los ingresos publicitarios brutos de sus medios propios hasta 946,4M€, a pesar de no contar durante el año con los derechos de un gran evento deportivo
- Ha liderado la inversión publicitaria en televisión con una cuota de mercado del 43,3%, logro que se produce de manera ininterrumpida desde 2004 (Infoadex)
- Con un ahorro de 16,8M€, sus costes operativos se han reducido un 2,2% hasta 734M€
- Ha obtenido los márgenes operativos más elevados desde 2008: un EBITDA de 262,2M€ (+8,8% respecto a 2016), con un margen sobre ingresos totales del 26,3%; y un EBIT de 245,3M€ (+9,3% respecto a 2016), con un margen sobre ingresos totales del 24,6%
- Su posición financiera neta a cierre de diciembre ha sido de 135,3M€, tras remunerar a sus accionistas con un total de 275,7M€ (100M€ en recompra de acciones propias en el año y 175,7M€ en dividendo) y generar un *free cash flow* de 229,3M€
- Resultados cuarto trimestre: ha logrado un EBITDA de 63,5M€ (+11,9% respecto al último trimestre de 2016) y un beneficio neto de 51,4M€ (+31,3%)
- Ha revalidado un año más su posición como líder de audiencia en televisión, consumo de vídeo online e impacto social

EVOLUCIÓN DEL BENEFICIO NETO



Mediaset España ha cerrado 2017 con sus datos económicos más altos desde 2008. El potencial comercial de la compañía, líder en inversión publicitaria desde 2004, y la gestión de sus recursos, le han llevado a **incrementar su beneficio neto un 15,5% respecto a 2016 hasta alcanzar los 197,5M€.**

Los ingresos publicitarios brutos de sus medios propios han crecido entre enero y diciembre de 2017 un 1,6% hasta 946,4M€, a pesar de no haber contado en 2017 con los derechos de emisión de ningún gran evento deportivo, como sí ocurrió en 2016 con la Eurocopa de Fútbol. Incluyendo la comercialización publicitaria de terceros (23,3M€) y las comisiones, los **ingresos publicitarios netos se han situado en 928,7M€**. Estas cifras le han supuesto el **liderazgo de la cuota de mercado anual con un 43,3%**, ampliando la ventaja hasta casi 2 puntos sobre su principal competidor, Atresmedia (41,4%), que ha experimentado un descenso de 0,7% respecto al año anterior.

La **facturación neta de Mediaset España se ha incrementado por cuarto año consecutivo (+0,4%) hasta 996,3M€**, cifra que incluye los 67,6M€ percibidos por ingresos no publicitarios, entre los que ha destacado el rendimiento de los cuatro estrenos cinematográficos de Telecinco Cinema, situados como las cuatro películas españolas más taquilleras del año.

Desde el punto de vista de la gestión de los recursos, Mediaset España **ha logrado reducir sus costes operativos un 2,2% hasta los 734M€**, frente a los 750,8M€ registrados en 2016.

Como resultado de las mejoras en sus ingresos y de la gestión de sus costes, Mediaset España ha registrado un **EBITDA de 262,2M€**, lo que representa un margen sobre ingresos netos totales del 26,3% y un incremento del 8,8% respecto a 2016; y un **EBIT de 245,3M€**, que supone un crecimiento del 9,3% sobre el mismo periodo de 2016, con un margen sobre ingresos totales del 24,6%. Tanto el EBITDA como el EBIT registrados son los más altos de la compañía desde que comenzara la crisis económica y la caída del mercado publicitario a mediados de 2008.

El **beneficio neto**, de 197,5M€, un 15,5% más que los 171M€ conseguidos en 2016, representa un **margen sobre ingresos totales del 19,8%** y un **beneficio de 0,60€ por acción**.

Además, Mediaset España ha confirmado nuevamente además la fortaleza de su balance con una **posición financiera neta positiva al cierre de diciembre de 135,3M€**, tras la distribución de un dividendo de 175,7M€, la recompra de 100M€ en acciones propias en el año y la generación de un *free cash flow* de 229,3M€ en 2017. Esta cifra, muy cercana al margen EBIT obtenido en este periodo, sitúa a la compañía como una de las más destacadas de Europa por su fuerte rentabilidad operativa y capacidad de generación de caja.

Cuarto trimestre de 2017: Mediaset España logra unos ingresos netos totales de 295M€ con un beneficio neto de 51,4M€ (+31,3%)

En lo que respecta al cuarto trimestre de 2017, Mediaset España ha registrado unos **ingresos netos totales de 295M€**, con unos costes operativos de 231,5M€. Ha obtenido un **EBITDA de 63,5M€**, un 11,9% más que en el mismo periodo de 2016, con un margen del 21,5% sobre ingresos netos totales. Por último, el **beneficio neto obtenido entre octubre y diciembre de 2017 se ha situado en 51,4M€**, un 31,3% más que en el mismo periodo de 2016.

Un año más líder de audiencia en televisión, consumo de vídeo online e impacto social

Mediaset España ha ratificado en 2017 su posición como la **compañía audiovisual líder**, tanto en el consumo lineal como en digital, y la de mayor impacto social:

Televisión:

- El **conjunto de canales** de Mediaset España ha alcanzado en 2017 el liderazgo por séptimo año consecutivo en **total individuos (28,7%)** y ha sido también la primera opción en el *target* comercial (30,4%) y en *prime time* (28,5%), además de ser la referencia en jóvenes de 13 a 24 años (35,1%) también por séptimo año.
- **Telecinco (13,3%)**, **cadena más vista por sexto año consecutivo**, acumula 18 años de liderazgo entre las cadenas comerciales. También primera opción en el *target* comercial (12,5%) y en el *prime time* (13,5%).
- **Cuatro (6,2%)**, tercera cadena nacional privada en *target* comercial (7,2%), ha consolidado su fortaleza entre el público *millennial* (7,4%).
- **Factoría de Ficción (3,1%)**, líder de los temáticos por sexto año (acumula 69 victorias mensuales), es la tercera televisión nacional en jóvenes 13-24 años (8,9%).
- **Divinity (2,2%)**, temática femenina líder en mujeres 16-44 años (3,6%) y en el *target* comercial (2,8%), es la tercera temática más vista junto a Nova.
- **Energy (2%)** ha anotado el mejor dato de su historia y ha logrado crecer hasta el 2,2% en el *target* comercial.
- **Boing (1,3%)**, canal infantil líder de la televisión comercial por quinto año consecutivo, ha crecido hasta el 12,2% en niños 4-12 años.
- **Be Mad (0,6%)** ha sumado 2 nuevas décimas respecto a 2016 y ha elevado su media nacional en el *target* comercial (0,8%) y en hombres 16-44 años (0,9%).

Internet y redes sociales:

- **Mediaset España** ha logrado alzarse como la **compañía audiovisual con mayor consumo de vídeo online** con una media mensual de 81,1 millones de vídeos vistos y un promedio de 348 millones de minutos vistos al mes, lo que la ha situado en sexta posición del ranking global en internet, tras Google Sites, Openload, Facebook, Vevo y BroadBand TV.
- Ha registrado además un **incremento de un 8,2% en usuarios únicos** respecto a 2016 hasta los 11,5 millones.
- **Telecinco.es**, **líder entre sites de televisión** con 7,7 millones de usuarios únicos y 26,7 millones de vídeos vistos de promedio mensual.
- **Cuatro.com** ha acumulado 3,6 millones de usuarios únicos.

- **Mitele**, con una media mensual de 2,5 millones de usuarios únicos y 48 millones de vídeos vistos, ha sido la plataforma líder de contenidos televisivos.
- Mediaset España, **líder audiovisual en impacto social** con 36,5 millones de comentarios en redes sociales, el 48,4% de los realizados sobre televisión. Cuenta con **40,3 millones de seguidores** en sus 180 cuentas activas.
- A cierre de año, el catálogo de **apps oficiales** de la compañía acumulaba **15,4 millones de descargas** con Mitele, 'GH' y 'La Voz' como las más demandadas.

* Fuente: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio calculado en base a datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC. Los datos de Videometrix no tienen en cuenta el mes de enero ya que los datos de Mediaset España se vieron afectados por una incidencia ajena a la compañía.