
RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2018

Enero – marzo 2018

*MEDIASET*españa.



Madrid – 19 de abril de 2018

ÍNDICE

1. Principales magnitudes
2. Cuenta de pérdidas y ganancias
3. Generación de cash-flow
4. Inversión neta
5. Balance de situación
6. Evolución de la audiencia
7. Internet
8. HbbTV
9. Media for equity
10. Evolución de la acción y recomendación de analistas
11. Hechos relevantes 2017
12. Contacta con nosotros

Conference Call / Web cast details

19 Abril 2018 11:00 CET (10:00 am en UK)

España:	+34 911 140 101
UK:	+44 207 194 3759
USA:	+1 646 722 4916
Pin Code:	89024804#



También puede conectar vía **webcast** en el siguiente link:

<https://edge.media-server.com/m6/p/44hck84u>

O a través de nuestra página web:

<http://www.mediasset.es/inversores/es/>

I. PRINCIPALES MAGNITUDES

mill. EUR	IT2018	IT2017	Var (M€)	Var (%)
Total ingresos netos	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)
Total costes operativos	162,36	159,23	3,13	2,0%
EBITDA ⁽¹⁾	67,22	81,19	(13,97)	(17,2%)
Margen EBITDA	29,3%	33,8%		
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
Margen EBIT	27,7%	31,9%		
Beneficio Neto	53,18	60,60	(7,41)	(12,2%)
BPA ⁽²⁾	0,16	0,18		
Posición financiera	204,91	258,91	(54,00)	
Free Cash - Flow	72,22	79,38	(7,16)	

(1) EBITDA Incluye el consumo de derechos TV

(2) Se excluyen las acciones de autocartera a 31 de marzo

En el primer trimestre 2018, Mediaset España registra un EBITDA ajustado de €67,2 millones y un EBIT de €63,6 millones.

- El **Total Ingresos Netos** asciende a **€229,6 millones**, con unos **ingresos publicitarios netos de €215,1 millones** y con **“Otros Ingresos”** por importe de **€14,5 millones**.
- **Infoadex**, a la fecha de publicación de estos resultados, aún no ha reportado sobre el mercado publicitario español de los **primeros tres meses 2018**. **Mediaset España estima**, que en el **primer trimestre 2018**, ha obtenido una **cuota de mercado** de entre el **43,1% y el 43,5%**.
- El **margen EBITDA** del **primer trimestre 2018** asciende a **29,3%** y **margen EBIT 27,7%**.
- El **Beneficio Neto** asciende a **€53,2 millones**, lo que supone un **beneficio por acción de €0,16** (excluyendo acciones propias a 31/3/2018).
- **Mediaset España** registra una **posición neta de caja, a 31 de marzo 2018**, de **€204,9 millones** y un **Free Cash Flow** en el periodo de **€72,2 millones**.
- **La Junta General de Accionistas de Mediaset España** celebrada el **18 de abril**, aprobó la **distribución** de un **dividendo ordinario de €0,50/acción** y **extraordinario de €0,10/acción**. El **dividendo total** por acción asciende a **€0.60 brutos**, y el importe total **€197,5 millones**. El dividendo se **abonará el 3 de mayo 2018**.
- Las **acciones propias** de **Mediaset España** ascienden, a **31 de marzo 2018**, a **9.282.275**, representativas del **2,76%** del capital social de la compañía. La **Junta General de Accionistas de abril 2018**, aprobó la **cancelación de las acciones propias** a través de una **reducción de capital social**. El capital social de la compañía, tras la cancelación de las acciones ascenderá a **327.435.216 acciones**.
- **Mediaset España** obtiene una audiencia en el **primer trimestre 2018** del **27,9%** en (**24 horas total individuos**) y un **29,8%** en **target comercial**.
- En los meses de **enero y febrero**, **Mediaset España** registra un promedio mensual de: **10,8 millones de usuarios únicos**, **178,1 millones de páginas vistas** y **154,9 millones de videos servidos** (fuente: Comscore, multiplataforma, enero-febrero)

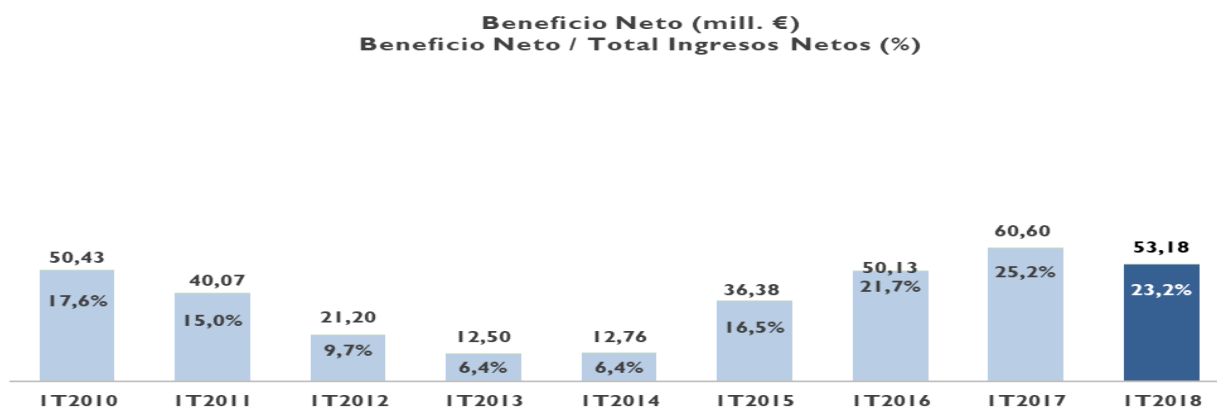
2. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

mill. EUR	IT2018	IT2017	Var (M€)	Var (%)
Ingresos Publicitarios Netos	215,10	225,86	(10,75)	(4,8%)
Otros Ingresos	14,47	14,57	(0,09)	(0,6%)
Total Ingresos Netos	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)
Consumo de derechos	(30,95)	(34,36)	3,41	(9,9%)
Costes de personal	(25,70)	(26,02)	0,32	(1,2%)
Otros costes operativos	(105,70)	(98,85)	(6,85)	6,9%
Total Costes	(162,36)	(159,23)	(3,13)	2,0%
EBITDA	67,22	81,19	(13,97)	(17,2%)
<i>Margen EBITDA</i>	29,3%	33,8%		
Otras amortizaciones, provisiones	(1,61)	(2,42)	0,81	(33,5%)
Amortización PPA	(2,00)	(2,00)	0,00	0,0%
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
<i>Margen EBIT</i>	27,7%	31,9%		
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	4,35	0,55	3,81	-
Resultado Financiero	(0,22)	(0,16)	(0,05)	-
Beneficio antes de impuestos	67,74	77,15	(9,41)	(12,2%)
Impuesto de Sociedades	(14,56)	(16,59)	2,03	(12,3%)
Minoritarios	0,00	0,04	(0,04)	-
Beneficio Neto	53,18	60,60	(7,41)	(12,2%)
<i>Margen Beneficio Neto</i>	23,2%	25,2%		
BPA (sin incluir acciones autocartera)	0,16	0,18		

El **beneficio neto** en el **primer trimestre 2018** asciende a **€53,18 millones**, lo que supone un **margen de beneficio neto** sobre ingresos totales del **23,2%** y un **beneficio por acción** de **€0,16** (excluyendo autocartera).

Mediaset España registra en el **primer trimestre 2018**, su **segundo mejor margen beneficio neto**, para un primer trimestre, desde 2008.



2.1 INGRESOS

Tabla 2: Ingresos

mill. EUR	IT2018	IT2017	Var (M€)	Var (%)
Ingresos Brutos Publicidad	224,62	235,38	(10,76)	(4,6%)
Medios Propios	219,45	230,16	(10,71)	(4,7%)
Medios Ajenos	5,17	5,22	(0,04)	(0,8%)
Comisiones	(9,52)	(9,52)	0,00	(0,0%)
Ingresos Netos Publicidad	215,10	225,86	(10,75)	(4,8%)
Otros Ingresos	14,47	14,57	(0,09)	(0,6%)
Total Ingresos Netos	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)

El **total de ingresos brutos de publicidad** del primer trimestre 2018 ascienden a **€224,62**. El desglose de los mismos es el siguiente:

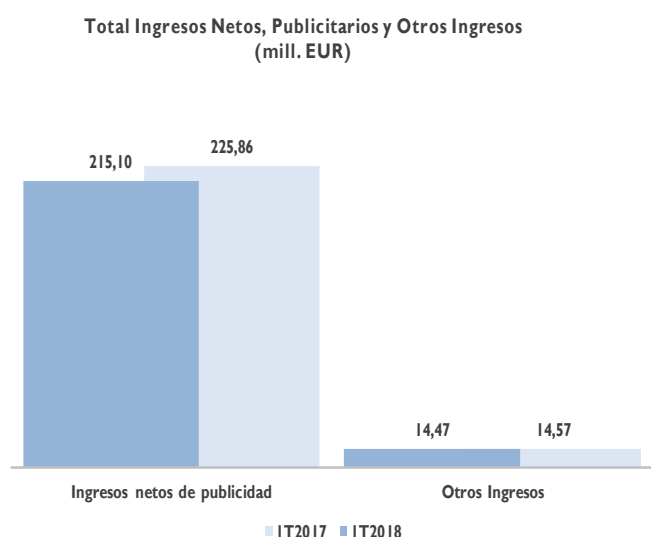
- **Los ingresos brutos de publicidad de medios propios**, incluyen los ingresos publicitarios de internet, teletexto y los 7 canales en abierto que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY, ENERGY y BE MAD**. El total de estos ingresos, ascienden en el trimestre a **€219,45 millones**. Esta línea de ingresos se ha visto afectada por el periodo vacacional de **Semana Santa** en la última semana de marzo (en 2017 en el mes de abril). **Mediaset España** estima que su cuota de mercado en el primer trimestre 2018 se podría situar entre el **43,1%** y el **43,5%**.
- **Los ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, incluyen la venta de publicidad de varios canales de pago, internet y el canal en abierto **Gol**. Estos ingresos suman en el primer trimestre 2018, **€5,17 millones**, en línea con el mismo periodo del año anterior (€5,22 millones).

Los ingresos netos de publicidad, son los ingresos brutos después de comisiones y ascienden, en el primer trimestre 2018, a **€215,10 millones**.

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: **Internet, venta de derechos, actividad cinematográfica** etc... En el periodo **enero-marzo 2018**, estos ingresos ascendieron a **€14,47 millones**, en comparación a los **€14,57 millones** del mismo periodo 2017.

Mediaset España estrenó en cines, en el periodo **enero a marzo 2017**, un título: “El cuaderno de Sara”, el día 2 de febrero. Además de estos ingresos, esta línea incluye la taquilla de “**Perfectos Desconocidos**” que se estrenó el **1 de diciembre 2017** y que se mantiene actualmente en cartera. A **31 de marzo**, la película ha conseguido una recaudación en taquillas de **€5,1 millones** y se sitúa a la cabeza en el ranking de los estrenos de cine español del trimestre.

Total de ingresos netos, para el primer trimestre 2018 asciende a **€229,58 millones**.

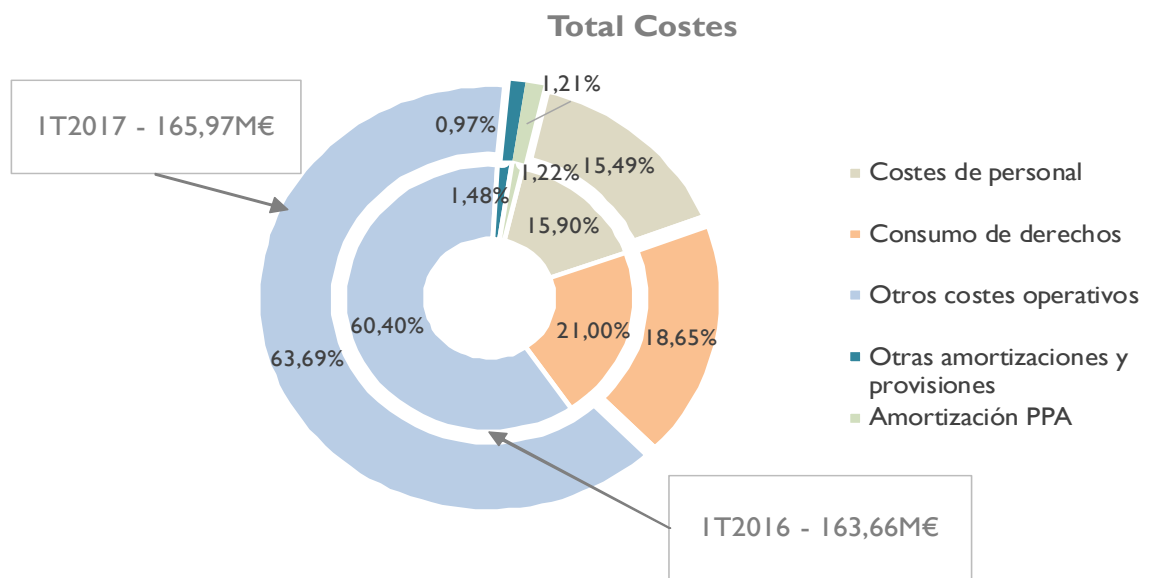


2.2 COSTES OPERATIVOS

Los **costes operativos totales** en el **primer trimestre 2018** ascienden a **€162,36 millones**, lo que supone un pequeño incremento de **€3,13 millones** en comparación con el mismo periodo del 2017, que se explica por la **fuerte parrilla de programación** presentada por **Mediaset España** en el periodo. La **parrilla del trimestre** incluía, entre otros, formatos de renombre como **La Voz Kids, Got Talent y Supervivientes**, así como **6 partidos de la Copa del Rey y 2 partidos de la selección nacional de fútbol**.

Tabla 3: Costes operativos

mill. EUR	IT2018	IT2017	Var (M€)	Var (%)
Costes de personal	25,70	26,02	(0,32)	(1,2%)
Consumo de derechos	30,95	34,36	(3,41)	(9,9%)
Otros costes operativos	105,70	98,85	6,85	6,9%
Total Costes Operativos	162,36	159,23	3,13	2,0%
Otras amortizaciones y provisiones	1,61	2,42	(0,81)	(33,5%)
Amortización PPA	2,00	2,00	0,00	0,0%
Total Costes	165,97	163,66	2,31	1,4%



La base de costes de **Mediaset España** (Costes operativos + Amortizaciones & Provisiones) en el primer trimestre **2018** asciende a **€163,97 millones** un **28,9% inferior** a la del mismo periodo del 2010 (**€230,46 millones**). Esto supone **ahorros de €66,49 millones** a pesar de operar en la actualidad dos canales más.

mill. €	IT2010*	IT2011	IT2012	IT2013	IT2014	IT2015	IT2016	IT2017	IT2018	Var.
Operating Costs + D&A	230,46	205,02	195,60	175,80	175,73	176,57	163,18	161,66	163,97	-28,9%

* Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro.

Contenido

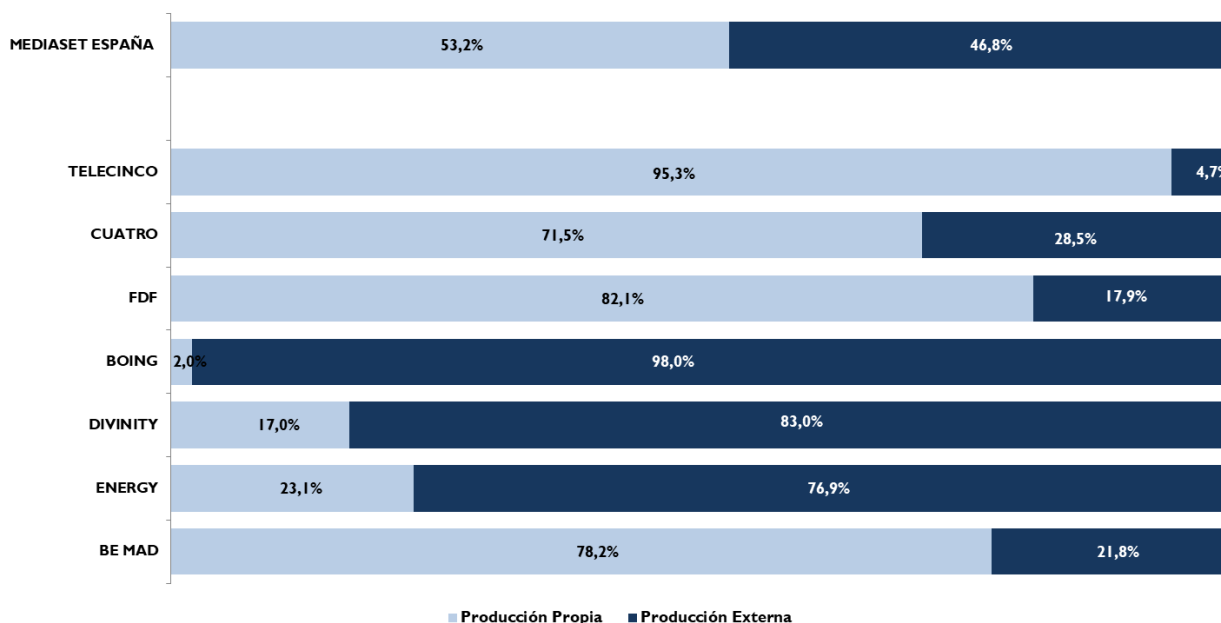
Mediaset España opera en la actualidad 7 canales **Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Divinity, Energy and Be Mad.**

En el periodo **enero-marzo 2018**, el **Grupo Mediaset España** ha dedicado el **53,2% de las horas de emisión** a la **producción propia** y el **46,8% a producción externa**. Se trata de un **incremento de +7,9 pp** en las **horas de producción propia** en comparación con el mismo periodo 2017 (45,3%). **Mediaset España** ha incrementado, en el **primer trimestre 2018**, las **emisiones de producción propia en todos sus canales**, pero especialmente en **Be Mad, Cuatro y Divinity**. Teniendo en cuenta el **promedio ponderado con la audiencia de la producción propia** de los canales del grupo en el periodo, el **número de horas de producción in-house del Grupo Mediaset España** representaría el **73,6%** y la **producción externa** el **26,4%** sobre el total de las emisiones.

El **primer trimestre 2018**, el canal **TELECINCO**, ha dedicado el **95,3% de las horas de emisión a la producción propia**, mientras que el **4,7% se asignó a la producción externa**. Esto supone un incremento en las horas de **producción propia** en **+1,5pp** respecto del mismo periodo del año anterior (**93,8%** producción propia y **6,2%** producción ajena).

CUATRO asignó un **71,5% de su parrilla a la producción propia**, lo que supone un incremento del **+3,6 pp**, respecto del mismo trimestre 2017 (67,9%), mientras que el **28,5%** de las horas de emisión, fueron **producción externa** (32,1% en mismo periodo 2017).

Los canales **Telecinco y Cuatro**, dedican conjuntamente, el **83,7% de sus horas de emisión a la producción propia**, frente al **16,3% de la producción externa**. En el primer trimestre 2017, el conjunto de los dos canales dedicaban el **81,4% a producción propia** y el **16,3%** a la producción ajena, lo que supone un incremento de **+2,3pp** en las emisiones de la **producción propia en el primer trimestre 2018**.



En cuanto al resto de canales, la asignación ha sido la siguiente: **FACTORIA DE FICCION** dedicó un **82,1%** de producción propia frente a un **17,9%** de producción externa, **BOING** dedica la mayor parte de su parrilla a los derechos a terceros, un **98,0%**, **DIVINITY** presenta un **17,0%** de producción propia y **83,0%** de derechos de terceros, **ENERGY** dedica un **23,1%** de la parrilla a la producción propia y un **76,9%** a la producción externa, y **BE MAD**, asigna el **78,2%** de su parrilla a la producción propia y el **21,8%** a los derechos a terceros.

2.3 RESULTADO DE EXPLOTACIÓN Y MÁRGENES

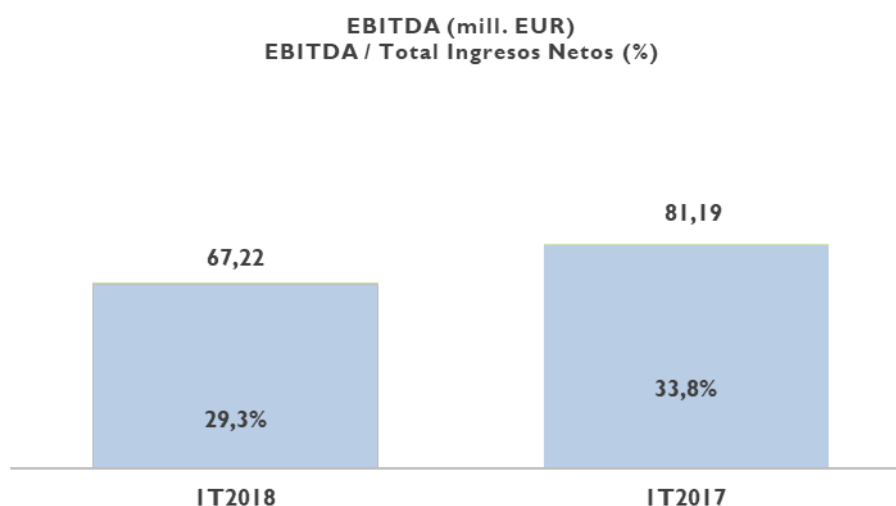
Mediaset España registra un resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, de **€67,22 millones** en el periodo enero-marzo 2018, y un **margen EBITDA ajustado** del **29,3%**, sobre los ingresos totales netos.

El **resultado bruto de explotación** del periodo, está en línea con los resultados obtenidos en años anteriores, a pesar del impacto de **Semana Santa en el primer trimestre 2018**. Se trata de un excelente resultado que demuestra una vez más, la solidez del negocio.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€63,61 millones**, y un **margen neto de explotación** del **27,7%** sobre el total ingresos netos 2018.

Tabla 4: Márgenes

mill. EUR	IT2018	IT2017	Var (M€)	Var (%)
Total ingresos netos	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)
EBITDA	67,22	81,19	(13,97)	(17,2%)
Margen EBITDA	29,3%	33,8%		
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
Margen EBIT	27,7%	31,9%		



mill. EUR	IT2018	IT2017	Var (M€)	Var (%)
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	4,35	0,55	3,81	-
Resultado Financiero	(0,22)	(0,16)	(0,05)	-
Beneficio antes de impuestos	67,74	77,15	(9,41)	(12,2%)
Impuesto de Sociedades	(14,56)	(16,59)	2,03	(12,3%)
Minoritarios	0,00	0,04	(0,04)	-
Beneficio Neto	53,18	60,60	(7,41)	(12,2%)
<i>Margen Beneficio Neto</i>	23,2%	25,2%		

2.4 FINANCIEROS, RESULTADO DE PARTICIPADAS

Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia¹, en el primer trimestre 2018, muestran un beneficio de €4,35 millones, en comparación con el beneficio de €0,55 millones del mismo periodo 2017. El citado importe incluye la revalorización de una de sus compañías participadas, recuperado así parte del write-down llevado a cabo en el pasado.

El resultado financiero del periodo supone un gasto de €0,22 millones, en línea con la cifra del mismo periodo 2017 (€0,16 millones).

2.5 RESULTADO PRIMER TRIMESTRE 2018

El resultado antes de impuestos en el trimestre, asciende a €67,64 millones, mientras que el resultado neto después de impuestos, alcanza los €53,18 millones, lo que supone un margen del beneficio neto del 23,2%.

¹ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Televisión Inc. (43,7%), Furia de titanes II, A.I.E (34,0% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30,0%), Producciones Mandarina S.L. (30,0%), La Fábrica de la Tele S.L. (30,0%), Megamedia TV, S.L. (participación indirecta 30%), Aunia S.L. (50,0% participación indirecta), Alea Media S.A. (40,0%), Melodía producciones S.L. (40,0%) y Adtech Ventures S.P.A. (participación indirecta 50,0%).

3. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El flujo libre de caja operativo en el primer trimestre 2018, asciende a €72,22 millones y la posición neta de caja de Mediaset España, a finales marzo 2018, es de €204,91 millones.

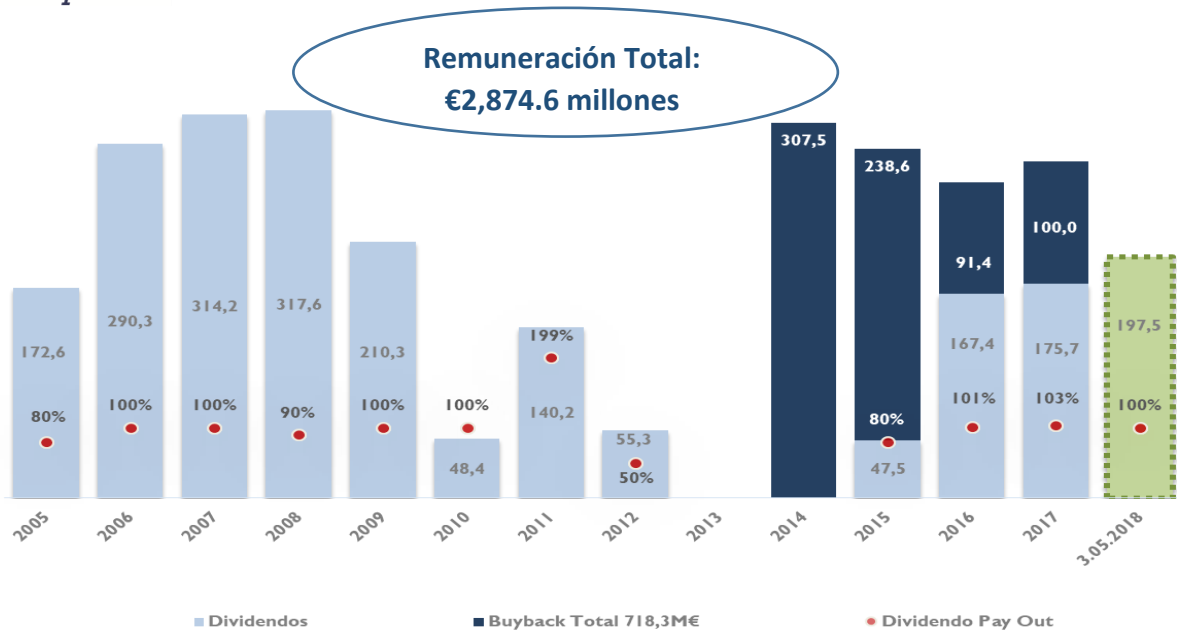
Tabla 5: Cash-Flow

mill. EUR	IT2018	IT2017	Var (M€)
Beneficio Neto antes de minoritarios	53,18	60,56	(7,37)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	35,86	39,10	(3,24)
Consumo Derechos	30,95	34,36	(3,41)
Amortizaciones	4,91	4,74	0,17
Provisiones	0,81	(0,65)	1,46
Otros	2,63	6,56	(3,93)
CASH FLOW OPERATIVO	92,49	105,57	(13,08)
Inversión en Derechos	(93,10)	(96,56)	3,47
Inversiones, otras	(0,63)	(1,77)	1,14
Variación Fondo de Maniobra	73,45	72,14	1,31
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	72,22	79,38	(7,16)
Compra acc. Propias	(0,02)	(0,02)	0,00
Movimientos Patrimonio	(2,14)	2,13	(4,27)
Inversiones/Desinversiones financieras	(0,44)	(0,02)	(0,42)
Dividendos cobrados	0,00	0,00	0,00
Pago de Dividendos	0,00	0,00	0,00
Variación Neta de Tesorería	69,61	81,47	(11,85)
Posición Financiera Neta Inicial	135,30	177,45	(42,15)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	204,91	258,91	(54,00)

Mediaset España consigue una tasa de conversión a caja del **107%**: Free Cash Flow (€72,22 millones) a EBITDA (€67,22 millones), demostrando de nuevo que **el negocio es muy efectivo en la generación de caja**.

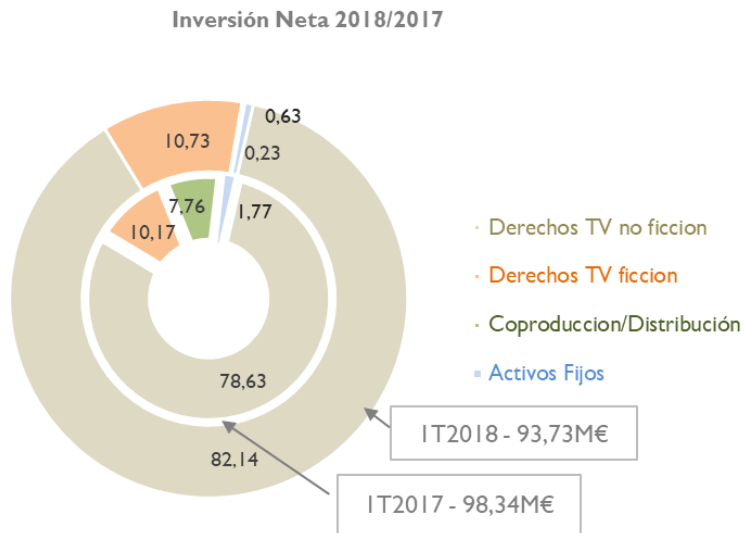
La **Junta General de Accionistas**, celebrada el 18 de abril, aprobó la **distribución de un dividendo de €0,60** por acción, **asignados de la siguiente forma: €0,50/acción contra resultados del 2017 y €0,10/por acción contra reservas de libre disposición** (excluido autocartera). El importe total del dividendo asciende a €197,5 millones y se abonará el día 3 de mayo 2018.

Una vez se haya abonado el dividendo 2018, la **remuneración total al accionista**, desde la salida a bolsa de **Mediaset España** en 2004, ascenderá a €2.874,6 millones, de los cuales €2.137,1 millones ha sido vía dividendos y €737,5 millones a través de compra de acciones propias.



4. INVERSION NETA

La inversión neta total, en el primer trimestre 2018 alcanza los **€93,73 millones** en comparación con la inversión del mismo periodo 2017 de **€98,34 millones**. En este periodo, **Mediaset España**, invirtió un total de **€82,14 millones** en derechos de terceros, **€10,73 millones** en series de ficción nacional, **€0,23 millones** en coproducciones/distribución cinematográficas y **€0,63 millones en activos fijos tangibles** e intangibles.



5. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de situación

Indicadores	Marzo 2018	Diciembre 2017
Inmovilizado	565,28	569,40
- Inm. Financiero	314,84	314,67
- Otro Inmovilizado	250,44	254,73
Derechos y Anticipos	218,54	156,39
- Terceros	166,74	106,41
- Ficción	32,22	27,00
- Coproducción / Distribución	19,58	22,99
Impuesto Anticipado	96,69	100,98
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	880,51	826,77
Activo corriente	213,73	272,29
Activo financiero y tesorería	204,95	135,93
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	418,68	408,23
TOTAL ACTIVO	1.299,19	1.235,00
FONDOS PROPIOS	952,08	900,08
Provisiones	13,82	13,43
Acreeedores no corrientes	21,09	19,01
Pasivo financiero no corriente	0,00	0,00
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	34,91	32,44
Acreeedores corrientes	312,15	301,85
Pasivo financiero corrientes	0,04	0,64
TOTAL PASIVO CORRIENTE	312,20	302,48
TOTAL PASIVO	1.299,19	1.235,00

Mediaset España presenta un **balance sólido** con un **adecuado equilibrio entre sus activos y pasivos a largo y corto plazo**, además de un excelente ratio de liquidez de **1,35x**.

Por otro lado, **la óptima gestión de los activos y pasivos corrientes** se traducen en una adecuada gestión operativa del circulante.

El **Grupo** muestra en su **balance un adecuado mix en sus derechos audiovisuales**, lo que le proporciona al negocio una alta **flexibilidad entre los distintos tipos de derechos**, en línea con la estrategia de la compañía.

6. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

6.1 CONSUMO DE TELEVISIÓN

Trimestres	1T Promedio Consumo TV (minutos)			Espectadores TV ('000)
	Lineal	No lineal *	Total Consumo TV	
1T00	228		228	6.123
1T01	227		227	6.189
1T02	227		227	6.189
1T03	233		233	6.380
1T04	237		237	6.689
1T05	235		235	6.734
1T06	238		238	6.870
1T07	239		239	6.958
1T08	239		239	7.029
1T09	244		244	7.411
1T10	252		252	7.696
1T11	256		256	7.825
1T12	261		261	7.984
1T13	267		267	8.171
1T,14	263		263	8.097
1T15	258		258	7.989
1T16	248	4	252	7.676
1T17	247	4	251	7.518
1T18	253	6	259	7.851

Desde marzo 2017, Kantar Media mide el consumo televisivo de invitados (amigos, familia etc.. visitando el hogar), datos que se incluye en los consumos de la tabla de la izquierda.

El promedio diario de consumo lineal y no lineal en el primer trimestre 2018, asciende a **259 minutos por persona/día**, cuatro horas y veinte minutos.

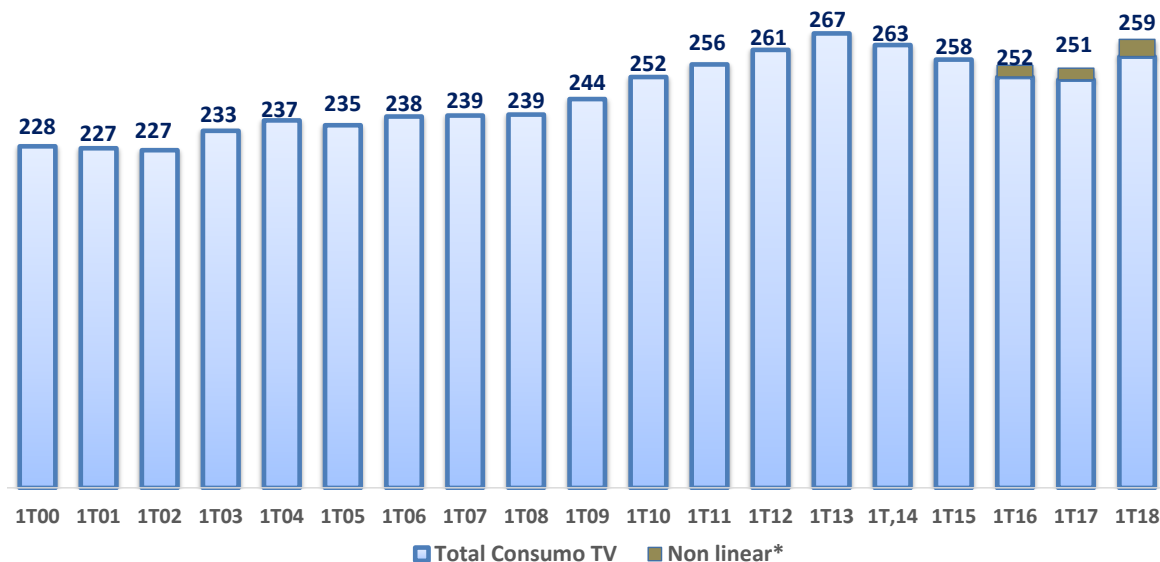
El consumo lineal TV asciende a **253 minutos por persona/día, el 97,7% del promedio del consumo diario de televisión**. El promedio de espectadores diario asciende en el periodo a **7,9 millones**.

El consumo no lineal de televisión es de **6 minutos/por persona** y día y representa en **2,3%** del promedio diario del consumo televisivo.

*Consumo Lineal, desde Marzo 2017 incluye invitados.

* Consumo no lineal, es el consumo televisivo dentro de los 7 días siguientes a la emisión.

1T CONSUMO AUDIOVISUAL (minutos)



² Fuente: Kantar Media y ComScore.

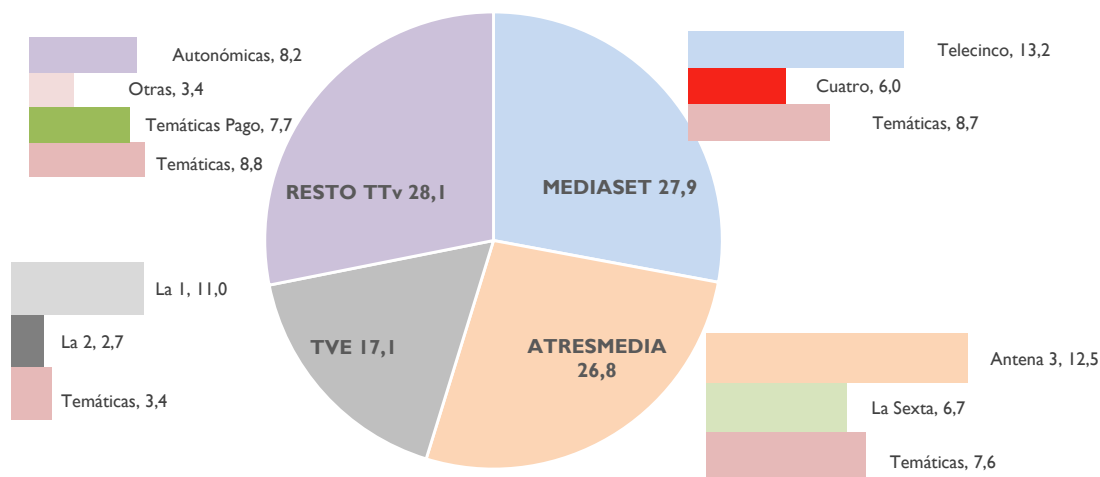
6.2 AUDIENCIAS GRUPO³

En el primer trimestre 2018, el Grupo **Mediaset España**, registró un **27,9% de audiencia** en total día total individuos, mientras que **Atresmedia obtuvo un 26,8% y TVE 17,1%**. El resto de grupos suman de forma combinada un **28,2%**, y dentro de este grupo el **Pay TV** se anota un **7.7% de audiencia**.

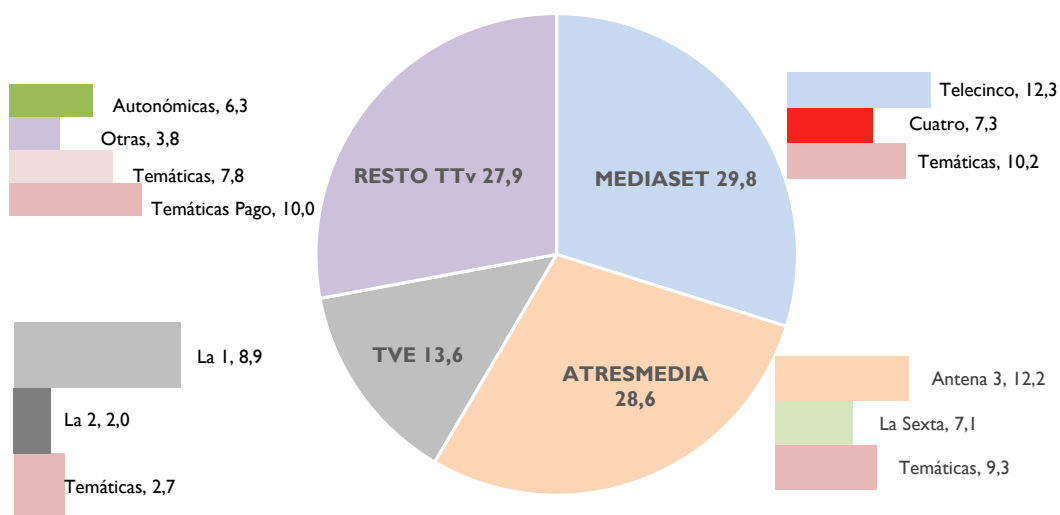
Mediaset España es el grupo de televisión más visto en el periodo y lidera audiencias en un primer trimestre por cuatro años consecutivos.

En **Target comercial**, **Mediaset España** se anota una audiencia de **29,8%**, **Atresmedia un 28,6%** y **TVE un 13,6%**. El resto de grupos suman un **28.0%**.

2017 Cuota de audiencia % (Total Día)



2017 Target Comercial % (Total Día)



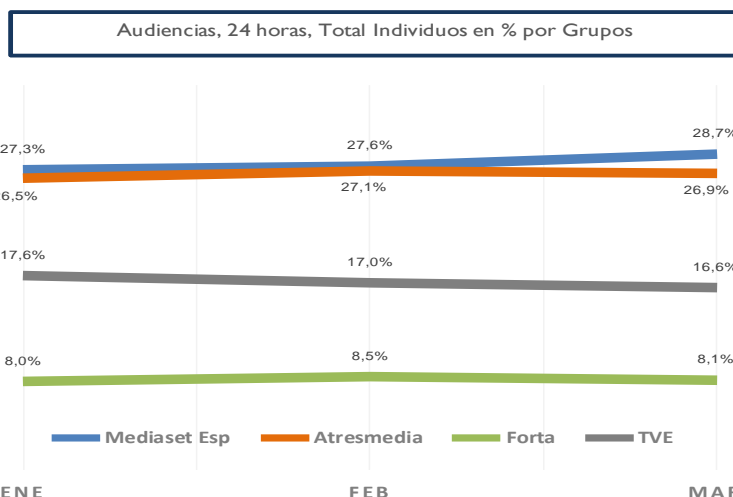
³ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

(*) Target Comercial: individuos 16-59 años en poblaciones de más de 10.000 habitantes de todos los niveles socioeconómicos excepto el E2. El target supone 20,6 millones de individuos.

Tabla 7: promedio audiencia de Mediaset España IT2018

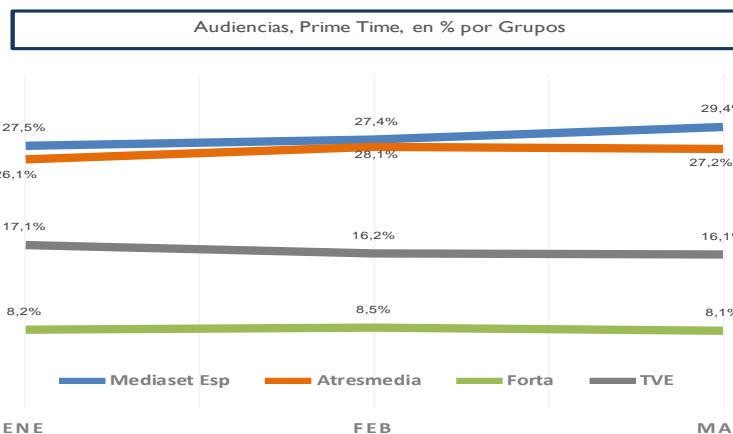
	IT2018	IT2017
Total Individuos		
Total Día	27,9%	28,8%
PRIME TIME	28,4%	28,1%
DAY TIME	27,6%	29,2%
Taget Comercial		
Total Día	29,8%	30,2%
PRIME TIME	29,7%	28,6%
DAY TIME	29,9%	31,0%

Mediaset España lidera audiencias, en el **primer trimestre 2018**, en **total día total individuos**, con una cuota del **27,9%**, lo que supone una **ventaja de +1,1pp** respecto de su inmediato competidor. En **target comercial**, la audiencia asciende hasta el **29,8%**, y supone una ventaja de **1,2pp**. **Mediaset España** registra las mejores audiencias en casi todos los targets, pero **especialmente en jóvenes (13-24) con un 34,5% y jóvenes (25-34) con un 31%**, esto supone una ventaja de **+8,5ppp y +1,7pp** respecto de su inmediato competidor.



En la franja de **Prime Time³**, **Mediaset España** obtiene una audiencia en el primer trimestre 2018 del **28,4%** en **Total Individuos** lo que supone una **ventaja de +1,5pp** sobre su inmediato competidor, **liderando esta franja por quinto periodo consecutivo**. **Mediaset España** obtiene un **target comercial en Prime Time de 29,7%** en el trimestre, **+0,1pp** por delante de su inmediato competidor.

En el periodo **enero-marzo 2018**, **Mediaset España** ha presentado una **programación muy competitiva**, con una amplia oferta de formatos, muy variados, que incluyen **realities, talk shows, ficción** así como partidos de fútbol, **posicionando 5 de sus emisiones dentro del ranking de las 10 emisiones más vistas**.



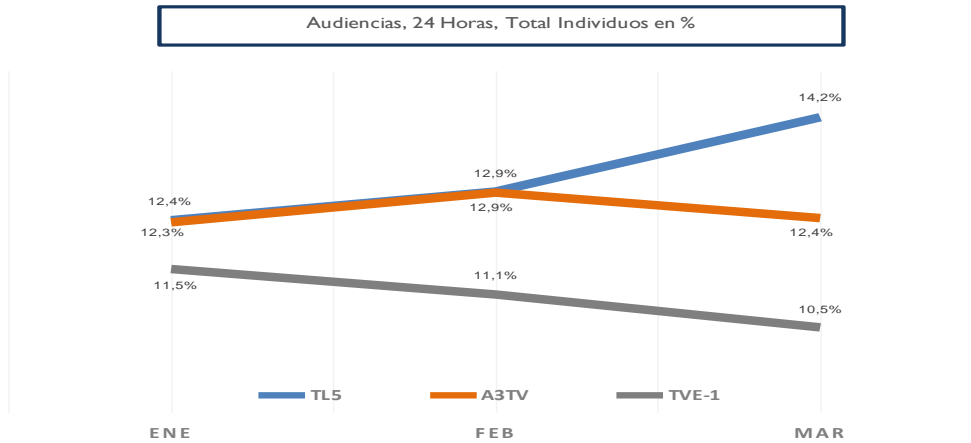
6.3 AUDIENCIA DE LOS CANALES PRINCIPALES

Tabla 8: Promedio de audiencia IT2018 de Telecinco

	IT2018	IT2017
Total Individuos		
Total Día	13,2%	13,6%
PRIME TIME	13,6%	13,6%
DAY TIME	13,0%	13,5%
Taget Comercial		
Total Día	12,3%	12,4%
PRIME TIME	12,1%	11,9%
DAY TIME	12,4%	12,7%

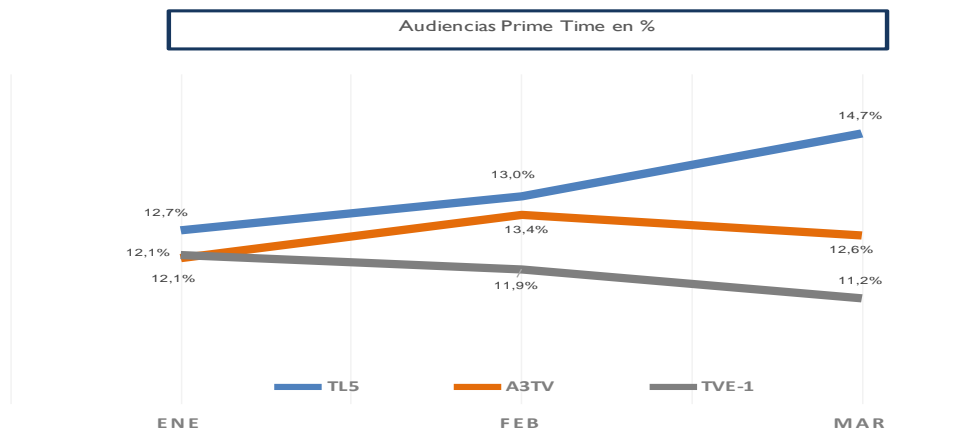
El canal **Telecinco** es el **líder de audiencias**, total día total individuos, en el primer trimestre 2018 con una **cuota del 13,2%** lo que supone una **ventaja de +0.7pp** respecto de su inmediato competidor.

El canal **Telecinco** registra un **target comercial en el periodo del 12,3 % en total día**, una ventaja de **+0,1pp** respecto de su inmediato competidor, y **ha liderado audiencias**, en el primer trimestre 2018, en total día total individuos **53 de los 90 días del periodo**, lo que supone el **58,9% de las emisiones**.



En **“prime time” Telecinco**, registra en el periodo una **audiencia de 13,6%**, mismo dato que el **primer trimestre 2017**, mientras que su inmediato competidor **reduce su audiencia en 1.3pp**. En **Target Comercial**, Telecinco registra una cuota de **12,1% un incremento de 0.2pp** respecto del mismo periodo del año anterior.

En la franja **Prime Time (20:30-00:00 hrs)** Telecinco lideró en el **periodo 6 de los 7 días de la semana**.



Telecinco es el **canal líder** en entretenimiento en el primer trimestre 2018. La ficción **“El accidente”** ha obtenido una audiencia del **15,5% en total individuos (2,5 millones de espectadores)** y en su target jóvenes (25-34) la audiencia asciende al **18,3%**. Los Realitys emitidos en el trimestre han obtenido **unos registros excelentes: “Supervivientes”** con una audiencia del **25,2% en total individuos (2,8 millones de espectadores)** y un **29,3%** en tu **target comercial jóvenes (13-24)**.

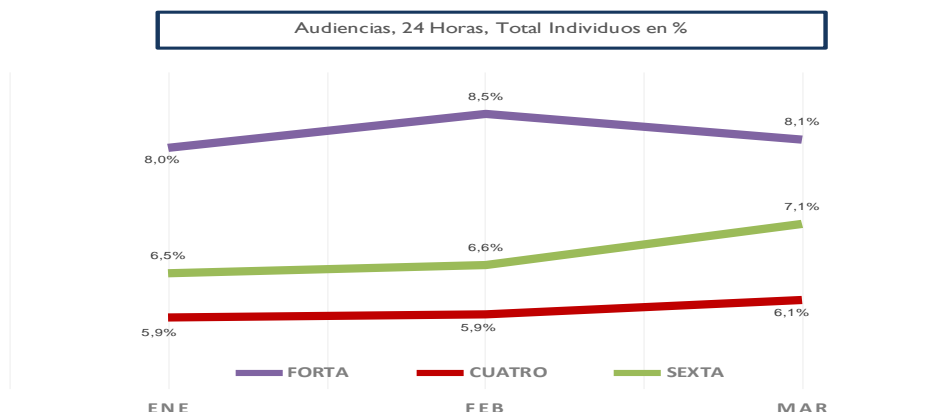
“La Voz Kids” con una audiencia del 21,7% (2,8 millones de espectadores) y un 29,2% en su target comercial jóvenes (13-24). “Got Talent” con un 17,5% de audiencia y 2,2 millones de espectadores y una cuota en su target de niños (4-12) del 23,3%.

Tabla 9: promedio de audiencia IT2018 de Cuatro

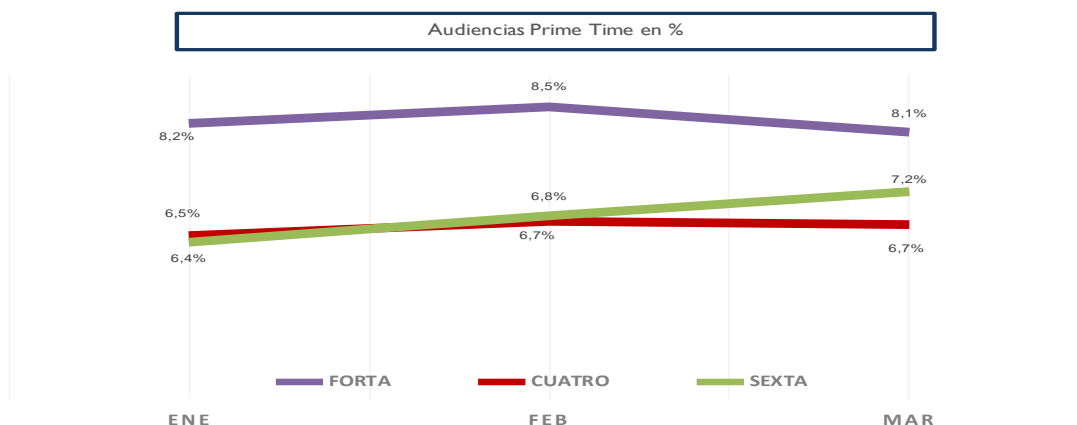
	IT2018	IT2017
Total Individuos		
Total Día	6,0%	6,3%
PRIME TIME	6,6%	6,4%
DAY TIME	5,7%	6,2%
Taget Comercial		
Total Día	7,3%	7,4%
PRIME TIME	8,7%	8,1%
DAY TIME	6,7%	7,0%

En total día total individuos, Cuatro, consigue, en el trimestre, una audiencia del 6,0% en total individuos total día, y una audiencia en su target comercial de 7,3%, una ventaja de +0,2pp en el target comercial respecto de su inmediato competidor (7,1%).

Cuatro registra en total día total individuos una excelente conversión de audiencia a target del 1,2x.



En Prime time el canal Cuatro logra una audiencia, en el primer trimestre 2018, del 6,6% y un target comercial del 8,7%, incrementos del +0,2pp y +0,6pp respectivamente en comparación con el mismo periodo del año anterior. En Target comercial, Cuatro suma una ventaja de 1,5pp sobre su inmediato competidor, que registra en el periodo un descenso de -0,1pp (7,2%). Cuatro ha obtenido en el periodo, unos buenos registros de audiencias, entre otros: “Planeta Calleja”, con un 11,7% de audiencia en total individuos y 2,3 millones de espectadores y un 15,0% en su target de jóvenes (25-34), “Ven a cenar conmigo”, en su edición “Gourmet” consigue una audiencia de 8,7% y 1,5 millones de espectadores, y en su target comercial, jóvenes (25-34) la audiencia asciende a 11,9%.



6.4 AUDIENCIA CANALES TARGETIZADOS

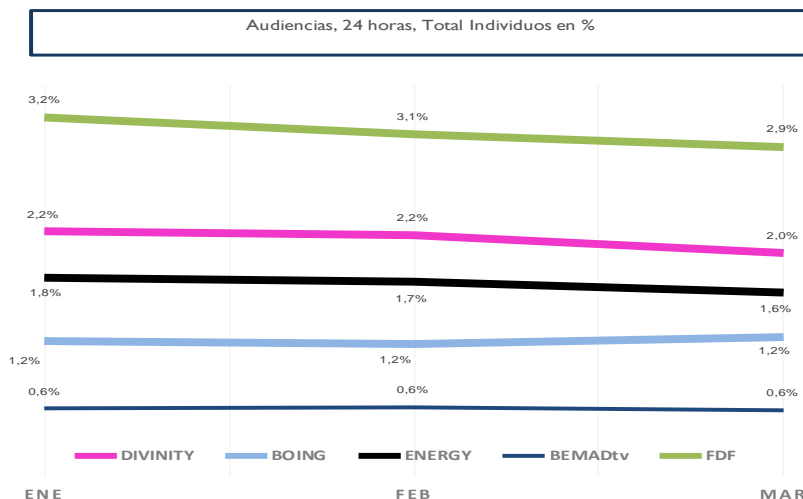
Tabla 9: promedio audiencia IT2018 canales targetizados

		IT2018	
		Total Individuos	Target Comercial
DIVINITY			
	Total Día	2,1%	2,6%
	PRIME TIME	0,02	0,02
BOING			
	Total Día	1,2%	0,9%
	PRIME TIME	1,0%	0,8%
ENERGY			
	Total Día	0,02	0,02
	PRIME TIME	1,7%	1,8%
BEMADtv			
	Total Día	0,6%	0,9%
	PRIME TIME	0,5%	0,7%
FDF			
	Total Día	3,1%	3,9%
	PRIME TIME	3,0%	3,6%

La audiencia de los canales de nueva generación, en el primer trimestre 2018, asciende a 8,7%, en Total Día, y consiguen un Target Comercial del 10,2%, esto es +1,1pp y +0,9pp por delante de su inmediato competidor (7,6% y 9,3% respectivamente).

El canal FDF alcanzó en el periodo un 3,1% en el Total individuos, mientras que en su target de 13-24 años registra una audiencia del 8,6% y para el grupo 25-34 del 5,7 %.

Divinity tiene una audiencia en su target de mujeres 16-44 del 3,1% mientras que en el Total individuos su audiencia es del 2,1%. Energy obtiene una audiencia del 1,7% en el Total individuos, mientras que en su target de hombres 25-54 años consigue un registro del 1,6%. Boing, el canal infantil, tiene una audiencia en Total individuos de 1,2 %, mientras que en su target comercial de 4-12 años multiplica casi por 9 veces el registro anterior, hasta el 10,7% de audiencia. Be Mad, obtiene una audiencia del 0,6%, mientras que en su target de hombres 16-44 consigue un registro del 1,0%.



7. INTERNET

En los meses de **enero y febrero 2018**, el consumo de **video (multiplataforma desde marzo 2017)**, alcanza **los 30,8 minutos por persona/día** para total individuos, lo que representa un **11% del promedio del consumo total**. Este consumo se incrementa hasta **84,6 minutos persona/día** en el grupo de edad **18-24 años**.

En el periodo **enero-febrero 2018**, **Mediaset España** registra un **promedio mensual de 10,8 millones de usuarios únicos** y **154,9 millones de videos streamed** (multiplataforma). **Mediaset España** ha registrado en el periodo un promedio de **178,1 millones de páginas vistas**.

	Espectadores Únicos (000)	Páginas Vistas (millones) ⁽¹⁾	Videos (000)	Minutos de consumo (millones)
marzo 2018	nd	nd	nd	nd
febrero 2018	10.929	171.403	154.460	852
enero 2018	10.713	184.836	155.352	1.018

Fuente: Comscore. Todos los datos multiplataforma.

Los datos a Marzo no se han publicado en la fecha del informe.

Mediaset España ha comenzado, en el **primer trimestre 2018**, la promoción en sus páginas de internet, del **Mundial de Fútbol de Rusia 2018**. El Mundial se emitirá en los canales del **Grupo Mediaset España** y dispondrán de una página web dedicada en exclusiva a la cobertura del evento: <https://www.telecinco.es/copa-mundial-fifa-rusia-2018/>. Por otro lado, los principales sites de **Mediaset España**, **Telecinco.es** y **Cuatro.es** han lanzado en este periodo, una iniciativa especial para el mundial de fútbol, **La cuenta atrás 100 días**, que se traducirán en unos excelentes **registros en las audiencias de marzo**. Además, en este **primer trimestre** se ha mejorado el **posicionamiento de los contenidos del Grupo** en los **motores de búsquedas** de internet que junto con la **implementación de tecnología AMP** dará lugar a una **mejora en la experiencia de navegación** del usuario.

Mediaset España registra en **enero y febrero, 2018** un promedio de **154,9 millones de videos streamed**, muy por delante de su inmediato competidor, registrando un **promedio de 33 videos/usuario único**, así como un excelente **ratio de fidelidad con un promedio de 174 minutos/usuario único**, muy por delante de su inmediato competidor (fuente: ComsCore Video Multiplatform).

El site de **Telecinco.es** registró en el **primer trimestre 2018** un promedio de **7,1 usuarios únicos** (multiplataforma), **por delante de su inmediato competidor**, mientras que **Cuatro.es** registró **3,6 millones de usuarios únicos** en el periodo (fuente: ComsCore Video Multiplatform).

A 31 marzo 2018, **Mediaset España** suman un total de **15,7 millones de descargas**, siendo las más populares: **Mitele con 7,6 millones de descargas**, **GH 3,7 millones**, **La Voz 1,9 millones** y **Mediaset Sport 0,7 millones**.

Mediaset España dispone, a finales de marzo 2018, de casi **180 cuentas activas** en las redes sociales: **Facebook**, **Twitter e Instagram** y **41,9 millones de seguidores**. En este mismo periodo, **Mediaset España** registró **54,3 millones de comentarios** en las **redes sociales**, que representan un **23,4% del total de los comentarios relativos** la televisión.

8. HbbTV

Mediaset España en el mes de Marzo 2018, alcanzó un acuerdo con RTVE y Atresmedia para el lanzamiento conjunto de una plataforma HbbTV, acuerdo que está abierto al resto de los operadores TDT del mercado. El objetivo de este acuerdo de colaboración es facilitar una mejor experiencia al usuario, ampliar las posibilidades de consumo de contenidos, incrementando la interactividad de los espectadores con el televisor combinado con el uso de servicios del entorno internet. En una segunda fase de acuerdo, los operadores tienen previsto lanzar una nueva plataforma OTT para la distribución de contenidos.

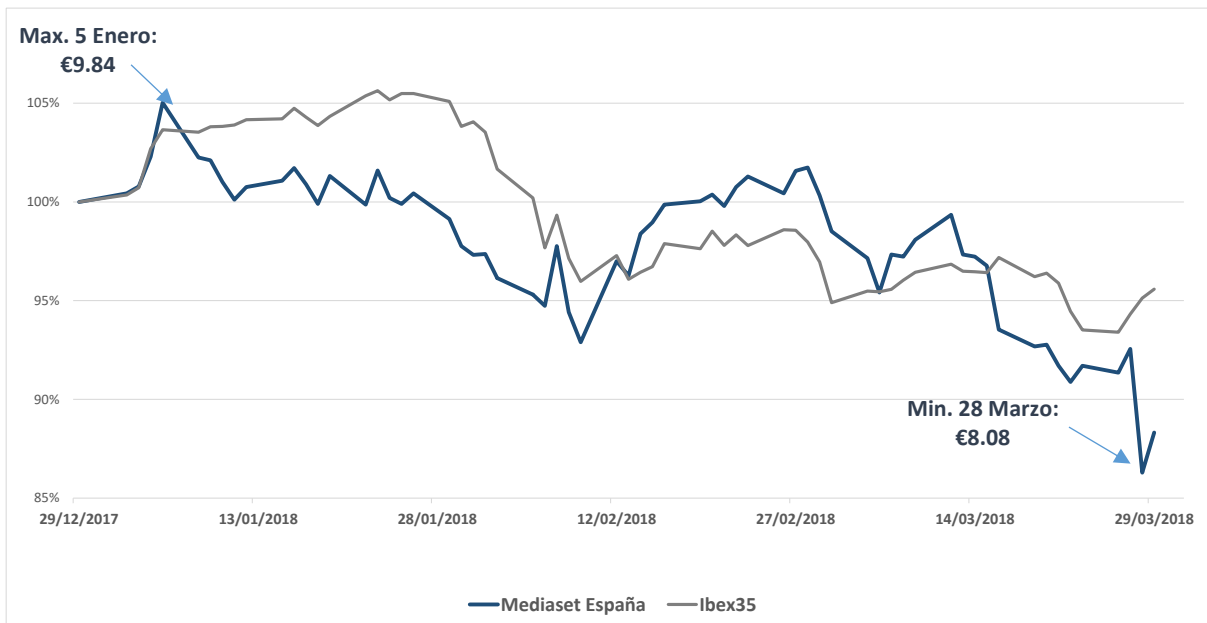
9. Media for Equity

Mediaset España está trabajando con un número de start-ups a través de acuerdos de Media for Equity, llevados a cabo por Ad4Ventures, la empresa de Venture capital de Mediaset España. El objetivo de Ad4ventures es invertir en las compañías más rentables bajo criterios financieros y de inversión. A 31 marzo 2018, Ad4Ventures maneja un portfolio de 10 compañías, incluyendo, entre otras: CornerJob, Deporvillage, Westwing y 21 Buttons entre otros.

10. EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN Y RECOMENDACIONES DE LOS ANALISTAS

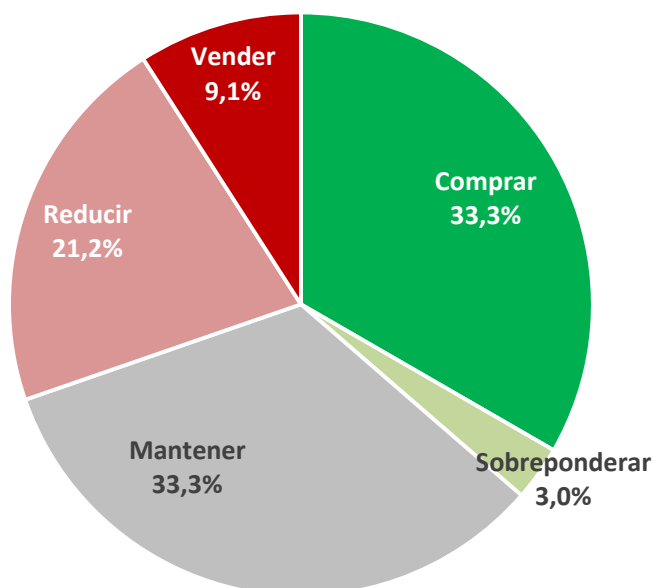
En el primer trimestre 2018, Mediaset España, ha tenido una corrección en el mercado en línea con la que han tenido algunas de las compañías del sector. Esto ha sido debido a una revisión de las estimaciones y recomendaciones de varias casas de análisis a la compañía y al conjunto del sector de TV en abierto en general. En el primer trimestre 2018, Mediaset España ha alcanzado su valor máximo el día 5 de enero en €9,84 y su valor mínimo el día 28 de marzo en €8,08. El promedio diario de títulos negociados en el periodo asciende a 0,95 millones de títulos y el promedio diario del volumen negociado a €8,6 millones. El precio medio ponderado en el trimestre asciende a €9,10.

La capitalización de Mediaset España a 31 de marzo 2018 asciende a €2.783,3 millones y la cotización en esa fecha era €8,27.



A **31 de marzo 2018**, 33 analistas cubren el título de **Mediaset España** de los cuales 64,7% tiene una recomendación Neutra o positiva El **precio objetivo** a 12 meses de los analistas es de **€10,17 por acción**.

Las **recomendaciones de los analistas** a 31 de marzo eran las siguientes:



Fuente: Consenso de analistas.

El número de **acciones del capital social** de **Mediaset España** asciende a **336.717.490 títulos** y a 31 de marzo, la compañía dispone de una **autocartera de 9.282.275 acciones** representativas del **2,76%** del capital social de la compañía. La cancelación de acciones propias aprobada en **Junta General de Accionistas** celebrada el 18 de abril, dejará la cifra del capital social en **327.435.216 títulos, un total de €163.717.608**.

II. HECHOS RELEVANTES 2017

Mediaset España ha comunicado a la CNMV los siguientes **hechos relevantes en el primer trimestre 2018**:

Fecha	Hecho relevante
16/03/2018	Convocatoria y Acuerdo Junta General de Accionistas.
28/02/2018	Informe Anual de Remuneraciones 2018.
28/02/2018	Informe Anual de Gobierno Corporativo 2018.
28/02/2018	Convocatoria Junta General de Accionistas y propuesta de distribución de dividendos.
23/02/2018	Información financiera FY2017.

Más información disponible en la página web de inversores de la compañía:

<http://www.mediaset.es/inversores/es/hechos-relevantes.html>

12. CONTACTA CON NOSOTROS

En nuestra página corporativa:
www.mediaset.es

Departamento de relación con inversores:
Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

Página web: www.mediaset.es/inversores/es/

Email: inversores@mediaset.es

Dirección: Relación con inversores

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis

28050 - MADRID