
RESULTADOS PRIMER SEMESTRE

Enero – Junio 2018

MEDIASET*españa.*



Madrid – 25 Junio 2018

CONTENIDOS

1. Resultados Financieros y Operativos
2. Indicadores KPI
 - 2.1 Consumo Televisivo
 - 2.2 Cuota de Audiencia
 - 2.3 Mix de Contenidos
 - 2.4 Compañías participadas
 - 2.5 Internet
3. Cuenta de Resultados
4. Inversiones
5. Balance
6. Cash Flow
7. Outlook
8. Hechos posteriores al cierre del periodo
9. Calendario del inversor
10. Definition de MARs
11. Contacto

Conference Call / Web cast details

25 Julio 2018 a las 18:30 CET (17:30 horario UK)

España: +34 914 192 514
UK: +44 (0) 330 336 9411
USA: +1 929 477 0402
Pin Code: 6657635 #

Puedes conectar con la **webcast** a través de este link:
<https://edge.media-server.com/m6/p/orc88jgm>

O en nuestra página web:
<http://www.mediaset.es/inversores/es/>



I. RESULTADOS FINANCIEROS Y OPERATIVOS

mill. EUR	2T2018	2T2017	Var (%)	IS2018	IS2017	Var (%)
Total ingresos netos	278,30	268,11	3,8%	507,87	508,53	(0,1%)
Total costes operativos	(186,37)	(181,25)	2,8%	(348,73)	(340,49)	2,4%
EBITDA ⁽¹⁾	91,93	86,85	5,8%	159,15	168,04	(5,3%)
Margen EBITDA	33,0%	32,4%		31,3%	33,0%	
EBIT	88,73	82,47	7,6%	152,33	159,23	(4,3%)
Margen EBIT	31,9%	30,8%		30,0%	31,3%	
Beneficio Neto	72,07	65,14	10,6%	125,25	125,73	(0,4%)
BPA ⁽²⁾	0,22	0,19		0,38	0,37	
Posición financiera				80,13	117,86	
Free Cash - Flow				133,19	138,88	

(1) EBITDA Incluye el consumo de derechos TV

(2) Se excluyen las acciones de autocartera a 30 de junio

- El **Total de Ingresos Netos** en el **segundo trimestre 2018**, asciende a **€278,3 (+3,8%)**, con la cifra de **Ingresos Netos Publicitarios** de **€265,4 millones** y **Otros Ingresos** de **€12,9 millones**.
- **Infodex** informa que el **mercado publicitario TV** del **segundo trimestre** creció un **+1,6%** y estima una cuota de mercado para **Mediaset España** del **44,2%**, **(+90 pb)**.
- **Mediaset España's** obtiene un **EBITDA de €91.9 millones** y un **margen EBITDA de 33.0%** en el segundo trimestre, y un **EBIT de €88.7 millones** and que supone un margen del **31.9% (margen sobre ingresos totales)**.
- El **Beneficio Neto del segundo trimestre del año** asciende a **€72.1 millones**, un incremento del **10.6%** en comparación con el mismo periodo 2017.
- La posición neta de caja de **Mediaset España al 30 de junio 2018** es de **€80.1 millones** registrando un **Free Cash Flow** en el semestre de **€133.2 millones**.
- **Mediaset España** lidera audiencias en la **primera mitad 2018** y anota un **29.1% de audiencia** y un **31.2% de target comercial**, ambas en total individuos total día.
- Ene I periodo enero-mayo **Mediaset España** registró un promedio mensual de visitantes únicos de **11.9 millones** y **180.1 millones de videos streamed**. (Fuente: ComScore, multiplataforma. Datos de junio no disponibles).
- **Mediaset España** abonó un dividendo bruto por acción de **€0.60**, un **total de €197.5 millones** con fecha 3 de mayo.

2. INDICADORES KPI

2.1 CONSUMO TELEVISIVO

Minutos	2018				2017				
	Consumo TV 2018	Linear	Invitados	Diferido	Total	Linear	Invitados	Diferido	Total
Q1		240	13	6	259	243	4	4	251
Q2		220	11	6	237	222	13	4	239
Acum. 30.06.2018		230	12	6	248	232	9	4	245

El **promedio del consumo de televisión**, por persona/día, en la **primera mitad 2018**, se **sitúa en 248 minutos**, lo que supone un total de **cuatro horas y ocho minutos, 3 minutos** superior al consumo del mismo periodo del pasado año.

En la **primera mitad 2018**, el **consumo lineal de televisión** alcanzó los **230 minutos persona/día**, lo que representa un **92,7% del consumo total televisivo**, manteniéndose los **niveles anteriores a la crisis (1H2017 consumo lineal fue de 230 minutos, persona/día)**.

El **consumo de invitados**, que se mide desde marzo 2017, supone un **4,8% del consumo total televisivo** y registra **12 minutos persona/día**.

El **consumo televisivo en diferido**, que mide el consumo dentro de los **7 días siguientes** a la primera emisión, asciende a **6 minutos persona/día** y supone un **2,4% del consumo total de televisión** en el semestre.

El **promedio diario de espectadores televisión**, en los seis primeros meses del año, asciende a **7,04 millones**.

2.2 CUOTA DE AUDIENCIA

	IS2018		IS2017	
	Total Individuos	Target Comercial	Total Individuos	Target Comercial
MEDIASET ESPAÑA				
Total Día	29,1%	31,2%	29,2%	30,6%
Prime Time	29,5%	31,0%	28,7%	29,2%
TELECINCO				
Total Día	14,2%	13,4%	13,8%	12,8%
Prime Time	15,1%	14,0%	14,0%	12,2%
CUATRO				
Total Día	6,4%	7,8%	6,2%	7,3%
Prime Time	6,5%	8,4%	6,4%	8,1%
DIVINITY				
Total Día	2,1%	2,5%	2,3%	3,0%
Prime Time	1,9%	2,0%	2,0%	2,3%
BOING				
Total Día	1,2%	0,9%	1,3%	0,9%
Prime Time	1,0%	0,8%	1,1%	0,8%
ENERGY				
Total Día	1,7%	1,9%	2,0%	2,2%
Prime Time	1,8%	1,8%	2,2%	2,3%
BE MAD tv				
Total Día	0,6%	0,8%	0,5%	0,8%
Prime Time	0,5%	0,7%	0,4%	0,6%
FDF				
Total Día	3,0%	3,8%	3,0%	3,8%
Prime Time	2,8%	3,4%	2,7%	3,1%

En la primera mitad del 2018, el Grupo Mediaset España lideró audiencias con una cota del **29.1%** y una audiencia en target comercial de **31.2%**, ambos registros en total día total individuos, lo que ha supuesto una ventaja de **+2.4 pp** sobre su directo competidor.

En el primer semestre 2018, Mediaset España ha emitido el **Mundial de Fútbol 2018** iniciando emisiones el 14 de junio, con un total de **50 partidos en el periodo**. De estos, **17 fueron** emitidos por **Telecinco**, **27 en Cuatro**, con excelentes datos de audiencia: **43.4%** (**5.4 millones de espectadores**) y **21.7%** (**2.6 millones de espectadores**), respectivamente. Por su parte el canal **Bemad** emitió **4 partidos** y **Energy** y **Mitele**, la plataforma OTT del Grupo, uno cada uno de ellos. La selección Española de fútbol ha obtenido muy buenos resultados de audiencias, con un promedio en la competición del **69.1% de cuota de audiencia** y **11.2 millones de espectadores** en los tres partidos jugados en junio.

El canal **Telecinco**, registró en la **primera mitad del año**, una audiencia del **14,2% y un target comercial del 13,4%**, en **total día total individuos**, una ventaja de **+1,9 pp y +1,4pp respectivamente** respecto de su inmediato competidor. En **Prime Time**, la **cuota de audiencia** alcanza el **15,1%** y el **target comercial** el **14,0%**.

Además del **Mundial de Fútbol 2018**, el canal **Telecinco** ha tenido **muy buenos registros de audiencia** con sus **programas de entretenimiento**, como **Supervivientes**, que obtiene una audiencia media en el periodo del **29,2% y 3.3 millones de espectadores**, **La Voz Kids 21,4% de audiencia y 2,7 millones de espectadores**, **Got Talent 17.6% and 2.2 millones de espectadores**, entre otros.

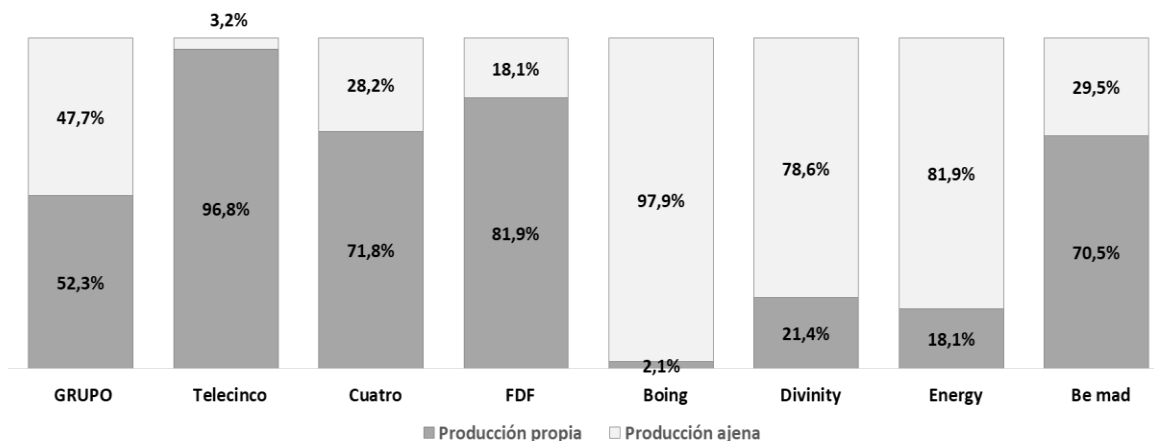
Cuatro obtiene una audiencia en total **individuos total día del 6,4%**, en comparación con el **6,9% de su directo competidor**, mientras que en **target comercial**, **Cuatro** registra un **7,8% de audiencia frente al 7,3%** de su inmediato competidor, una ventaja de **+0,5pp a favor de Cuatro**.

Algunos de los **programas de producción propia** de más éxito en **Cuatro** en el semestre ha sido:” **Planeta Calleja**” que registra en los **primeros seis meses 2018 una audiencia del 10.5%, 2.1 millones de espectadores y un target comercial del 12.9%**. **Chester** con un **7.8% de cuota de audiencia, 9,4% de target comercial**. También **“First Dates”**, programa de producción propia diario en el access de prime time, registra una audiencia del **7.2%** y un **target comercial del 10.3% en la franja de 25-34 años**.

El conjunto de la audiencia de los **canales de nueva generación**, en el **primer semestre 2018**, asciende a **8,5%**, en **Total Día**, y consiguen un **Target Comercial del 9,9%**. El detalle de la audiencia de los **distintos canales a finales de junio** ha sido la siguiente: **FDI** alcanza un **3,0% en el Total individuos total día**, mientras que en su **target de 13-24 años registra una audiencia del 8,2%** y para el **grupo 25-34 años 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** registra un **1,7% de audiencia en 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 **10,5% de audiencia**. **Be Mad**, obtiene una audiencia del **0,6%**, mientras que en su target de **hombres 25-44 consigue un registro del 1,1%**.

2.3 MIX DE CONTENIDOS

Mediaset España ha incrementado el **promedio de horas de emisión de producción propia**, en la primera mitad 2018, en **4.6pp** hasta el **52,3% del total de sus horas de emisión**, en comparación con el **47,7% del promedio del mismo periodo del 2017**, en línea con su estrategia de cubrir la **mayor demanda de contenidos locales**. La distribución de las horas de emisión, **producción propia y ajena**, del semestre ha sido la siguiente:



Source: Kantar Media

Los **dos canales principales del Grupo, Telecinco y Cuatro**, han dedicado en conjunto en el primer semestre 2018, el **84.7%** de sus horas de emisión a la **producción propia** lo que supone un incremento de **1.6 pp** en comparación con el **mismo periodo del año pasado (83.1%)**.

En relación al resto de canales, el mayor **cambio en el mix en el periodo enero-junio 2018** lo presentan los canales **Divinity y Be Mad**. **Divinity** dedica un **21.4%** de sus horas de emisión a la producción propia en la **primera mitad 2018**, en comparación con el **8.8% del mismo periodo 2017**, un incremento de **12.6 pp**. **Be Mad** por su parte, **incrementa sus horas de emisión de producción propia hasta el 70.5%**, desde el **64.1% del mismo periodo 2017**, un incremento de **6.4 pp**.

El resultado del **incremento de las horas de emisión** de producción propia del periodo, se debe a la gran **demanda de contenidos** locales así como los buenos datos de audiencia obtenidos por estos contenidos. La experiencia y el **know how** del **Grupo Mediaset España** junto con una adecuada diversificación de su portfolio en compañías de producción de contenidos, permite al **Grupo** mantener estos elevados niveles de producción propia.

2.4 COMPAÑÍAS ASOCIADAS

Con el fin de **atender el elevado número** de horas de producción propia, **Mediaset España** participa en el capital de **7 compañías de producción de contenidos**. Esto permite al **Grupo** atender las necesidades de **producción en tiempo y forma requerido** por la compañía, disponiendo además de la primera opción a la hora de seleccionar contenidos, y **beneficiarse de los acuerdos alcanzados** por las citadas productoras en la **venta de contenidos a terceros**. El **desglose de las compañías de producción de contenidos** participadas por **Mediaset España**, a 30 de junio 2018, es el siguiente:

Producciones Mandarin (30.0%), La Fábrica de la Tele (30.0%), Megamedia TV (30.0%), Alea Media (40%), Melodía Producciones (40.0%), SúperSport (30.0%) and Bulldog (30.0%).

2.5 INTERNET

En los meses de enero a mayo 2018, el consumo de video por internet (multiplataforma desde Mazo 2017) alcanza los **31.3 minutos por persona/día** en total individuos, lo que supone el **11,0% del consumo audiovisual medio diario**, y llega hasta los **86.0 minutos** en el grupo de edad **18-24**.

La gran demanda de los contenidos de **Mediaset España** registró unos **buenos datos de usuarios y consumo de video**. En el periodo **enero a mayo 2018**, **Mediaset España** obtuvo un **promedio mensual de 11,9 millones de usuarios únicos y 180,1 millones de videos streamed**, (datos multiplataforma), todo ello dentro de un **entorno seguro**, todos contenidos propios, **tanto para el usuario como para los anunciantes**. Por otro lado, **Mediaset España** registró un promedio mensual de **197.2 millones de páginas vistas en el periodo**.

	Espectadores Únicos (000)	Paginas Vistas (millones) ⁽¹⁾	Videos (000)	Minutos de consumo (millones)
junio 2018	nd	nd	nd	nd
mayo 2018	11.867	197.580	200.907	720
abril 2018	13.097	219.009	209.052	780
marzo 2018	12.777	213.316	180.876	785
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 (nd)

Las fuertes **sinergias** entre el **medio televisivo y digital**, se ponen de manifiesto de nuevo, en esta ocasión con motivo de la emisión **del Mundial de Futbol Rusia 2018** donde **Mediaset España** desarrolló su propio site para el evento. La oferta en internet **incluía la emisión en streaming de los partidos de futbol en Mitele y Mediaset Sport**, ambas **apps del Grupo**, así como los **resúmenes de partidos, goles etc...** el site del mundial registró **3.1 millones de usuarios únicos y 933 mil videos streamed**. **Mitele**, app de **Mediaset España**, registra **1.6 millones de descargas** desde el comienzo del **Mundial de Futbol Rusia 2018 Cup**. (Fuente: compañía).

Por otro lado, la **cobertura digital del programa "Supervivientes"**, en su **edición televisiva más popular**, incluía, **emisiones en directo en Telecinco.es y Mitele**, **videos adicionales y contenidos exclusivos** desde la **localización del programa**, Honduras, así como **conexiones directas** en las **redes sociales** con el presentador del programa. También se consiguió un alto **grado de participación** en las **votaciones** del programa a través del site, con casi 2 millones de votos un claro **signo de las sinergias** entre el **medio televisivo y digital**.

Dentro de las redes sociales el **Mundial de Futbol Rusia 2018** ha tenido mucho éxito, registrando **7.6 millones de comentarios, 9 millones videos streamed** y casi **20 millones de comentarios en las redes sociales** (Fuente: compañía).

Mediaset España lanzó su plataforma **HbbTV el 14 de junio** bajo el nombre de **"LovesTV "**. Actualmente opera bajo un entorno de pruebas, y se **espera que incremente su reach** a medida que los nuevos televisores incorporen las **nuevas tecnologías y especificaciones técnicas de conectividad** necesarias.

3. CUENTA DE RESULTADOS

mill. EUR	2T2018	2T2017	Var (%)	IS2018	IS2017	Var (%)
Ingresos Brutos Publicidad	277,64	265,60	4,5%	502,27	500,98	0,3%
Medios Propios	271,71	260,94	4,1%	491,16	491,10	0,0%
Medios Ajenos	5,93	4,66	27,3%	11,10	9,87	12,4%
Comisiones	(12,28)	(10,90)	12,7%	(21,80)	(20,43)	6,7%
Ingresos Netos Publicidad	265,36	254,70	4,2%	480,47	480,55	(0,0%)
Otros Ingresos	12,93	13,41	(3,6%)	27,41	27,98	(2,0%)
Total Ingresos Netos	278,30	268,11	3,8%	507,87	508,53	(0,1%)
Consumo de derechos	(24,47)	(40,03)	(38,9%)	(55,43)	(74,39)	(25,5%)
Costes de personal	(25,88)	(26,42)	(2,0%)	(51,59)	(52,44)	(1,6%)
Otros costes operativos	(136,01)	(114,80)	18,5%	(241,71)	(213,66)	13,1%
Total Costes	(186,37)	(181,25)	2,8%	(348,73)	(340,49)	2,4%
EBITDA	91,93	86,85	5,8%	159,15	168,04	(5,3%)
Margen EBITDA	33,0%	32,4%		31,3%	33,0%	
Otras amortizaciones, provisiones	(1,20)	(2,39)	(49,6%)	(2,81)	(4,81)	(41,5%)
Amortización PPA	(2,00)	(2,00)	0,0%	(4,00)	(4,00)	0,0%
EBIT	88,73	82,47	7,6%	152,33	159,23	(4,3%)
Margen EBIT	31,9%	30,8%		30,0%	31,3%	
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	5,93	0,43	-	10,28	0,98	-
Resultado Financiero	0,06	(0,56)	-	(0,16)	(0,72)	(77,8%)
Beneficio antes de impuestos	94,71	82,34	15,0%	162,45	159,49	1,9%
Impuesto de Sociedades	(22,64)	(17,41)	30,1%	(37,20)	(34,00)	9,4%
Minoritarios	0,00	0,20	-	0,00	0,24	-
Beneficio Neto	72,07	65,14	10,6%	125,25	125,73	(0,4%)
Margen Beneficio Neto	25,9%	24,3%		24,7%	24,7%	
BPA (sin incluir acciones autocartera)	0,22	0,19		0,38	0,37	

Infoadex estima que el **mercado convencional publicitario** en la **primera mitad 2018** alcanza **€2.171,6 millones**, un **incremento del +0.6%**, en comparación con el mismo periodo 2017, y que el **mercado publicitario de televisión** registra una **reducción del 1,0%** hasta **€1.104,3**. A pesar de la **marcha del mercado publicitario TV**, **Mediaset España** consigue **mantener en el primer semestre 2018 su nivel de ingresos**.

En la **primera mitad de año**, **Mediaset España** obtuvo, según **Infoadex**, una **cuota de mercado del 43.6%**, (**€481,5 millones**) en comparación con el **43.2%** del mismo periodo **2017**, un incremento de la cuota de **+40 bp**.

Para el **segundo trimestre 2018**, según **Infoadex**, el **mercado publicitario convencional** habría crecido un **2,7%** hasta **€1.210,8 millones** y el **mercado publicitario TV** un **+1,6%**, alcanzando **€602,47 millones**. **Mediaset España** según **Infoadex**, **obtendría en el trimestre una cuota del 44,2% +90 pp**, en comparación con el segundo trimestre **2017** e **ingresos de €266,5 millones (+3.7%)**.

Los **Ingresos Brutos Publicitarios** del **segundo trimestre 2018** alcanzan los **€277,64 millones**, un incremento del **4.5%** en comparación con el mismo periodo del año anterior. El **desglose de los citados ingresos** 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**, en el trimestre asciende a **€271,71 millones**. Esto supone un **incremento de 4,1%** gracias en parte a la emisión del **Mundial de Fútbol 2018**, 50 de los partidos a **30 de junio**.

Mediaset España registra los **anuncios más vistos** dentro del mes de junio **gracias al Mundial de Fútbol**. **Ocho de estos diez anuncios han sido emitidos** dentro del formato **“Golden Spot”**, una **ventana especial** para anunciantes justo **antes del comienzo del partido de fútbol**, que se ha demostrado ser muy **efectivo y con un amplio reach**.

- **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 **segundo trimestre 2018, €5,93 millones**

Las **Comisiones** del periodo ascienden a **€12,28 millones**, y representa un **4,4%** de los **ingresos brutos publicitarios**. Los **Ingresos Netos**, tras las comisiones, ascienden a **€265.36 millones**.

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: **Internet, venta de derechos, actividad cinematográfica** etc. En el **segundo trimestre 2018, asciende a €12.93 millones**, ligeramente inferior a la cifra del mismo periodo 2017 **debido a una menor actividad de cine**.

Ingresos Totales del **segundo trimestre 2018** asciende a **€278,3 millones**, un incremento del **3.8%** en comparación con el mismo periodo 2017.

Costes Totales para el segundo trimestre 2018, **alcanzan la cifra de €186.37 millones**, un ligero incremento del **2.8%** en comparación con el **mismo trimestre 2017**, a pesar de contar con buena parte de los partidos del **Mundial de Fútbol 2018**. Esto ha sido **posible gracias a una gestión eficiente de los costes** así como los **buenos registros de audiencias** que han permitido **ahorros adicionales en la parrilla**.

Mediaset España consigue **incrementar sus márgenes** en el segundo trimestre 2018: **EBITDA en 60 bp** hasta el **33.0%**, su mejor margen en un segundo trimestre desde 2008, **EBIT en 110 bp to 31.9%**.

Beneficio antes de impuestos asciende **€5.93 millones**, e incluye los **resultados de las compañías participadas** así como un **earn out** del contrato en 2014 con **Telefónica** tras la venta a ésta última de la participación de **Mediaset España en DTS**, en 2014.

Impuesto de Sociedades refleja la **tasa efectiva a finales 2018** e incluye **algunos ajustes** como resultado de la venta de la participación de **Mediaset España en Caribevision**, hecha efectiva en abril.

Mediaset España incrementa su beneficio neto en un **10,6%** hasta **€72,07 millones**, lo que representa un **beneficio por acción de €0,22** en el **segundo trimestre 2018**, en **comparación con los €0,19** del mismo periodo 2017 **(+15.8%)**.

4. CAPEX

mill. EUR	IS2018	IS2017	Var (%)
Derechos TV no Ficción	87,80	88,69	(1,0%)
Derechos Ficción	19,65	22,22	(11,6%)
Co-Producción/Distribución	2,44	11,15	(78,2%)
Activos fijos	2,77	5,87	(52,8%)
Total Capex	112,65	127,93	(11,9%)

La cifra de **Inversiones Netas** del primer semestre 2018 asciende a **€112.65 millones**, en comparación con los **€127.93 millones** del mismo periodo del año anterior. La diferencia se debe fundamentalmente a la **Co-producción/Distribución**, **€8,71 millones**, como **resultado de una menor actividad** en cine. Actividad por **otro lado que está basada en una obligación legal** y que es **altamente volátil** en términos de comparativa anual.

En este periodo, el **Grupo** ha invertido **un total de €87,80 millones** en **derechos de terceros**, **€19.65 millones en ficción** y **€2.44 millones en Co-producción/Distribución**, mientras que la inversión en **activos fijos** asciende a **€2,77 millones**.

5. BALANCE

mill. EUR	<u>Junio 2018</u>	<u>Diciembre 2017</u>
Inmovilizado	558,35	569,40
- Inm. Financiero	310,67	314,67
- Otro Inmovilizado	247,68	254,73
Derechos y Anticipos	208,22	156,39
- Terceros	152,06	106,41
- Ficción	37,69	27,00
- Coproducción / Distribución	18,46	22,99
Impuesto Anticipado	82,66	100,98
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	849,23	826,77
Activo corriente	243,11	272,29
Activo financiero y tesorería	80,19	135,93
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	323,30	408,23
TOTAL ACTIVO	1.172,53	1.235,00
FONDOS PROPIOS	827,22	900,08
Provisiones	13,67	13,43
Acreedores no corrientes	23,41	19,00
Pasivo financiero no corriente	0,01	0,01
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	37,09	32,44
Acreedores corrientes	308,15	301,85
Pasivo financiero corrientes	0,07	0,64
TOTAL PASIVO CORRIENTE	308,22	302,48
TOTAL PASIVO	1.172,53	1.235,00

Mediaset España presenta un **balance sólido**, con un **adecuado equilibrio entre activos y pasivos corrientes** así como un **buen ratio de liquidez del 1,05x**.

La disminución en la cifra de **Fondos Propios**, de **€72.86 millones** en el semestre, se debe al **pago del dividendo** por importe de **€197.49 millones abonado el día 3 de mayo**.

6. CASH FLOW

Mediaset España consigue un **cash flow operativo** en el **primer semestre 2018** de **€133,19 millones** y una **posición neta de caja**, al final del periodo, de **€80,13 millones**.

mill. EUR	<u>I S2018</u>	<u>I S2017</u>	<u>Var (M€)</u>
Beneficio Neto antes de minoritarios	125,25	125,49	(0,24)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	65,23	83,39	(18,16)
Consumo Derechos	55,43	74,39	(18,96)
Amortizaciones	9,81	9,00	0,81
Provisiones	(1,48)	(0,82)	(0,66)
Otros	20,02	12,63	7,39
CASH FLOW OPERATIVO	209,02	220,69	(11,67)
Inversión en Derechos	(109,88)	(122,06)	12,18
Inversiones, otras	(2,77)	(5,87)	3,10
Variación Fondo de Maniobra	36,82	46,13	(9,31)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	133,19	138,88	(5,70)
Compra acc. Propias	0,00	(25,36)	25,36
Movimientos Patrimonio	(1,59)	2,16	(3,75)
Inversiones/Desinversiones financieras	9,09	(1,40)	10,49
Dividendos cobrados	1,64	1,85	(0,21)
Pago de Dividendos	(197,50)	(175,72)	(21,78)
Variación Neta de Tesorería	(55,16)	(59,59)	4,41
Posición Financiera Neta Inicial	135,30	177,45	(42,15)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	80,13	117,86	(37,73)

Mediaset España's obtiene en el semestre una **tasa de conversión a caja del 83.7%**: **cash flow libre operativo** (€133.19 millones) y **EBITDA** (€159.15 millones).

7. OUTLOOK

1. **Mejora de la guía de costes de €770 millones a €760 millones.**
2. **Crecimiento de los ingresos publicitarios de Internet en tasa superior al 20% in 2018.**
3. **Líder de audiencia y cuota de mercado.**

8. EVENTOS POSTERIORES A LA FINALIZACION DEL TRIMESTRE

No hay eventos relevantes tras el cierre del semestre.

9. CALENDARIO DEL INVERSOR

EVENTOS CORPORATIVOS

- | | |
|---|---|
| 1 | Resultados 3Q2018: 24 Octubre 2018 (Tentative) |
| 2 | Resultados FY 2018: Febrero 2019 (Tentative) |

MARKETING EVENTS

- | | | |
|---|-------------------|------------------|
| 1 | London: | 5/6 Septiembre |
| 2 | London: | 11 Septiembre |
| 3 | Paris: | 12 Septiembre |
| 4 | Barcelona: | 19/20 Septiembre |
| 5 | Paris: | 2 Octubre |
| 6 | Paris: | 29 Noviembre |
| 7 | London: | 12 Diciembre |

10. DEFINICION DE MARs

La información financiera del **Grupo Mediaset España** contiene magnitudes de acuerdo a la normativa contable vigente, así como otras elaboradas **según el modelo de reporting del Grupo Mediaset España**, llamadas **Medidas Alternativas de Rendimiento (MAR)**.

Estas medidas se **consideran magnitudes complementarias** respecto a las que se presentan de acuerdo con las **Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)**.

Las **MAR's** son **importantes** para los **usuarios de la información financiera** porque son las **medidas que utiliza la Dirección de Mediaset España** para evaluar el **rendimiento financiero, los flujos de efectivo, la situación financiera o la toma de decisiones operativas y estratégicas**. Su finalidad es impulsar la publicación de **información financiera transparente, imparcial y comparable** para permitir a los usuarios un mejor entendimiento de su posición financiera y resultados

INGRESOS NETOS

Recoge los **ingresos totales del Grupo netos** de descuentos y rappels.

EBITDA AJUSTADO

El **EBITDA** (*“Earnings before Interest, Tax, Depreciation and Amortization”*) es un indicador que mide el margen de explotación de la empresas antes de deducir los intereses, impuestos, deterioros, y amortizaciones.

Se parten de los Beneficios de explotación a los que se le suman las dotaciones a la amortización de los inmovilizados material e intangible, así como las variaciones de provisiones del circulante.

Por lo específico del negocio, el consumo de derechos audiovisuales, queda dentro de los gastos de explotación aunque su tratamiento contable sean amortizaciones de propiedad intelectual.

FLUJO LIBRE DE CAJA OPERATIVO

El **Flujo Libre de Caja** mide la generación de recursos monetarios correspondientes a las actividades de explotación y de inversión, y se utiliza para evaluar los fondos disponibles para pagas de dividendos a los accionistas o para actividades futuras de inversión.

CAJA GENERADA

Corresponde con la Tesorería procedente de las actividades operativas y de inversión que una vez deducidos tanto los pagos por dividendos, intereses de la financiación y por la autocartera determina la variación financiera del Grupo.

LIQUIDEZ O POSICION FINANCIERA NETA

El Grupo mide la **liquidez** o **Posición Financiera Neta** como la suma del *“Efectivo y otros activos líquidos equivalentes”* de otros activos financieros corrientes y las líneas de crédito a corto y largo plazo dispuestas al final del periodo que corresponden a créditos concedidos por entidades financieras con plazos, importe y resto de condiciones acordadas en contrato. Los epígrafes anteriores se refieren a los saldos de cada fecha de cierre anual.

INVERSIONES NETAS

Estas **MAR's** son utilizadas por la Dirección del Grupo para medir el esfuerzo inversor de cada periodo, y se corresponde con aquellas inversiones de explotación realizadas por el mismo netas de las desinversiones. Incluye el correspondiente a los negocios conjuntos y a otras sociedades gestionadas operativamente como tales.

RATIO DE COBERTURA

El **ratio de Cobertura de Liquidez activo / pasivo** se calcula como la división del **Activo Corriente** entre el **Pasivo Corriente**, y se utiliza para determinar el número de veces que el Grupo podría afrontar los vencimientos de deuda comercial a corto plazo con la deuda pendiente de cobro y la liquidez actual.

II. CONTACTA CON NOSOTROS

Página web:

www.mediaset.es

Departamento de Relación con inversores:

Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

Página Web: www.mediaset.es/inversores/en/

Email: inversores@mediaset.es

Dirección:

INVESTOR RELATIONS

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis, 28050 - MADRID