
RESULTADOS 9 MESES

Enero – Septiembre 2020

MEDIASET*españa.*



Madrid – 28 Octubre 2020

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 Asociadas y Participadas
 - 2.5 Internet
3. Cuenta de Resultados
4. Inversiones
5. Balance
6. Cash Flow
7. Media for Europe
8. Hechos posteriores al cierre del periodo
9. Definition de MARs
10. Contacto

Conference Call / Web cast details

28 Octubre 2020 a las 18:30 CET (17:30 horario UK)

España: +34 914 14 36 75
UK: +44 (0) 207 192 8338
USA: +1 646 741 3167
Pin Code: 4627324

Puedes conectar con la **webcast** a través de este link:
<https://edge.media-server.com/mmc/p/yymnoxh2>

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



I. RESULTADOS FINANCIEROS Y OPERATIVOS

mill. EUR	3T2020	3T2019	Var. (%)	9M2020	9M2019	Var. (%)
Total ingresos netos	171,5	178,3	(3,8%)	546,6	660,7	(17,3%)
Total costes operativos	(121,0)	(137,3)	(11,9%)	(396,6)	(456,8)	(13,2%)
EBITDA ⁽¹⁾	50,5	41,0	23,3%	150,1	203,9	(26,4%)
Margen EBITDA	29,4%	23,0%		27,5%	30,9%	
EBIT	44,0	36,0	22,3%	132,9	190,2	(30,1%)
Margen EBIT	25,6%	20,2%		24,3%	28,8%	
Beneficio Neto	33,2	29,6	12,3%	103,2	157,0	(34,2%)
BPA ⁽²⁾	0,11	0,09		0,33	0,50	
Free Cash-Flow				119,77	168,07	
Caja / (Deuda) Neta				25,11	134,27	

(1) EBITDA Incluye el consumo de derechos TV

(2) Se excluyen las acciones de autocartera 30.09

- **Infoadex** informa que el **mercado audiovisual (TV+ Digital*)** en los primeros nueve meses 2020, asciende a **€1.588,9 millones**: **Television €1.067,6 millones** y **Digital* €521,3 millones**. La cuota del mercado audiovisual de **Mediaset España**, según datos Infoadex, asciende en el periodo a **30,4%**.
- **Total de Ingresos Netos** en los nueve primeros meses 2020 asciende a **€546,6** un descenso del **-17,3%** frente al mismo periodo 2019. En el **tercer trimestre 2020** los **Ingresos Totales Netos** fueron **€171,5 millones**, **-3,8%** frente al mismo trimestre 2019.
- **Mediaset España's** obtiene un **EBITDA** en los nueve meses 2020 de **€150,1 millones (-26,4%)**, mientras que para el tercer trimestre 2020 la cifra fue de **€50,5 millones (+23,3%)**.
- El **Beneficio Neto** en los nueve meses 2020 asciende a **€103,2 millones**, **-34,2%** en comparación con el mismo periodo 2019. Para el **tercer trimestre 2020**, el **Beneficio Neto** fue de **€33,2 millones**, **+12,3%**.
- La **posición neta de caja** de **Mediaset España** a 30 de septiembre 2020, es de **€25,1 millones** y registra un **Free Cash Flow**, en el mismo periodo de **€119,8 millones**.
- **Mediaset España lidera audiencias** en los primeros nueve meses 2020 y anota un **28.6% de share** y un **29.6% de target comercial**, ambas en total individuos total día. En el **ámbito digital**, en los meses de **enero-agosto**, registró un promedio mensual en internet de **18.3 millones** de visitantes únicos y **393 millones de videos streamed**. (Fuente:ComScore. Datos Septiembre no disponible).
- **Mediaset España** a final de septiembre, cuenta con una **participación del 9,75%** en **ProsiebenSat1**, el **4,25%** de la citada participación fue adquirida en el **primer trimestre 2020**.
- A **30 de septiembre 2020**, **Mediaset España** cuenta con una autocartera de **14.269.073 acciones propias** que representan el **4,36%** del **capital social de la compañía**.
- Debido al **Covid19**, **Mediaset España** implementó un **riguroso protocolo de salud y seguridad** tras la declaración del estado de emergencia, protocolo que sigue vigente a día de hoy. **Mediaset España** obtiene la certificación **AENOR** por la implementación de **buenas prácticas debido al Covid19**.

***Digital**.- Corresponde al dato Websites reportado por Infoadex.

2. INDICADORES KPI

2.1 CONSUMO TELEVISIVO

El **promedio del consumo de televisión**, por persona/día, **4 años+**, en los **primeros nueve meses 2020**, asciende a **239 minutos persona/día**, lo que supone el **segundo mayor consumo registrado** después del **2012 y 2013**, donde se obtuvieron consumos de 241 minutos persona /día. Por otro lado, y en comparación con el 2019, el consumo televisivo **se ha incrementado en un 8,8% (+19 minutos por persona/día)**. Las cifras que se indican no incluyen el **consumo en dispositivos como tablets, mobiles u ordenadores**.

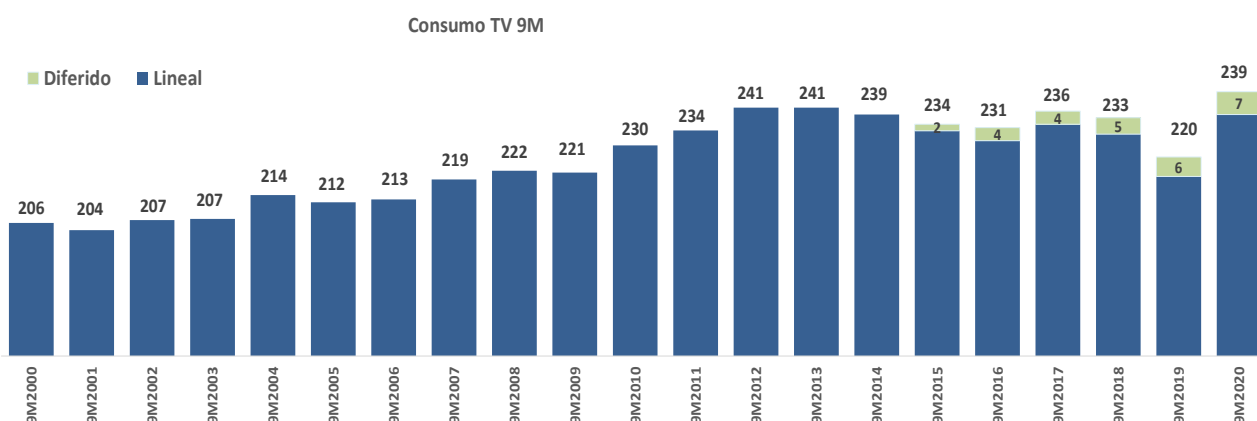
En los **primeros nueve meses 2020**, el **consumo de televisión del Grupo Mediaset España** así como el de **Telecinco**, ha sido superior al de resto de canales. Además en el citado periodo, **Cuatro** es el canal que experimenta el **mayor incremento en el consumo de televisión (+12,9%)**, en comparación con 2019.

El fuerte incremento del consumo de televisión en los primeros nueve meses del año, se debe a las **severas medidas de confinamiento** como consecuencia del **Covid19**. En el mes de **abril**, el **consumo de televisión alcanzó su máximo histórico**, con **303 minutos** de consumo por **persona/día**. El consumo de Televisión se normalizó una vez retiradas las medidas de confinamiento, 21 de junio, a pesar de lo cual el **tercer trimestre 2020** registra **205 minutos por persona/día** y se sitúa por encima del consumo televisivo del mismo período 2009, **197 minutos persona/día**, +4,1%, +8 minutos persona/día.

Durante dicho confinamiento, se ha puesto de manifiesto **la gran relevancia de la televisión como fuente de entretenimiento** y como referente de **información dentro de los hogares**.

En los **primeros nueve meses 2020**, el **consumo lineal de televisión** ⁽¹⁾ alcanzó los **232 minutos persona/día**, lo que representa un **97,1% del consumo total televisivo (239 minutos)**, mientras que el **consumo televisivo en diferido** ⁽²⁾ asciende a **7 minutos persona/día** supone un **2,9% del consumo total de televisión** en el periodo.

El **promedio diario de espectadores televisión**, en los seis primeros meses del año, asciende a **7,3 millones**.



1) Consumo Lineal incluye consumo invitados: consumo de amigos, familia etc.. en el hogar y se mide desde marzo 2017.

2) Consumo diferido es el consumo que se realiza hasta siete días después de la primera emisión.

2.2 CUOTA DE AUDIENCIA

	Ene-Sept'20		Ene-Sept'19	
	Total Individuos	Target Comercial	Total Individuos	Target Comercial
MEDIASET ESPAÑA				
Total Dia	28,6%	29,6%	28,8%	30,5%
Prime Time	27,5%	28,5%	28,4%	29,0%
TELECINCO				
Total Dia	14,5%	14,1%	14,5%	13,7%
Prime Time	13,9%	13,5%	14,6%	13,3%
CUATRO				
Total Dia	5,5%	6,2%	5,3%	6,4%
Prime Time	6,0%	6,8%	5,9%	7,1%
DIVINITY				
Total Dia	1,9%	2,2%	2,0%	2,4%
Prime Time	1,6%	1,9%	1,6%	1,9%
BOING				
Total Dia	1,1%	0,9%	1,1%	0,8%
Prime Time	0,9%	0,7%	0,9%	0,7%
ENERGY				
Total Dia	2,3%	2,5%	2,4%	2,9%
Prime Time	2,1%	2,1%	2,1%	2,3%
BE MAD tv				
Total Dia	0,7%	0,8%	0,6%	0,7%
Prime Time	0,7%	0,7%	0,5%	0,7%
FDF				
Total Dia	2,6%	3,1%	2,8%	3,6%
Prime Time	2,4%	2,7%	2,7%	3,1%

En los primeros nueve meses de 2020, el Grupo Mediaset España lideró audiencias de televisión con un **28.6% de share y un target comercial de 29.6%**, ambos registros en **total día total individuos**, lo que ha supuesto una **ventaja de +2,5 pp y +2,1 pp**, respectivamente sobre su directo competidor. Mediaset España obtiene sus mejores registros en **los grupos de edad 4-12 años de edad (29%), 13-24 (32,5%) y 25-34 (31,2%)**.

En **Prime Time**, el Grupo Mediaset España también lidera audiencias por séptimo año consecutivo en el periodo nueve meses con **una cuota del 27,5%** una ventaja **+1,5%** por delante de su inmediato competidor. En **target comercial** la cuota asciende al **28,5%**, una ventaja del **+1,0 pp**.

Telecinco es el canal más visto en los **nueve primeros meses 2020**, en **total individuos/total día** anota una **audiencia del 14,5%**, mientras que en **target comercial** es del **14,1%**, una **ventaja de +3pp sobre su inmediato competidor** (11,5% y 14,1% respectivamente). **Telecinco** además lidera audiencias por **25 meses consecutivos**.

En la **franja Prime Time**, **Telecinco** es también la cadena preferida por la audiencia, anotando un **13,9% de share en total individuos/tota día**, y **liderando en target comercial con un 13,5% de cuota**. Esto supone ventajas de **+1,8pp y +0,8pp** sobre su directo competidor

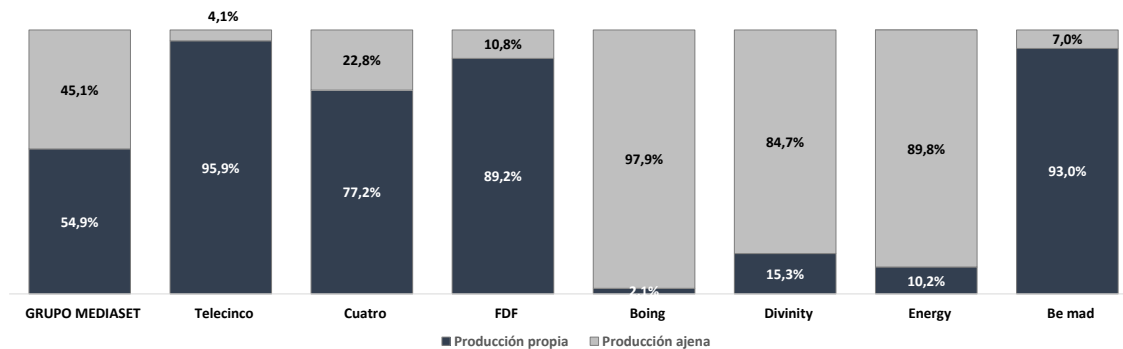
La nueva temporada de programación, que empezó en septiembre, comienza en Telecinco con programas de cabecera como **“Idol Kids”**, **“La Isla de las Tentaciones”**, **“Mi casa es la tuya”** entre otros. En esta temporada **se han incorporado nuevos programas** de producción propia, como **“Informe Covid”** que ha tenido gran aceptación en la audiencia.

El canal **Cuatro** obtiene una audiencia en **total individuos total día del 5,5%**, en los nueve primeros meses 2020, y un **target comercial del 6,2%**. En **Prime Time**, la audiencia asciende a **6,0%** mientras que el **target comercial** se sitúa en el **6,8%**, obteniendo **la mejor conversión de audiencia a target, +0,8pp**.

El conjunto de la audiencia de los **canales de nueva generación**, **Divinity**, **Boing**, **Energy**, **Be Mad** y **FDF**, en **los primeros nueve meses 2020**, **asciende a 8,6%**, en **Total Día**, y obtienen un **Target Comercial del 9,5%**. El detalle de la audiencia de los **distintos canales**, en sus **targets**, a **finales de septiembre 2020** ha sido la siguiente: **FDF** en su **target de 13-24 años registra una audiencia del 6,9%** y para el **grupo 25-34 años del 4,5 %**. **Divinity** tiene una audiencia en su **target de mujeres 16-44 del 2,6%**, **Energy** en su **target de hombres 25-54 años consigue un registro del 2,6%** y **Boing**, el canal infantil, en su **target de 4 a 12 años**, alcanza una cuota del **11,6% en su target**. **Be Mad**, obtiene una audiencia en su **target de hombres 25-54 del 0,9%**.

2.3 MIX DE CONTENIDOS

La **producción propia** supone, en los primeros **nueve meses 2020**, el **54,9%** del total de las horas de emisión del **Grupo Mediaset España**, un incremento de **+3,6 pp** en comparación con el mismo periodo **2019 (51,3%)**. La **producción ajena**, por su parte representa el **45,1%** del total de las horas de emisión, para el mismo periodo. La distribución de las horas de emisión, **producción propia y ajena**, del periodo **enero-septiembre 2020**, ha sido la siguiente:



Source: Kantar Media

En los **primeros 9 meses 2020**, los **dos canales principales del Grupo, Telecinco y Cuatro**, han dedicado en conjunto el **86,6%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, lo que supone un incremento de **+0,7 pp** respecto del mismo periodo **2019 (85,8%)**.

Del resto de canales del **Grupo, Be Mad y Energy**, son los que presentan un mayor cambio en el mix en el periodo. **Be Mad** ha incrementado, en los **primeros nueve meses 2020** sus emisiones de producción propia en **+11,0 pp** hasta el **93%**, mientras que **Energy** ha incrementado las horas de emisión de producción propia en **+6.0 pp** hasta el **10,2%**.

2.4 COMPAÑÍAS ASOCIADAS & PARTICIPADAS

Producción Audiovisual Mediterraneo, es la unidad del **Grupo Mediaset España**, que aglutina todas las participaciones que tiene el **Grupo** en las **distintas productoras**. A **30 de septiembre 2020**, el **Grupo Mediaset España** cuenta con **7 compañías asociadas** y **4 participadas**, especializadas en la **producción de diferentes tipos de contenidos**. A **30 de septiembre 2020**, las compañías productoras asociadas son las siguientes: **Producciones Mandarin** (30,0%), **La Fábrica de la Tele** (30,0%), **Alea Media** (40,0%), **Bulldog** (30,0%), **Alma Producciones** (30,0%), **Unicorn** (30,0%) y **Fenix Media Audiovisual** (40%) que se incorporó al **Grupo** en el **primer semestre 2020**. Las **productoras participadas** del **Grupo** son: **Supersport**, (62,5%), **Megamedia**, (65,0%) and **El Desmarque**, (60,0%). **Mediaset España** cuenta además con una unidad de **producción de Cine, Telecinco Cinema**, donde dispone de una **participación del 100%**.

Mediaset España anunció en septiembre la **adquisición del 51% de BE A LION**, compañía que ofrece un servicio integral de **soluciones comerciales** dentro del **entorno digital y de las redes sociales**, con el fin de ofrecer a los anunciantes una mayor notoriedad de sus marcas. **BE A LION** es además un referente en el mercado de **branded content** y su difusión en las redes sociales.

2.5 INTERNET

En los meses de **enero a agosto 2020**, el consumo de video por internet (multiplataforma desde Mazo 2017) alcanza los **42 minutos persona/día** en total individuos, lo que supone el **14,9% del consumo audiovisual medio diario**, (282 minutos por persona/día) y llega hasta los **102 minutos** en el grupo de edad **18-24**. En el mismo periodo, **Mediaset España** obtuvo un promedio mensual de **18,3 millones de usuarios únicos** y **393 millones de videos streamed**, incrementos del **+17,0%** y **+9,0%** respecto del mismo periodo 2019.

(Fuente: Compañía, Kantar & Comscore. Datos a septiembre no disponibles)

	Espectadores Únicos (000)	Paginas Vistas (millones) ⁽¹⁾	Videos (000)	Minutos de consumo (millones)
Agosto 2020	17.508	201	270.399	593
julio 2020	17.518	252	371.217	964
junio 2020	16.854	243	394.981	947
mayo 2020	18.831	231	368.043	983
abril 2020	18.686	242	367.517	1.061
marzo 2020	18.988	286	399.575	1.054
febrero 2020	18.921	372	531.387	1.388
enero 2020	18.820	355	441.411	1.332

Fuente: Comscore. Todos los datos multiplataforma.

Mediaset España a finales de agosto ocupa el tercer puesto en el **ranking de video streamed** con un total de **3.145 millones de videos**, solo por detrás de Google y Vebo. Además el Grupo anotó su record en el mes de febrero con **532 millones de videos streamed**. Estos datos hacen que el Grupo **Mediaset España** sea el medio de comunicación con mayor consumo audiovisual, **9.941 millones de minutos** a 31 de agosto 2020, muy por delante de sus competidores. El site de **Telecinco** registró en los meses de enero-agosto, un incremento de sus **usuarios únicos del 26%** respecto del mismo periodo 2019, lo que supone un **promedio mensual de 10,6 millones de usuarios únicos**. **Cuatro** en el mismo periodo obtiene **4,1 millón de usuarios únicos** y un total de **143 millones de videos streamed**.

Por otro lado, **Mitele.es** es la **plataforma de video online de televisión** más consumida con **1.672 millones** de videos vistos enero-agosto, muy por delante de sus **directos competidores**. Durante el tercer trimestre 2020, la estrategia seguida por el Grupo, consiguió que se alcanzaran **en agosto más de 180.000 suscriptores** en la plataforma **Mitele Plus**. El paquete de **Mitele Plus básico** suma **más de 23.000 altas** entre los meses de agosto y septiembre, mientras que **Mitele Plus internacional** suma **más de 10.000 usuarios activos**. Por otro lado, en el mes de septiembre se estrena **“Solo/Sola”** el **primer reality en directo 24h de Mitele PLUS**, producido íntegramente en Mediaset España y **disponible solo para suscriptores de pago**.

Hay que destacar además el **lanzamiento en el mes de agosto de una nueva plataforma Mitele Club**, para todos los usuarios con **suscripción anual en Mitele Plus**, que ofrece la posibilidad participar en experiencias exclusivas relacionadas con programas y personajes de **Mediaset España**, acceder a ofertas, promociones especiales y servicios, así como participar en debates en la comunidad.

En el área de **contenido nativo digital**, destaca **Mtmad** donde se incrementa el consumo de video en un **44% en los meses de enero a agosto 2020**. **El Desmarque** por su parte, registró un **promedio mensual de 4,9 millones de usuarios únicos**, consiguiendo su record en el mes de mayo con más de 6,5 millones. **Nius** por su parte, en menos de un año desde su lanzamiento, registra un promedio de **3,1 millones de usuarios únicos** registrando su mejor dato en Abril con 4,5 millones.

En conjunto **Mediaset España** ha tenido un excelente comportamiento en el ámbito digital, con una mejora sustancial de las **métricas usuarios únicos y video streamed** así como el **desarrollo e implementación exitosa de nuevos proyectos** dentro del citado ámbito.

Source: Comscore & Omniture

3. CUENTA DE RESULTADOS

mill. EUR	3T2020	3T2019	Var (%)	9M2020	9M2019	Var (%)
Ingresos Brutos Publicidad	163,2	171,2	(4,7%)	488,3	644,0	(24,2%)
Medios Propios	157,7	168,9	(6,6%)	478,9	633,5	(24,4%)
Medios Ajenos	5,5	2,2	145,8%	9,4	10,6	(10,7%)
Comisiones	(7,0)	(7,1)	(0,8%)	(18,1)	(27,5)	(34,2%)
Ingresos Netos Publicidad	156,2	164,1	(4,8%)	470,2	616,5	(23,7%)
Otros Ingresos	15,3	14,2	8,2%	76,4	44,2	72,8%
Total Ingresos Netos	171,5	178,3	(3,8%)	546,6	660,7	(17,3%)
Consumo de derechos	(23,7)	(20,0)	18,8%	(70,8)	(80,4)	(12,0%)
Costes de personal	(28,2)	(29,7)	(5,0%)	(84,6)	(88,4)	(4,3%)
Otros costes operativos	(69,1)	(87,7)	(21,2%)	(241,1)	(288,0)	(16,3%)
Total Costes	(121,0)	(137,3)	(11,9%)	(396,6)	(456,8)	(13,2%)
EBITDA	50,5	41,0	23,3%	150,1	203,9	(26,4%)
Margen EBITDA	29,4%	23,0%		27,5%	30,9%	
Otras amortizaciones, provisiones	(4,5)	(3,0)	50,1%	(11,1)	(7,7)	43,1%
Amortización PPA	(2,0)	(2,0)	2,4%	(6,1)	(6,0)	2,4%
EBIT	44,0	36,0	22,3%	132,9	190,2	(30,1%)
Margen EBIT	25,6%	20,2%		24,3%	28,8%	
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	0,2	0,4	(50,6%)	1,9	5,3	(64,1%)
Resultado Financiero	(0,1)	(0,1)	51,7%	(0,4)	(0,1)	475,0%
Beneficio antes de impuestos	44,0	36,3	21,5%	134,4	195,5	(31,2%)
Impuesto de Sociedades	(10,2)	(6,1)	67,8%	(29,5)	(37,3)	(20,7%)
Minoritarios	(0,7)	(0,6)	10,4%	(1,7)	(1,2)	35,6%
Beneficio Neto	33,2	29,6	12,3%	103,2	157,0	(34,2%)
Margen Beneficio Neto	19,4%	16,6%		18,9%	23,8%	
BPA (sin incluir acciones autocartera)	0,11	0,09		0,33	0,50	

Infoadex estima que el **mercado publicitario medios convencionales**, en los primeros **nueve meses 2020** alcanza **€3.309,4**, en un **descenso del 22,2%**, en comparación con el mismo periodo 2019 (**€4.251,1 millones**).

El **mercado publicitario audiovisual (TV+Digital*)** se sitúa en **€1.588,9 millones**, **-21,0%** frente al mismo periodo 2019 (€2.010,7 millones). **Mediaset España** obtendría una cuota de mercado, según datos de Infoadex del **30,4%**.

El **mercado publicitario TV**, en los nueve primeros meses 2020, asciende a **€1.067,6 millones**, **-24,4%** en comparación al mismo periodo 2019 (€1.412,2 millones). Según **Infoadex**, la cuota de **mercado publicitario TV** de Mediaset España es del **43,0%** (**€459,0 millones**).

Por su parte, el **mercado publicitario Digital** alcanzó **€521,3 millones** en el periodo en cuestión, **-12,9%** en comparación con el mismo periodo **2019** (€598,1 millones).

*Digital.- Websites según reporta Infoadex.

El **mercado publicitario TV** de los primeros nueve meses 2020 (-24,4%) se han visto afectados por el Covid19, donde en el segundo trimestre 2020 el **mercado publicitario retrocedió un -50,0%**, mientras que el **tercer trimestre descendió tan solo un -3,5%** como resultado de la **mejora de la situación sanitaria** y el **levantamiento de las medidas de confinamiento y distancia social** en la mayor parte del territorio.

Ingresos Brutos Publicitarios en los primeros **nueve meses 2020**, ascendieron a **€488,3 millones** en comparación con los **€644,0 millones** del mismo periodo 2019. El desglose de estos 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 FICCIÓN, BOING, DIVINITY, ENERGY y BE MAD**. En los nueve meses 2020, estos ingresos ascendieron a **€478,9 millones**, un descenso del **-24,4%** frente al mismo periodo 2019, lo que es debido a la **fuerte incidencia del Covid19**. El impacto por trimestres ha sido desigual con el **tercer trimestre** registrando un retroceso de los ingresos del **-6,6% de los ingresos brutos** y el **segundo trimestre -50,5%**, el más afectado por la crisis Covid19.
- **Los ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, en los **primeros nueve meses 2020** ascendieron a **€9,4 millones (-10,7%)**. Desde julio, esta línea incluye los ingresos obtenidos por **Be a Lion**, lo que sitúa el **tercer trimestre** con una cifra de ingresos de **€5,5 millones (+145,8%)**.

Las **Comisiones** del periodo **enero-septiembre 2020**, ascienden a **€18,1 millones**, lo que supone un **3,7%** sobre de los **ingresos brutos publicitarios**, un **descenso del -34,2%** en comparación con el mismo periodo 2019.

Los Ingresos Netos Publicitarios, tras las comisiones, ascienden a **€470.2 millones**.

La línea de **Otros Ingresos**, incluye los ingresos de: **actividad cinematográfica, Internet, venta de derechos, ingresos del contrato de servicios** con el canal **TV Real Madrid** e **ingresos de las suscripciones a la plataforma OTT** de Mediaset España, **Mitele Plus**. En el periodo **enero-septiembre 2020** la **cifra de estos ingresos** asciende a **€76,4 millones**, en comparación con los **€44,2 millones del 2019 (+72,8%)**, un excelente resultado teniendo en cuenta que debido a las restricciones por Covid19 tan solo hubo **un estreno en 2020: "Adu"** (enero). Por otro lado, **la venta de contenidos ha sido notable** en los nueve meses 2020 (€33,5 millones) que casi **cuadruplica, 3,8x**, la cifra de 2019 (€8,9 millones). Por otro lado **Mitele Plus**, a 30 de septiembre cuenta con más de **138.000 suscriptores** en la plataforma.

Los **Otros Ingresos**, en los nueve meses 2020, representan **el 14,0% de la cifra Total de Ingresos Netos**, (6,7% en 2019) un fuerte avance hacia la diversificación del negocio de **Mediaset España**.

Ingresos Totales de los nueve meses 2020 ascienden a **€546,6 millones** frente a los **€660,7 millones** del mismo periodo 2019 **(-17,3%)**. Por su parte el **Total Ingresos Netos del tercer trimestre 2020** asciende a **€171,5 millones**, una **diferencia de tan solo un -3,7%** en comparación con el mismo trimestre 2019 (€178,3 millones).

Costes Totales para del periodo **enero-septiembre 2020**, ascienden a **€396,6 millones**, un descenso respecto del mismo periodo 2019 del **-13,2%** (€60,3 millones).

Estos ahorros son resultado de la buena gestión de costes llevada a cabo por **Mediaset España** bajo las excepcionales circunstancias motivadas por el **Covid19**, donde el Grupo tuvo que redefinir su parrilla de programación de cara la nueva situación y renegociar algunos de sus costes operativos con proveedores para alinear estos a las nuevas circunstancias, todo **ello salvaguardando el dato de audiencias**.

Los **ahorros de costes** de los **primeros nueve meses 2020**, **€60,2 millones suponen el 52,8%** de la reducción de la cifra total de ingresos.

Analizando el ahorro de costes por trimestres, se observa que el mayor esfuerzo se llevó a cabo en el **segundo trimestre 2020**, donde los costes se redujeron **€50,7 millones (-31,0%)** respecto de mismo periodo 2019 y que coincide con la situación más compleja por el Covid19. En el **tercer trimestre 2020**, donde mejora la situación respecto del segundo trimestre, los ahorros de costes fueron de **€16,3 millones (-11,9%)**. La **excelente gestión de costes** por parte de la compañía pone de manifiesto la gran flexibilidad para ajustar costes bajo **circunstancias excepcionales como las actuales**.

Mediaset España obtiene un **EBITDA** en los **nueve meses 2020** de **€150,1 millones (-26,4%)** y **EBIT** de **€132,9 millones (-30,1%)**, que supone márgenes del **27,5%** y **24,3%** respectivamente. En el **tercer trimestre 2020**, **EBITDA asciende a €50,5 millones (+23,3%)** y **EBIT €44,0 millones (+22,3%)**, un notable resultado para **Mediaset España** en el trimestre.

Beneficio antes de impuestos asciende **€134.4 millones**, e incluye los **resultados de las compañías participadas €1,9 millones** y resultados financieros **€-0,1 millones**.

El **Beneficio Neto** de **Mediaset España** en los nueve meses 2020, es de **€103,2 millones**, frente a los **€157,0 millones** del mismo periodo 2019 (-34,2%).

En el **tercer trimestre 2020**, el **Beneficio Neto** ascendió a **€33,2 millones +12,3%** en comparación al mismo resultado 2019 (**€29,6 millones**), un excelente resultado del **Grupo**.

4. CAPEX

mill. EUR	9M2020	9M2019	Var (%)
Derechos terceros	54,7	80,8	(32,2%)
Derechos Ficción	21,6	42,5	(49,2%)
Co-Produccion/Distribucion	4,3	21,0	(79,6%)
Activos fijos	4,0	7,3	(45,0%)
Total Capex	84,6	151,5	(44,2%)

La cifra de **Inversiones Netas** de los nueve primeros meses **2020** asciende a **€84,6 millones**, en comparación con **los €151.5 millones del mismo periodo del año anterior**.

En este periodo, el **Grupo** ha invertido **un total de €54,7 millones** en **derechos de terceros**, **€21.6 millones** en **derechos de ficción**, **€4,3 millones** en coproducción, y **€4,0 millones** en activos fijos.

La **situación derivada por el Covid19**, el confinamiento y restricciones de movilidad impuestas, llevaron a una **reducción en la actividad de producción de contenidos** principalmente en el segundo trimestre, lo que explica la desviación en las cifras de inversión. La producción de contenidos **se retoma en el tercer trimestre 2020** bajo estrictas medidas de seguridad.

5. BALANCE

mill. EUR	Septiembre 2020	Diciembre 2019
Inmovilizado	844,5	758,0
- Inm. Financiero	619,3	520,2
- Otro Inmovilizado	225,2	237,8
Derechos y Anticipos	179,6	170,8
- Terceros	96,0	83,3
- Ficción	56,2	58,5
- Coproducción / Distribución	27,5	29,0
Impuesto Anticipado	76,9	70,0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.101,1	998,8
Activo corriente	232,3	293,5
Activo financiero y tesorería	246,6	130,9
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	478,8	424,4
TOTAL ACTIVO	1.579,9	1.423,1
FONDOS PROPIOS	1.012,2	915,8
Provisiones	11,6	11,1
Pasivos por impuesto diferido	52,5	38,4
Pasivo financiero no corriente	277,2	186,5
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	341,2	236,1
Acreedores corrientes	222,8	270,4
Pasivo financiero corrientes	3,7	0,9
TOTAL PASIVO CORRIENTE	226,5	271,3
TOTAL PASIVO	1.579,9	1.423,1

A lo largo de 2020, ha sido una **prioridad** para **Mediaset España** mejorar la **posición financiera** del Grupo con el fin de encontrarse en una situación óptima, para enfrentarse, si se produjesen, escenarios de negocio más adversos.

Preservar el efectivo existente y tratar de **maximizar la generación de flujo de caja libre**, en las condiciones comerciales sin precedentes creadas por la pandemia de coronavirus, ha sido un **objetivo clave** y, al mismo tiempo, **hemos podido acometer la inversión adicional del 4,25% en ProsiebenSat 1** con un incremento en la deuda perfectamente **asequible a la luz de las métricas financieras imperantes**.

Asimismo, **Mediaset España** dispone de líneas de crédito, a 30 de septiembre, **por importe de €300 millones**, que tienen como fin asegurar **una sólida base financiera**. Esta cifra es superior a lo reportado a 31 de diciembre de 2019 en **€45,0 millones**, importe que corresponde a **dos nuevas líneas de crédito negociadas** y aprobadas **durante el primer semestre del año** y que tienen como objetivo, asegurar la máxima disponibilidad de recursos financieros en los próximos meses ante la actual **incertidumbre sobre la duración y el alcance de la pandemia**. Adicionalmente, **las condiciones financieras** de estas nuevas líneas son **extremadamente competitivas** a pesar de que la demanda de liquidez en ese momento era enorme, lo que pone de **manifiesto la sólida posición financiera del Grupo** tal como la aprecian los Bancos.

6. CASH FLOW

A pesar de las difíciles circunstancias actuales, Mediaset España consigue un **cash flow libre operativo a 30 de septiembre 2020** de **€119,8 millones** y una **caja neta** de **€25,1 millones** tras la inversión adicional del **4,25% en Prosieben Sat1**, en el primer trimestre 2020, valorado en **63,1 millones**, una parte de la cual fue financiada con deuda.

En el **tercer trimestre 2020**, **Mediaset España** consigue un **Cash Flow operativo positivo €32,4 millones** e incrementa su posición de caja en **+27,3 millones**.

mill. EUR	9M2020	9M2019	Var (M€)
Beneficio Neto antes de minoritarios	104,9	158,2	(53,3)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	87,4	96,2	(8,8)
Consumo Derechos	70,8	80,4	(9,6)
Amortizaciones	16,6	15,9	0,8
Provisiones	1,3	(1,1)	2,4
Otros	(1,9)	16,3	(18,1)
CASH FLOW OPERATIVO	191,7	269,6	(78,0)
Inversión en Derechos	(80,6)	(144,3)	63,6
Inversiones, otras	(4,0)	(7,3)	3,3
Variación Fondo de Maniobra	12,7	50,0	(37,3)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	119,8	168,1	(48,3)
Compra acc. Propias	0,0	(94,6)	94,6
Movimientos Patrimonio	(0,2)	0,2	(0,4)
Inversiones/Desinversiones financieras	(66,7)	(6,7)	(60,0)
Dividendos cobrados	2,5	1,7	0,8
Pago de Dividendos	0,0	(100,0)	100,0
Variación Neta de Tesorería	55,3	(31,2)	86,6
Posición Financiera Neta Inicial	(30,2)	165,5 *	(195,7)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	25,1	134,3	(109,2)

(*) Adjustado al comienzo del period por NIIF I6

Mediaset España's obtiene en los primeros nueve meses 2020, una **tasa de conversión a caja del 79,8%**, **cash flow libre operativo** (€119,8 millones) y **EBITDA** (€150.1 millones).

7. MEDIA FOR EUROPE

El proyecto **MFE** queda suspendido tras el anuncio del **Tribunal de Madrid**, del 5 de agosto de 2020, donde este último mantenía las medidas cautelares de forma que se hacía inviable la finalización del proyecto dentro del **plazo máximo previsto por la ley holandesa, 2 de octubre de 2020**.

8. EVENTOS POSTERIORES A LA FINALIZACION DEL TRIMESTRE

No hay eventos relevantes tras el cierre del periodo.

9. 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

Margen de explotación de las 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.

10. CONTACTA CON NOSOTROS

Página web:
www.mediaset.es

Departamento de Relación con inversores:
 Telefono: (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