



MEDIASET *españa.*

TELEVISIÓN  INTERNET



Better together!

1Q18 Results presentation
(January- March)



Madrid, April 19th 2018

MEDIASET ESPAÑA 1Q18 RESULTS AT A GLANCE

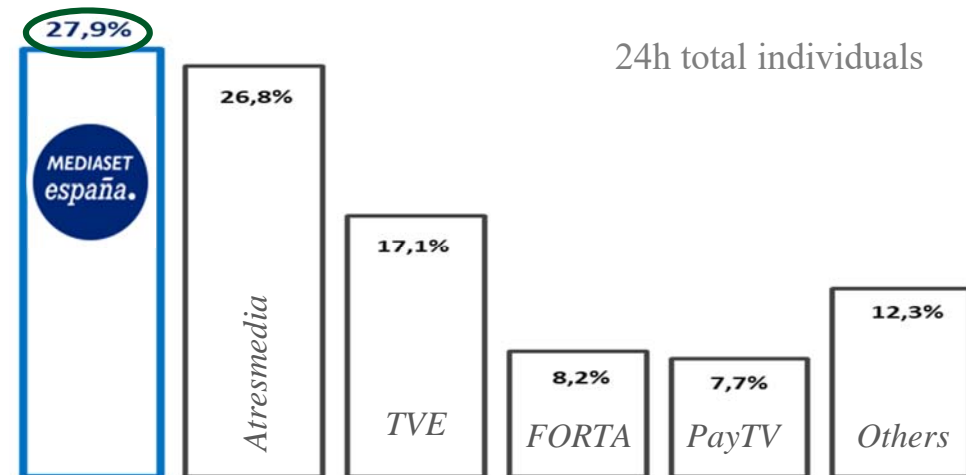
1Q18 FINANCIALS

€ Million	1Q18	1Q17
Total net revenues	229,6	240,4
Total operating costs	162,4	159,2
EBITDA adj*	67,2	81,2
<i>EBITDA margin</i>	<i>29,3%</i>	<i>33,8%</i>
EBIT	63,6	76,8
<i>EBIT margin</i>	<i>27,7%</i>	<i>31,9%</i>
NET PROFIT	53,2	60,6
EPS*	0,16 €	0,18 €
Free Cash Flow	72,2	79,4
Net cash position	204,9	258,9

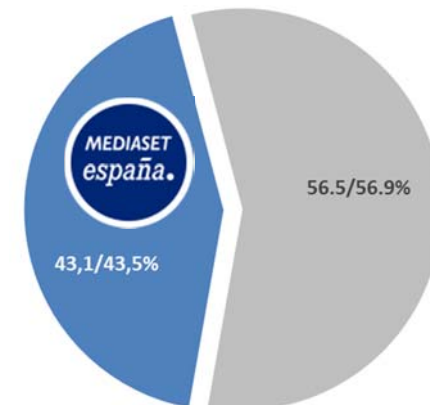
* EBITDA Adj, includes TV rights consumption

** EPS in €, adjusted excluding the treasury stocks owned at March 31st

1Q18 AUDIENCE SHARE



1Q18 TV ADVERTISING MARKET SHARE



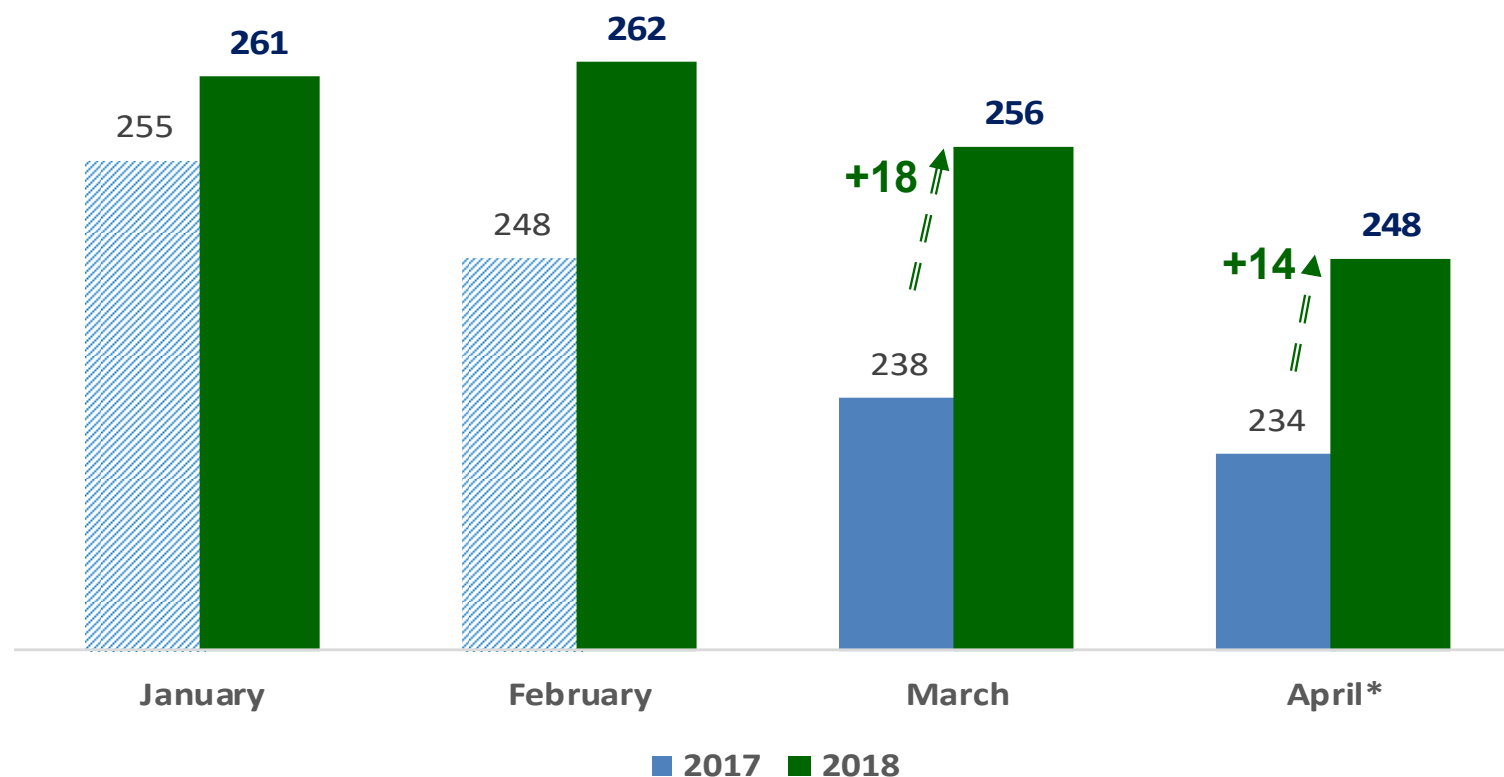
Source: Kantar media and Publiespaña

BROADCASTING



2018 YTD* TV consumption

Growing TV consumption month by month



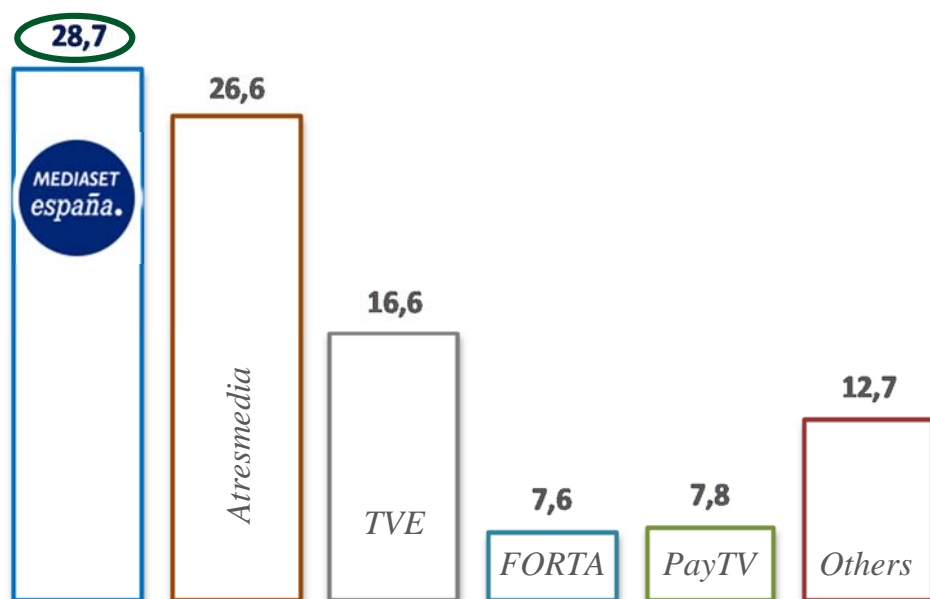
January and February 2017: not including the guests consumption

* Average audience April 1st – April 16th 2018
Source: Kantar media

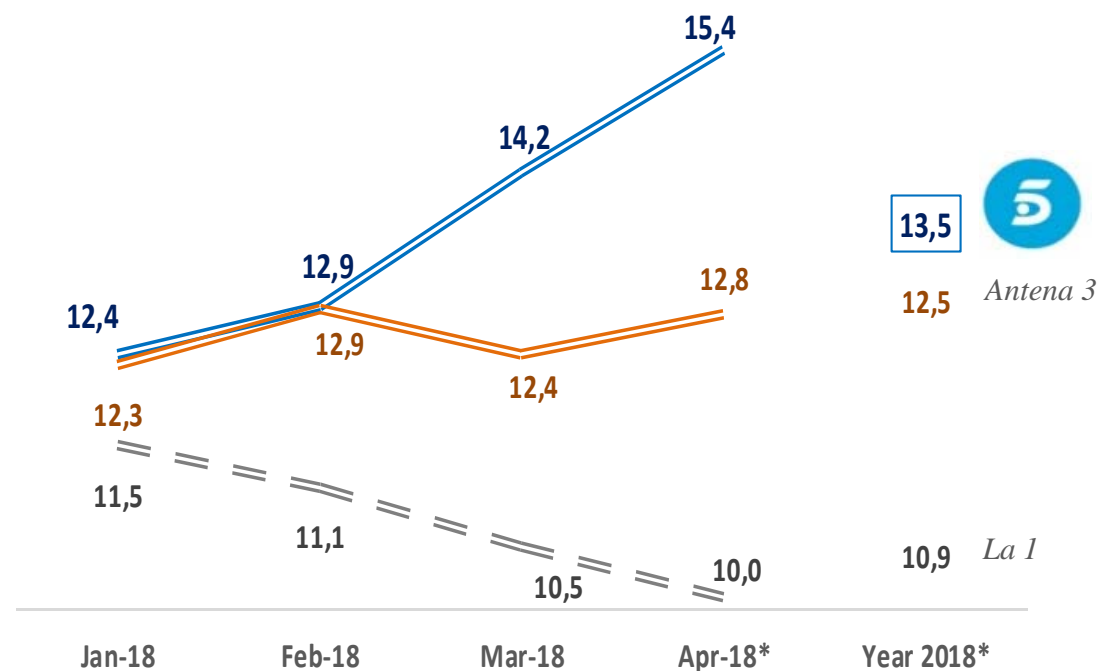
2018 YTD* audience

24h total individuals

YTD* GROUP'S AUDIENCE SHARE



YTD* CHANNELS' AUDIENCE SHARE



* Average audience January 1st – April 16th 2018

Source: Kantar media

Cinema in 2018



2018 Spanish box-office results

Ranking of the most successful Spanish movies in 2018	Gross Box-office (€)
1 La tribu	5,8m*
2 El cuaderno de Sara	5,1m*
3 Campeones	4,7m*
4 Sin rodeos	4,3m
5 Thi Mai, rumbo a Vietnam	1,8m



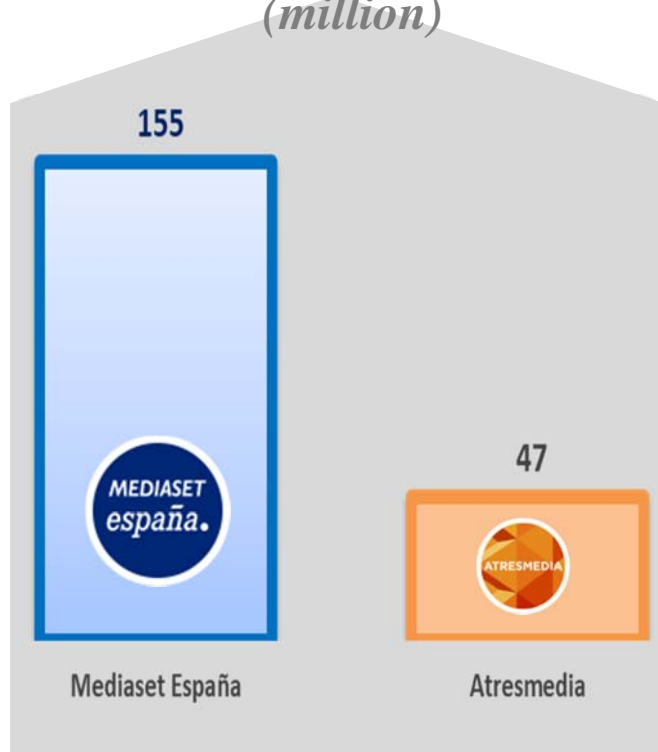
Source: comScore as of April 16th 2018; only Spanish movies released in 2018; Telecinco Cinema's movies in red

€ Million

Historic Spanish box-office results

Ranking of the most successful Spanish movies	Gross Box-office (€)	Year
1 8 apellidos vascos	55,4m	2014
2 The Impossible	42,4m	2012
3 8 apellidos catalanes	35,4m	2015
4 Los Otros	27,3m	2001
5 A monster calls	26,2m	2016
6 The Orphanage	25,1m	2007
7 La gran aventura de Mortadelo y Filemón	22,8m	2003
8 Torrente 2	22,1m	2001
9 Ágora	21,4m	2009
10 Perfectos desconocidos	21,0m*	2017

Total videos viewed in 2018*
(million)



Once again Mediaset España achieves an outstanding set of user engagement rates

<u>Video viewing ranking per media company</u>	<u>Total minutes (million)</u>	<u>Minutes per unique viewer</u>	<u>Video per unique viewer</u>
1 MEDIASETespaña.	816	174	33
2 rtve	1.031	117	18
3 ATRESMEDIA	168	96	27

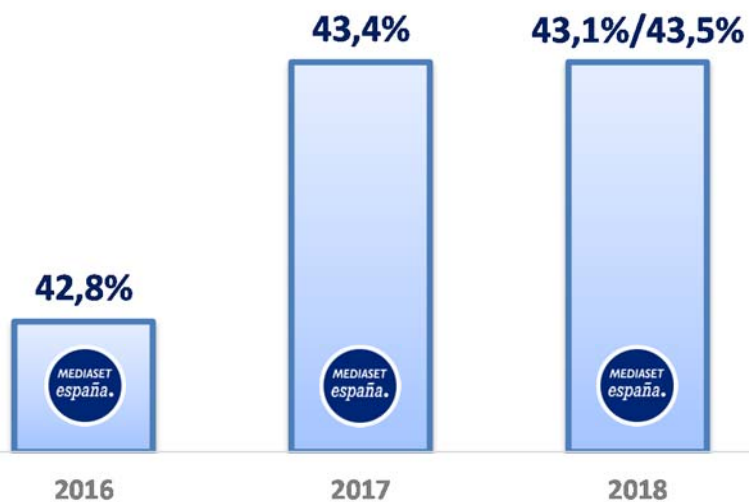
Source: Comscore; Atresmedia only PC
 *Data: average January to February 2018

ADVERTISING



1Q18 Mediaset España's advertising revenues & share

1Q advertising market share

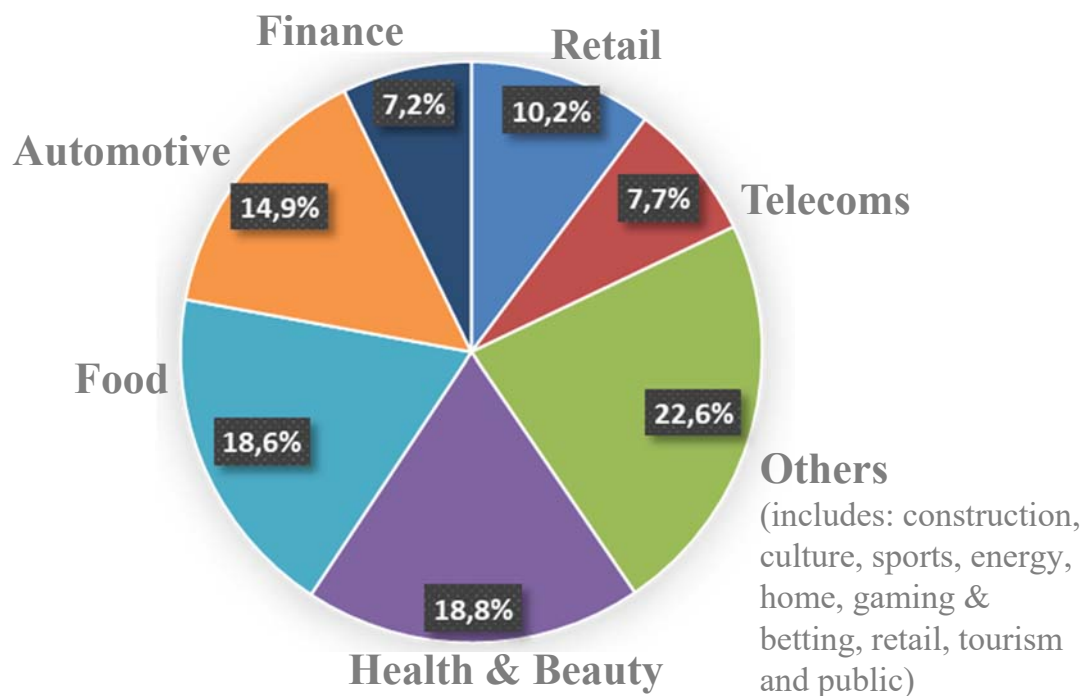


MEDIASET *españa.* TV Commercial strategy

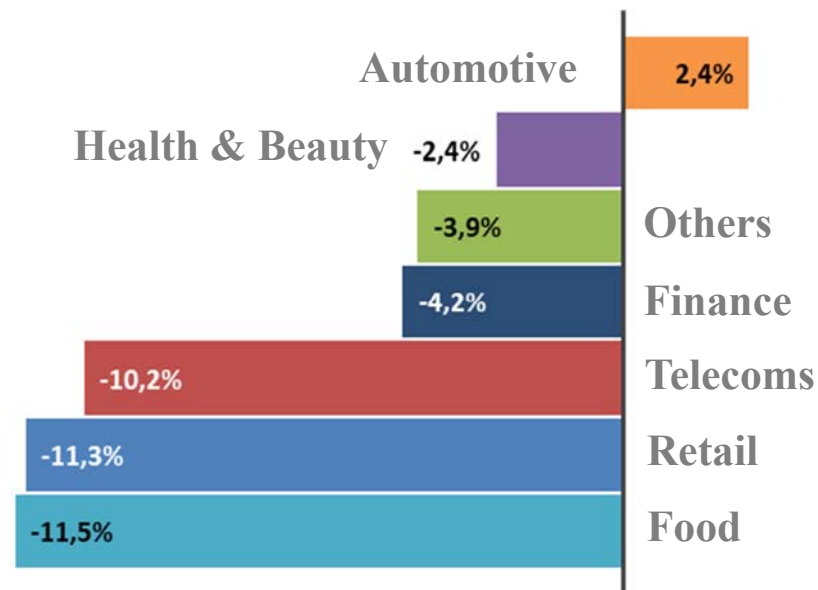
	Audience	Var %	Seconds	GRP (20'')	C/GRP's
1Q18	27.9%	-3.3%	-5.4%	-1.0%	-3.4%

1Q18 TV advertising market by sectors

*Sector breakdown
 (% on total adv. sales)*



*Sector growth
 (1Q18 vs. 1Q17)*



Source: Publiespaña

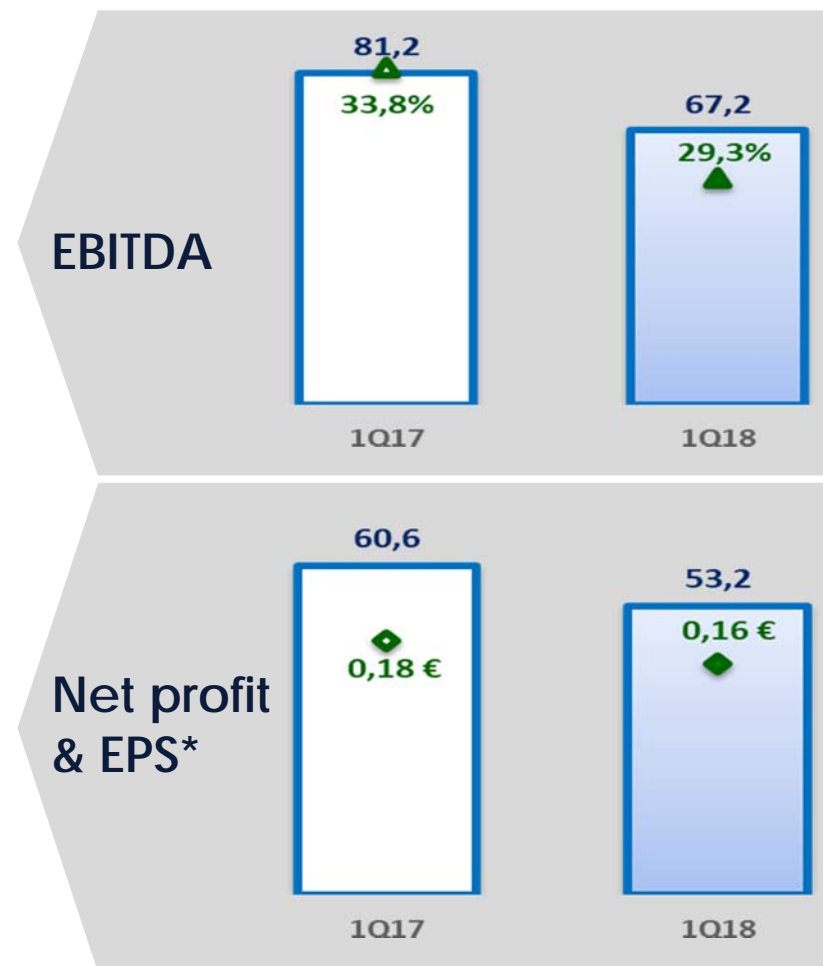
FINANCIAL RESULTS



1Q18 consolidated financial results

Preserving strong operational margins

€ Million	1Q18	1Q17
Net advertising revenues	215,1	225,9
Other revenues	14,5	14,6
Total net revenues	229,6	240,4
Total operating costs	162,4	159,2
Personnel	25,7	26,0
TV rights amortisation	31,0	34,4
Other operating costs	105,7	98,9
EBITDA adj (1)	67,2	81,2
PPA Amortisations	2,0	2,0
Amortisations & depreciations	1,6	2,4
EBIT	63,6	76,8
Pre-Tax profit	67,7	77,1
Net profit reported	53,2	60,6
Adjusted EPS*	0,16 €	0,18 €
EBITDA adj/ Total net revenues	29,3%	33,8%
EBIT/ Total net revenues	27,7%	31,9%
ADJUSTED NET PROFIT/ Total net revenues	23,2%	25,2%

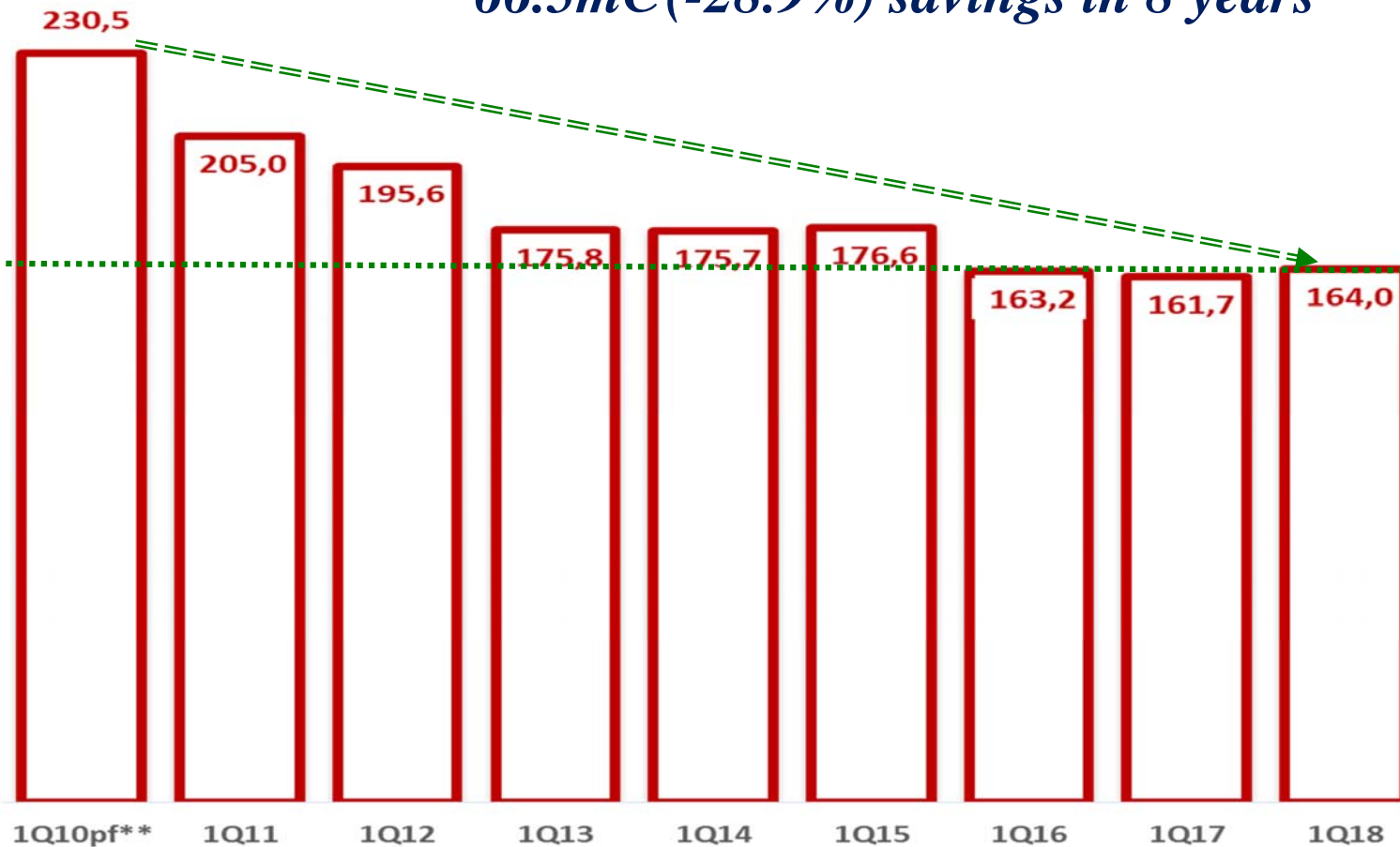


(1) EBITDA Adj, includes TV rights consumption

* EPS in €, adjusted excluding the treasury stocks owned at March 31st

1Q18 cost management

66.5m€ (-28.9%) savings in 8 years

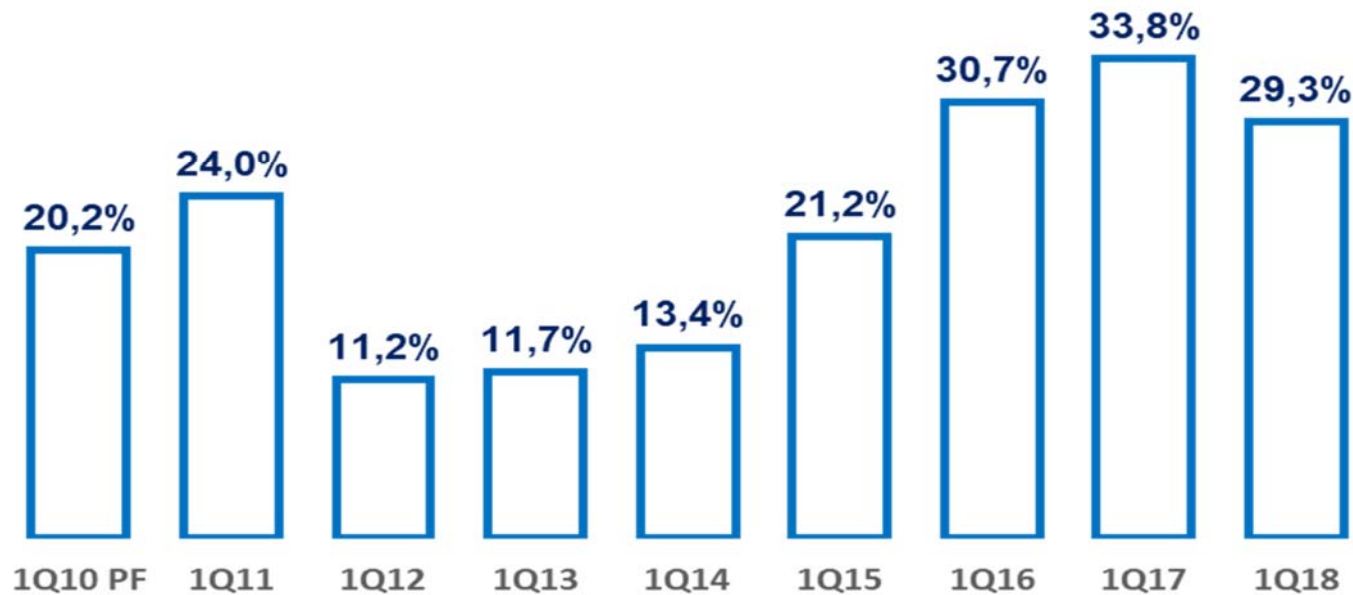


Thanks to our **strong cost control policy and flexible business model** Mediaset España continues to achieve **excellent results** in cost management

€ Million **Pro-forma consolidated P&L accounts under IFRS of Mediaset España's Group and Sogecuatro's Group

1Q EBITDA margin evolution

One of the highest Q1 EBITDA margin

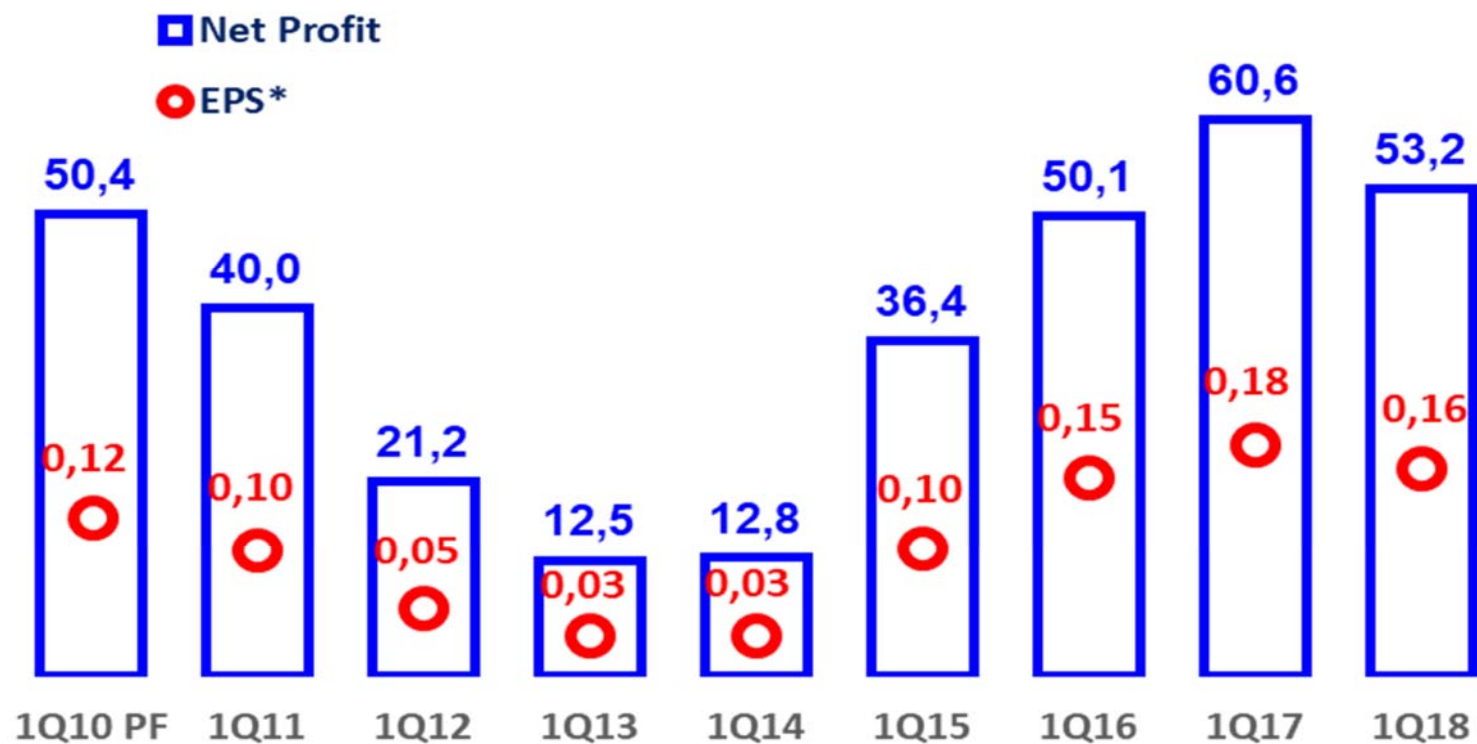


Mediaset España's high operational leverage allows the group to achieve **strong margin** levels.

EBITDA Adj./Total net revenues

1Q net profit evolution

*One of the highest Q1 net profit & EPS**



Mediaset España's business model allows a **solid net profit and EPS* evolution.**

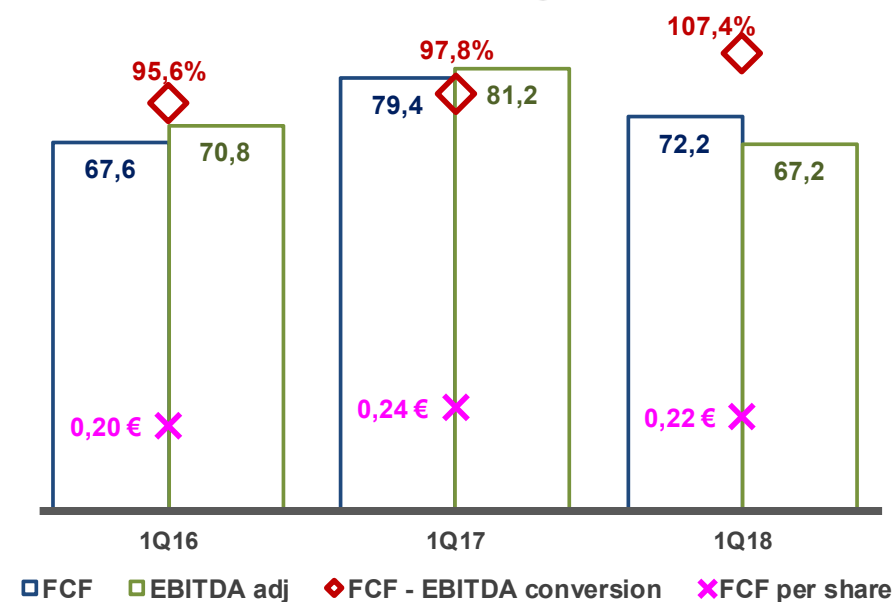
Net profit: € Million

* EPS (€) adjusted excluding treasury shares as of March 31st

1Q18 consolidated cash flow

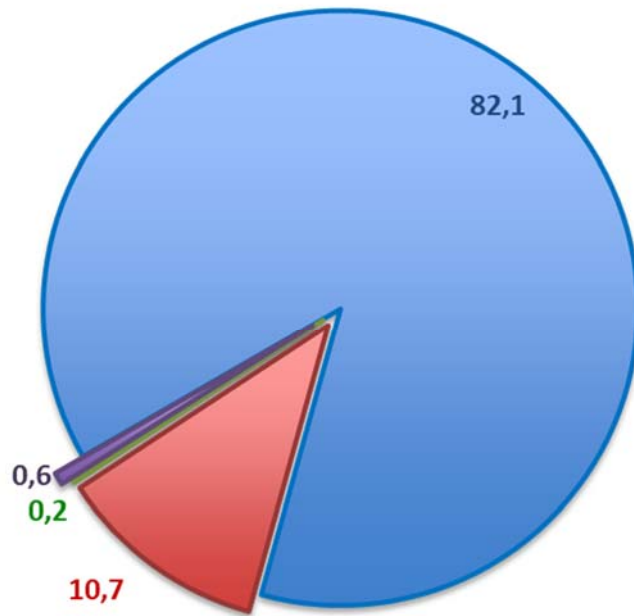
€ Million	1Q18	1Q17	Diff. in € million
Initial cash position	135,3	177,4	-42,2
Free cash flow	72,2	79,4	-7,2
Cash flow from operations	92,5	105,6	-13,1
Net investments	-93,7	-98,3	4,6
Change in net working capital	73,5	72,1	1,3
Change in equity	-2,1	2,1	-4,3
Financial Investments	-0,5	0,0	-0,4
Dividends received	0,0	0,0	0,0
Dividend payments	0,0	0,0	0,0
Total net cash flow	69,6	81,5	-11,9
Final net cash position	204,9	258,9	-54,0
Free cash flow/EBIT	113,5%	103,4%	

The golden rule of MES:
extensive content
production permits **high**
free cash flow conversion



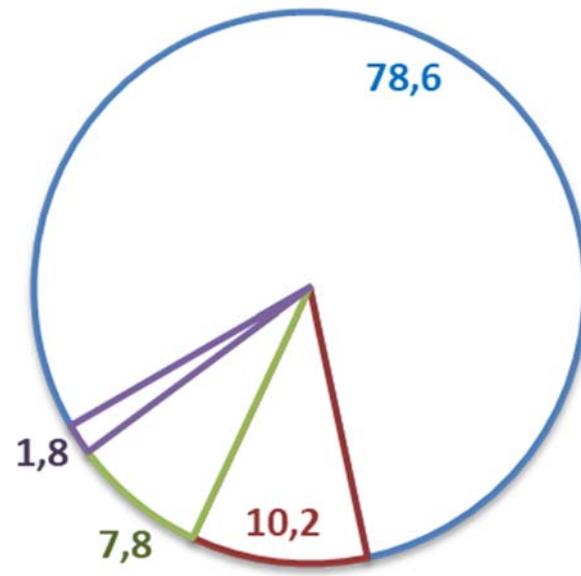
1Q18 net investments

**Total net investment
1Q18: €93.7**



- TV Rights Non-Fiction
- TV Rights - Fiction
- Co-production/Distribution
- Tangible & intangible fixed assets

**Total net investments
1Q17: €98.3**

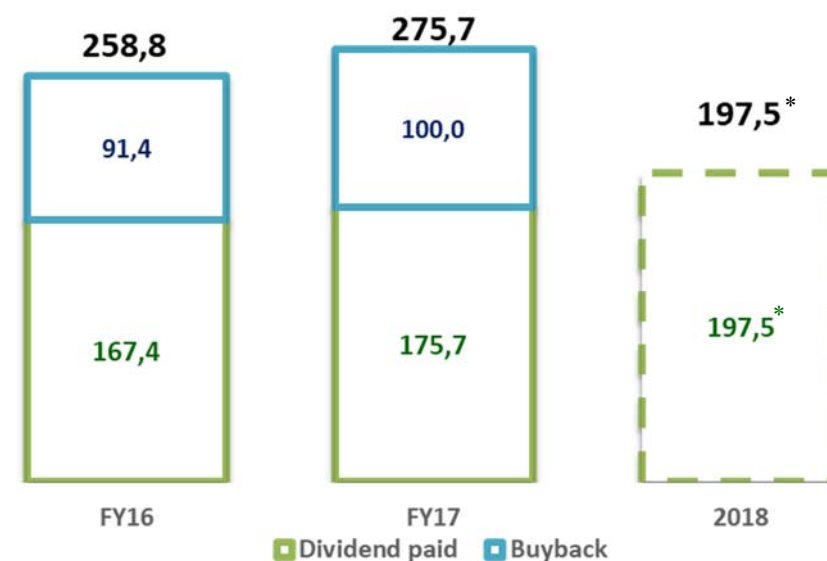


€ Million

1Q18 balance sheet

€ Million	1Q18	FY17
Fixed assets	565,3	569,4
-Financial	314,8	314,7
-Non financial	250,4	254,7
Audiovisual rights and pre-payments	218,5	156,4
-TV, third party rights	166,7	106,4
-TV, Spanish fiction rights	32,2	27,0
-Co-production / distribution	19,6	23,0
Tax credit	96,7	101,0
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	880,5	826,8
Current assets	213,7	272,3
Financial investments and cash	205,0	135,9
TOTAL CURRENT ASSETS	418,7	408,2
TOTAL ASSETS	1.299,2	1.235,0
SHAREHOLDERS' EQUITY	952,1	900,1
Non-current provisions	13,8	13,4
Non-current payables	21,1	19,0
Non-current financial liabilities	-	0,0
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	34,9	32,4
Current payables	312,2	301,9
Current financial liabilities	0,0	0,6
TOTAL CURRENT LIABILITIES	312,2	302,5
TOTAL LIABILITIES	1.299,2	1.235,0

Solid balance and generous shareholder remuneration



€ Million

* To be paid on May 3rd

BACK-UP



1Q18 consolidated P&L account (I)

€ Million	1Q18	1Q17
Gross Advertising Revenues	224,6	235,4
- Mediaset España's medias	219,5	230,2
- Third party's medias	5,2	5,2
Commission	-9,5	-9,5
Net Advertising revenues	215,1	225,9
Other Revenues	14,5	14,6
TOTAL NET REVENUES	229,6	240,4
Personnel	25,7	26,0
TV Rights amortisation	31,0	34,4
Other operating costs	105,7	98,9
<i>Total operating costs (1)</i>	<i>162,4</i>	<i>159,2</i>
EBITDA adj*	67,2	81,2
EBITDA adj*/NET REVENUES	29,3%	33,8%



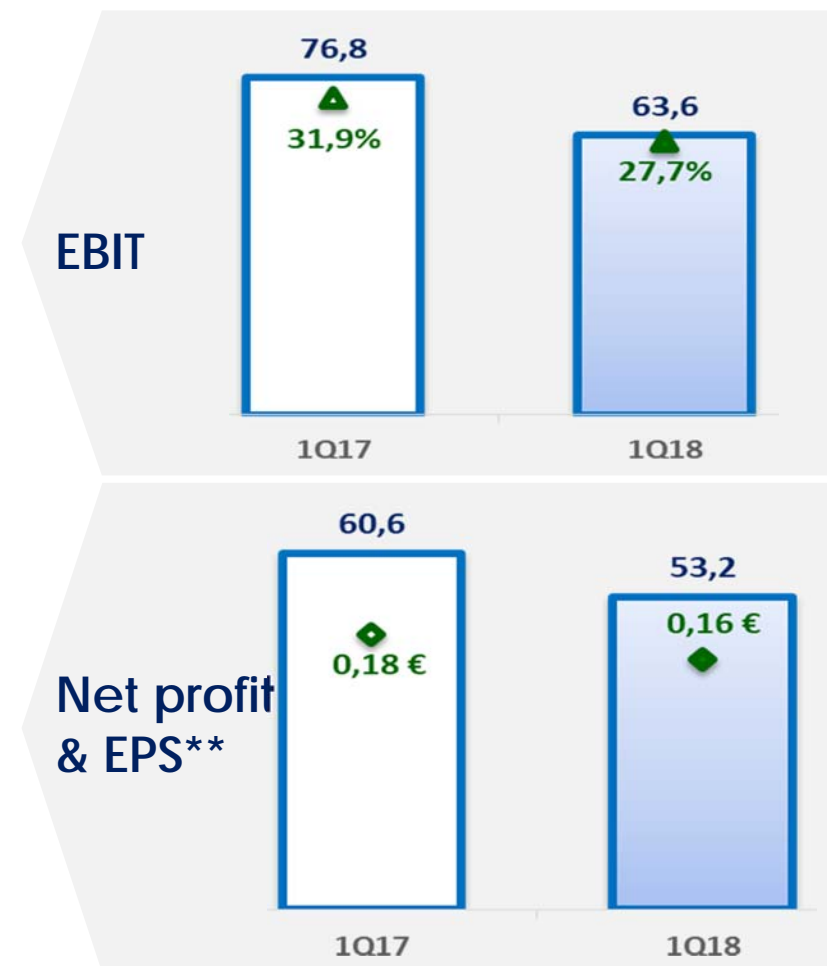
*EBITDA Adj, includes TV rights consumption

1Q18 consolidated P&L account (II)

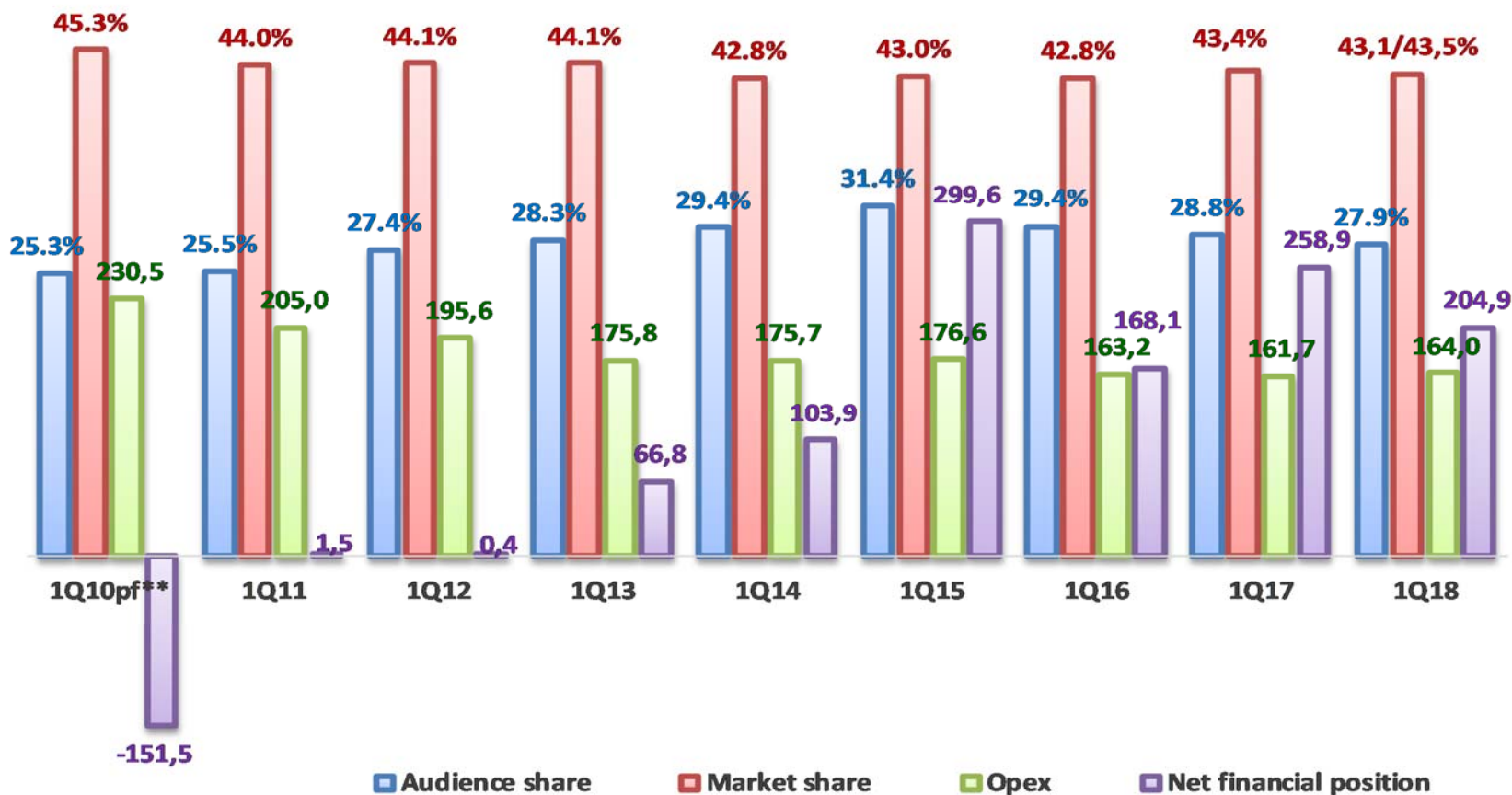
€ Million	1Q18	1Q17
EBITDA adj*	67,2	81,2
PPA amortisation (2)	2,0	2,0
Depreciation tangible assets & provisions (3)	1,6	2,4
<i>Total Costs (1+2+3)</i>	<i>166,0</i>	<i>163,7</i>
EBIT	63,6	76,8
EBIT/NET REVENUES	27,7%	31,9%
Equity consolidated results	4,4	0,5
Financial results	-0,2	-0,2
EBT	67,7	77,1
Income taxes	-14,6	-16,6
Minority interest	0,0	0,0
NET PROFIT	53,2	60,6
Adjusted EPS**	0,16 €	0,18 €
NET PROFIT/TOTAL NET REVENUES	23,2%	25,2%

*EBITDA Adj, includes TV rights consumption

** adjusted excluding the treasury stocks owned at March 31st



The virtuous circle of Mediaset España (1Q)



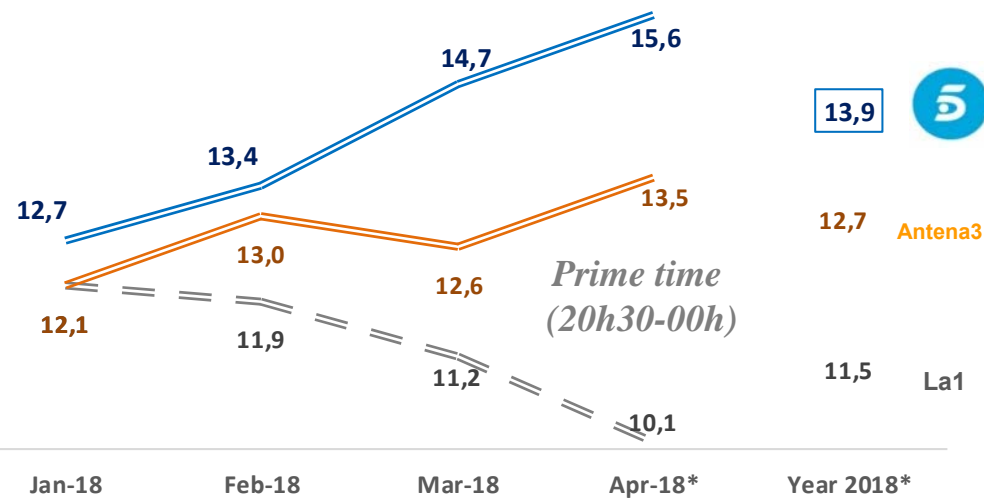
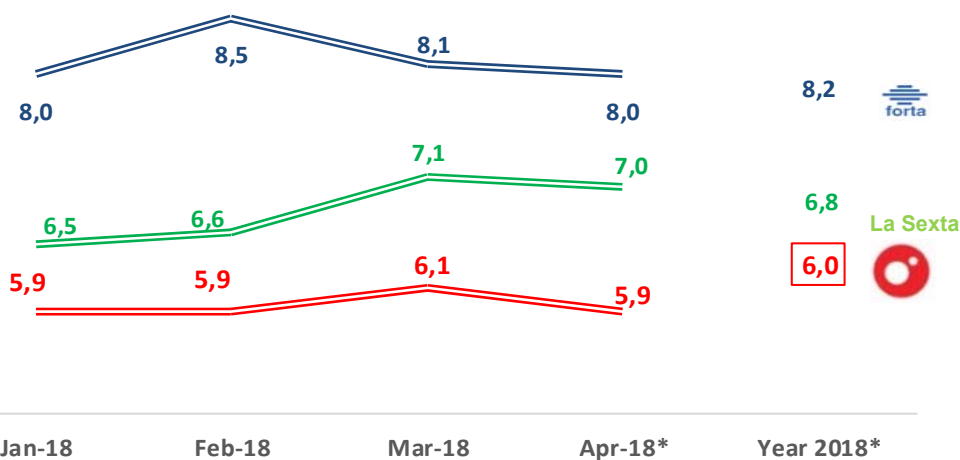
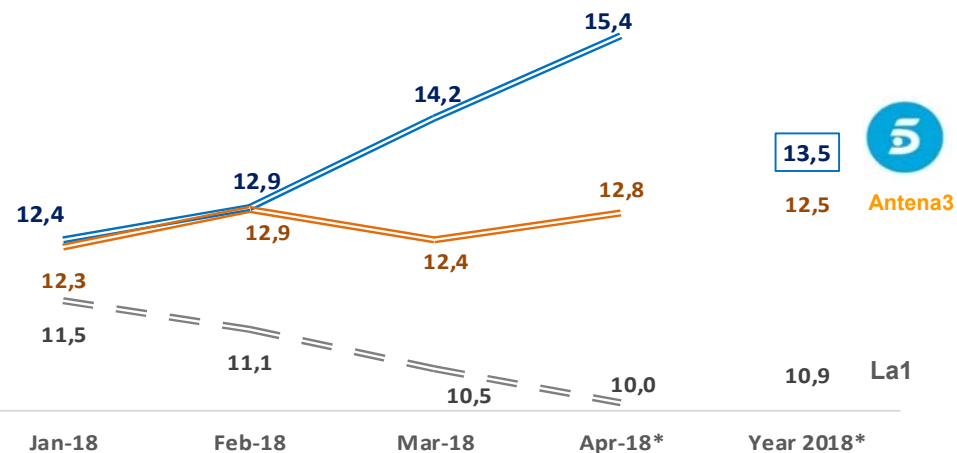
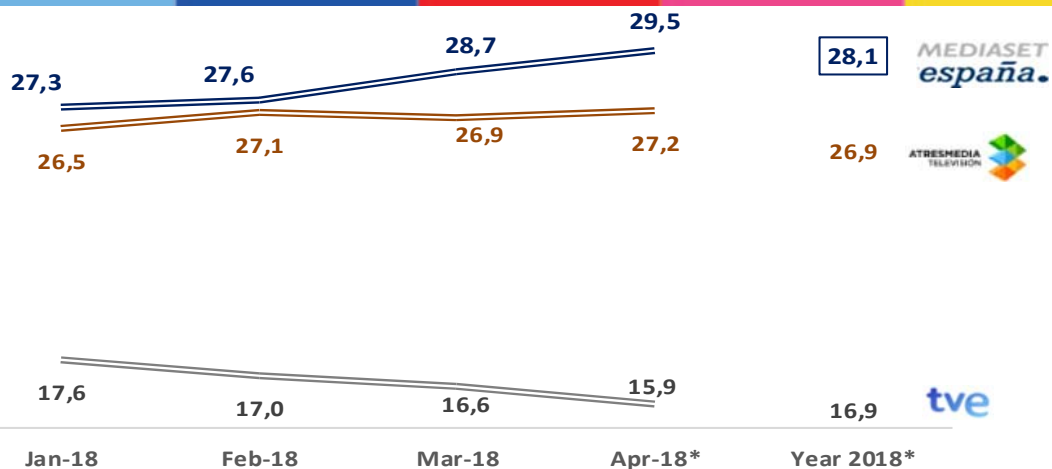
Thanks to its **flexible business model** Mediaset España continues to achieve **remarkable results**: maintaining **audience, market share** and **costs** levels while **increasing the net cash position** (with a **generous remuneration for shareholders**).

Source: Kantar media (24h total individual audience share) and Infoadex

**Pro-forma consolidated P&L accounts under IFRS of Mediaset España's Group and Sogecuatro's Group

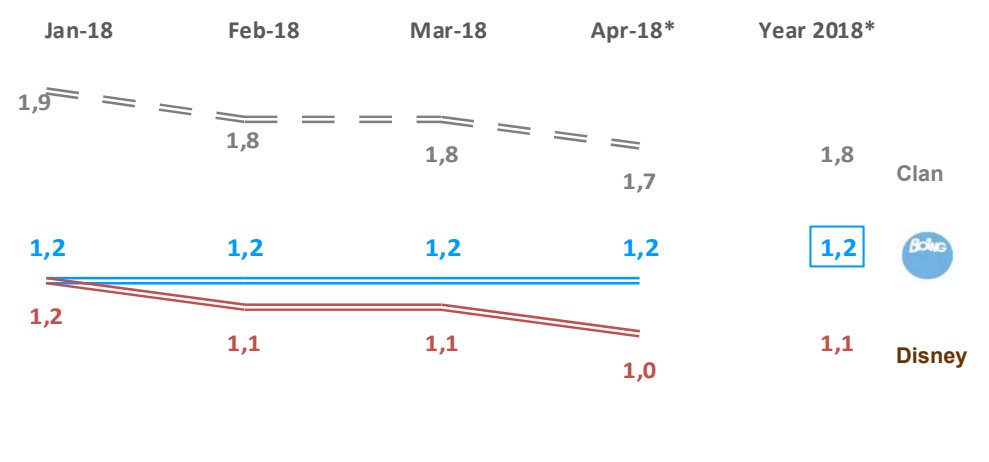
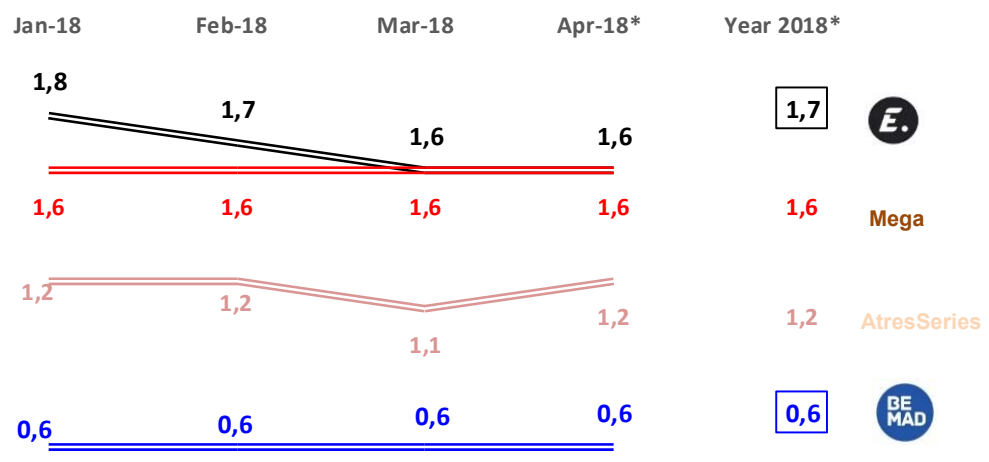
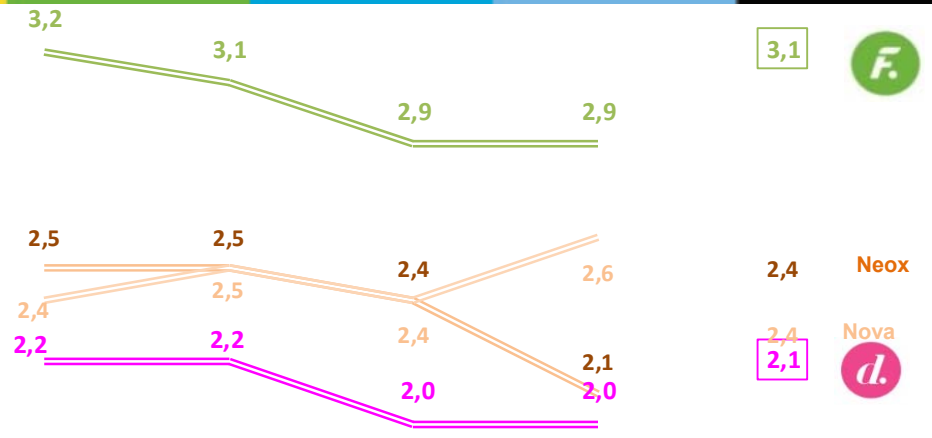
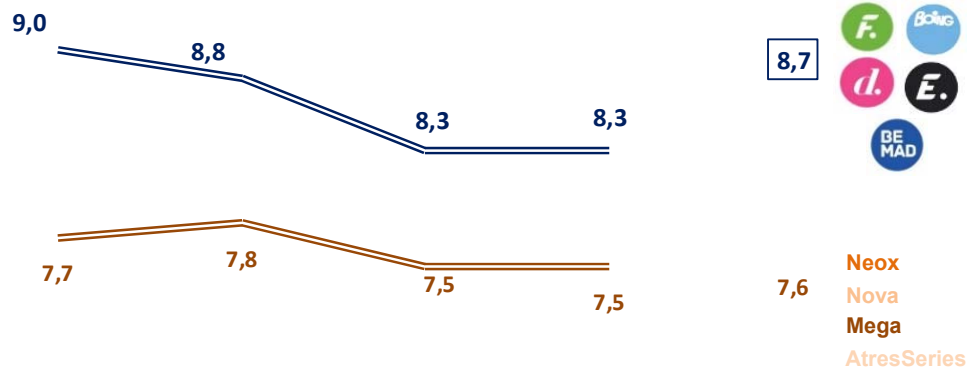
€ Million

YTD* audience evolution (24h total individuals)



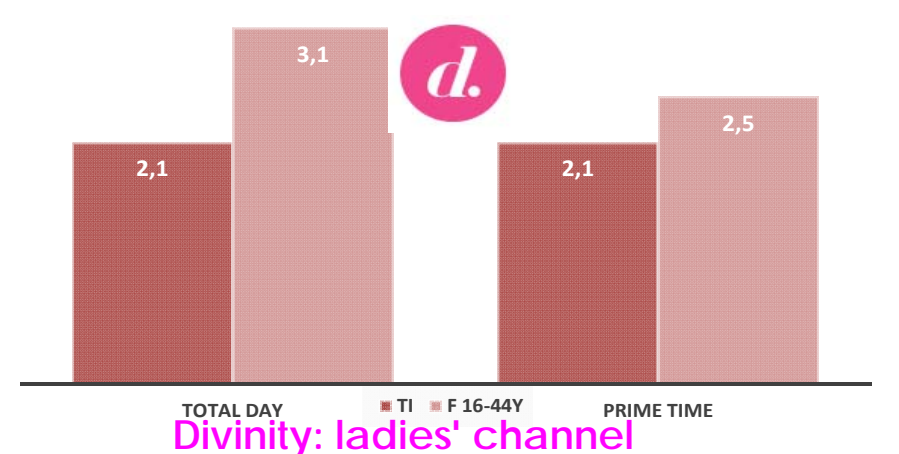
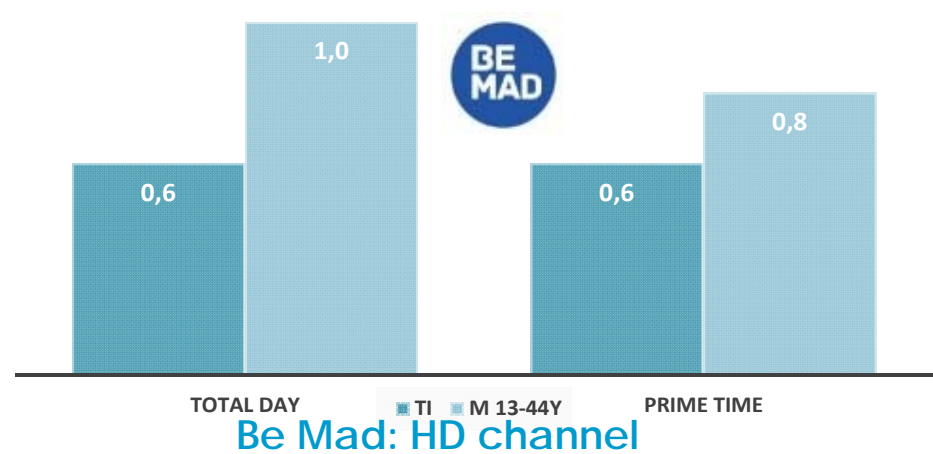
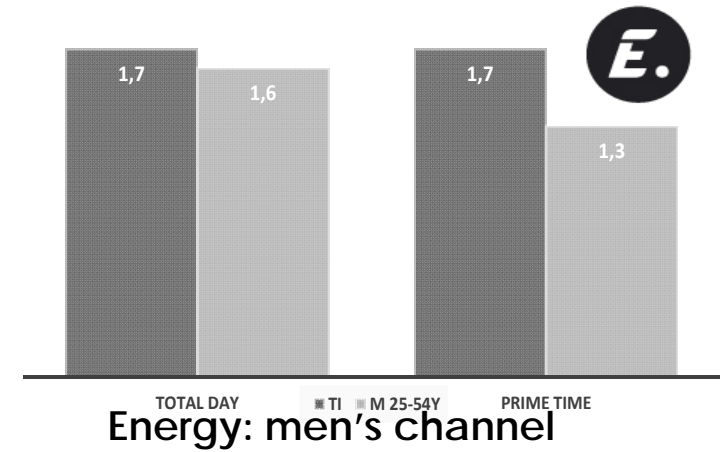
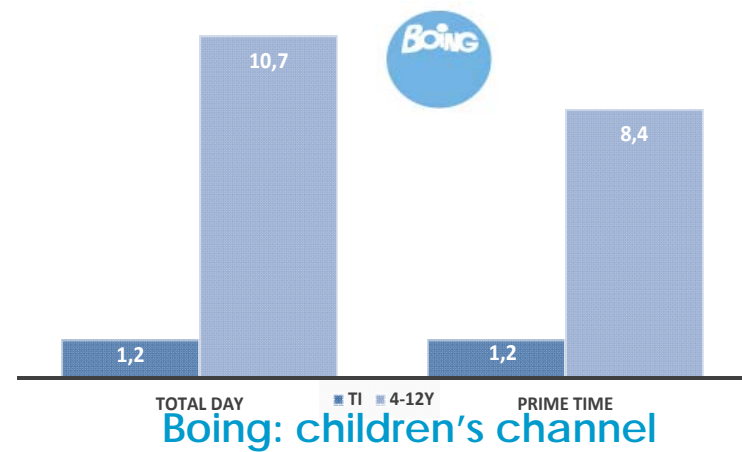
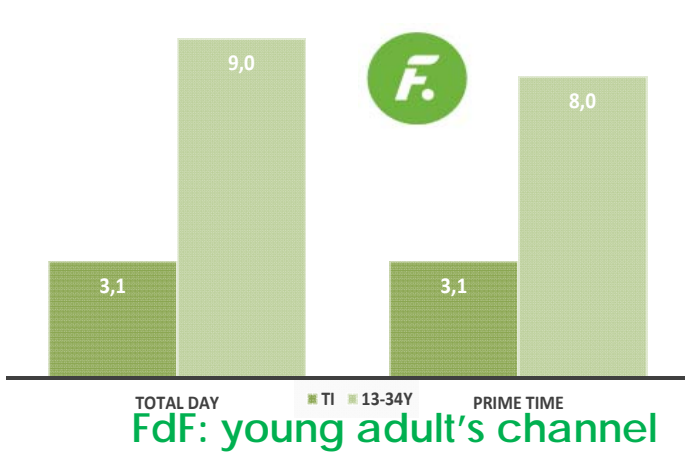
Source: Kantar media
* Average audience January 1st – Abril 16th

YTD* audience evolution (24h total individuals)



Source: Kantar media
 * Average audience January 1st – Abril 16th

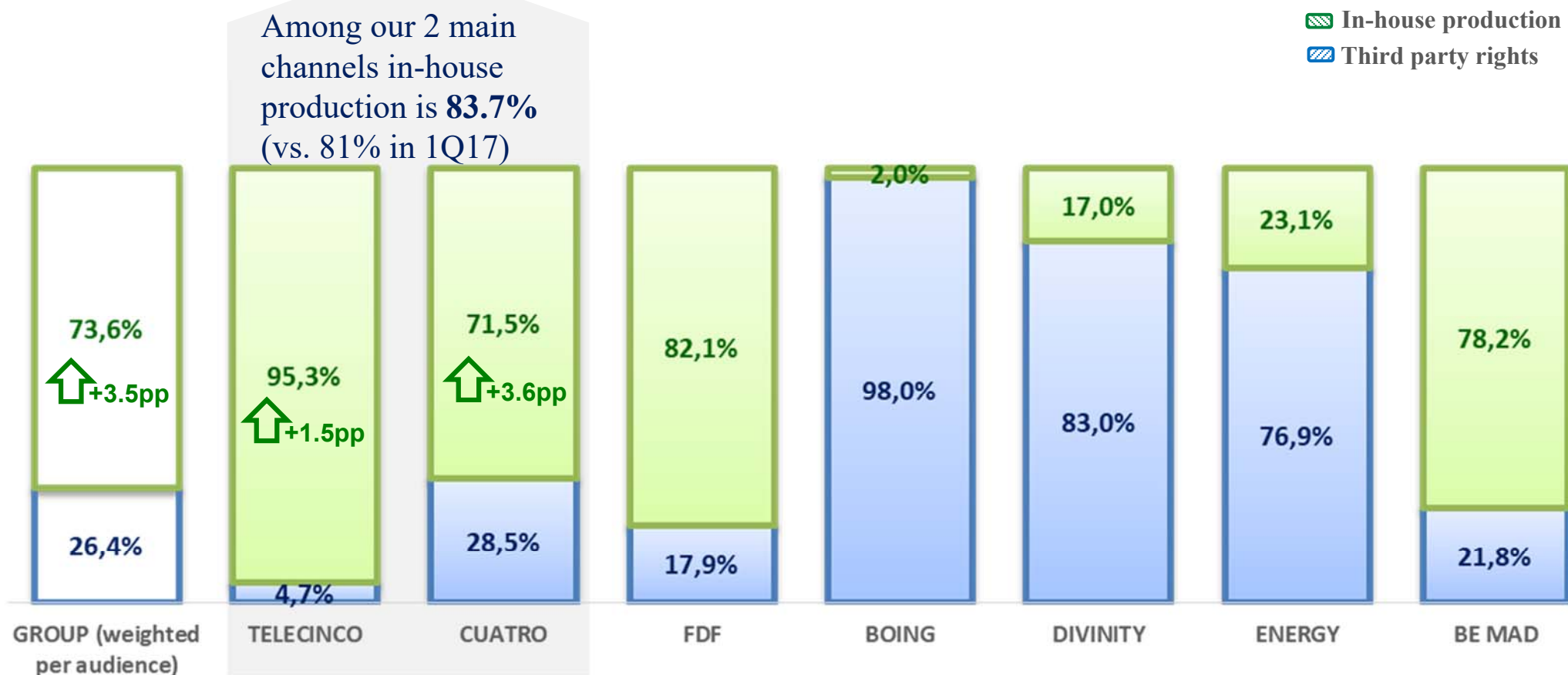
1Q18 audience: multichannel strategy



Source: Kantar media
 * Average audience January 1st – March 31th

1Q18 Mediaset España's programming mix

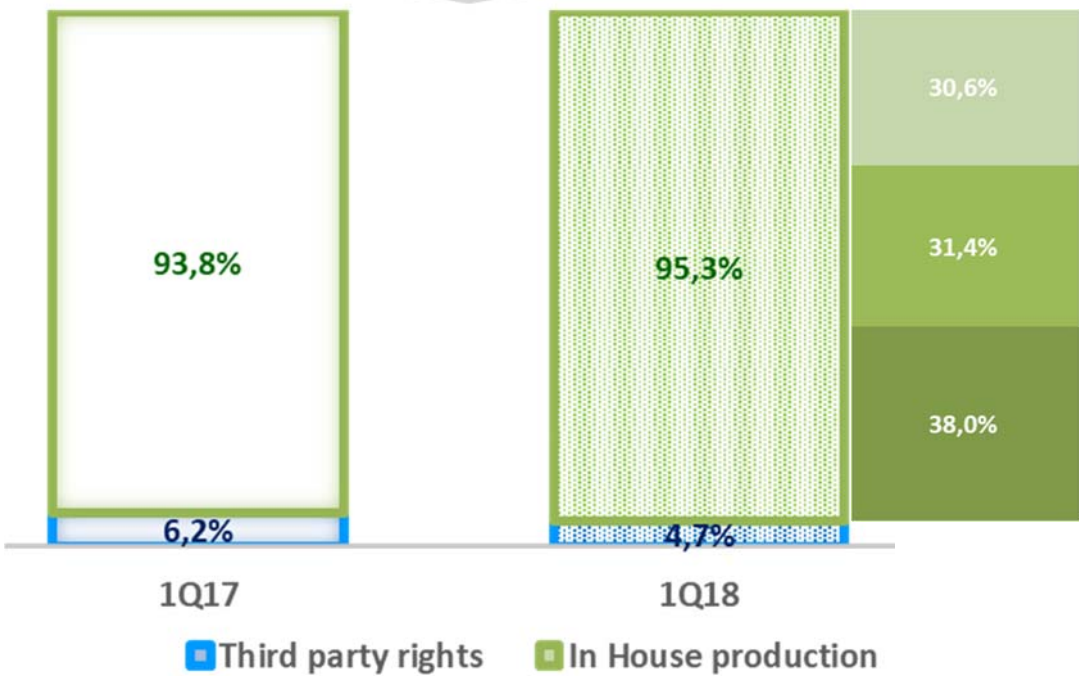
In-house production vs. library in terms of broadcasted hours



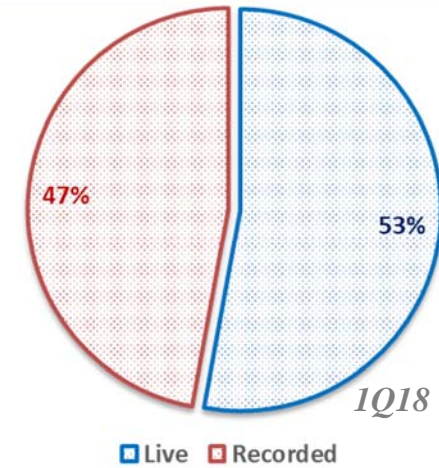
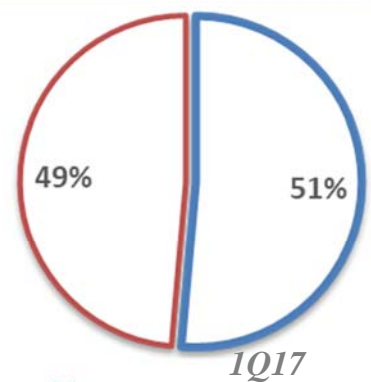
1Q18 Telecinco's programming mix



Stable level of in-house production over the years



- Production with independent companies* (1Q17: 45.7%)
- Produced by Mediaset España* (1Q17: 27.3%)
- Production with participated companies:* (1Q17: 27.0%)
 - *La fábrica de la tele*
 - *Mandarina*
 - *Melodía Producciones*
 - *Alea Media*
 - *Súper sport*



DISCLAIMER

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@mediaset.es

WEB: www.mediaset.es/inversores/en

Statements contained in this document, particularly the ones regarding any Mediaset España possible or assumed future performance, are or may be forward looking statements and in this respect they involve some risks and uncertainties.

Mediaset España actual results and developments may differ materially from the ones expressed or implied by the above statements depending on a variety of factors.

Any reference to past performance of Mediaset España shall not be taken as an indication of future performance.

The content of this document is not, and shall not be considered as, an offer document or an offer or solicitation to subscribe for, buy or sell any stock.

The shares of Mediaset España may not be offered or sold in the United States of America except pursuant to an effective registration statement under the U.S. Securities Act of 1933, as amended, or pursuant to a valid exemption from registration

FIRST QUARTER 2018 RESULTS

January – March 2018

*MEDIASET*españa.



Madrid – April 19th, 2018

CONTENTS

1. Financial and operating highlights
2. Profit and loss account
3. Cash flow generation
4. CAPEX
5. Summary balance sheet
6. Audience share performance
7. Internet
8. HbbTV
9. Media for Equity
10. Share evolution and analysts' recommendations
11. Relevant Facts 2018
12. Contact us

Conference Call / Web cast details

19th April 2018 at 11:00 CET (10:00 am UK Time)

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

You will also be able to connect via **webcast** with this link:

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

Or through our **IR homepage**:

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



I. FINANCIAL AND OPERATING HIGHLIGHTS

mill. EUR	1Q2018	1Q2017	Var (M€)	Var (%)
Total net revenues	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)
Total operating costs	162,36	159,23	3,13	2,0%
EBITDA Adj. ⁽¹⁾	67,22	81,19	(13,97)	(17,2%)
EBITDA margin	29,3%	33,8%		
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
EBIT margin	27,7%	31,9%		
NET PROFIT	53,18	60,60	(7,41)	(12,2%)
EPS ⁽²⁾	0,16	0,18		
Net cash position	204,91	258,91	(54,00)	
Free Cash - Flow	72,22	79,38	(7,16)	

(1) EBITDA Adj, includes TV rights consumption

(2) Excluding treasury shares at 31st March

In the first quarter 2018, *Mediaset España* registered an adjusted EBITDA of €67.2 million, and EBIT of €63.6 million.

- **Total net revenues** in the period amount to **€229.6 million**, with **net advertising revenues** totaling **€215.1 million** and **Other revenues** **€14.5 million**.
- **Infoadex**, as per today, hasn't reported yet on the **first quarter 2018** Spanish advertising market. *Mediaset España* internally estimates that its **market share** for the period would be in the range of **43.1%-43.5%**
- *Mediaset España's* **EBITDA margin** for the first quarter 2018 stands at **29.3%** whilst the **EBIT margin** reaches **27.7%**.
- **Net profit** amounts to **€53.2 million**, representing **earnings per share of €0.16** (excluding treasury stock at 31/3/2018).
- *Mediaset España's* **net cash position**, at **31st March 2018** is **€204.9 million** whilst **free cash flow generation** in the period reaches **€72.2 million**.
- *Mediaset España's* **AGM** held on the 18th of April approved the distribution of both an **ordinary dividend (€0.50/share)** and an **extraordinary dividend (€0.10/share)**. The **total dividend per share is €0.60**, and the total amount to be distributed equals **€197.5 million**. The dividend to be paid on **May 3rd 2018**.
- The number of own **shares** held by the company at **31st March 2018** equals **9.282.275** representing **2.76%** of the share capital of the company. The **2018 AGM approved the cancellation** of the aforementioned shares through a **capital reduction**. After the share cancellation the social capital **would consist of 327.435.216 shares**.
- *Mediaset España's* **Group** audience share in the first three months of 2018 (**24 hours total individuals**) is **27.9%** with a **29.8%** commercial target.
- In the months of **January and February 2018**, *Mediaset España* registered a **monthly average of 10.8 million unique users**, **178,1 million page views** and **154.9 million videos streamed** (Source: ComScore, multiplatform, January and February data).

2. PROFIT AND LOSS ACCOUNT

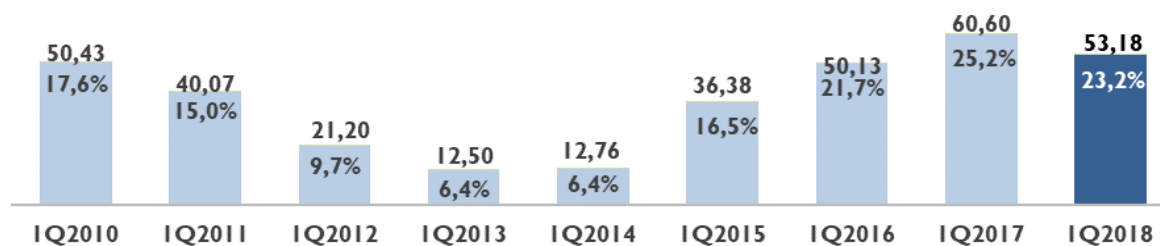
Table 1: Consolidated Profit and Loss Account

mill. EUR	1Q2018	1Q2017	Var (M€)	Var (%)
Net advertising revenues	215,10	225,86	(10,75)	(4,8%)
Other revenues	14,47	14,57	(0,09)	(0,6%)
Total Net Revenues	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)
Rights Amortisation	(30,95)	(34,36)	3,41	(9,9%)
Personnel	(25,70)	(26,02)	0,32	(1,2%)
Other operating costs	(105,70)	(98,85)	(6,85)	6,9%
Total Costs	(162,36)	(159,23)	(3,13)	2,0%
EBITDA	67,22	81,19	(13,97)	(17,2%)
EBITDA Margin	29,3%	33,8%		
Other amortisations, provisions	(1,61)	(2,42)	0,81	(33,5%)
Amortisation PPA	(2,00)	(2,00)	0,00	0,0%
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
EBIT Margin	27,7%	31,9%		
Equity Cons. Results and Depr. Fin. Assets	4,35	0,55	3,81	-
Financial results	(0,22)	(0,16)	(0,05)	-
Pre-tax Profit	67,74	77,15	(9,41)	(12,2%)
Income taxes	(14,56)	(16,59)	2,03	(12,3%)
Minority interests	0,00	0,04	(0,04)	-
Net Profit	53,18	60,60	(7,41)	(12,2%)
Net Profit Margin	23,2%	25,2%		
EPS (excluding treasury shares)	0,16	0,18		

Net Profit in the first quarter 2018 is **€53.18 million**, representing net profit margin over total net revenues of **23.2%** and **earnings per share** of **€0.16** (excluding treasury stock).

In 2018 **Mediaset España's** registers its **second best net profit** margin for a **first quarter** since 2008.

Net Profit (mill. €)
Net Profit / Total Net Revenues (%)



2.1 REVENUES

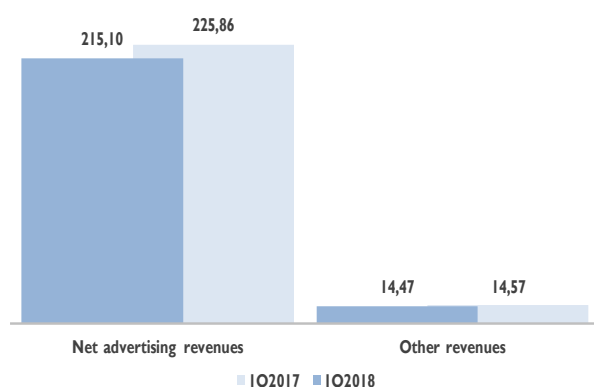
Table 2: Revenues

mill. EUR	1Q2018	1Q2017	Var (M€)	Var (%)
Gross Advertising Revenues	224,62	235,38	(10,76)	(4,6%)
Mediaset España's Media	219,45	230,16	(10,71)	(4,7%)
Third Party Media	5,17	5,22	(0,04)	(0,8%)
Commission	(9,52)	(9,52)	0,00	(0,0%)
Net Advertising Revenues	215,10	225,86	(10,75)	(4,8%)
Other Revenues	14,47	14,57	(0,09)	(0,6%)
Total Net Revenues	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)

Total gross advertising revenues for the first quarter 2018 amount to €224.62 million, a breakdown of which is as follows:

- **Gross Advertising Revenues of Mediaset España's Media** include advertising revenues from, Internet, Teletext and the Group's 7 TV channels: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY, ENERGY and BE MAD** and adds to a total in the quarter of €219.45 million. This number has been impacted by the **Easter Holiday**, which fell in the last week of March this year (last year it was in April). **Mediaset España** estimates that its market share in the quarter could be in the range of 43.1%-43.5%.
- **Gross third party media revenues** include the advertising sales for various pay-TV channels, internet, and the free TV channel Gol. In the first quarter 2018, sales amounted to €5.17 million, this is flat compared to the same period last year (€5.22 million).

Total Net Revenues, Advertising and Others Revenues (mill. EUR)



Net advertising revenues, which are the gross revenues net of commission, reach €215.10 million in the period.

Other Revenues line includes income from the Internet, sale of rights and movie activities among others. In the period January-March 2018, these revenues add to €14.47 million, in line with the revenues obtained in same period last year (€14.57 million).

Mediaset España has premiered one movie in the first quarter 2018: “**El Cuaderno de Sara**”, released on the 2nd of February. However, this income line also includes some of the **box office** revenues from “**Perfectos Desconocidos**”, movie

released December 1st 2017, still in cinemas. To 31st of March “**El Cuaderno de Sara**”, has made €5.1 million at the box office and, ranks first in the Spanish best movie releases of the period.

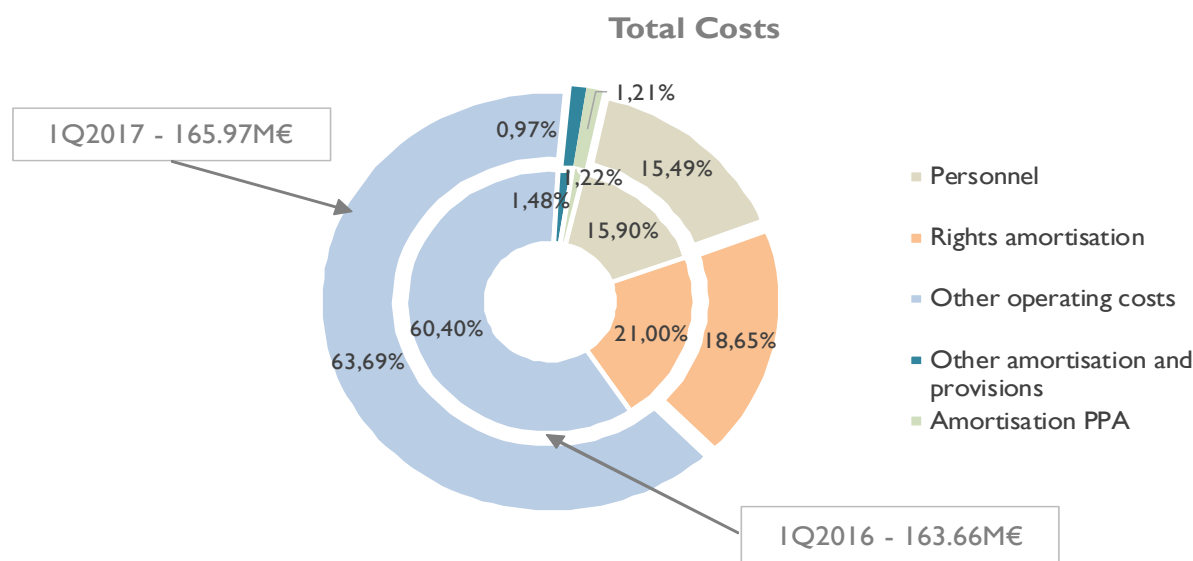
Total net revenues in this quarter amount to €229.58 million.

2.2 OPERATING COST

Total operating costs in the period **January-March 2018** add to **€162.36 million**, just **€3.13 million up versus** last year and perfectly in line with the cost guidance provided at the beginning of the year. Our programming grid in the quarter included, among others, successful formats such **The Voice kids, Got Talent and Survivors**, as well as **6 Copa del Rey** football matches and **2 friendly football matches played by the Spanish national team in preparation for the forthcoming World Cup in Russia**.

Table 3: Operating costs

mill. EUR	1Q2018	1Q2017	Var (M€)	Var (%)
Personnel costs	25,70	26,02	(0,32)	(1,2%)
Rights amortisation	30,95	34,36	(3,41)	(9,9%)
Other operating costs	105,70	98,85	6,85	6,9%
Total Operating Costs	162,36	159,23	3,13	2,0%
Other amortisation and provisions	1,61	2,42	(0,81)	(33,5%)
Amortisation PPA	2,00	2,00	0,00	0,0%
TOTAL COSTS	165,97	163,66	2,31	1,4%



Mediaset España's cost base (operating costs + D&A & Provisions) in the **first quarter 2018** adds up to **€163.97 million**, which is **28.9% lower** than the same period 2010 (€230.46million). This implies **savings of €66.49 million** despite operating two more channels than in 2010.

mill. €	1Q2010*	1Q2011	1Q2012	1Q2013	1Q2014	1Q2015	1Q2016	1Q2017	1Q2018	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 consolidated P&L accounts under IFRS of Mediaset España's Group and Sogecuatro's Group

Content

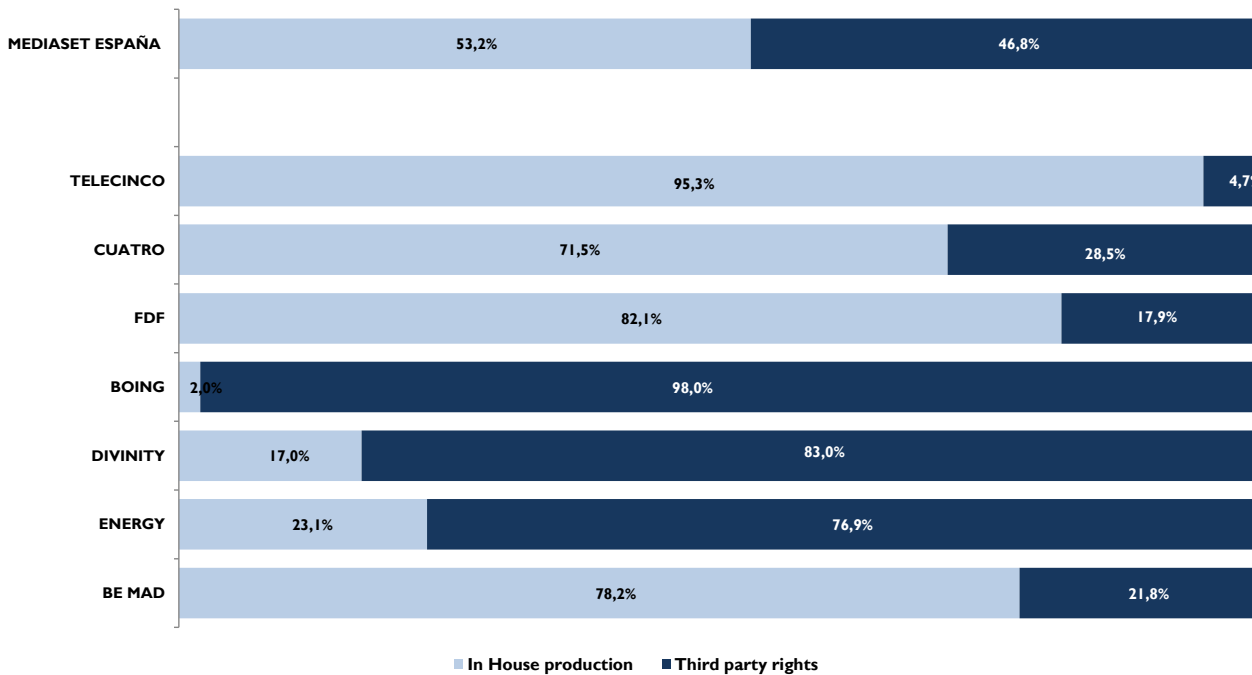
Mediaset España operated **7 channels** in the **first quarter 2018: Telecinco, Cuatro, Factoria de Ficción, Divinity, Boing, Energy and Be Mad.**

In the period **January-March 2018, The Group** dedicated **53.2%** of its broadcasted hours to **in-house production**, and **46.8%** to **third party rights**. This is an across the board increase of **+7.9pp** in the **in-house-production** vs. last year (45.3%) which affects all the channels but with particular relevance **for Be Mad, Cuatro and Divinity**. Taking into account **the broadcasted hours weighted with audience**, then, **73.6%** of the broadcasted hours are in-house whilst **26.4%** corresponds to third party.

In the first quarter 2018 TELECINCO devoted **95.3%** of its broadcasted hours to **in-house** production whilst **4.7%** was allocated to **third party rights**, up **1.5pp** vs. the same period of last year, (93,8% in-house production and 6,2% third party).

CUATRO allocated **71.5%** of its broadcasting hours to **in-house production**, that is an increase, **+3.6 pp** compared to first quarter 2017 (**67.9%**) whilst **28.5%** of the broadcasted hours in the period was **third party rights**, (32.1% vs in the same period 2017).

Telecinco and **Cuatro** channels combined, have **83.7 %** of their **broadcasted hours devoted to in-house production**, versus **16.3% of third party rights**. This compares to the combined **81.4% of in-house production** last year which represents an increase of **+2.3pp**.



The rest of the channels had the following allocation: **FACTORIA DE FICCIÓN** 82.1% of its broadcasted hours is **in-house production** compared to **17.9%** of **third party rights**, **BOING** is **98.0%**, **third party rights**, and **DIVINITY** has **17.0%** **in-house production** versus **83.0%** **third party**. **ENERGY** has **23.1%** in house production and **76.9%** of **third party** and finally, **BE MAD** **78.2%** **in-house production** and **21.8%** **third party rights**.

2.3 OPERATING PROFIT AND MARGINS

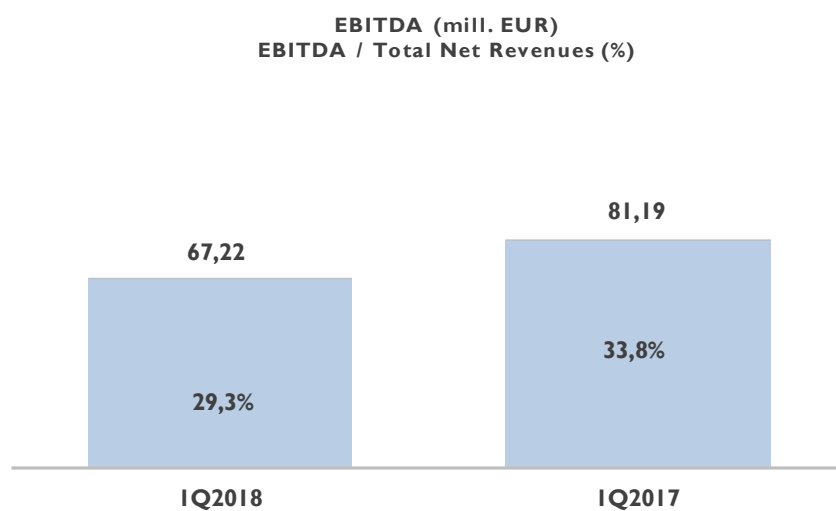
Gross operating profit, adjusted EBITDA, amounts to a total of **€67.22 million** for the period **January-March 2018**, which represents gross margin of **29.3% margin over total net revenues**.

The **Gross operating profit** for the period is in line with the results achieved in previous years despite having, in this quarter, the negative Easter Holiday impact. This is **an excellent result that once again proves the soundness** of the business.

Net operating profit (EBIT) amounts to **€63.61 million** which represents a **27.7% margin over total net revenues**.

Table 4: Margins

mill. EUR	1Q2018	1Q2017	Var (M€)	Var (%)
Total net revenues	229,58	240,42	(10,85)	(4,5%)
EBITDA	67,22	81,19	(13,97)	(17,2%)
EBITDA Margin	29,3%	33,8%		
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
EBIT Margin	27,7%	31,9%		



mill. EUR	1Q2018	1Q2017	Var (M€)	Var (%)
EBIT	63,61	76,77	(13,16)	(17,1%)
Equity Cons. Results and Depr. Fin. Assets	4,35	0,55	3,81	-
Financial results	(0,22)	(0,16)	(0,05)	-
Pre-tax Profit	67,74	77,15	(9,41)	(12,2%)
Income taxes	(14,56)	(16,59)	2,03	(12,3%)
Minority interests	0,00	0,04	(0,04)	-
Net Profit	53,18	60,60	(7,41)	(12,2%)
Net Profit Margin	23,2%	25,2%		

2.4 FINANCIAL RESULT AND EQUITY CONSOLIDATED COMPANIES

The **equity consolidated companies**¹ line for the period **January-March 2018** shows a **€4.35 million gain**, compared to the **€0.55 million** for the same period last year. This number includes the revaluation of one of the participated companies and captures the partial recovery of the write-down effected in the past.

Financial results for the period represent a **net expense of €0.22 million**, a number in line with last year (**€0.16 million**).

2.5 PROFIT FOR THE FIRST QUARTER 2018

Pre-tax profit for the quarter is **€67.74 million** whilst **Net Profit** reaches **€53.18 million and equates to 23.2% margin over total revenues**.

¹ Companies consolidated by the equity method are: Pegaso Television Inc. (43.7%), Furia de titanes II, A.I.E (34.0% indirect shareholding), 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. (30.0% indirect shareholding), Aunia S.L (50.0% indirect shareholding), Alea Media S.A. (40%), Melodía Producciones S.L. (40.0%) Adtech Ventures S.P.A. (50.0% indirect shareholding).

3. CASH FLOW GENERATION

Mediaset España operating free cash flow in the first quarter 2018, is **€72.22 million** and its net cash position at the end of the period is **€204.91 million**.

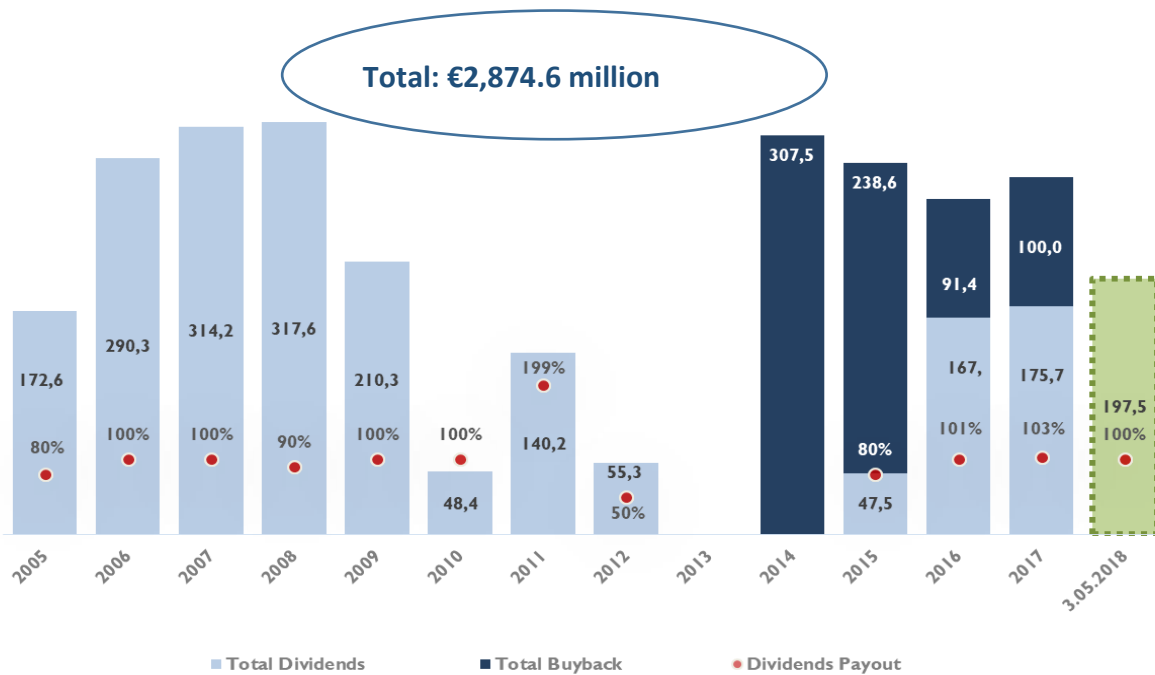
Table 5: Cash-Flow

mill. EUR	1Q2018	1Q2017	Var (M€)
Net profit (without minority interests)	53,18	60,56	(7,37)
Amortisation:	35,86	39,10	(3,24)
Rights	30,95	34,36	(3,41)
Other	4,91	4,74	0,17
Provisions	0,81	(0,65)	1,46
Other	2,63	6,56	(3,93)
OPERATING CASH FLOW	92,49	105,57	(13,08)
Investment in rights	(93,10)	(96,56)	3,47
Investments, other	(0,63)	(1,77)	1,14
Change in working capital	73,45	72,14	1,31
OPERATING FREE CASH FLOW	72,22	79,38	(7,16)
Own stock purchase	(0,02)	(0,02)	0,00
Change in Equity	(2,14)	2,13	(4,27)
Financial investments/disinvestments	(0,44)	(0,02)	(0,42)
Dividends received	0,00	0,00	0,00
Dividend payments	0,00	0,00	0,00
Net Cash Change	69,61	81,47	(11,85)
INITIAL FINANCIAL POSITION	135,30	177,45	(42,15)
FINAL FINANCIAL POSITION	204,91	258,91	(54,00)

Mediaset España's cash conversion rate equals **107% in the period: free cash flow** (€72.22 million) and **EBITDA** (€67.22 million), proving once again that our **business model** continues to be highly **cash generative**.

The AGM of the company, held on April 18th, has approved a **dividend distribution of €0.60/per share** split as follows: **€0.50/per share against 2017 results** and **€0.10/per share against distributable reserves** (all amounts excluding treasury shares). The total amount of the dividend will be **€197.5 million** and will be **payable on May 3rd 2018**.

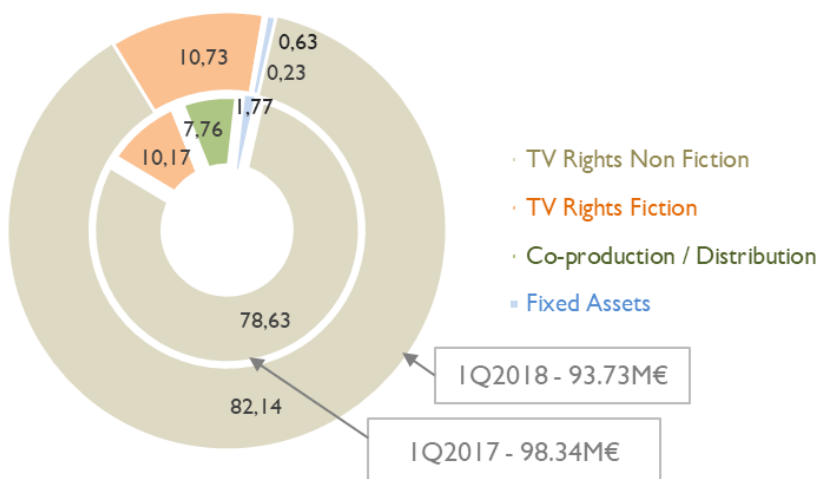
Once the **2018 dividend is paid**, the total **Mediaset España** shareholders' remuneration, since listing in 2004, would be **€2,874.6 million**, of which: **€2,137.1 million** would be **by way of dividend (ordinary and extraordinary)**, and **€737.5 million by way of buybacks**.



4. CAPEX

Total net investment in the first quarter 2018 reached a total of **€93.73 million**, compared **€98.34 million** last year. In this period, the Group has invested a total of **€82.14 million** in **third party rights**, **€10.73 million** in **local fiction**, and **€0.23 million** in **co-production/distribution** whilst investment in **tangible and intangible assets** was **€0.63 million**.

Net Investments 2018/2017



5. BALANCE SHEET

Table 6: Summary Balance Sheet

mill. EUR	March 2018	December 2017
Tangible assets	565,28	569,40
Financial	314,84	314,67
Non Financial	250,44	254,73
Audiovisual rights and Pre-payments	218,54	156,39
Third parties	166,74	106,41
Fiction	32,22	27,00
Co-production / Distribution	19,58	22,99
Pre-paid taxes	96,69	100,98
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	880,51	826,77
Current assets	213,73	272,29
Financial investments and cash	204,95	135,93
TOTAL CURRENT ASSETS	418,68	408,23
TOTAL ASSETS	1.299,19	1.235,00
Shareholders`equity	952,08	900,08
Non-current provisions	13,82	13,43
Non-current payables	21,09	19,01
Non-current financial liabilities	0,00	0,00
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	34,91	32,44
Current payables	312,15	301,85
Current financial liabilities	0,04	0,64
TOTAL CURRENT LIABILITIES	312,20	302,48
TOTAL LIABILITIES	1.299,19	1.235,00

Mediaset España has a strong balance sheet with a **healthy balance between** its long and short term assets and liabilities **as well as an excellent liquidity ratio of 1.35x**.

Also the **current assets and current liabilities** reflect sound operational management of **working capital**.

The Group shows the right mix **in its audio-visual rights** in the balance sheet, proving a great flexibility among the different types, in line with the business' strategy.

6. AUDIENCE SHARE PERFORMANCE²

6.1 TV CONSUMPTION

Quarters	1Q Average TV Consumption (minutes)			TV Viewers ('000)
	Linear	Non linear*	Total TV consumption	
1Q00	228		228	6.123
1Q01	227		227	6.189
1Q02	227		227	6.189
1Q03	233		233	6.380
1Q04	237		237	6.689
1Q05	235		235	6.734
1Q06	238		238	6.870
1Q07	239		239	6.958
1Q08	239		239	7.029
1Q09	244		244	7.411
1Q10	252		252	7.696
1Q11	256		256	7.825
1Q12	261		261	7.984
1Q13	267		267	8.171
1Q14	263		263	8.097
1Q15	258		258	7.989
1Q16	248	4	252	7.676
1Q17	247	4	251	7.518
1Q18	253	6	259	7.851

Since **March 2017**, **Kantar Media** measures the TV consumption of “**guests people**” (friends, family etc. visiting homes) and **are included in the table on the left**.

The daily average **TV consumption**, linear and non-linear, in the first quarter **2018** is **259 minutes**, this is **four hours and twenty minutes per person/ per day**.

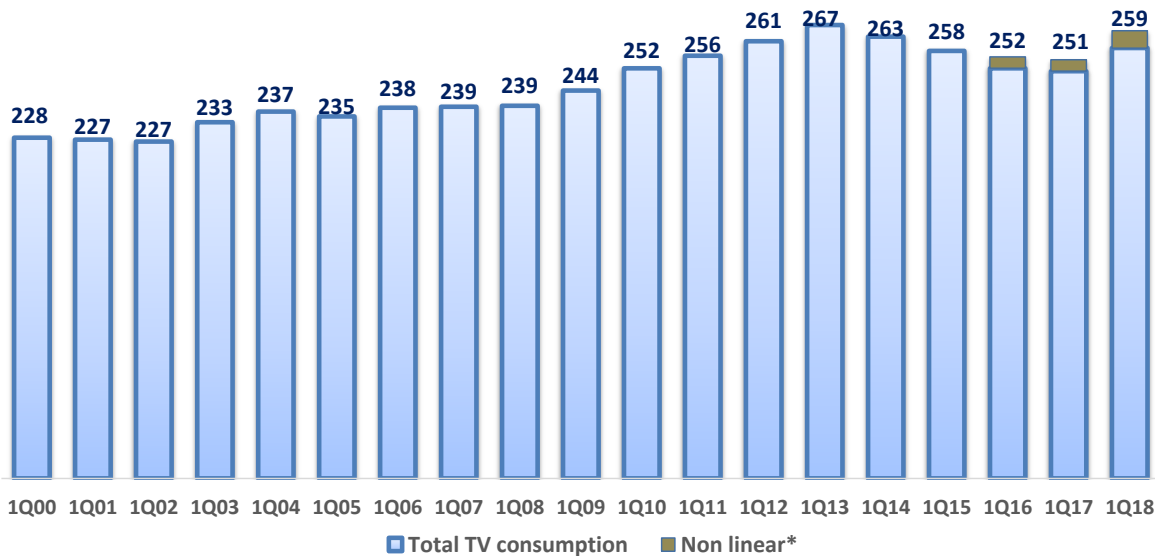
The **Linear TV** consumption, **253 minutes per person per day**, and represents **97.7 % of the total daily average TV consumption**. The average amount of **daily TV viewers stands at 7.9 million people in the period**.

Non-linear* consumption for the first quarter 2018 is **6 minutes per person/per day**, and represents a **2.3% of the total daily average TV consumption**.

* Linear consumption includes, since **March 2017**, **guest**.

* Non Linear TV Consumption is the TV consumption within 7 days following the first broadcast.

1Q AUDIOVISUAL CONSUMPTION (minutes)



² Source: Kantar Media

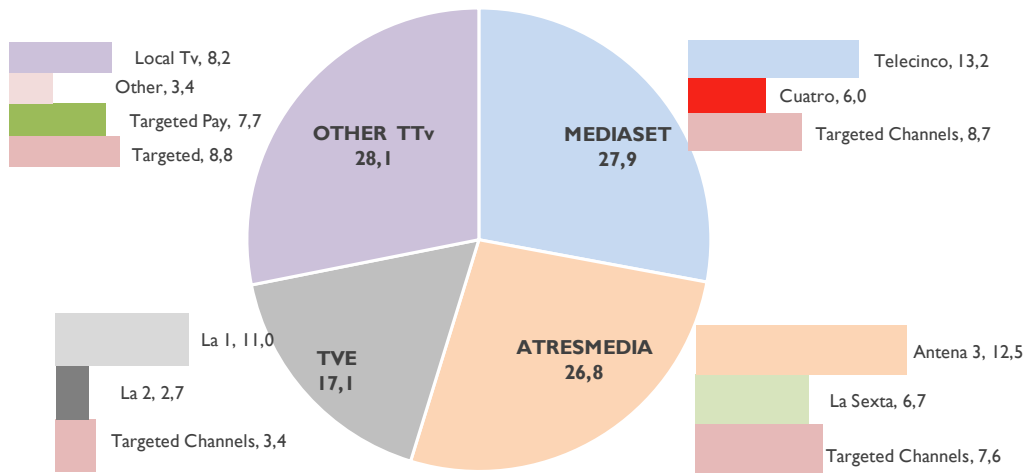
6.2 GROUP AUDIENCES³

In the **first quarter 2018**, **Mediaset España Group** registers a **27.9% audience share** in total day total individuals audiences whilst **Atresmedia** records a **26.8%** and **TVE** **17.1%**. The rest of the groups, obtained a **28.1%** audience share, within this group the **Pay TV** channels had a **7.7%** audience share.

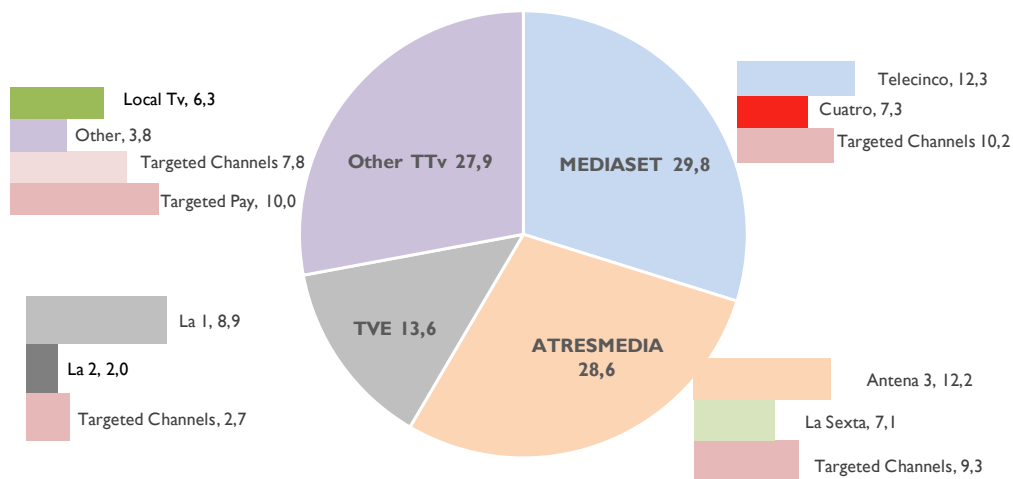
Mediaset España is the most watched Group in the quarter and has been **leading audiences in the first quarter** for the last four years.

In **Commercial target** **Mediaset España** reaches **29.8%**, **Atresmedia** **28.6%** and **TVE** **13.6%**. The rest of the groups, added a total day audience of **28.0%**.

1Q2018 AUDIENCE SHARES (%) (Total day)



1Q2018 COMMERCIAL TARGETS (%) (Total day)



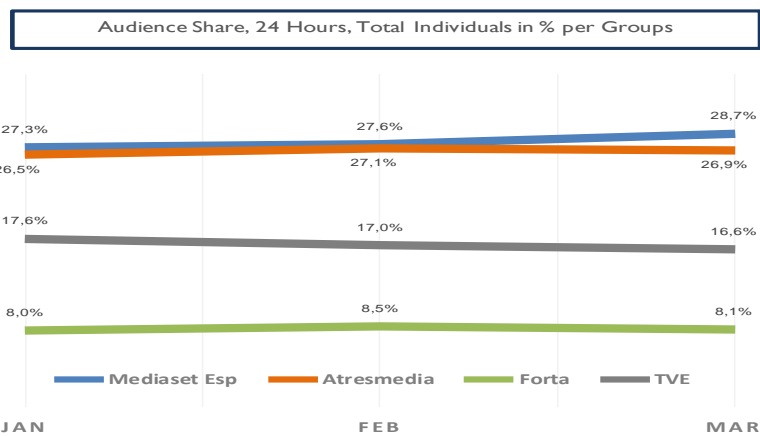
³ Prime Time: time slot between 20:30h and 24:00 h.

(*) Commercial target: individuals 16-59 years old in populations above 10.000 habitants of all socioeconomic groups except group E2 (the lowest purchase power group). The comercial target represents 20.6 million people

Table 7: 1Q2018 average audience share for Mediaset España

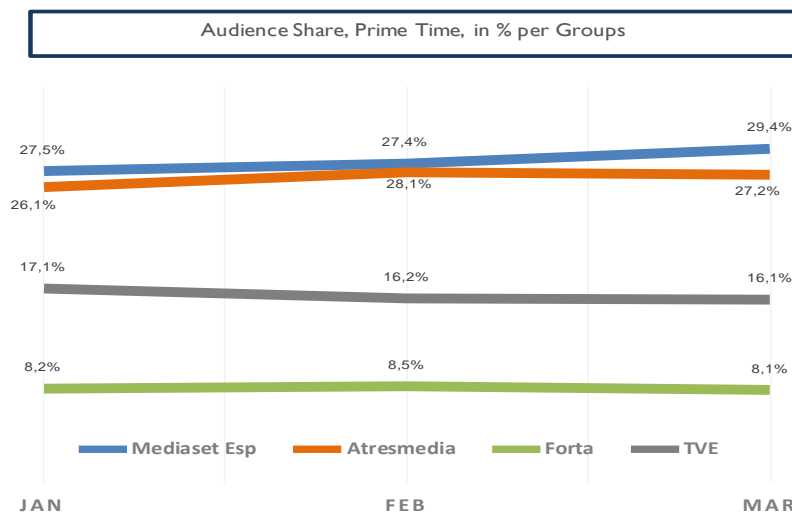
	IQ2018	IQ2017
Total Individuals		
Total Day	27,9%	28,8%
PRIME TIME	28,4%	28,1%
DAY TIME	27,6%	29,2%
Commercial Target		
Total Day	29,8%	30,2%
PRIME TIME	29,7%	28,6%
DAY TIME	29,9%	31,0%

Mediaset España leads audiences, in total individuals total day, with a share of 27.9%, which is an advantage of 1.1 pp compared to its nearest competitor, whilst in terms of Commercial target, Mediaset España also leads with an outstanding 29.8%, an advantage of 1.2pp. Mediaset España also records the best audiences in most targets but especially in young people aged (13-24), 34.5% and (25-34) 31.0%, this is +8,5pp and +1,7pp ahead of its nearest competitor.



In Prime Time³ total individuals, Mediaset España obtained in the first quarter 2018 an audience share of 28.4% surpassing its nearest competitor by +1.5pp, leading first quarter audiences, for the fifth consecutive period. Mediaset España Prime Time Commercial Target reaches 29.7% in the period, getting ahead of its nearest competitor by +0,1pp.

For the period January-March 2018, Mediaset España has presented a solid programming grid, with a wide choice of formats including realities, talk shows, fiction and both friendly and competition football matches, among others. It also has 5 of its broadcasted emissions among the top ten most watched programs in the period.



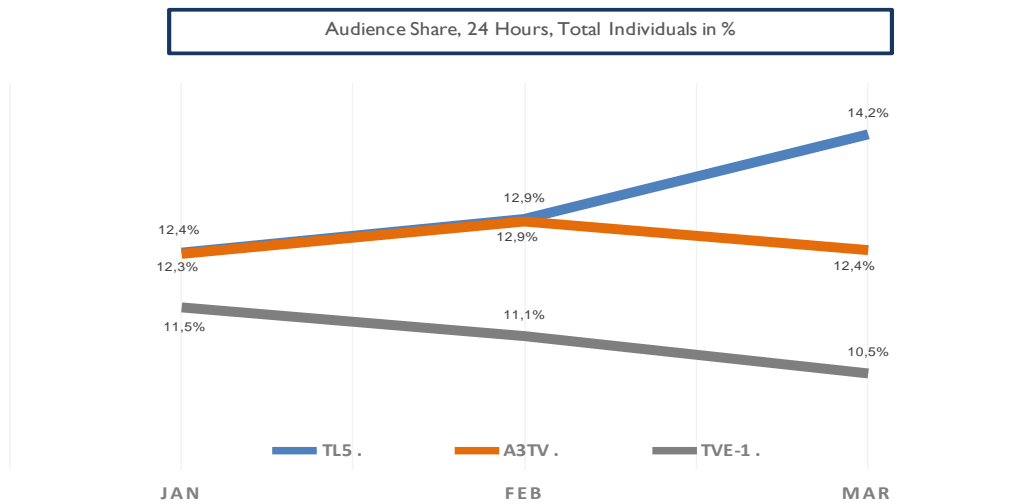
6.3 MAIN CHANNELS AUDIENCE

Table 8: 1Q2018 average audience share for Telecinco

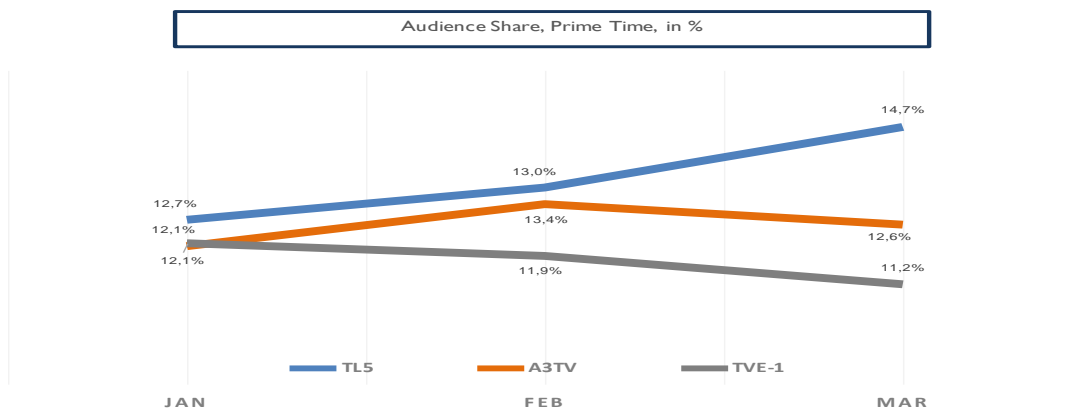
		IQ2018	IQ2017
Total Individuals	Total Day	13,2%	13,6%
	PRIME TIME	13,6%	13,6%
	DAY TIME	13,0%	13,5%
Commercial Target	Total Day	12,3%	12,4%
	PRIME TIME	12,1%	11,9%
	DAY TIME	12,4%	12,7%

Telecinco leads audiences in the **first quarter 2018**, with a share of **13.2%** total individuals total day, which is **+0.7pp advantage** against its nearest competitor.

The **Telecinco** channel achieves a **commercial target*** in the period of **12.3%** in total day, this is **+0.1pp** ahead of its nearest competitor, and has led audiences, in total day total individuals **53 days out of the 90** of the period, **this represents a 58.9%**



In the **Prime Time slot**, the **Telecinco** channel obtains **13.6%** audience share in total individuals, same record as first quarter 2017, whilst its main **competitor reduces its share by 1.3pp**. In terms of commercial target **Telecinco** channel registers a share of **12.1%** an **increase of 0.2pp** compared to the same period last year. In the **prime time slot (20:30-00:00 hrs.)** Telecinco channel, **has led 6 out of the 7 days** of the week in the quarter.

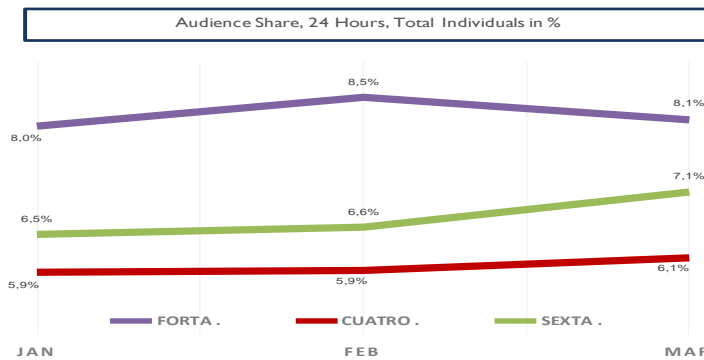


Telecinco is the leading entertainment channel. Its program fiction “**El Accidente**” has obtained an audience share of **15.5% total individuals (2.5 million viewers)** in the quarter, whilst in its target youngsters (**25-34**) years old registers a **18.3%** share. The realities formats broadcast in the quarter, also achieved outstanding records: **Survivors** with an audience of **25.2% in total individuals (2.8 million viewers)** and **29.3% in its target youngsters (13-24)** years old. **The Voice kids** with a **21.7% audience share (2.8 million viewers)** a **29.2%** audience in its target youngsters (13-24). **Got Talent**, achieves a **17.5% audience share (2.2 million viewers)** and **23.3% in its target youngsters (4-12)** years old.

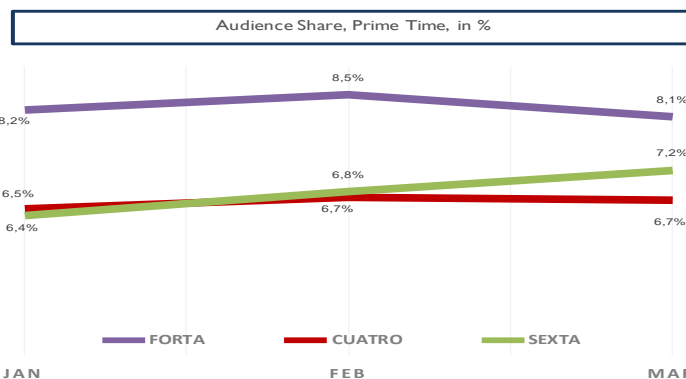
Table 9: 1Q2018 average audience share for Cuatro

		IQ2018	IQ2017
Total Individuals	Total Day	6,0%	6,3%
	PRIME TIME	6,6%	6,4%
	DAY TIME	5,7%	6,2%
Commercial Target	Total Day	7,3%	7,4%
	PRIME TIME	8,7%	8,1%
	DAY TIME	6,7%	7,0%

The **Cuatro** Channel registered a **6.0%** audience share in **total individual’s total day in the first quarter 2018** and a **commercial target of 7.3%** which is an advantage of **+0,2pp** compared to its nearest competitor (7.1%). **Cuatro** achieves an excellent audience conversion rate to commercial target of **1.2x** in the period.



In **Prime Time** the **Cuatro** channel registered an audience in the **first quarter 2018** of **6.6%**, this represents an **increase of 0.2pp** compared to the same period last year (**6.4%**). **Cuatro** obtained an audience in its **commercial target of 8.7%** this is an **increase of +0,6pp** versus the same period last year and represents an **advantage of 1.5 pp** compared to its nearest competitor who also **reduced its audience by 0.1pp, to 7.2%** share. **Cuatro** has achieved outstanding audience records, among others: **Planeta Calleja** with an **11.7%** share in total individuals and **2.3 million viewers**, whilst it attains a **15.0%** in its target youngsters (**25-34**) years old. “**Come dine with me**” in its “**Gourmet**” edition records an **8.7%** audience share and **1.5 million viewers** and **11.9%** in its target youngsters (**25-34**) years old.



6.4 TARGETED CHANNELS

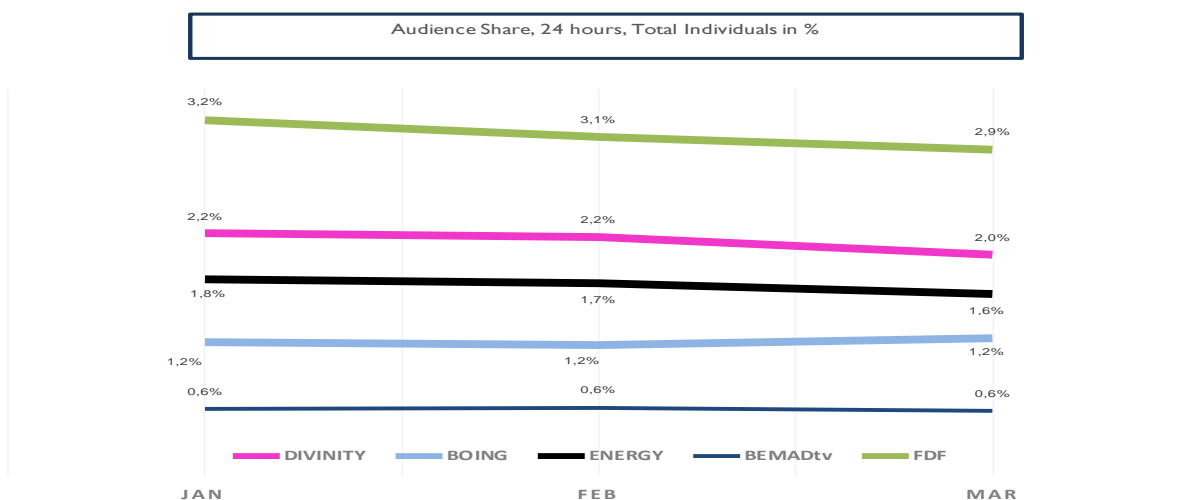
Table 9: 1Q2018 average audience share for the targeted channels

	IQ2018	
	Total Individuals	Commercial Target
DIVINITY		
Total Day	2,1%	2,6%
PRIME TIME	1,9%	2,1%
BOING		
Total Day	1,2%	0,9%
PRIME TIME	1,0%	0,8%
ENERGY		
Total Day	1,7%	1,9%
PRIME TIME	1,7%	1,8%
BEMADtv		
Total Day	0,6%	0,9%
PRIME TIME	0,5%	0,7%
FDF		
Total Day	3,1%	3,9%
PRIME TIME	3,0%	3,6%

The audience share of Mediaset España’s targeted channels, in the period January-March 2018, was 8.7% in Total Day Total individuals and 10.2 % in commercial target, this is +1.1pp and +0.9pp ahead of its nearest competitor (7.6 % and 9.3% respectively).

The FDF channel reached a 3.1% audience share in Total Individuals, while in its target of (13 to 24 year olds) it achieved an 8.6% audience share and in the group (25 to 34 year olds) 5.7%.

The Divinity channel had a 3.1% audience share in its target of women (16 to 44 years old), while in Total Individuals its share is 2.1%. The Energy channel achieves a 1.7% audience in Total Individuals, while in its target, men 25 to 54 years old achieves 1.6%. Boing, the children’s channel, has an audience share in Total Individuals of 1.2% while in its target of 4 to 12 year olds it has managed to multiply its record almost nine-fold reaching 10.7% audience share. Be Mad registers an audience of 0.6% whilst its target of 13-44 year old men achieves a 1.0% share.



7. INTERNET

In the months of January-February 2018, the **internet video consumption** (multiplatform since March 2017) reached **30.8 minutes per person/per day** for **total Individuals**, and **represents 11.0%** of the **total daily average audiovisual consumption**. This consumption **reached 84.6 minutes** in the **18-24 year old group**.

In the period January-February 2018, *Mediaset España* registered a **monthly average of 10.8 million unique users/viewers** and **154.9 million videos streamed**, (multiplatform). *Mediaset España* registered in the period an average of **178.1 million pages viewed**.

	Total Unique users (000)	Total Page Viewed (million) ⁽¹⁾	Videos (000) ⁽²⁾	Minutes (million) ⁽³⁾
March 2018	na	na	na	na
February 2018	10.929	171.403	154.460	852
January 2018	10.713	184.836	155.352	1.018

Source: Comscore. All data Multiplatform.

*March data is not available (na) at the date of this report.

Mediaset España started in the **first quarter 2018**, the marketing and promotion in its **web sites, of the Russian 2018 World Cup 2018**. The event will be broadcasted by the **Mediaset España Group channels** and will have a fully dedicated site which will cover all the tournament: <https://www.telecinco.es/copa-mundial-fifa-rusia-2018/>.

The main *Mediaset España* sites, *Telecinco.es* and *Cuatro.es*, launched a special initiative, **100 days count down** to the World Cup that will **translate into a very good records for the month of March**. Also the **improvement on the positioning of the Group contents in the search engines**, together with the implementation of the **AMP technology**, will contribute to improve the user experience.

Mediaset España obtained an average, during **January and February, 154.9 million videos streamed**, well ahead of its nearest competitor, and registered an average of **33 videos per unique user** as well as a **very good loyalty rate** with an average of **174 minutes per unique viewer**, well ahead of the **second best performing player**. (Source: ComScore Video multiplatform)

Telecinco.es web site, recorded in the **first quarter 2018** and **average of 7.1 million unique users (multiplatform)**, ahead of its nearest competitor, whilst *Cuatro.es*, on the other hand registers **3.6 million unique users** for the same period (Source: ComScore multiplatform).

With regards to the *Mediaset España's* apps, the total downloads as at 31st March 2017 is **15.7 million**, leading the ranking: **Mitele 7.6 million, GH 3.7 million, The Voice 1.9 million** and **Mediaset Sport 0.7 million** downloads.

At the end of March 2018, Mediaset España has nearly **180 active accounts** on the main social networks: **Facebook, Twitter and Instagram** and **41.9 million followers**. In this same period, the company registered **54.3 million comments**, which represents **23.4% of the total television related comments** on social networks,

8. Hybrid broadband TV (HbbTv)

Mediaset España, in **March 2018**, has reached an agreement with **RTVE**, **Atresmedia**, to launch an **HbbTv platform**, agreement that is open to the rest of the TDT players in the market. The aim of this new collaboration agreement is to provide a much better user experience, widening the viewing possibilities, enhancing user interactivity with the television medium and the use of services and features of the Internet world. In a second phase, this alliance will launch a new OTT platform with specific features for the distribution of audio-visual content.

9. MEDIA FOR EQUITY

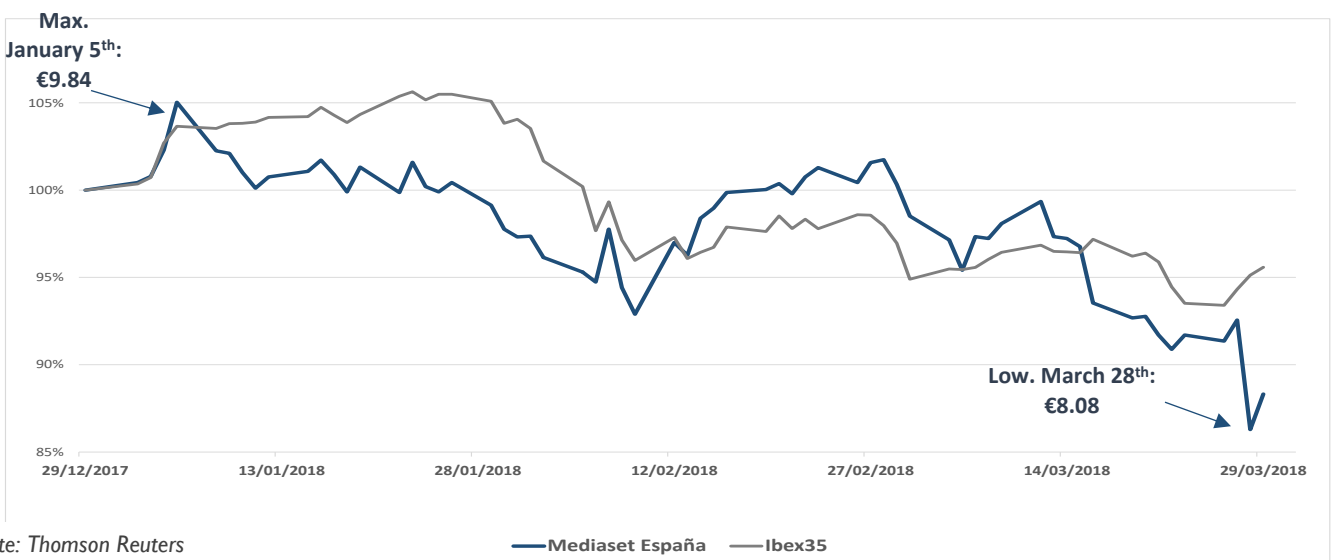
Mediaset España is working with a number of start-ups through **Media for Equity** agreements, carried out by **Ad4Ventures**, the venture capital arm of **Mediaset España**. **Ad4ventures aim** is to invest in the most promising companies, following a well-defined **financial and investment criteria**. At the end of **March 2018**, **Ad4Ventures** manages a portfolio of 10 companies, including: **Cornerjob**, **Deporvillage**, **WestWing**, **21 Buttons**, among others.

10. SHARE EVOLUTION AND ANALYSTS' RECOMMENDATIONS

In the first quarter 2018 **Mediaset España** had gone through a correction in line with some of the media companies in the sector. This is due to the **revision of the estimates and recommendations** of several analysts of the company and the **European Free to Air sector in general**.

In the first quarter 2018, **Mediaset España** stock reaches its highest price on **January 5th €9.84** and its lowest price on **March 28th, €8.08**. The **average daily traded volume** in the period was **0.95 million shares** and the **daily turnover €8.6 million**. The **weighted average price** for the period is **€9.10**.

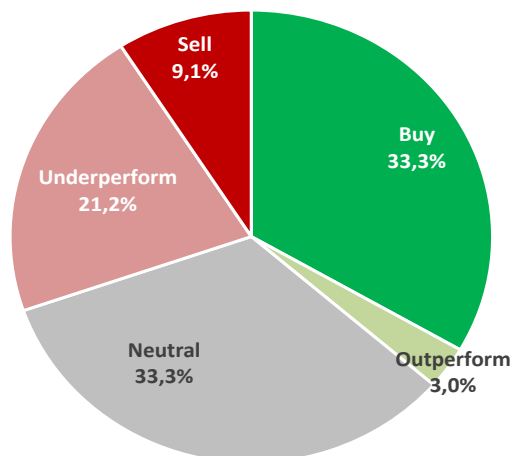
Mediaset España's market capitalization as at **31st March 2018** is, **€2,783.3 million** and share price **€8.27**.



Fuente: Thomson Reuters

As at 31st March 2018 33 analysts cover **Mediaset España stock**, of which 64.7% have neutral or positive recommendations towards the company. The analyst's 12 months target price for the company is €10.17.

The analyst's recommendations, as at 31st March 2018 were as follows:



Fuente: Analysts' consensus

Mediaset España issued share capital consists of **336,717,490 shares**, and as at 31st March 2018 the company holds treasury shares of **9,282,275 shares**, representative of **2.76% of the share capital of the company**. The share cancellation approved in the 2018 AGM, April 18th, will take the share capital down to **327.435.216 shares**, a total of **€163,717,608**

11. RELEVANT FACTS 2018

In the first quarter 2018, the following relevant facts were published in the CNMV:

Date	Relevant Fact
16/3/2018	Notice and Agenda for AGM 2018.
28/02/2018	Annual 2018 Remuneration Report.
28/02/2018	Annual 2018 Governance Report.
28/02/2018	Dividend proposal and Call for AGM.
23/02/2018	Financial Information FY2017.

More information available from our investor web site:
<http://www.mediaset.es/inversores/en/press-release.html>

12. CONTACT US

Corporate web site:
www.mediaset.es

Investor relations department contact details:
 Telephone: (00 34) 91 396 67 83
 Web page: www.mediaset.es/inversores/en/
 Email: inversores@mediaset.es

Address: INVESTOR RELATIONS
 MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.
 Calle Federico Mompou, nº 5 bis
 28050 - MADRID

MEDIASET *españa.*

TELEVISIÓN **+** INTERNET



¡JUNTOS MEJOR!

1T18 Presentación de resultados
(enero - marzo)



Madrid, 19 de abril de 2018

MEDIASET ESPAÑA titulares 1T18

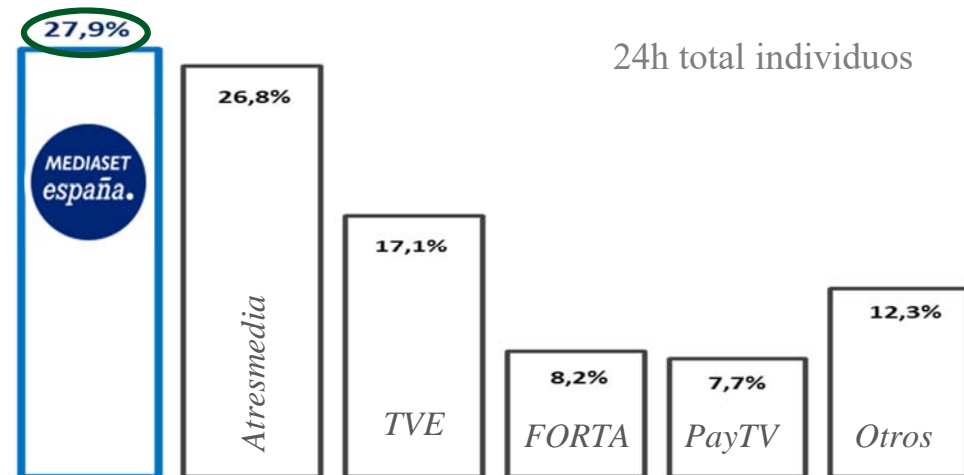
1T18 RESULTADOS FINANCIEROS

€ Millones	1T18	1T17
Total ingresos netos	229,6	240,4
Total costes operativos	162,4	159,2
EBITDA adj *	67,2	81,2
Margen EBITDA	29,3%	33,8%
EBIT	63,6	76,8
Margen EBIT	27,7%	31,9%
Beneficio neto ajustado**	53,2	60,6
BPA ajustado**	0,16 €	0,18 €
Free Cash Flow	72,2	79,4
Posición financiera	204,9	258,9

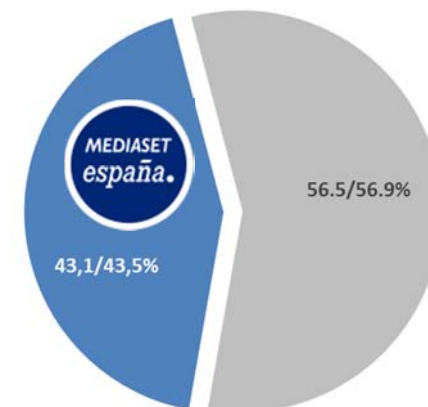
* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

** Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 31 de marzo

1T18 CUOTA DE AUDIENCIA



1T18 CUOTA DE MERCADO PUBLICITARIO TV



Fuente: Kantar media y Publicspaña

MEDIASET *españa.*

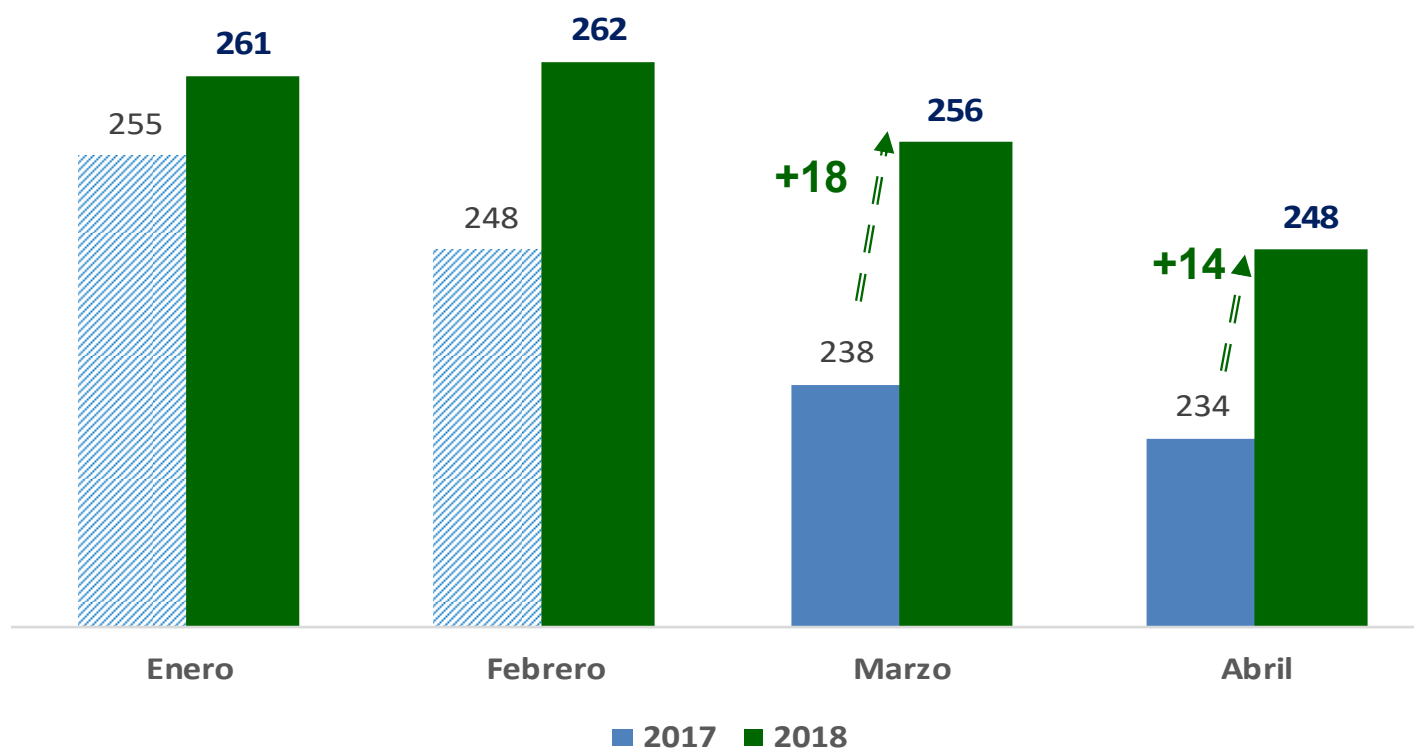


TELEVISIÓN



2018* consumo de TV

El consumo de TV crece cada mes



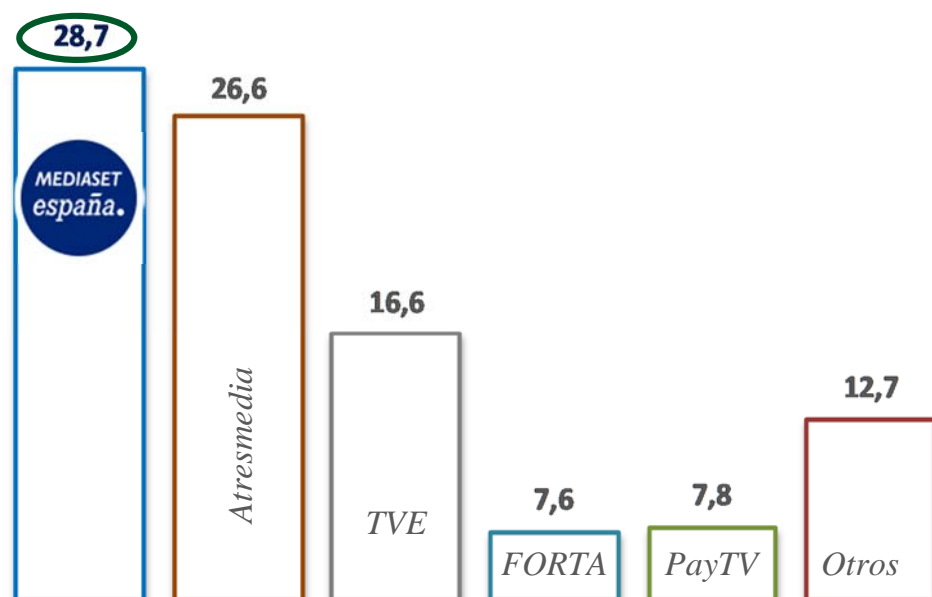
Enero y febrero 2017: no incluye el consumo de invitados

* Datos de 1 a 16 de abril
Fuente: Kantar media

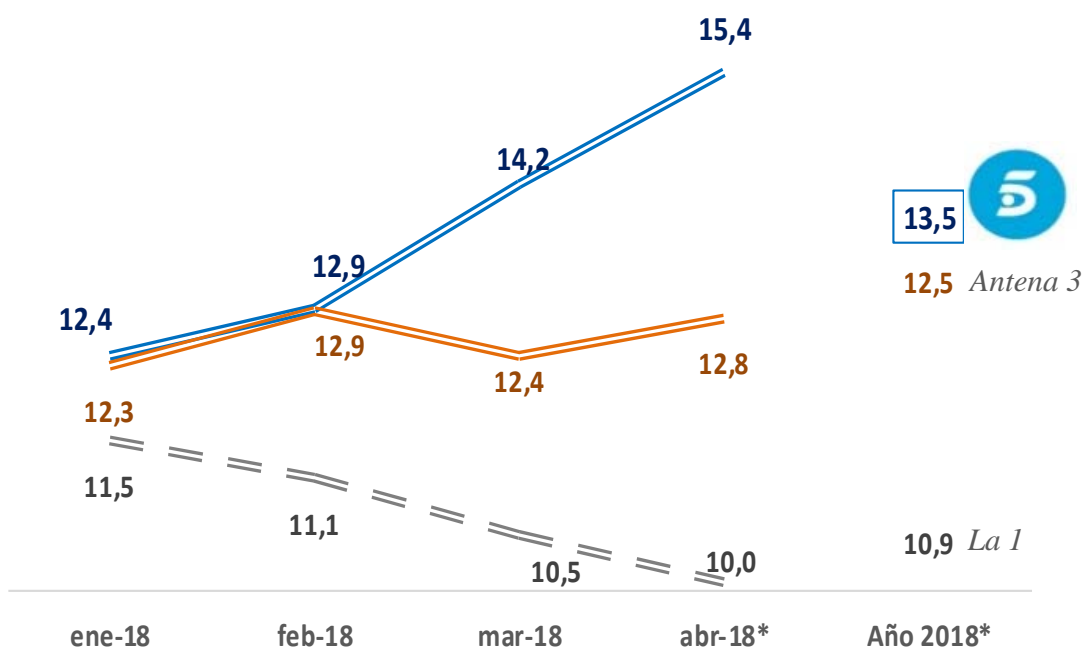
2018* audiencia

24h total individuals

CUOTA DE AUDIENCIA* POR GRUPOS



CUOTA DE AUDIENCIA* POR CANALES



* Promedio de audiencia 1 de enero – 16 de abril de 2018

Fuente: Kantar media

Cine en 2018



Datos de taquilla 2018 de películas españolas

Clasificación de las películas españolas más vistas en 2018	Taquilla bruta (€)
1 La tribu	5,8m*
2 El cuaderno de Sara	5,1m*
3 Campeones	4,7m*
4 Sin rodeos	4,3m
5 Thi Mai, rumbo a Vietnam	1,8m



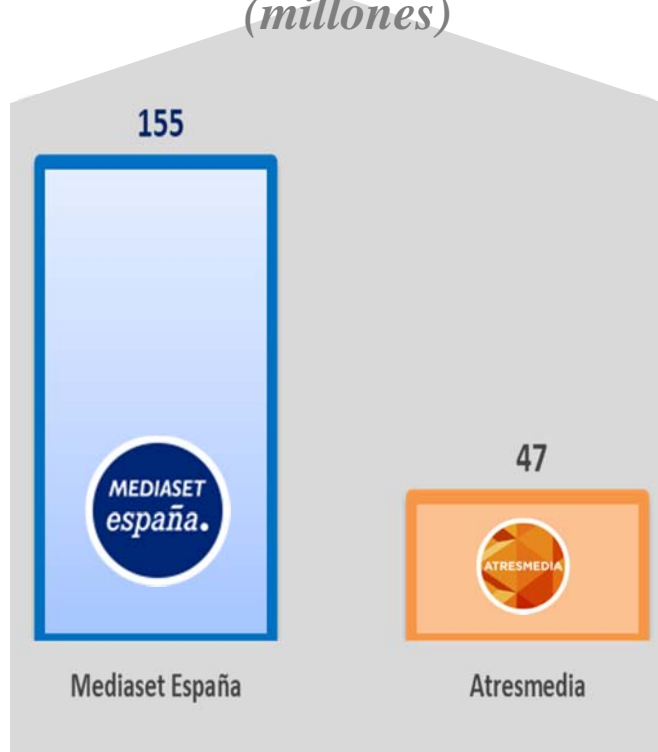
Taquilla histórica de películas españolas

Clasificación de las películas españolas más vistas	Taquilla bruta(€)	Año
1 8 apellidos vascos	55,4m	2014
2 Lo Imposible	42,4m	2012
3 8 apellidos catalanes	35,4m	2015
4 Los Otros	27,3m	2001
5 Un monstruo viene a verme	26,2m	2016
6 El Orfanato	25,1m	2007
7 La gran aventura de Mortadelo y Filemón	22,8m	2003
8 Torrente 2	22,1m	2001
9 Ágora	21,4m	2009
10 Perfectos desconocidos	21,0m*	2017

Fuente: comScore a 16 de abril de 2018; únicamente películas estrenadas en 2018; en rojo las películas de Telecinco Cinema

€ Millones

Total videos servidos en 2018*
(millones)



Una vez mas Mediaset España consigue unos excelentes registros de fidelidad

	<i>Vídeos vistos por compañía de medios</i>	<i>Minutos totales (millones)</i>	<i>Minutos por espectador único</i>	<i>Videos por espectador único</i>
1		816	174	33
2		1.031	117	18
3		168	96	27

Fuente: Comscore; Atresmedia solo PC

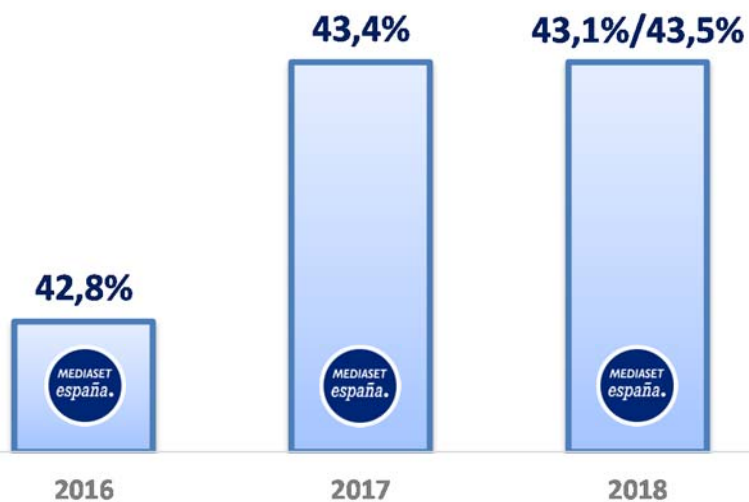
*Datos: promedio enero y febrero 2018

PUBLICIDAD



1T18 ingresos publicitarios y cuota de Mercado de MES

Evolución de cuota de mercado en 1T

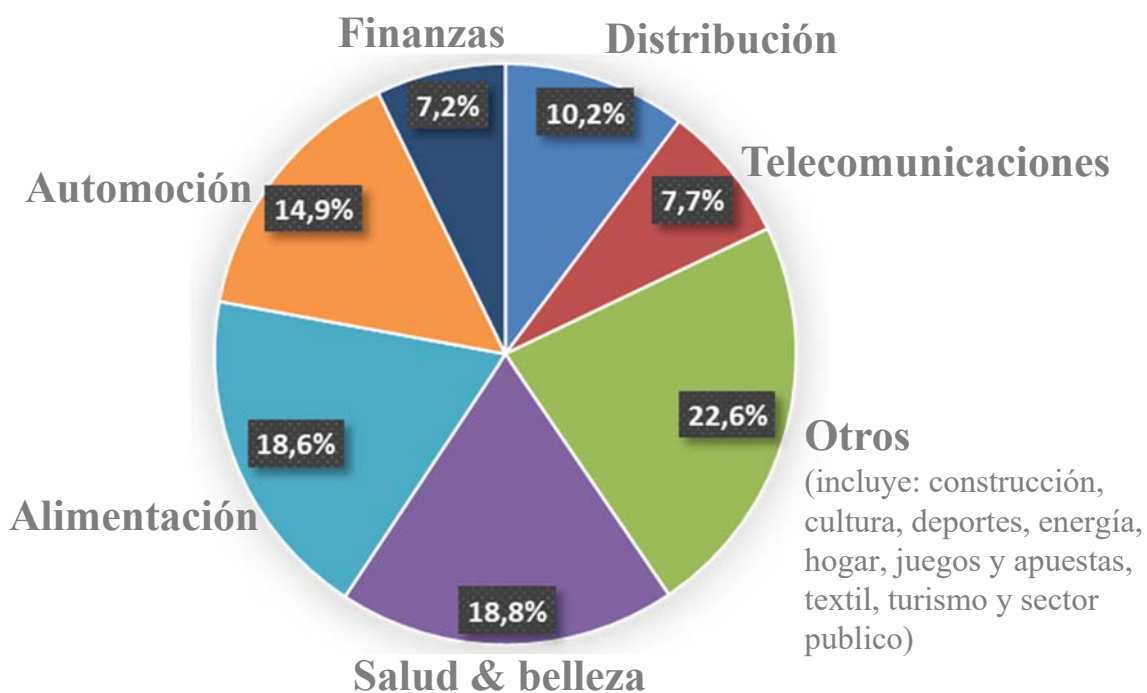


*MEDIASET **españa.** Estrategia comercial TV*

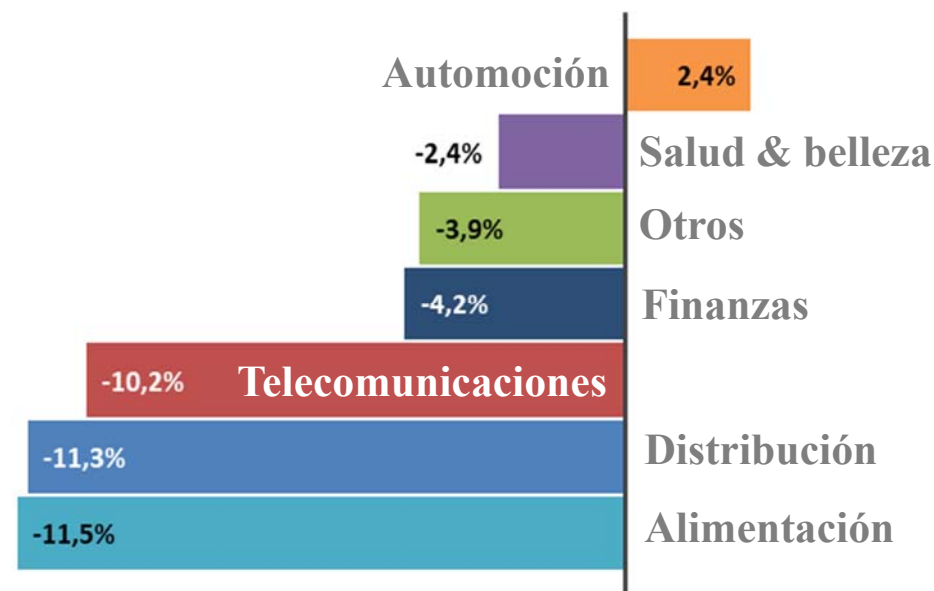
	Audiencia	Var %	Segundos	GRP (20")	C/GRP's
1T18	27,9%	-3,3%	-5,4%	-1,0%	-3,4%

Mercado publicitario TV 1T18 por sectores

*Cuota de sectores de anunciantes
(% sobre total)*



*Evolución de sectores
(1T18 vs. 1T17)*



RESULTADOS FINANCIEROS



1T18 resultados financieros consolidados

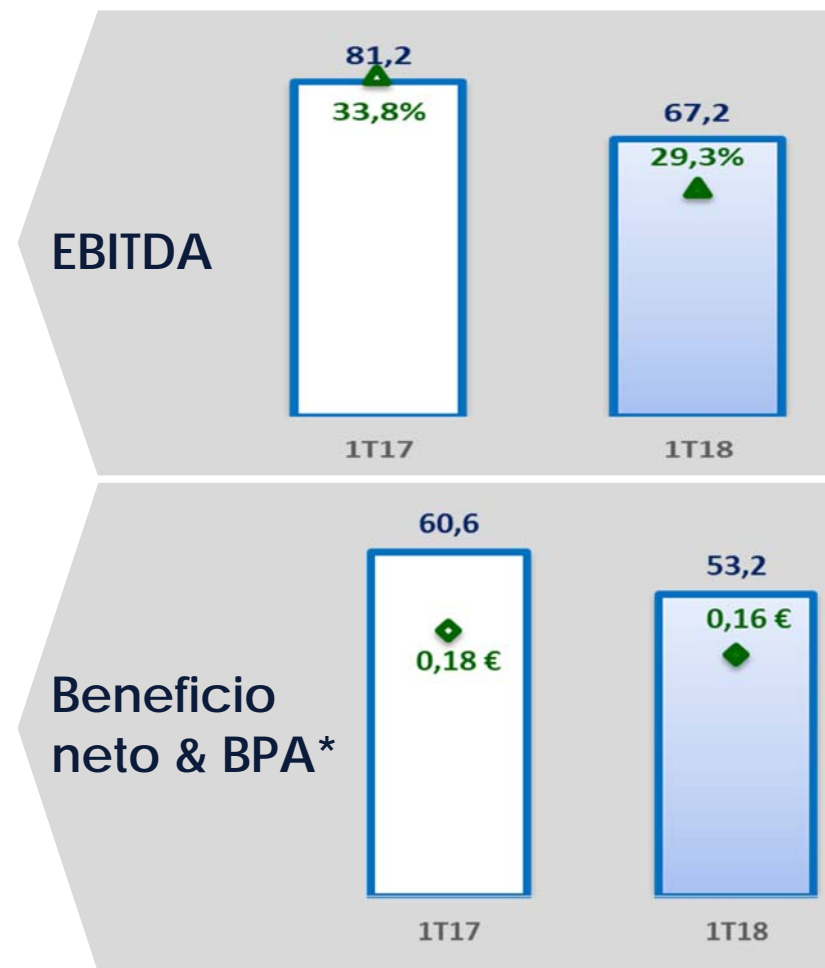
Manteniendo los márgenes operativos

€ Millones

	1T18	1T17
Ingresos netos de publicidad	215,1	225,9
Otros ingresos	14,5	14,6
Total ingresos netos	229,6	240,4
Total costes operativos	162,4	159,2
Personal	25,7	26,0
Consumo derechos TV	31,0	34,4
Otros costes operativos	105,7	98,9
EBITDA ajustado (1)	67,2	81,2
Amortización PPA	2,0	2,0
Amortización y depreciación	1,6	2,4
EBIT	63,6	76,8
Beneficio Antes de Impuestos	67,7	77,1
BENEFICIO NETO después de minoritari	53,2	60,6
BPA*	0,16 €	0,18 €
EBITDA Adj/ Ingresos netos	29,3%	33,8%
EBIT/ Ingresos netos	27,7%	31,9%
Beneficio neto/ Ingresos netos	23,2%	25,2%

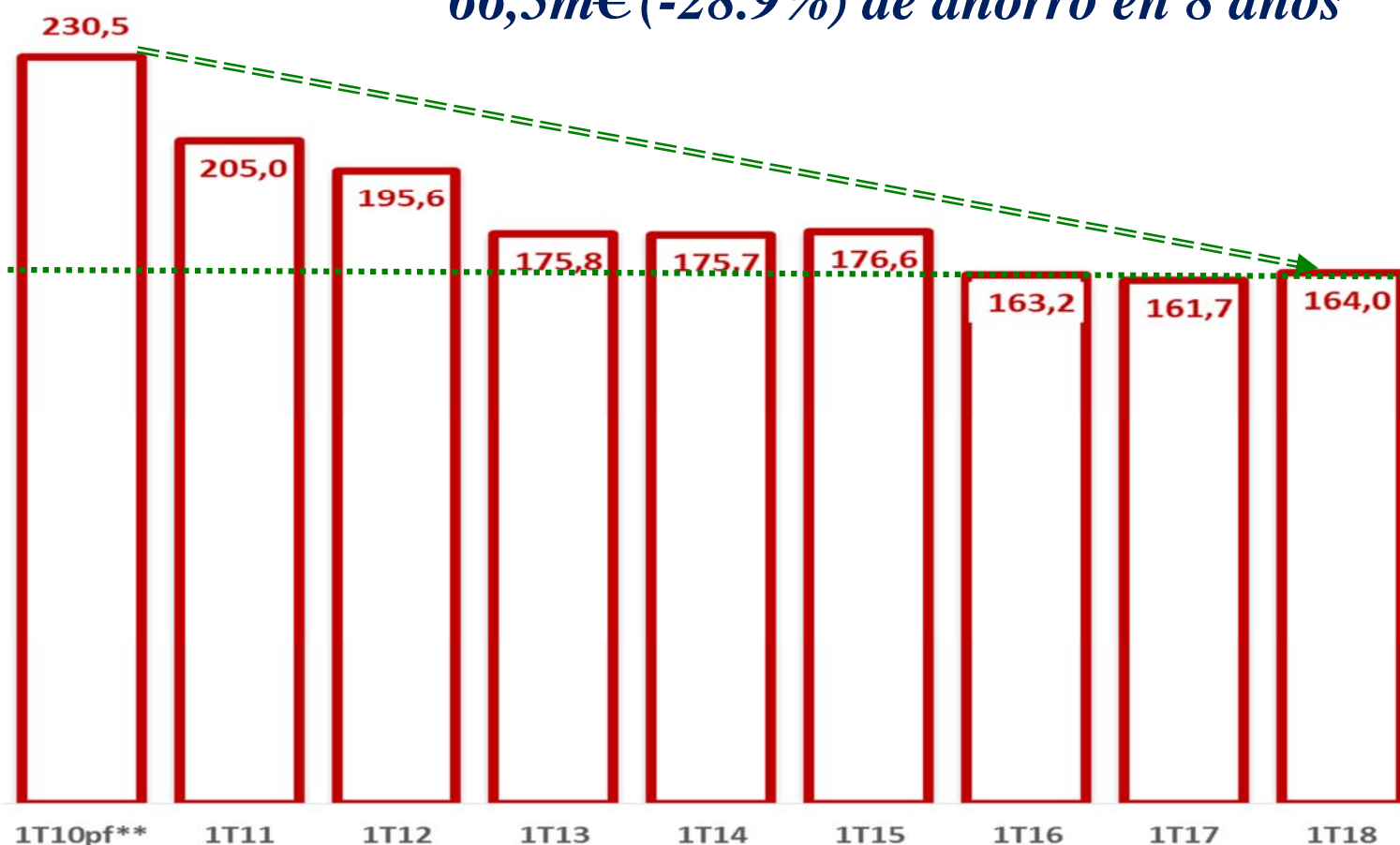
(1) Después de consumo de derechos TV

* BPA en €, ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 31 de marzo



1T18 gestión de los recursos

66,5m€ (-28.9%) de ahorro en 8 años



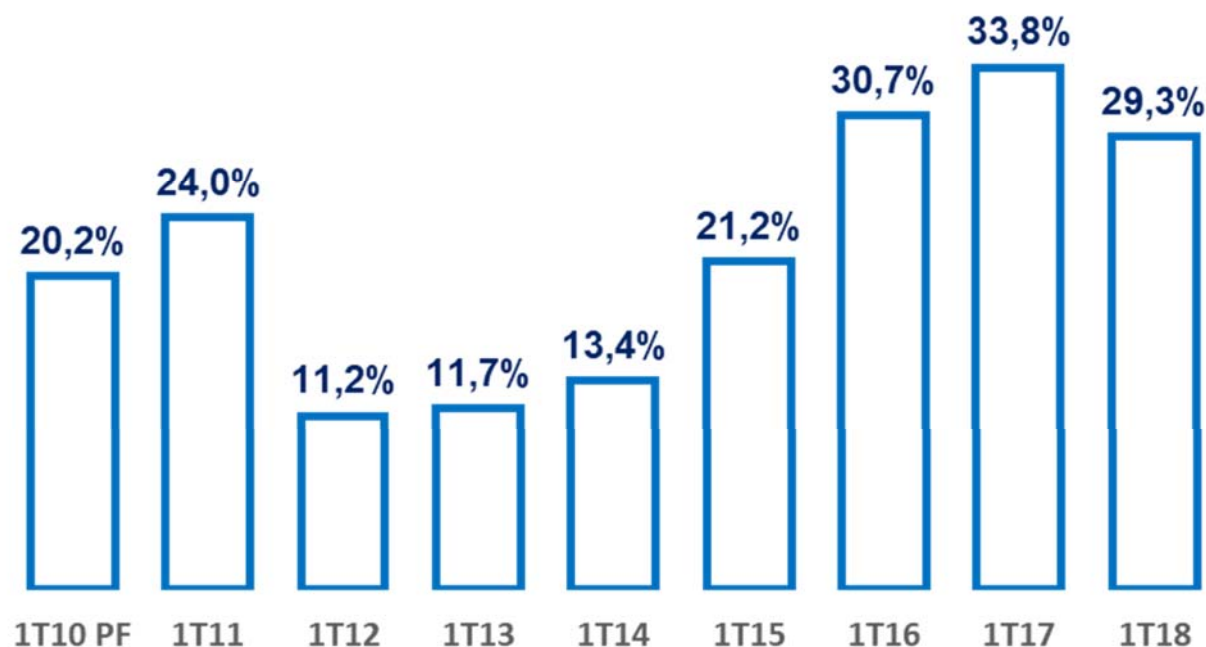
Mediaset España logra **excelentes resultados en la gestión de los recursos** gracias a su política de **control de costes** y a un **modelo de negocio muy flexible**

€ Millones

**Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro

Evolución del margen EBITDA 1T

Uno de los márgenes mas elevados de EBITDA en 1T

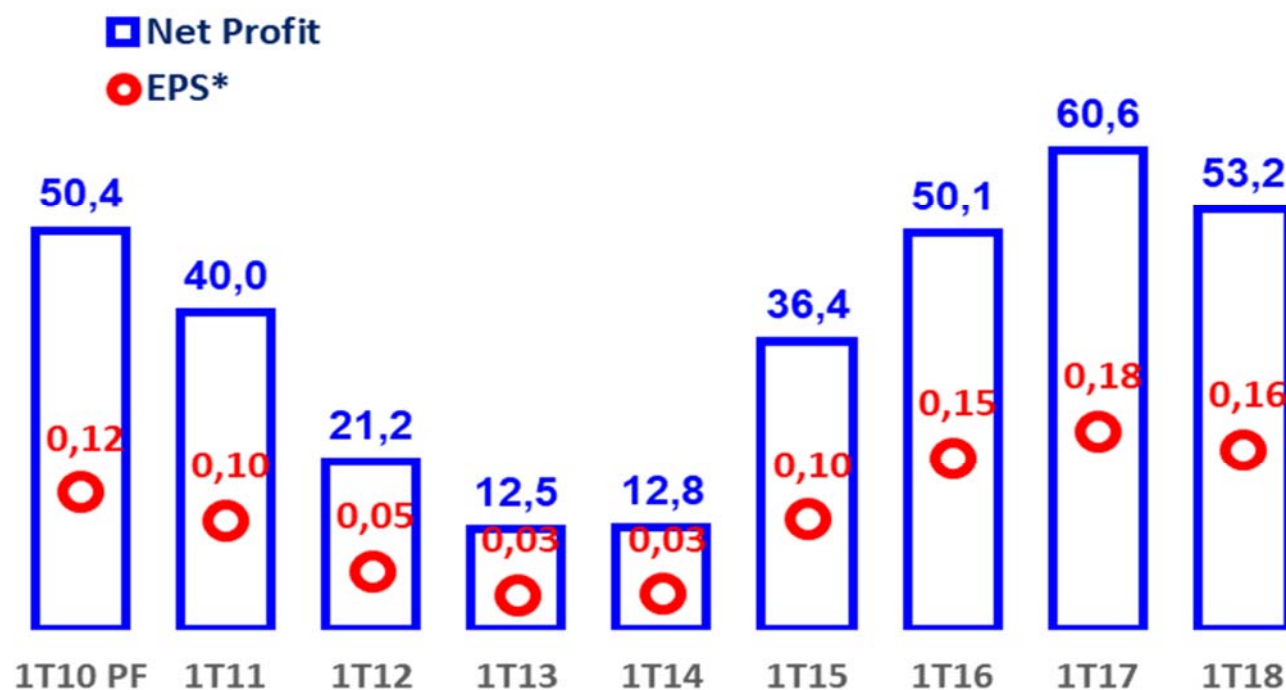


El elevado
apalancamiento
operativo de
Mediaset España
permite conseguir
elevados márgenes
operativos

EBITDA Adj./Total ingresos netos

Evolución de beneficio neto en 1T

Uno de los beneficios netos y BPA más elevados en 1T*



El modelo de negocio de Mediaset España permite una sólida evolución de beneficios y BPA*

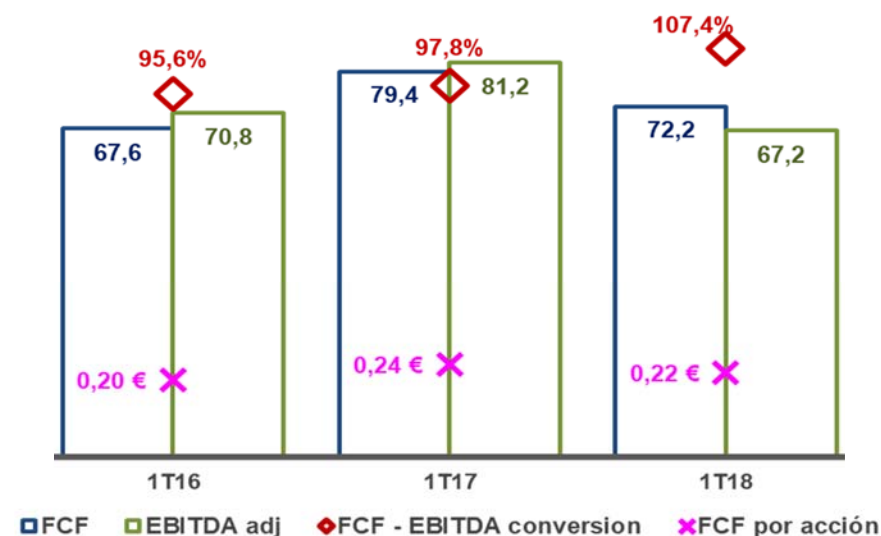
Beneficio neto: € Millones

* BPA (€) ajustado excluyendo autocartera a 31 de marzo

1T18 flujos de caja consolidados

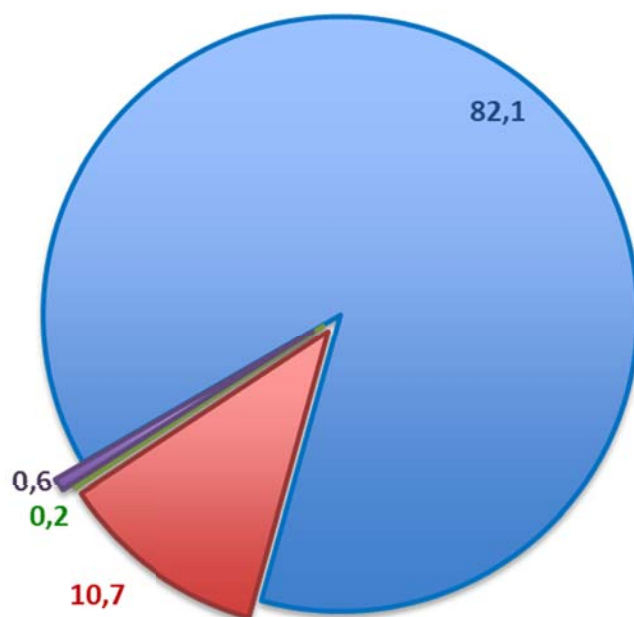
€ Millones	1T18	1T17	Dif. en € millones
Posición financiera neta inicial	135,3	177,4	-42,2
Cash flow libre	72,2	79,4	-7,2
Cash flow operativo	92,5	105,6	-13,1
Inversiones netas	-93,7	-98,3	4,6
Variación fondo de maniobra	73,5	72,1	1,3
Movimiento patrimonio	-2,1	2,1	-4,3
Inversiones financieras	-0,5	0,0	-0,4
Dividendos cobrados	0,0	0,0	0,0
Dividendos pagados	0,0	0,0	0,0
Incremento neto de posición financiera	69,6	81,5	-11,9
Posición financiera neta final	204,9	258,9	-54,0
Cash flow libre operativo/EBIT	113,5%	103,4%	

Centrarse en producción de contenidos permite conseguir un **elevado ratio de conversión de márgenes en free cash flow**



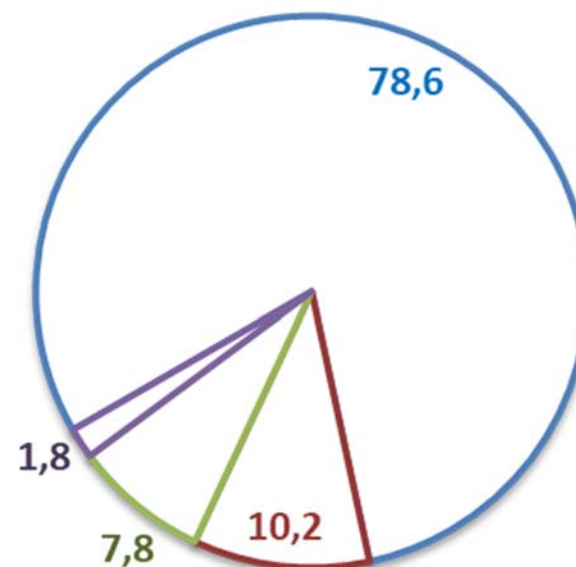
Inversión neta en 1T18

**Total
inversión neta
1T18: €93,7**



- Derechos TV
- Derechos TV ficción
- Co-producción / Distribución
- Activos fijos tangibles e intangibles

**Total
inversión neta
1T17: €98,3**

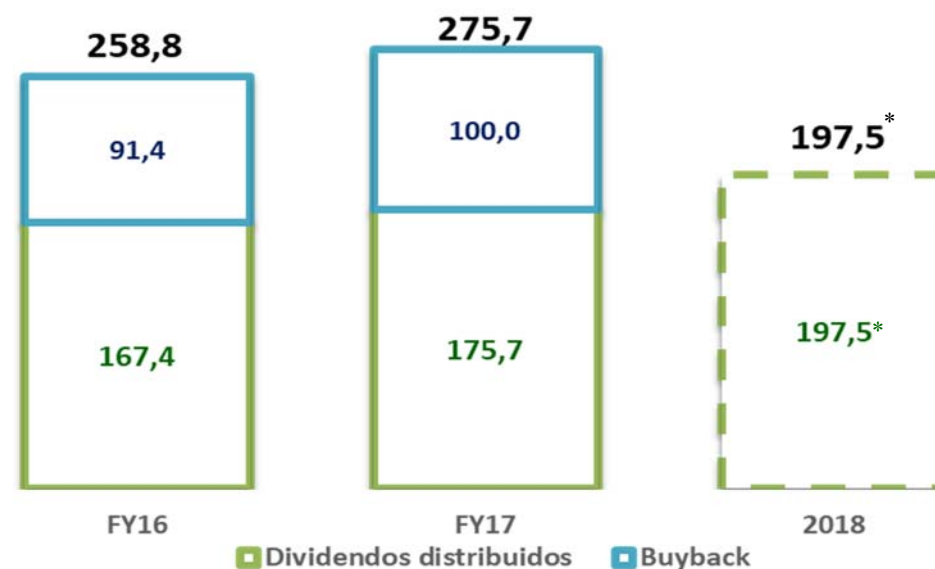


€ Millones

1T18 balance

€ Millones	1T18	FY17
Inmovilizado	565,3	569,4
-Financiero	314,8	314,7
-No financiero	250,4	254,7
Derechos audiovisuales y anticipos	218,5	156,4
-Derechos de terceros	166,7	106,4
-Ficción	32,2	27,0
-Co-producción / distribución	19,6	23,0
Impuesto anticipado	96,7	101,0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	880,5	826,8
Activo corriente	213,7	272,3
Activo financiero y tesorería	205,0	135,9
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	418,7	408,2
TOTAL ACTIVO	1.299,2	1.235,0
FONDOS PROPIOS	952,1	900,1
Provisiones	13,8	13,4
Acreedores no corrientes	21,1	19,0
Pasivo financiero no corriente	-	0,0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	34,9	32,4
Acreedores corrientes	312,2	301,9
Pasivo financiero corriente	0,0	0,6
TOTAL PASIVO CORRIENTE	312,2	302,5
TOTAL PASIVO	1.299,2	1.235,0

Balance sólido y generosa política de dividendo son los pilares de Mediaset España



€ Millones

* Fecha de pago: 3 de mayo

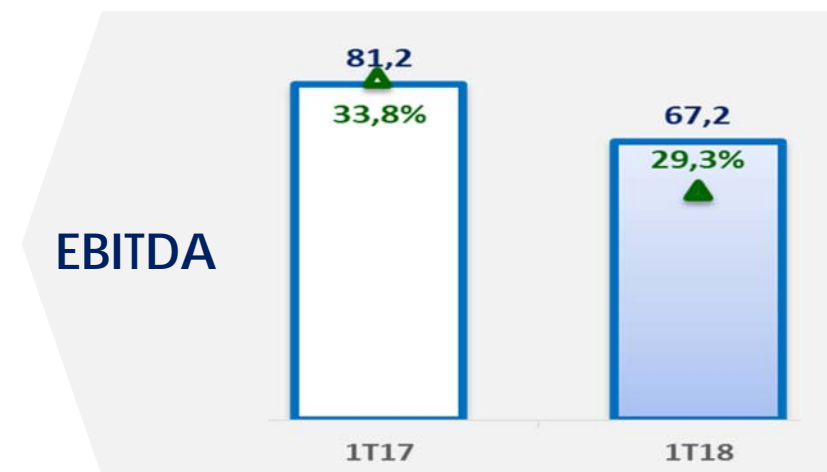
BACK-UP



1T18 cuenta de pérdidas y ganancias consolidadas (I)

€ Millones

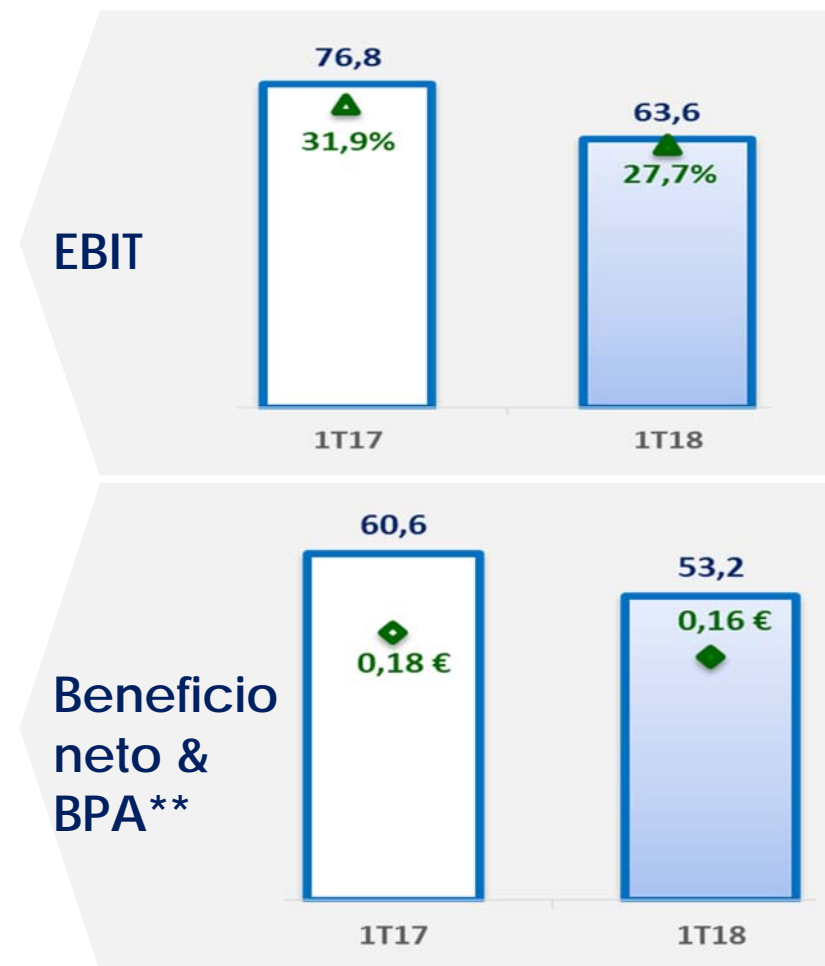
	1T18	1T17
Ingresos brutos de publicidad	224,6	235,4
- Medios Mediaset España	219,5	230,2
- Medios ajenos	5,2	5,2
Comisiones	-9,5	-9,5
Ingresos netos de publicidad	215,1	225,9
Otros ingresos	14,5	14,6
TOTAL INGRESOS NETOS	229,6	240,4
Personal	25,7	26,0
Consumo de derechos TV	31,0	34,4
Otros costes operativos	105,7	98,9
<i>Total costes operativos (1)</i>	<i>162,4</i>	<i>159,2</i>
EBITDA adj*	67,2	81,2
EBITDA adj* /Total ingresos netos	29,3%	33,8%



* Después de consumo de derechos

1T18 cuenta de pérdidas y ganancias consolidadas (II)

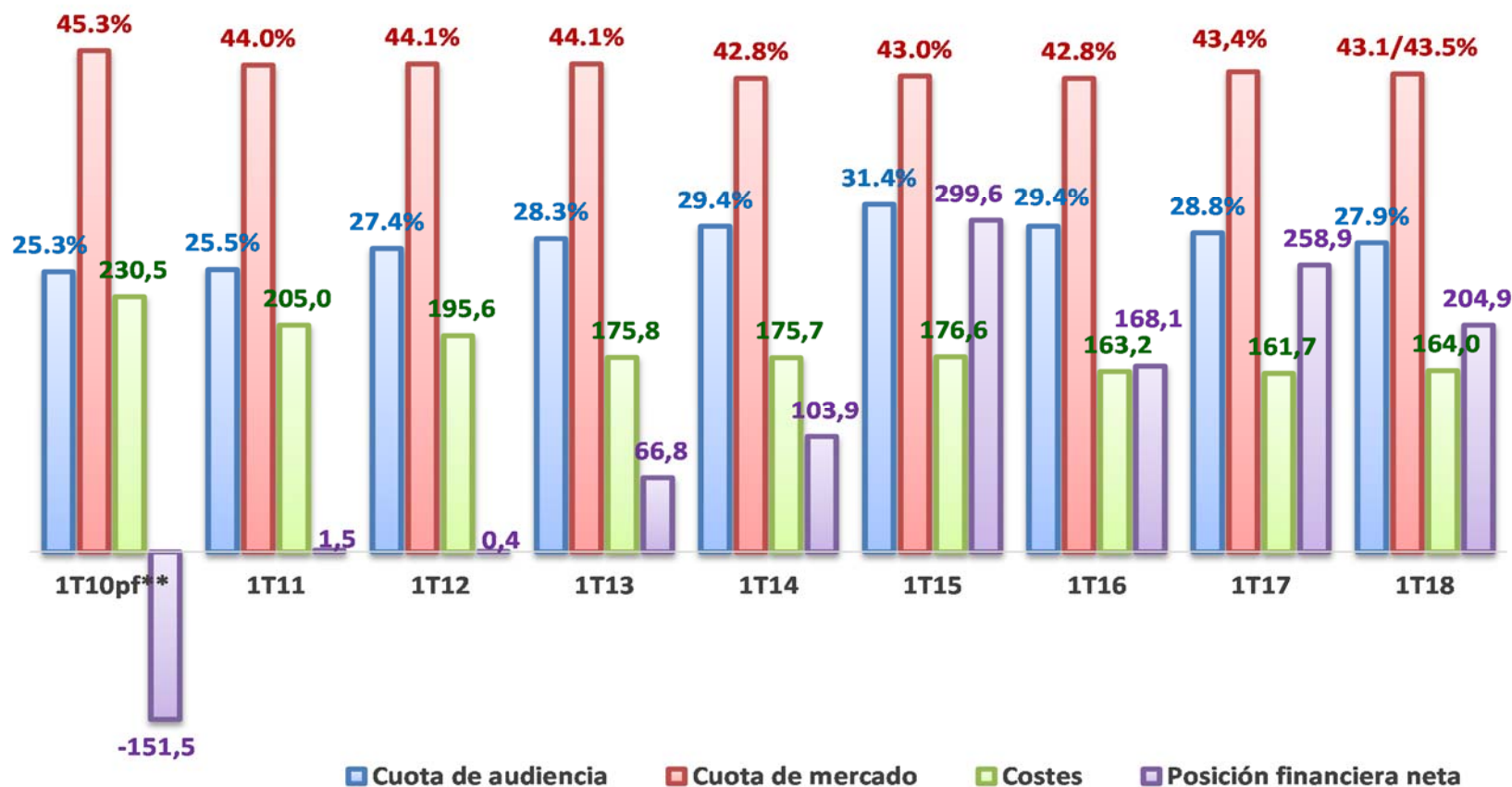
€ Millones	1T18	1T17
EBITDA adj*	67,2	81,2
Amortización de PPA (2)	2,0	2,0
Otras amortizaciones y depreciaciones (3)	1,6	2,4
<i>Total Costes (1+2+3)</i>	<i>166,0</i>	<i>163,7</i>
EBIT	63,6	76,8
EBIT/Total ingresos netos	27,7%	31,9%
Res. participadas y depr. activos financieros	4,4	0,5
Resultados financieros	-0,2	-0,2
BAI	67,7	77,1
Impuestos de sociedades	-14,6	-16,6
Intereses minoritarios	0,0	0,0
Beneficio neto	53,2	60,6
BPA**	0,16 €	0,18 €
Beneficio neto/Total ingresos netos	23,2%	25,2%



* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

** BPA en €, ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 31 de marzo

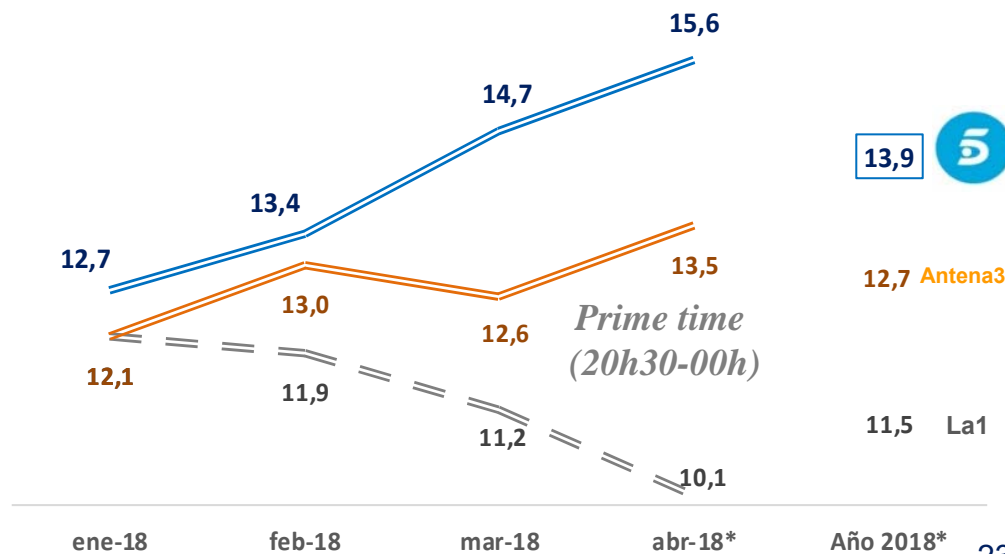
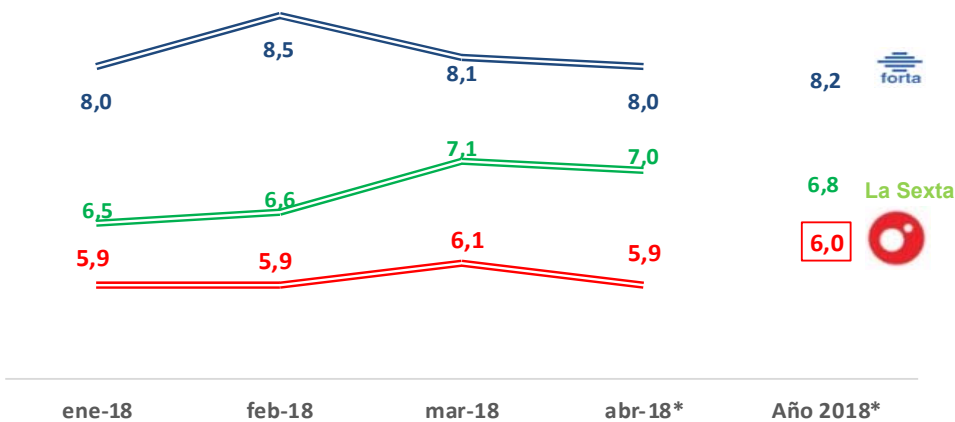
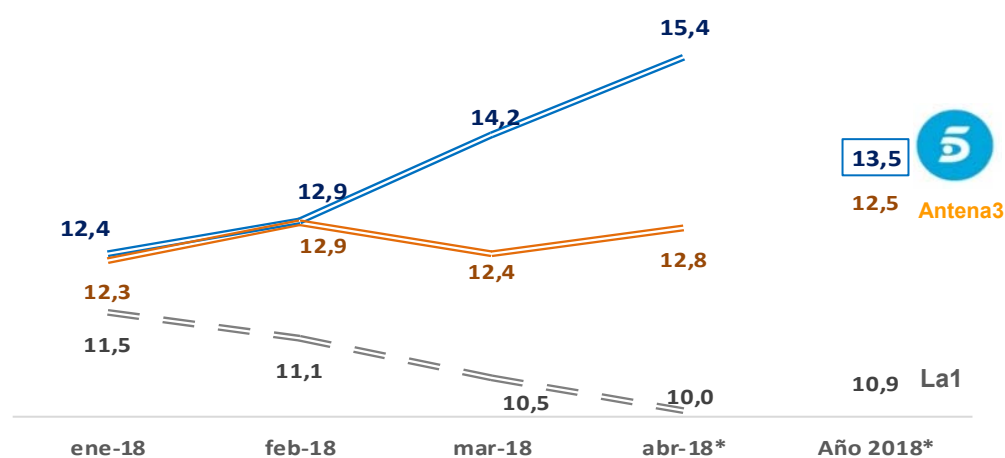
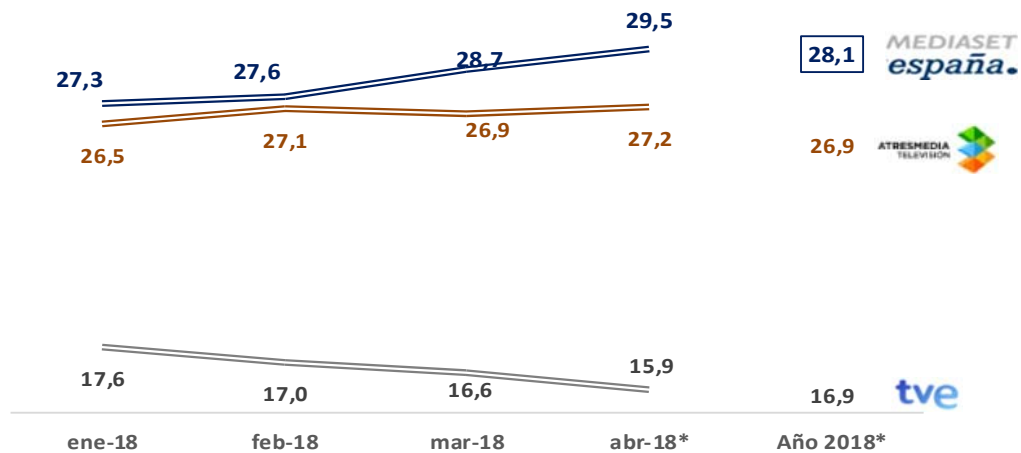
El círculo virtuoso de Mediaset España (1T)



Gracias a la **flexibilidad de su modelo de negocio**, Mediaset España ha conseguido **resultados para enmarcar: cuotas de audiencia y mercado estables** acompañadas por **reducción de costes** y una **mejora en la posición financiera** (con una generosa remuneración a los accionistas)

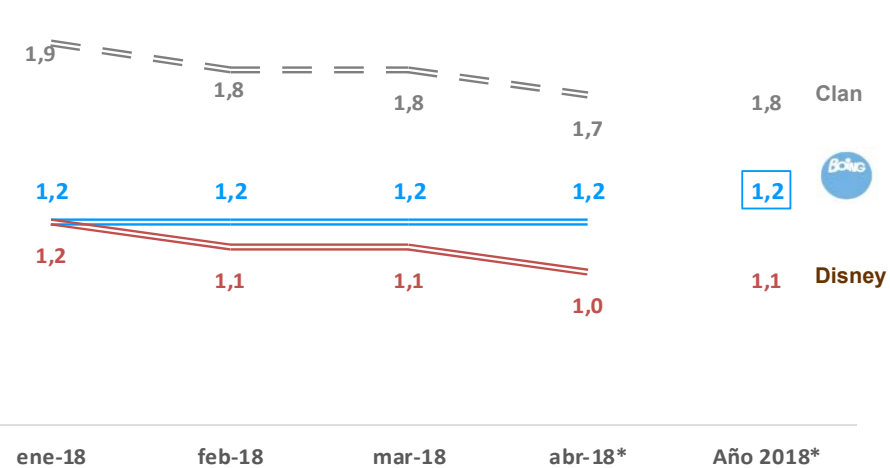
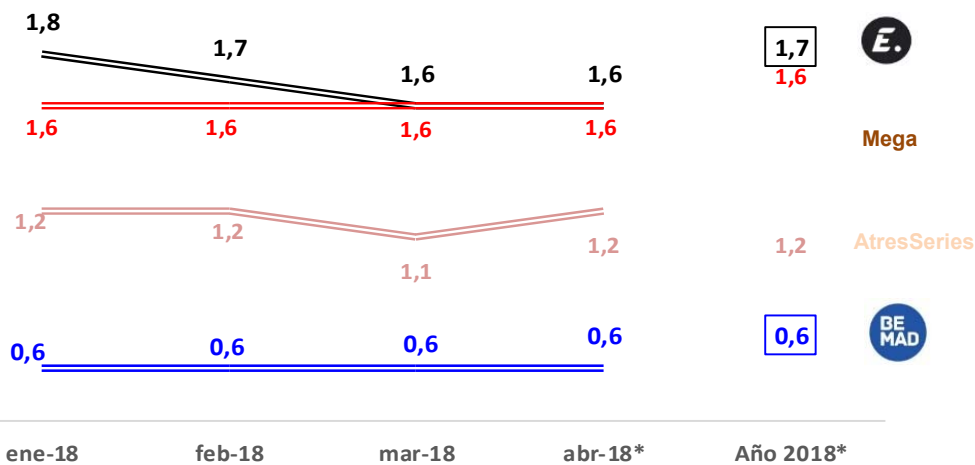
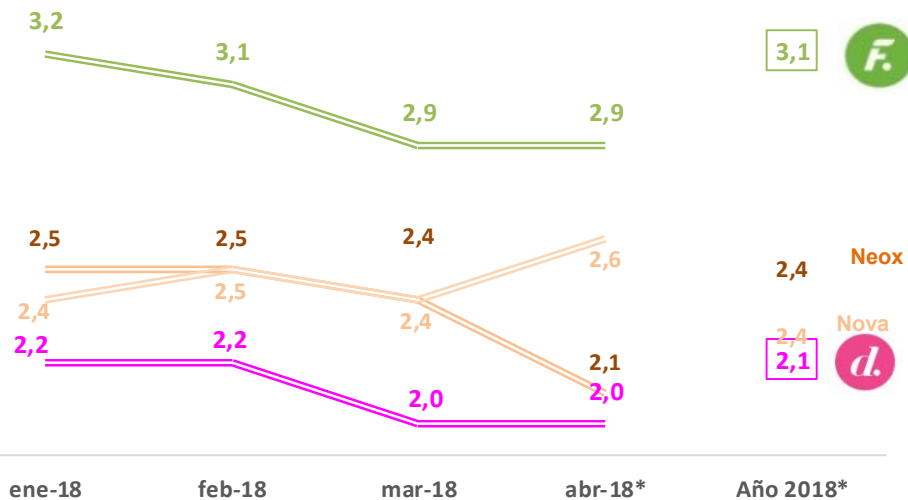
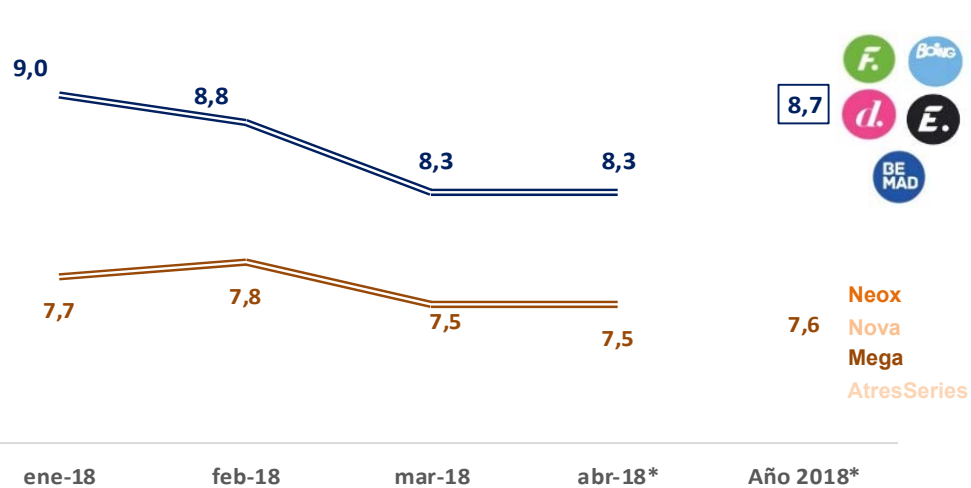
** Pro-forma consolidado elaborado con criterios contables IFRS del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro
 Fuente: Kantar media (audiencia 24h total individuos) e Infoadex

Evolución de audiencia 2018* (24h total individuos)



Fuente: Kantar media
 * Promedio de audiencia 1 de enero – 16 de abril de 2018

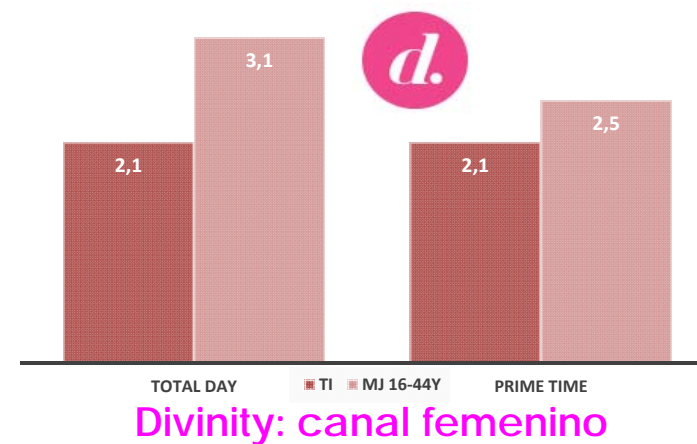
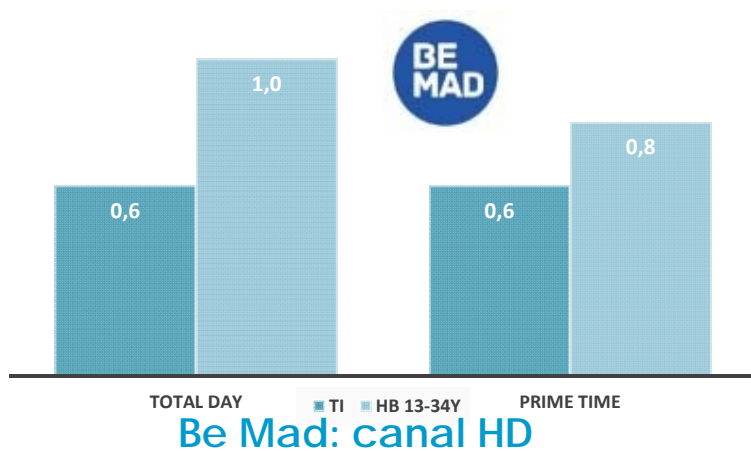
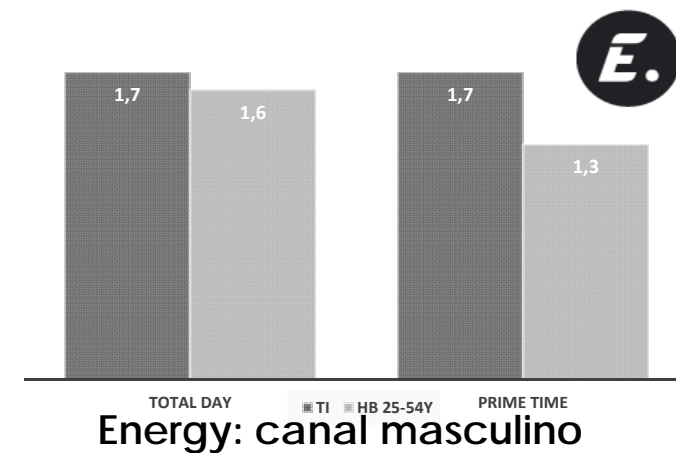
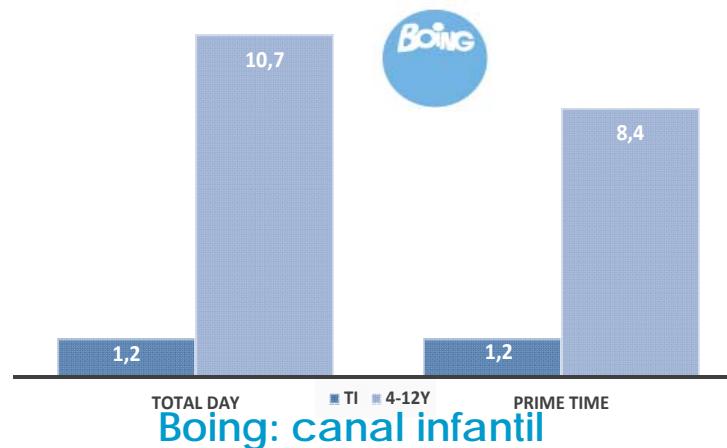
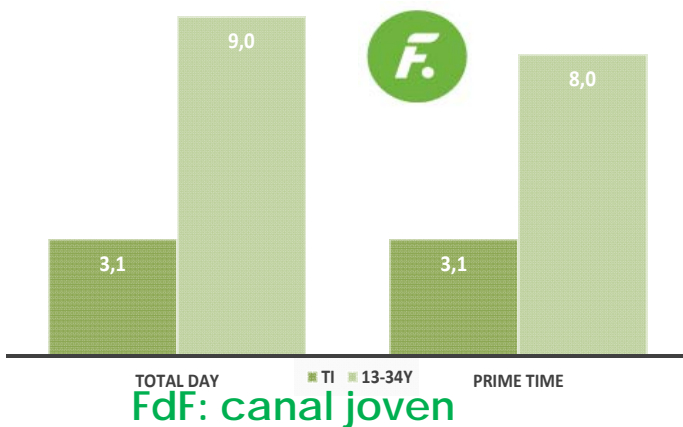
Evolución de audiencia 2018* (24h total individuos)



Fuente: Kantar media

* Promedio de audiencia 1 de enero – 16 de abril de 2018

Audiencia 1T18: estrategia multicanal

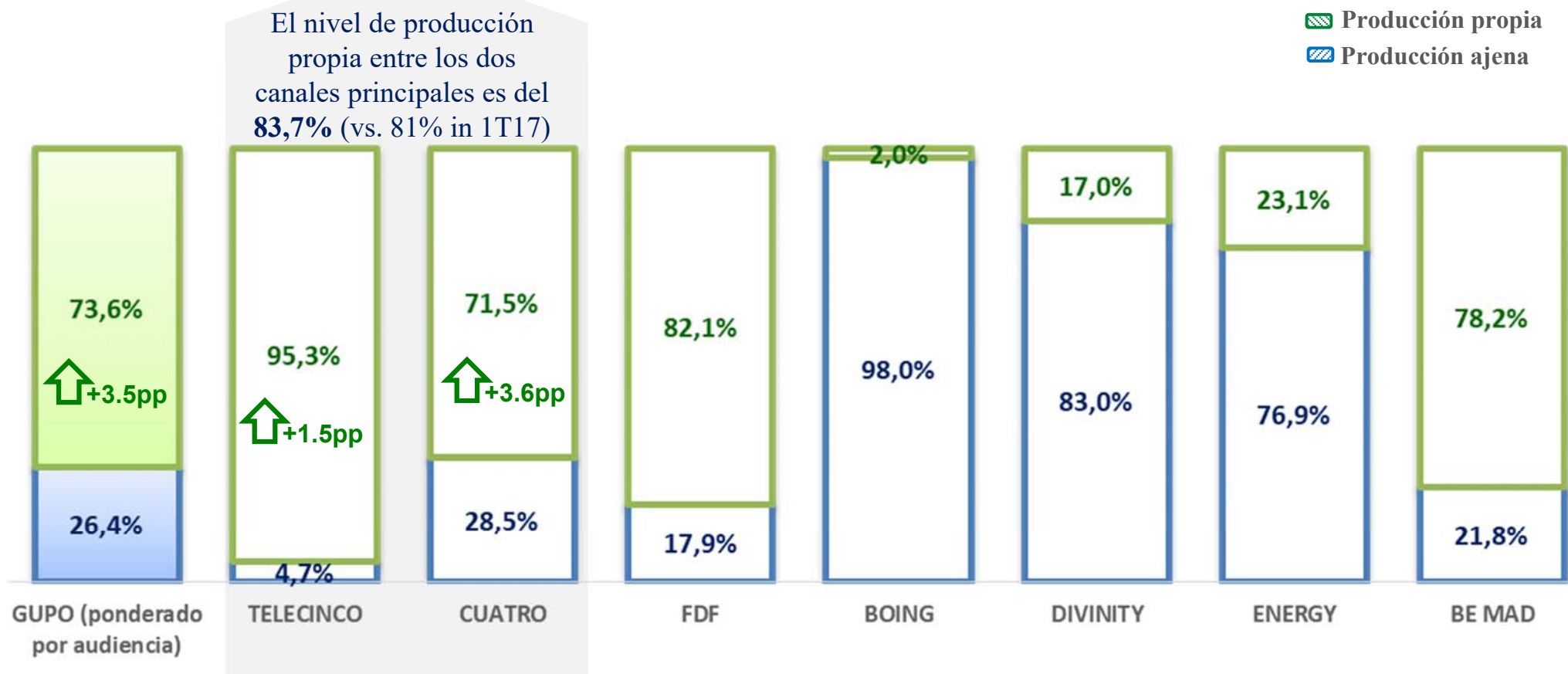


Fuente: Kantar media

• Promedio de audiencia 1 de enero – 31 de marzo de 2018

Mix de programación 1T18 de Mediaset España

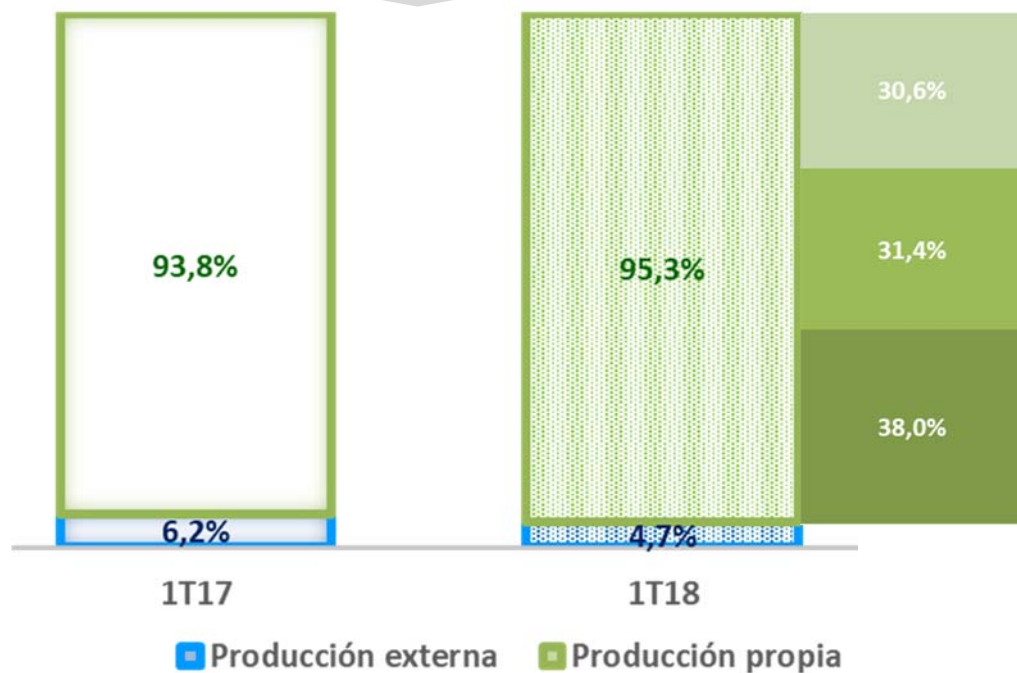
Producción propia vs. Ajena en términos de horas emitidas



Mix de programación 1T18 de Telecinco



Telecinco mantiene estables sus **elevados niveles de producción propia** a lo largo de los años

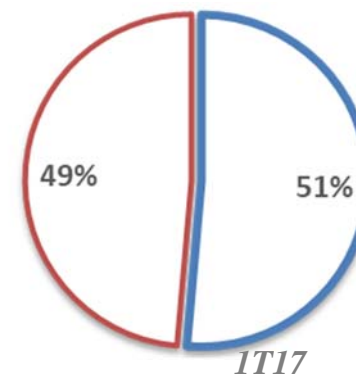


Producción con empresas independientes
(1T17: 45.7%)

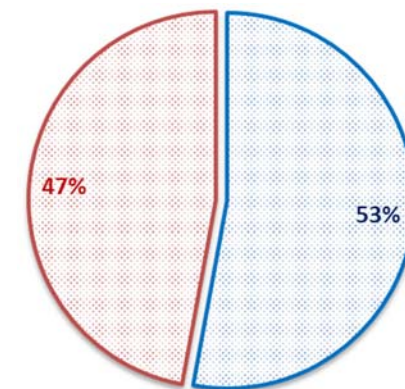
Producido por Mediaset España
(1T17: 27.3%)

Producción con empresas participadas:
(1T17: 27.0%)

- *La fábrica de la tele*
- *Mandarina*
- *Melodía Producciones*
- *Alea Media*
- *Súper sport*



1T17



1T18

■ Directo ■ Grabado

DISCLAIMER

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@mediaset.es

WEB: www.mediaset.es/inversores/en

Statements contained in this document, particularly the ones regarding any Mediaset España possible or assumed future performance, are or may be forward looking statements and in this respect they involve some risks and uncertainties.

Mediaset España actual results and developments may differ materially from the ones expressed or implied by the above statements depending on a variety of factors.

Any reference to past performance of Mediaset España shall not be taken as an indication of future performance.

The content of this document is not, and shall not be considered as, an offer document or an offer or solicitation to subscribe for, buy or sell any stock.

The shares of Mediaset España may not be offered or sold in the United States of America except pursuant to an effective registration statement under the U.S. Securities Act of 1933, as amended, or pursuant to a valid exemption from registration

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)

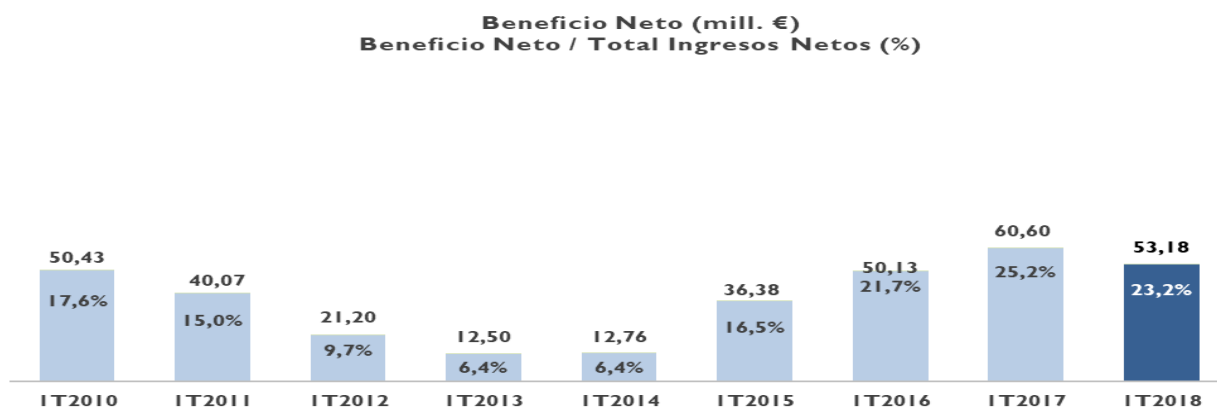
2. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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:

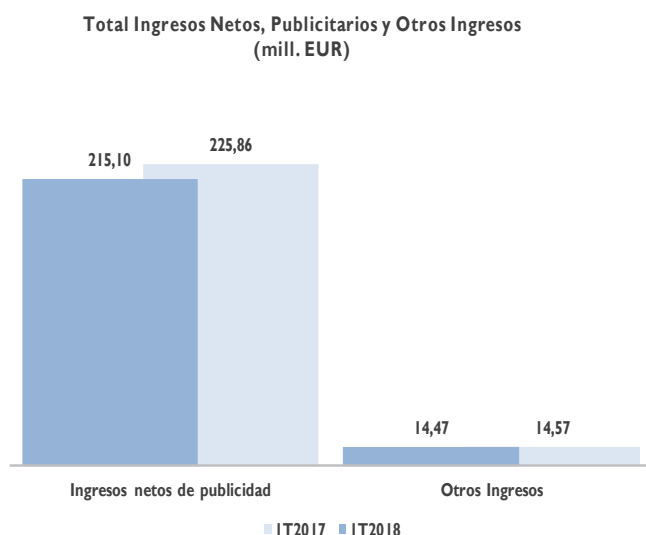
- **Los ingresos brutos de publicidad de medios propios**, incluyen los **ingresos publicitarios** de internet, teletexto y los 7 canales en abierto que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY, ENERGY y BE MAD**. El total de estos ingresos, ascienden en el trimestre 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**.

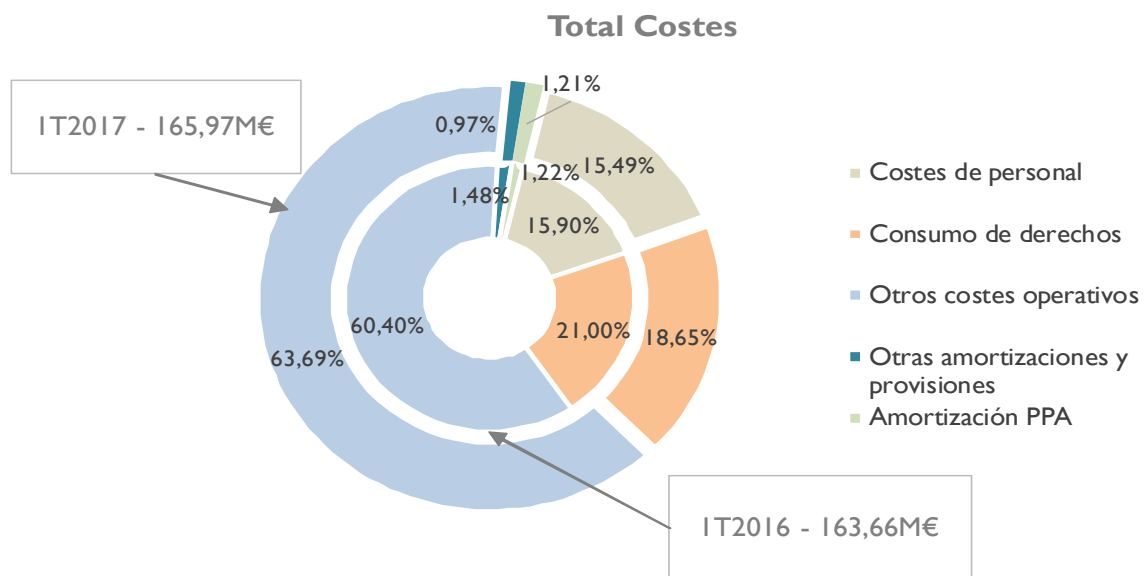


2.2 COSTES OPERATIVOS

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

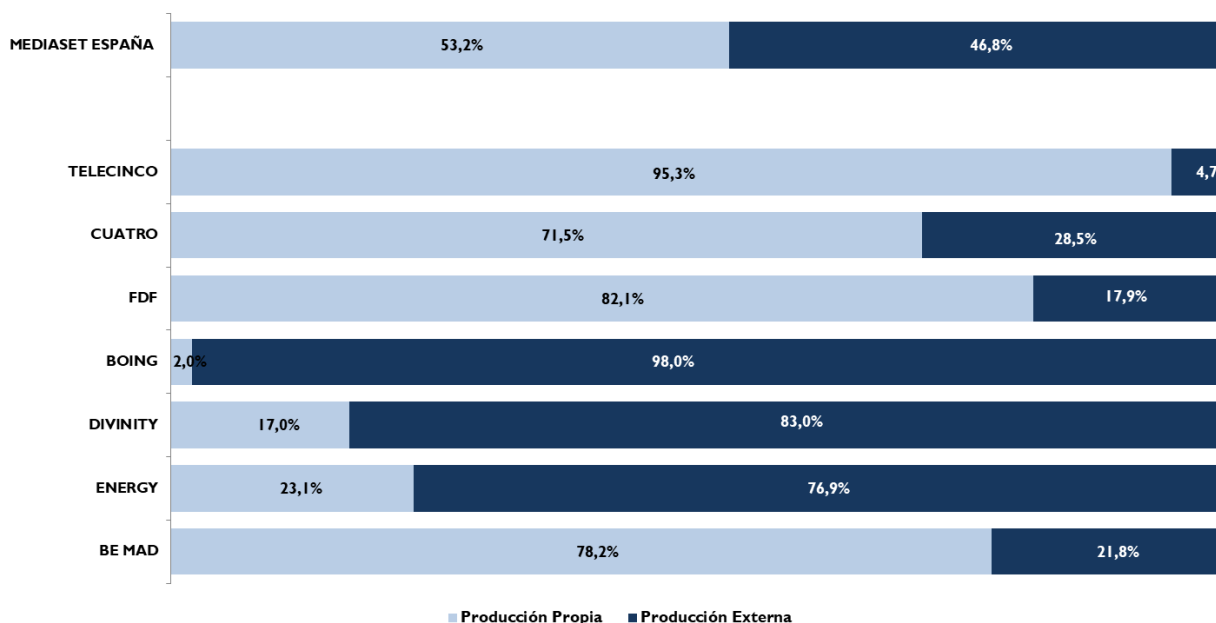
Mediaset España opera en la actualidad 7 canales **Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Divinity, Energy and Be Mad.**

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

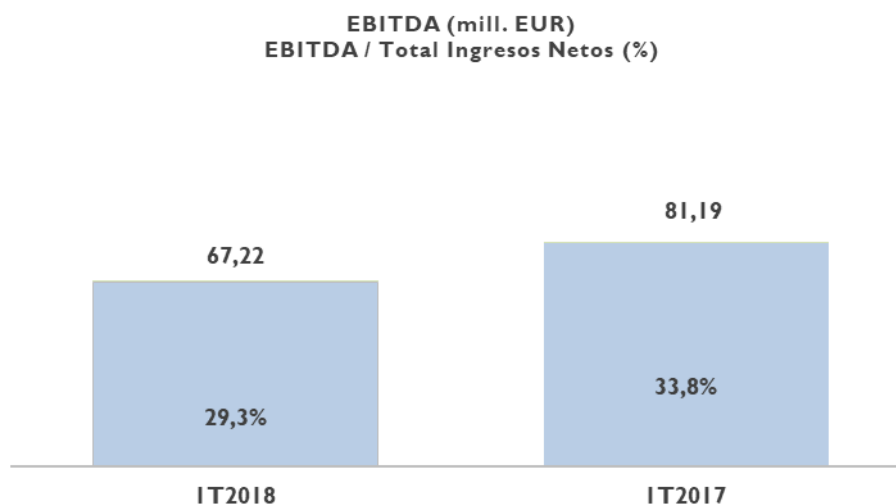
Mediaset España registra un resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, de **€67,22 millones** en el periodo enero-marzo 2018, y un **margen EBITDA ajustado** del **29,3%**, sobre los ingresos totales netos.

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.

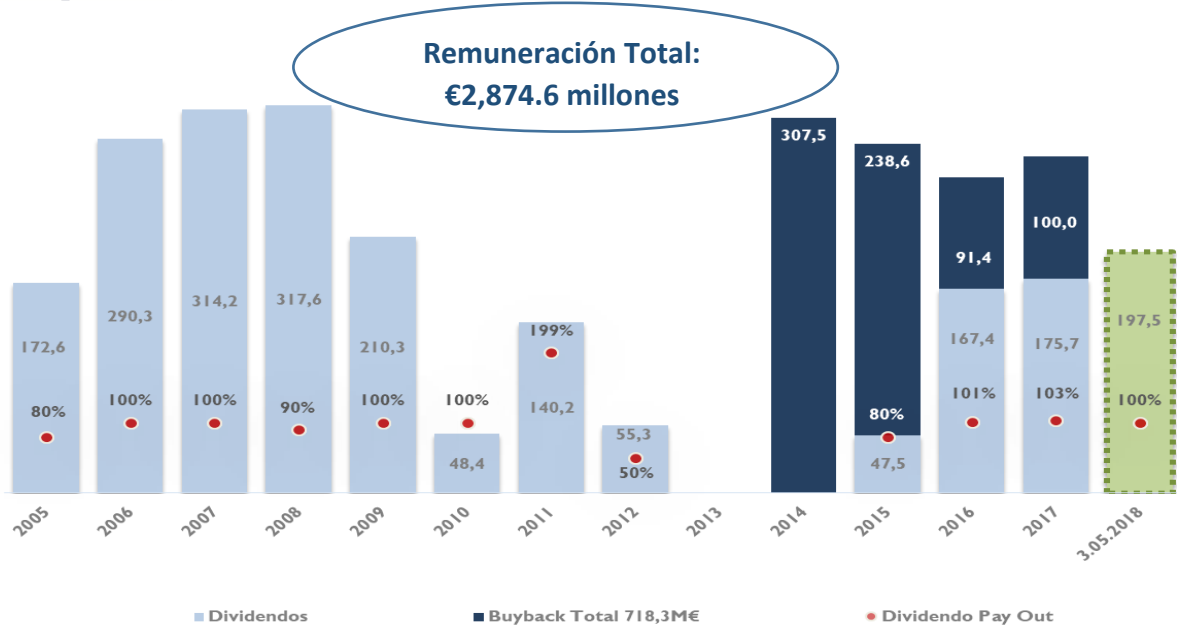
Tabla 5: Cash-Flow

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**.

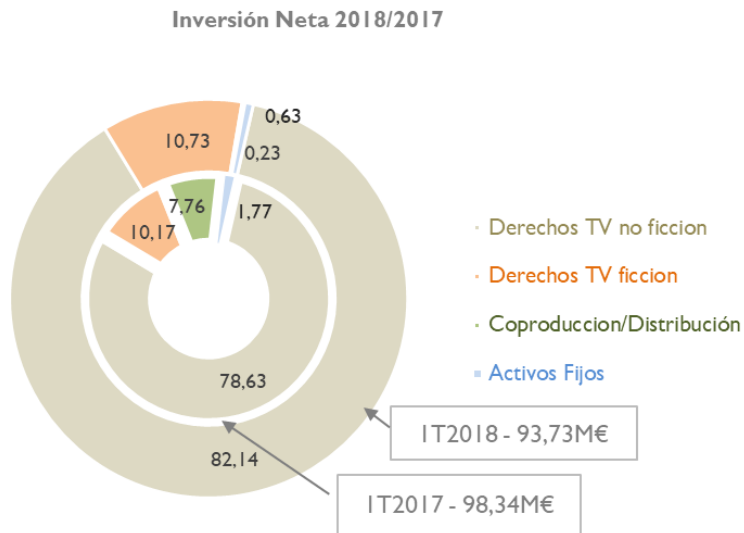
La **Junta General de Accionistas**, celebrada el 18 de abril, aprobó la **distribución de un dividendo de €0,60** por acción, **asignados de la siguiente forma: €0,50/acción contra resultados del 2017 y €0,10/por acción contra reservas de libre disposición** (excluido autocartera). El **importe total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

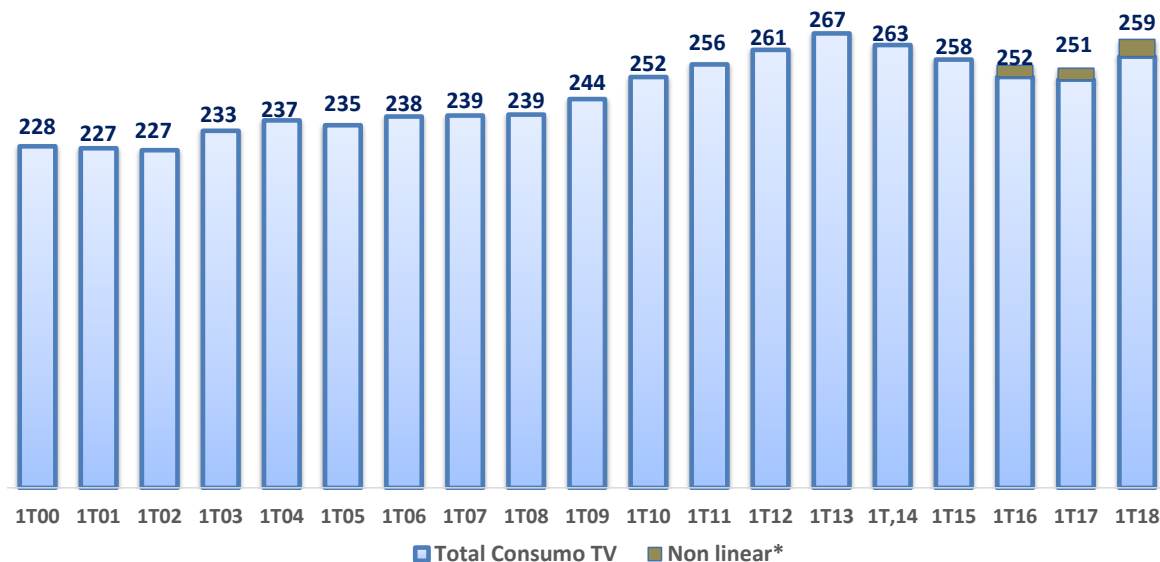
El consumo lineal TV asciende a **253 minutos por persona/día, el 97,7% del promedio del consumo diario de televisión**. El promedio de espectadores diario asciende en el periodo a **7,9 millones**.

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.

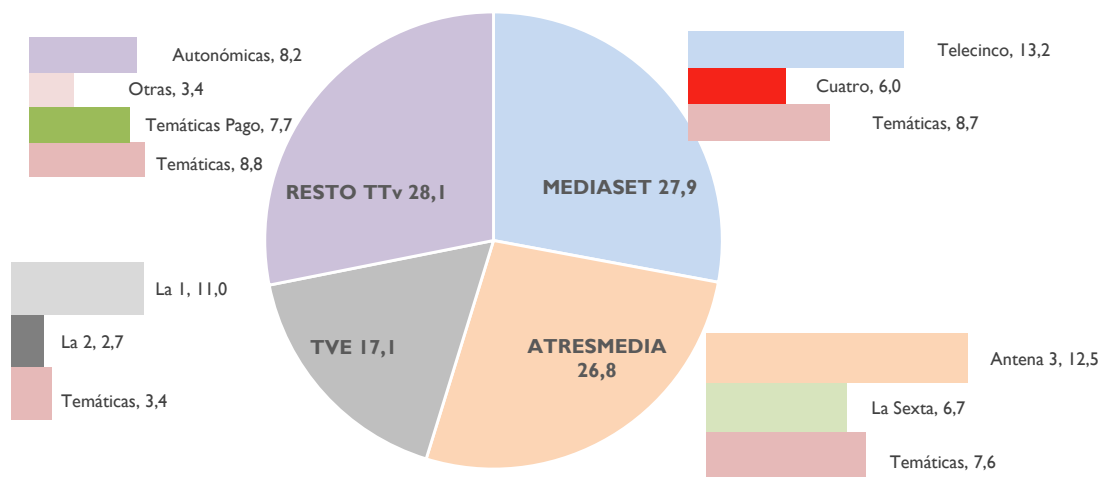
6.2 AUDIENCIAS GRUPO³

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**.

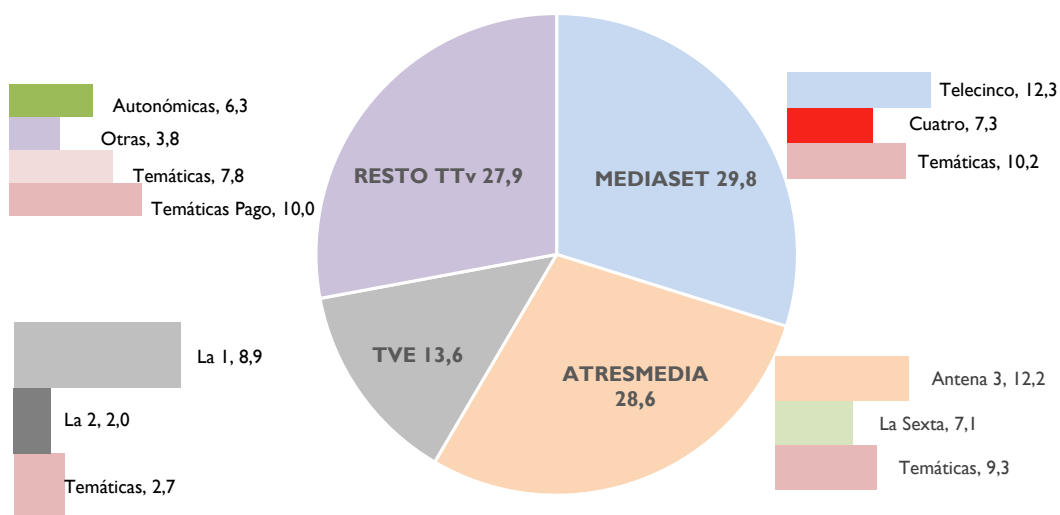
Mediaset España es el grupo de televisión más visto en el periodo y lidera audiencias en un primer trimestre por cuatro años consecutivos.

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)



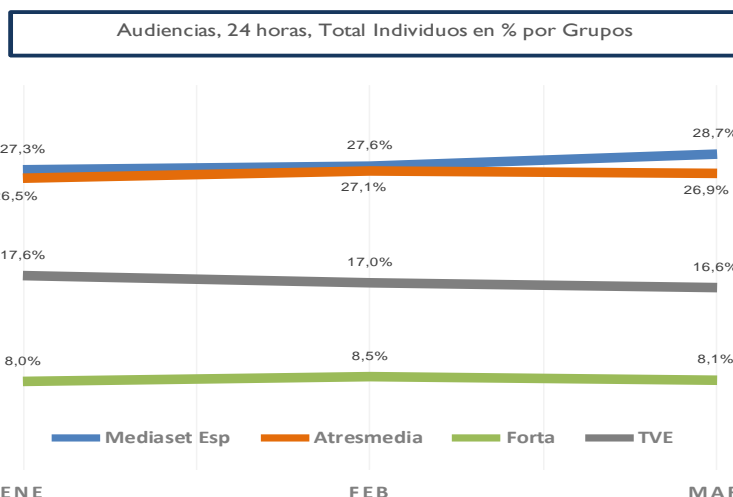
³ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

(*) 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

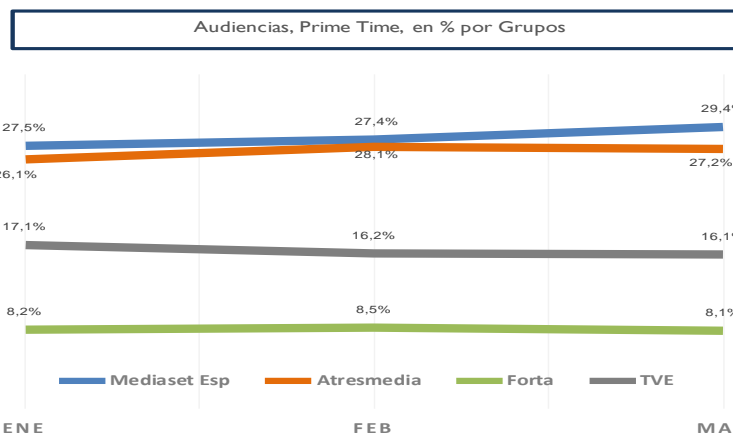
	IT2018	IT2017
Total Individuos		
Total Día	27,9%	28,8%
PRIME TIME	28,4%	28,1%
DAY TIME	27,6%	29,2%
Taget Comercial		
Total Día	29,8%	30,2%
PRIME TIME	29,7%	28,6%
DAY TIME	29,9%	31,0%

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**.



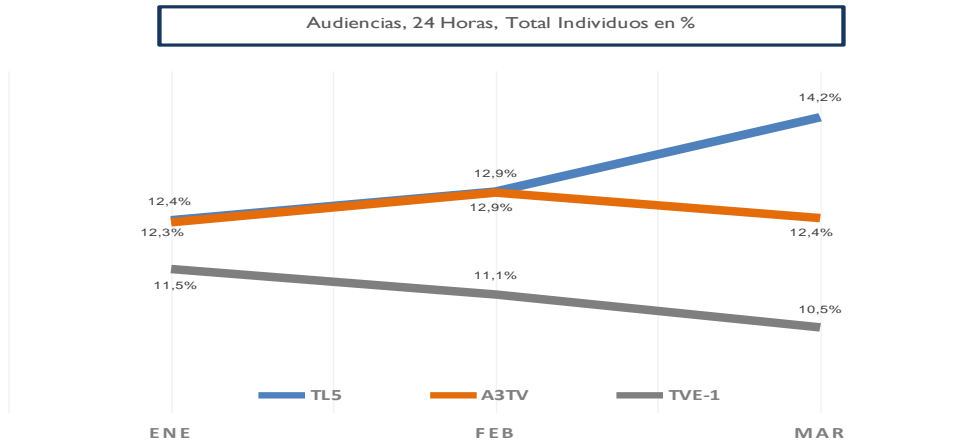
6.3 AUDIENCIA DE LOS CANALES PRINCIPALES

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%

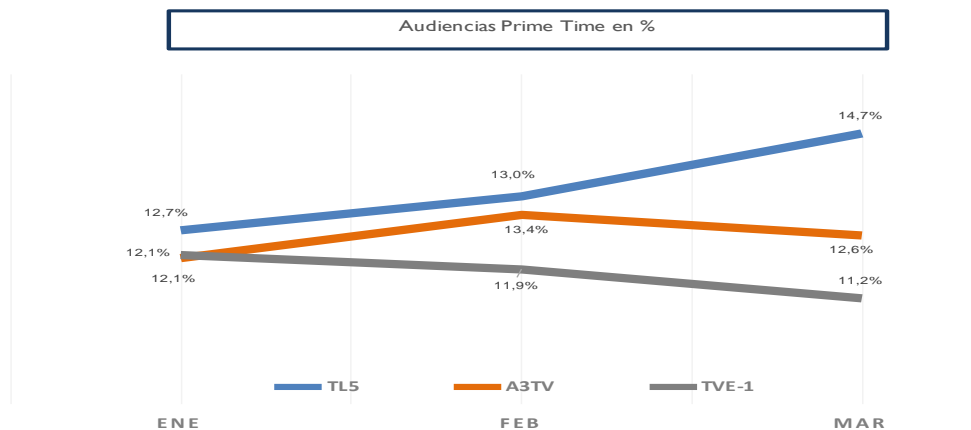
El canal **Telecinco** es el **líder de audiencias**, total día total individuos, en el primer trimestre 2018 con una **cuota del 13,2%** lo que supone una **ventaja de +0.7pp** respecto de su inmediato competidor.

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)**.

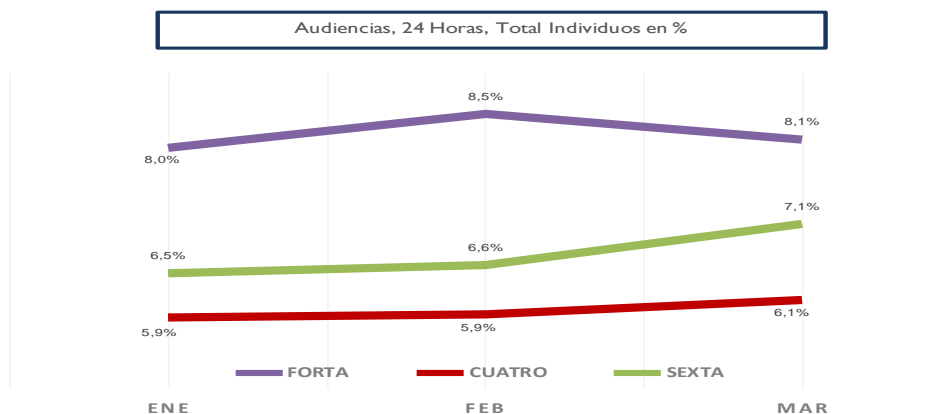
“La Voz Kids” con una audiencia del 21,7% (2,8 millones de espectadores) y un 29,2% en su target comercial jóvenes (13-24). “Got Talent” con un 17,5% de audiencia y 2,2 millones de espectadores y una cuota en su target de niños (4-12) del 23,3%.

Tabla 9: promedio de audiencia IT2018 de Cuatro

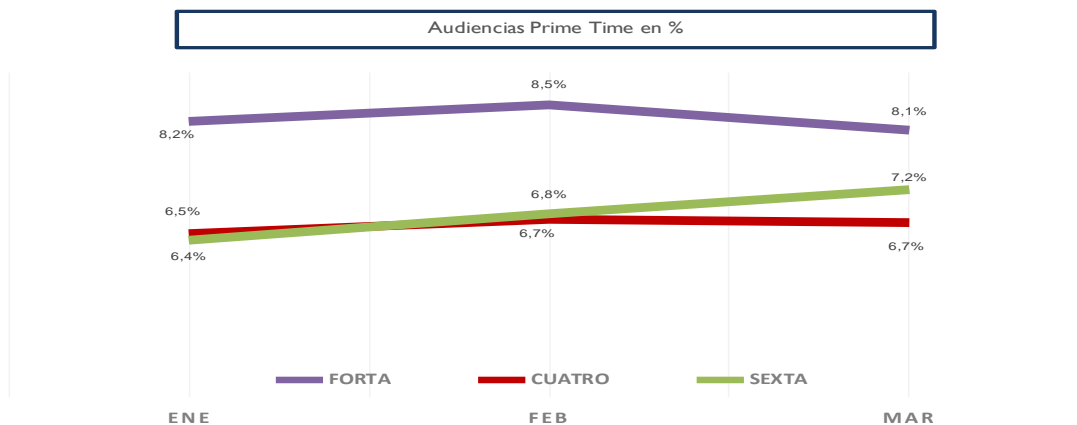
	IT2018	IT2017
Total Individuos		
Total Día	6,0%	6,3%
PRIME TIME	6,6%	6,4%
DAY TIME	5,7%	6,2%
Taget Comercial		
Total Día	7,3%	7,4%
PRIME TIME	8,7%	8,1%
DAY TIME	6,7%	7,0%

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

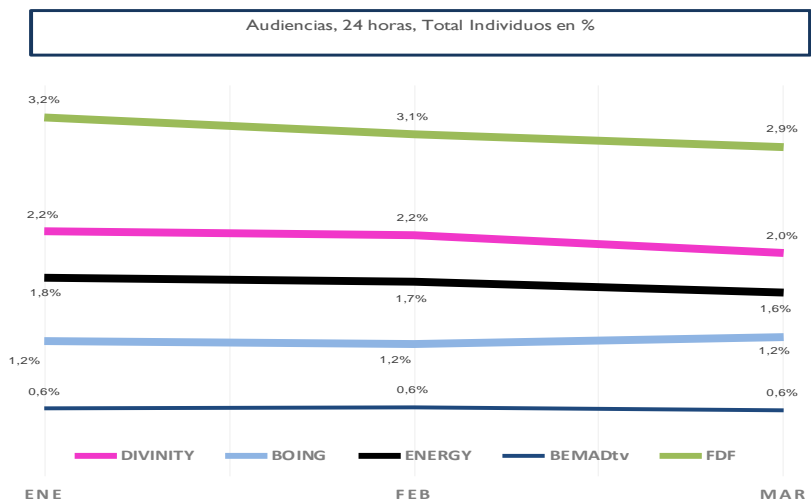
Tabla 9: promedio audiencia IT2018 canales targetizados

		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 este acuerdo, **los operadores tienen previsto lanzar una nueva plataforma OTT** para la distribución de contenidos.

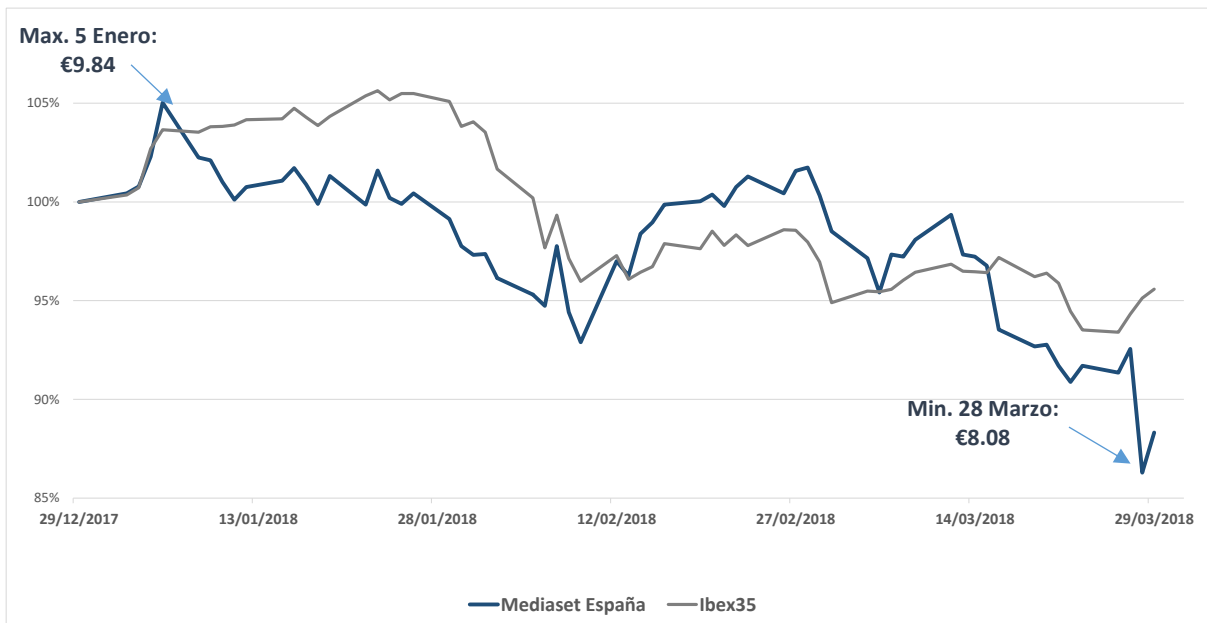
9. Media for Equity

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

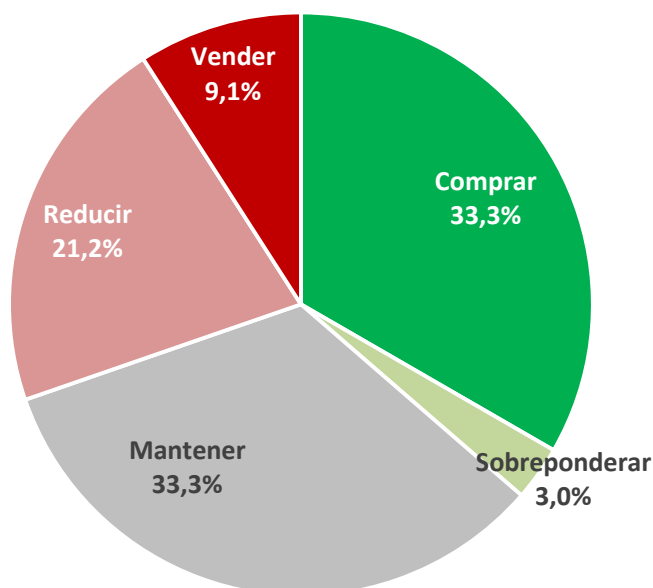
En el primer trimestre 2018, **Mediaset España**, ha tenido una corrección en el mercado en línea con la que han tenido algunas de las compañías del sector. Esto ha sido debido a una **revisión de las estimaciones y recomendaciones** de varias casas de análisis a la compañía y al conjunto del sector 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

MEDIASET *españa.*

TELEVISIÓN  INTERNET



Better together!

1Q18 Results presentation
(January- March)



Madrid, April 19th 2018

MEDIASET ESPAÑA 1Q18 RESULTS AT A GLANCE

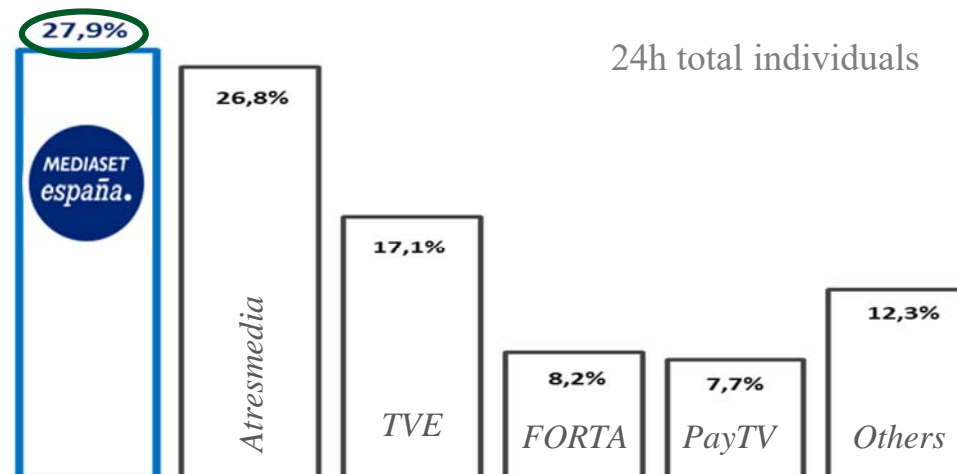
1Q18 FINANCIALS

€ Million	1Q18	1Q17	Var.
Total net revenues	229,6	240,4	- 10,8 €
Total operating costs	162,4	159,2	3,1 €
EBITDA adj*	67,2	81,2	- 14,0 €
<i>EBITDA margin</i>	<i>29,3%</i>	<i>33,8%</i>	
EBIT	63,6	76,8	- 13,2 €
<i>EBIT margin</i>	<i>27,7%</i>	<i>31,9%</i>	
NET PROFIT	53,2	60,6	- 7,4 €
EPS*	0,16 €	0,18 €	- 0,02 €
Free Cash Flow	72,2	79,4	
Net cash position	204,9	258,9	

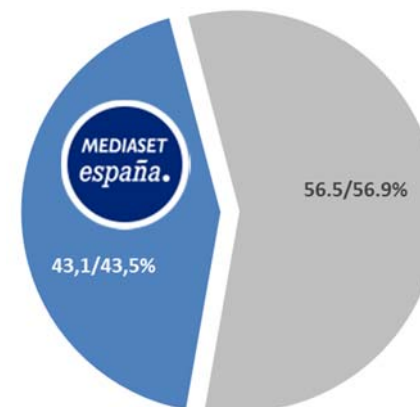
* EBITDA Adj, includes TV rights consumption

** EPS in €, adjusted excluding the treasury stocks owned at March 31st

1Q18 AUDIENCE SHARE



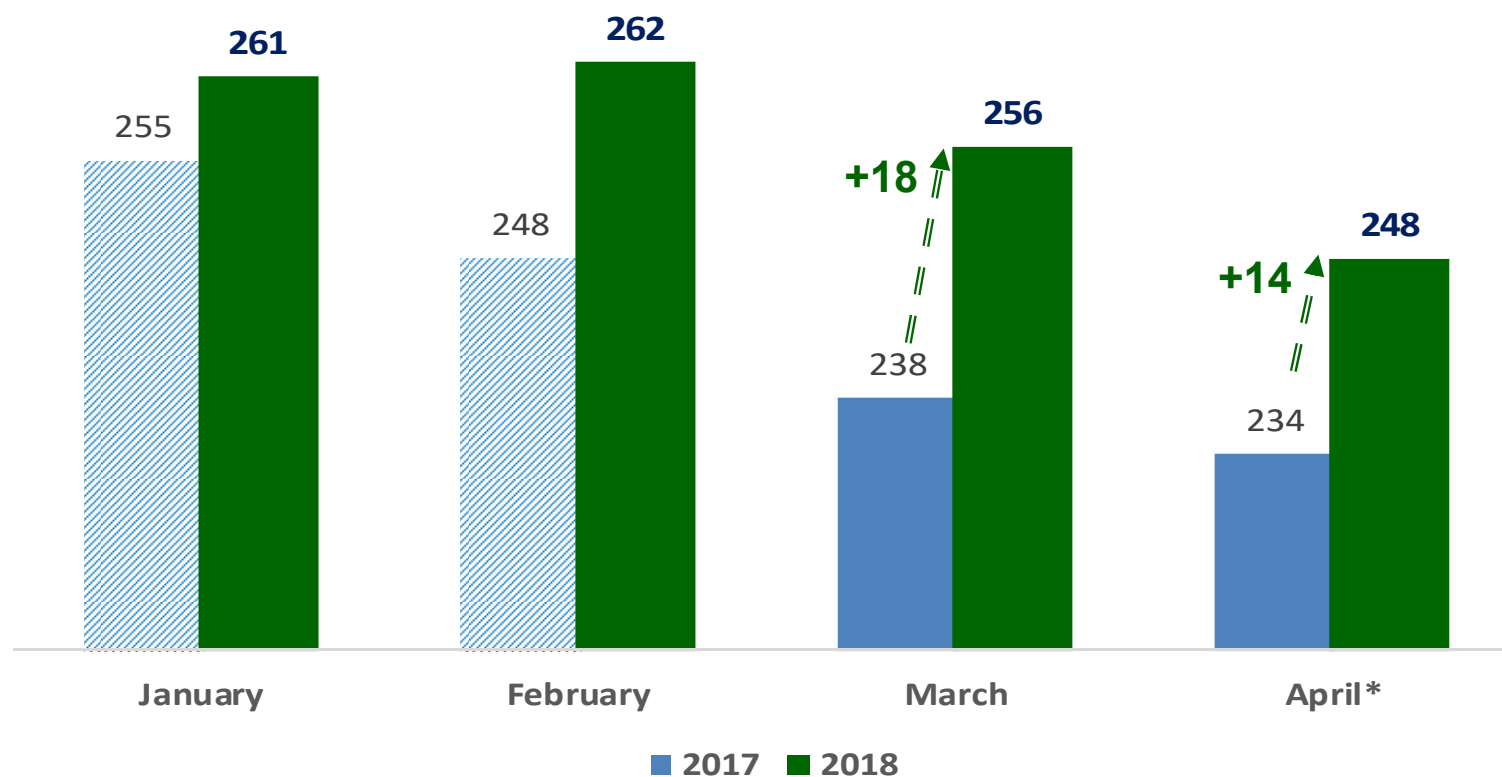
1Q18 TV ADVERTISING MARKET SHARE



Source: Kantar media and Publispaña

2018 YTD* TV consumption

Growing TV consumption month by month



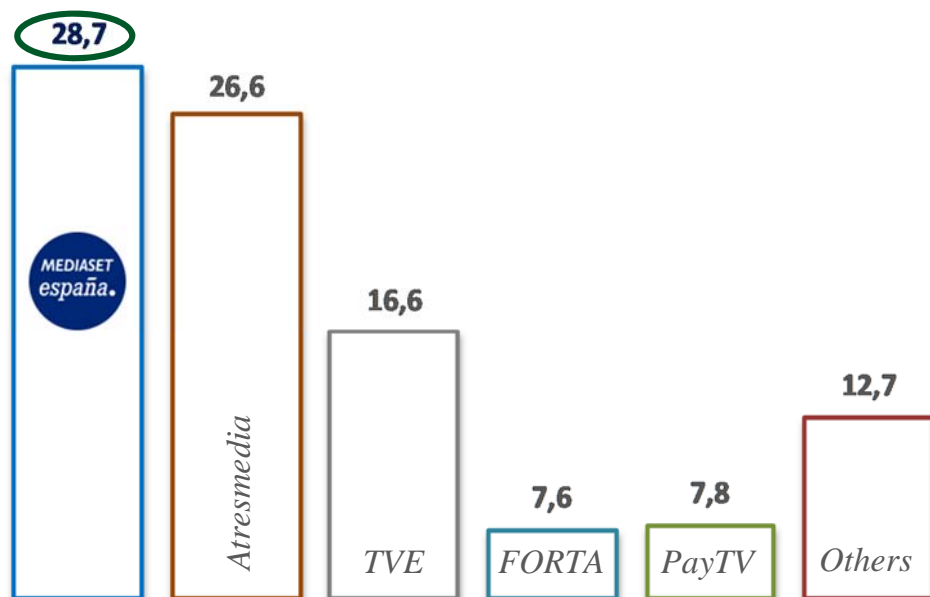
January and February 2017: not including the guests consumption

* Average audience April 1st – April 16th 2018
Source: Kantar media

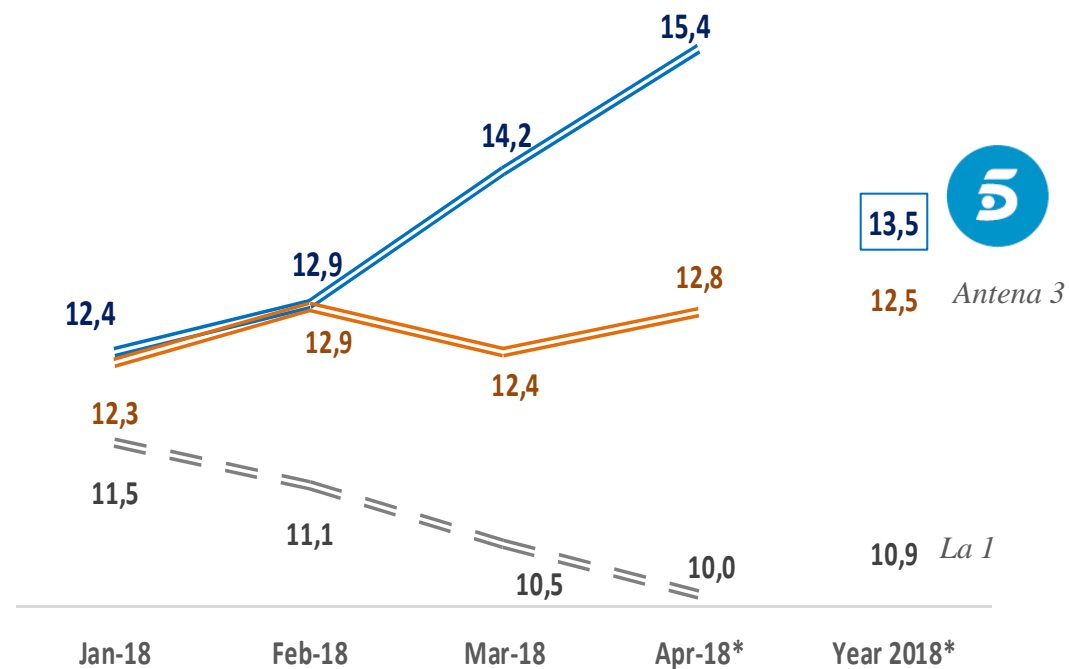
2018 YTD* audience

24h total individuals

YTD* *GROUP'S AUDIENCE SHARE*



YTD* *CHANNELS' AUDIENCE SHARE*



* Average audience January 1st – April 16th 2018

Source: Kantar media

Football world cup 2018



64
matches

Mediaset España is
the first Spanish
commercial group to
broadcast the **entire**
tournament

3 channels
+ OTT



mitele 

~140h
broadcasted

Mediaset España will
offer the **live**
broadcasting of the
matches jointly with
analysis programs **pre &**
post matches

Adapting to the new technologies: HbbTv



Addressable TV's advantages

Viewers improvements

Synchronization with
2nd screens

Start-over and PVR
option

Improve image
quality (4K)

Improved EPG and
navigability

Broadcasters improvements

Increase CPMs

Compete with new
digital services

Improve broadcast
experience

Unlock inventory

Mediaset España
associates with
other Spanish
players to **launch**
a mutual **HbbTV**
platform and plans
a joint **OTT**
platform

Cinema in 2018



2018 Spanish box-office results

Ranking of the most successful Spanish movies in 2018		Gross Box-office (€)
1	La tribu	5,8m*
2	El cuaderno de Sara	5,1m*
3	Campeones	4,7m*
4	Sin rodeos	4,3m
5	Thi Mai, rumbo a Vietnam	1,8m



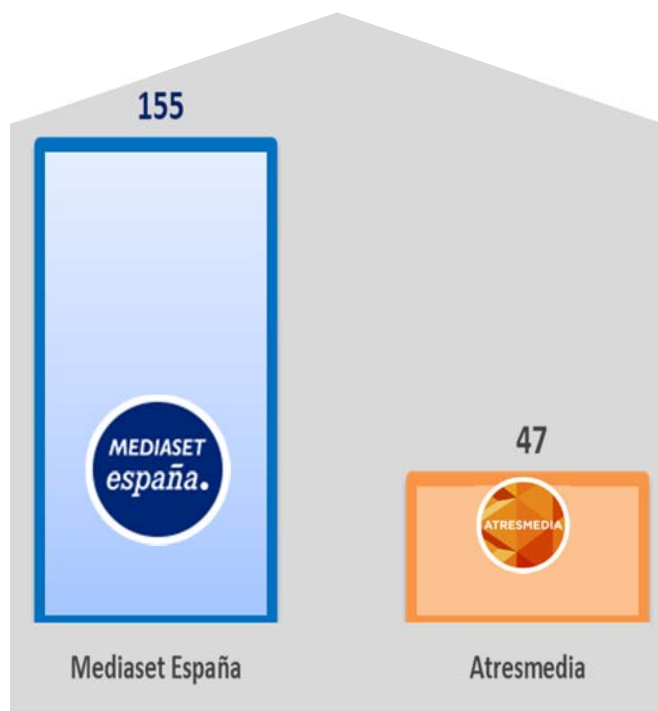
Source: comScore as of April 16th 2018; only Spanish movies released in 2018; Telecinco Cinema's movies in red

€ Million

Historic Spanish box-office results

Ranking of the most successful Spanish movies		Gross Box-office (€)	Year
1	8 apellidos vascos	55,4m	2014
2	The Impossible	42,4m	2012
3	8 apellidos catalanes	35,4m	2015
4	Los Otros	27,3m	2001
5	A monster calls	26,2m	2016
6	The Orphanage	25,1m	2007
7	La gran aventura de Mortadelo y Filemón	22,8m	2003
8	Torrente 2	22,1m	2001
9	Ágora	21,4m	2009
10	Perfectos desconocidos	21,0m*	2017

Total videos viewed in 2018*
(million)



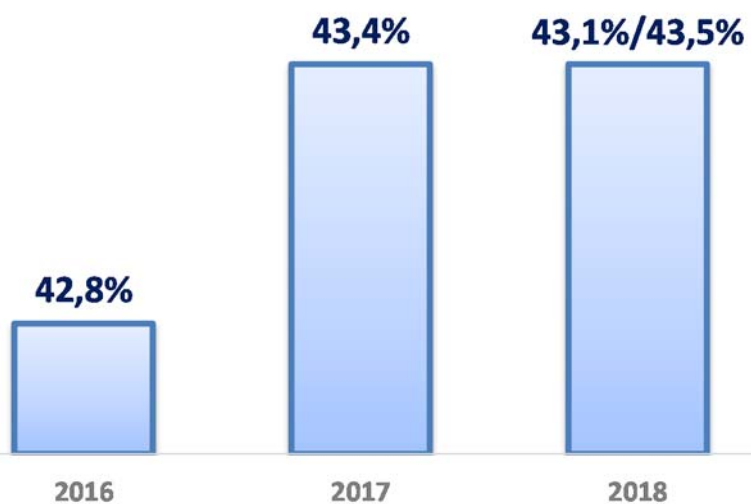
Once again Mediaset España achieves an outstanding set of user engagement rates

<i>Video viewing ranking per media company</i>	<i>Total minutes (million)</i>	<i>Minutes per unique viewer</i>	<i>Video per unique viewer</i>
1 MEDIASETespaña.	816	174	33
2 rtve	1.031	117	18
3 ATRESMEDIA	168	96	27

Source: Comscore; Atresmedia only PC
 *Data: average January to February 2018

1Q18 Mediaset España's advertising revenues & share

1Q advertising market share

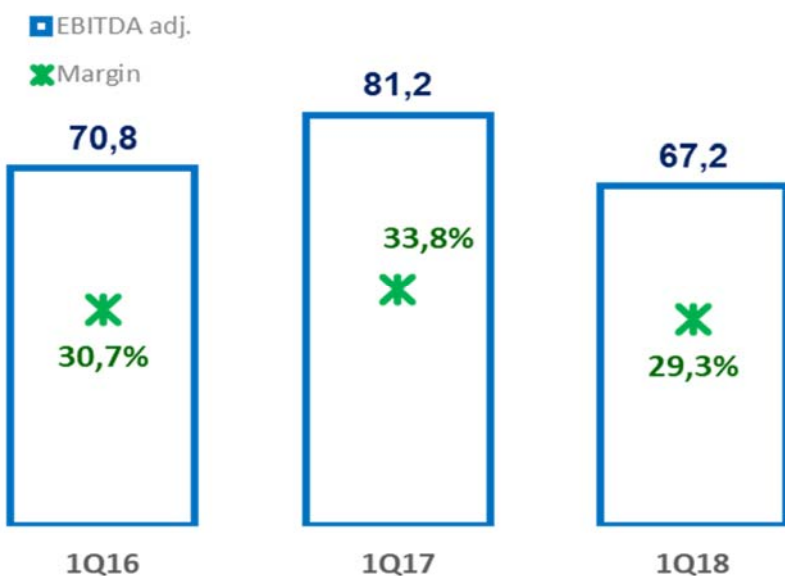


MEDIASET *españa.* TV Commercial strategy

	Audience	Var %	Seconds	GRP (20'')	C/GRP's
1Q18	27.9%	-3.3%	-5.4%	-1.0%	-3.4%

1Q EBITDA margin evolution

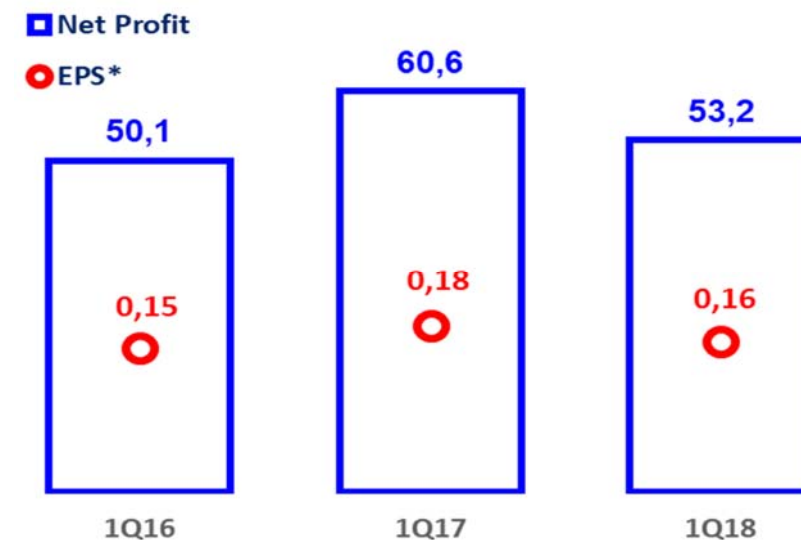
Q1 EBITDA margin



EBITDA adj.: € Million
EBITDA adj./Total net revenues

Mediaset España's high operational leverage allows the group to achieve **strong margin** and **net profit** levels.

Q1 Net profit & EPS*

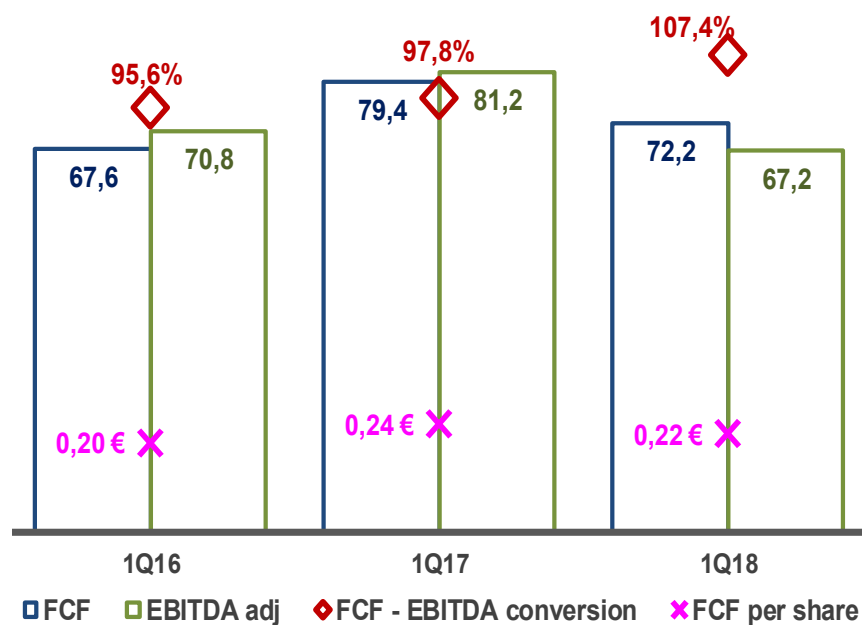


Net profit: € Million

* EPS (€) adjusted excluding treasury shares as of March 31st

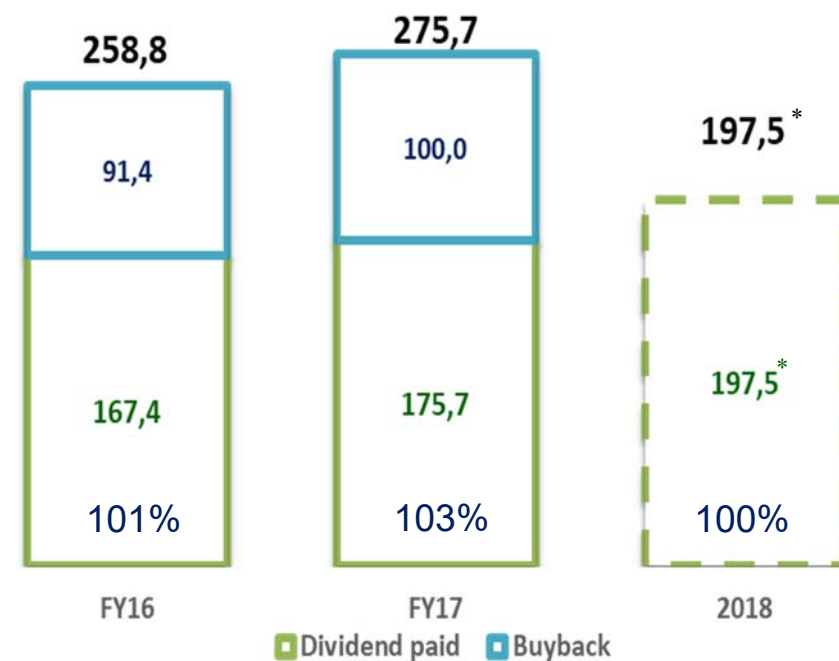
1Q EBITDA margin evolution

Q1 FCF generation



The golden rule of MES: extensive content production permits **high free cash flow conversion**, which translates into a **generous shareholder remuneration**

Shareholders remuneration*



€ Million

%: payout

* 2018 To be paid on May 3rd

€ Million

MEDIASET *españa.*

TELEVISIÓN  INTERNET



Better together!

1Q18 Results presentation
(January- March)

Q&A SESSION



Madrid, April 19th 2018

IQ2018 RESULTS

MEDIASET *españa*.



Consolidated Income Statement

million €	IQ18	IQ17	Var %
Gross Advertising Revenues	224,6	235,4	-4,6%
<i>Multiplex Mediaset España</i>	219,5	230,2	-4,7%
<i>Other</i>	5,2	5,2	-0,8%
Discounts	-9,5	-9,5	0,0%
Net Advertising revenues	215,1	225,9	-4,8%
Other Revenues	14,5	14,6	-0,6%
Total Net Revenues	229,6	240,4	-4,5%
TV Rights Amortisation	-31,0	-34,4	-9,9%
Personnel	-25,7	-26,0	-1,2%
Other Operating Costs	-105,7	-98,9	6,9%
Total Operating Cost	-162,4	-159,2	2,0%
Adjusted EBITDA	67,2	81,2	-17,2%
Amortizations & Depreciations	-1,6	-2,4	-33,5%
PPA Amortizations	-2,0	-2,0	0,0%
EBIT	63,6	76,8	-17,1%
Equity Consolidated Results	4,4	0,5	
Financial results	-0,2	-0,2	-
EBT	67,7	77,1	-12,2%
Income Taxes	-14,6	-16,6	-12,3%
Minority Interest	0,0	0,0	-
NET PROFIT	53,2	60,6	-12,2%

Balance Sheet

million €	IQ18	2017
Fixed assets	565,3	569,4
<i>Financial</i>	314,8	314,7
<i>Non Financial</i>	250,4	254,7
Audiovisual Rights and Pre-payments	218,5	156,4
<i>TV, Third Party Rights</i>	166,7	106,4
<i>TV, Spanish Fiction Rights</i>	32,2	27,0
<i>Co-production / distribution</i>	19,6	23,0
Pre-paid taxes	96,7	101,0
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	880,5	826,8
Current assets	213,7	272,3
Financial investments and cash	205,0	135,9
TOTAL CURRENT ASSETS	418,7	408,2
TOTAL ASSETS	1.299,2	1.235,0
SHAREHOLDERS' EQUITY	952,1	900,1
Non-current provisions	13,8	13,4
Non-current payables	21,1	19,0
Non-current financial liabilities	0,0	0,0
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	34,9	32,4
Current payables	312,2	301,9
Current financial liabilities	0,0	0,6
TOTAL CURRENT LIABILITIES	312,2	302,5
TOTAL LIABILITIES	1.299,2	1.235,0

EPS & Margins

	IQ18	IQ17
Adjusted EBITDA margin	29,3%	33,8%
EBIT margin	27,7%	31,9%
Net Profit margin	23,2%	25,2%
EPS (€)*	€0,16	€0,18

* excluding treasury shares owned at March 31st

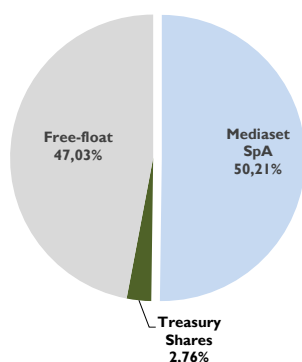
Cash Flow & Net Financial Position

million €	IQ18	IQ17
Operating Free Cash Flow	72,2	79,4
Net Cash Position	204,9	258,9

Net Investments

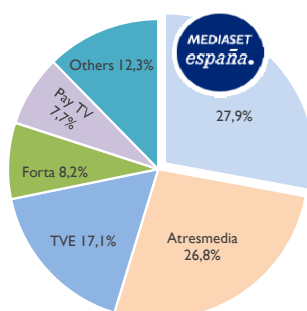
million €	IQ18	IQ17
TV Rights Non-Fiction	82,1	78,6
Co-production / Distribution	0,2	7,8
Tangible & Intangible fixed assets	0,6	1,8
TV Rights - Fiction	10,7	10,2

2018 - Shareholders Structure



24h Audience Share

Total Individuals IQ18



TV Advertising Market

Share IQ18*

* At the date of publication, Infoadex hasn't reported on the Spanish advertising market.