

---

---

# NINE MONTHS 2018 RESULTS

January – September 2018

**MEDIASET***españa.*



Madrid – November 7<sup>th</sup>, 2018

## CONTENTS

1. Financial and Operating highlights
2. Operating KPI's
  - 2.1 TV Consumption
  - 2.2 Audience share
  - 2.3 Content mix
  - 2.4 Associated Companies
  - 2.5 Internet
3. Profit and loss account
4. CAPEX
5. Balance sheet
6. Cash flow generation
7. Outlook
8. Events following the close of the period
9. Investors calendar
10. Definition of APMs
11. Contact

### Conference Call / Web cast details

7<sup>th</sup> November 2018 at **18:30 CET (17:30 UK Time)**

**Spain:** +34 914 192 514  
**UK:** +44 (0) 330 336 9411  
**USA:** +1 646 828 8144  
**Pin Code:** 9388129#

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

<https://edge.media-server.com/m6/p/8pfha3e2>

Or through our **IR homepage:**

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



## I. FINANCIAL AND OPERATING HIGHLIGHTS

mill. EUR	3T 18	3T 17	Var (%)	9M 18	9M 17	Var (%)
Total ingresos netos	188,6	192,8	(2,2%)	696,4	701,3	(0,7%)
Total costes operativos	(154,0)	(162,0)	(4,9%)	(502,8)	(502,5)	0,0%
<b>EBITDA <sup>(1)</sup></b>	<b>34,5</b>	<b>30,7</b>	<b>12,3%</b>	<b>193,7</b>	<b>198,8</b>	<b>(2,6%)</b>
Margen EBITDA	18,3%	15,9%		27,8%	28,3%	
<b>EBIT</b>	<b>29,4</b>	<b>26,0</b>	<b>13,0%</b>	<b>181,7</b>	<b>185,2</b>	<b>(1,9%)</b>
Margen EBIT	15,6%	13,5%		26,1%	26,4%	
<b>Beneficio Neto</b>	<b>21,7</b>	<b>20,4</b>	<b>6,4%</b>	<b>146,9</b>	<b>146,1</b>	<b>0,6%</b>
BPA <sup>(2)</sup>	0,07	0,06		0,45	0,45	
<b>Posición financiera</b>				<b>129,18</b>	<b>100,14</b>	<b>29,0%</b>
<b>Free Cash - Flow</b>				<b>181,76</b>	<b>188,37</b>	<b>(3,5%)</b>

(1) EBITDA Incluye el consumo de derechos TV

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

- **Infoadex** reported that the **TV advertising market in the third quarter 2018** decreased by **2.0%** with **Mediaset España** outperforming its peers and increasing its **market share to 43.8%** (24 bp better than same quarter last year).
- **Total net revenues** in the **third quarter 2018** amount to **€188.6 million** compared to **€192.8 million** from last year.
- **Mediaset España's** registers an **EBITDA in the quarter of €34.5 million (+12.3%)** representing an **18.3% EBITDA margin**, the **highest figure** achieved in a **third quarter period, in the last ten years** (margin calculated as a percent of net revenues).
- **Net profit in the third quarter 2018** reaches **€21.7 million**, an increase of **6.4%** compared to the same quarter 2017 (€20.4 million).
- **Mediaset España's Net Cash position** as at **30<sup>th</sup> September 2018** is **€129.2 million** and **Free Cash Flow** in the first nine months 2018, equals **€181.8 million**.
- **Mediaset España** leads audiences in **the first nine months 2018** with a **29.0% audience share** and a **31.1% commercial target**, both in total individuals total day. The **Russia World Cup 2018**, broadcasted by **Mediaset España**, led to an **outstanding audience share** and **remarkable digital viewer records**.
- In the period **January-September 2018**, **Mediaset España** registered in internet a **monthly average of 11.7 million unique users/viewers** and **184.9 million videos streamed**. (Source: ComScore, multiplatform).

## 2. OPERATING KPI's

### 2.1 TV CONSUMPTION

Minutes	2018				2017			
	Linear	Guests	Time Shift	Total	Linear	Guests	Time Shift	Total
<b>TV Consumption 2018 (4 years old+)</b>								
Q1	240	13	6	259	243	4	4	252
Q2	220	11	6	237	222	13	4	240
Q3	188	10	5	204	201	12	4	217
YTD (30.09.2018)				231				236

The **daily average total TV consumption per person per day, 4 years old +**, in the **first nine months 2018** is **231 minutes**, 5 minutes less than the same period last year, despite which, television consumption maintains a solid record. These figures **do not include television viewed** on devices such as tablets, computers, etc...

The **average daily television viewers**, total day, in the period stands at **7.1 million people**.

\* *Guests viewing measured since March 2017.*

## 2.2 AUDIENCE SHARE

	9M 18		9M 17	
	Total	Commercial	Total	Commercial
	Individuals	Target	Individuals	Target
<b>MEDIASET ESPAÑA</b>				
Total Day	29,0%	31,1%	29,1%	30,6%
Prime Time	29,3%	30,8%	28,7%	29,4%
<b>TELECINCO</b>				
Total Day	14,0%	13,2%	13,6%	12,5%
Prime Time	14,9%	13,9%	13,8%	12,1%
<b>CUATRO</b>				
Total Day	6,2%	7,7%	6,2%	7,3%
Prime Time	6,4%	8,2%	6,4%	8,1%
<b>DIVINITY</b>				
Total Day	2,1%	2,5%	2,2%	2,9%
Prime Time	1,9%	2,0%	2,0%	2,3%
<b>BOING</b>				
Total Day	1,3%	1,0%	1,4%	1,0%
Prime Time	1,0%	0,8%	1,1%	0,8%
<b>ENERGY</b>				
Total Day	1,8%	2,1%	2,0%	2,3%
Prime Time	1,8%	1,8%	2,2%	2,3%
<b>BE MAD tv</b>				
Total Day	0,6%	0,9%	0,6%	0,8%
Prime Time	0,5%	0,7%	0,5%	0,6%
<b>FDF</b>				
Total Day	3,0%	3,8%	3,1%	3,8%
Prime Time	2,8%	3,4%	2,7%	3,1%

In the **first nine months 2018**, the **Mediaset España Group** has led audiences with a **29.0% audience share** and a **31.1% commercial target** both in **total individuals total day**, which is an **advantage of +2.4pp and +3.0 pp, respectively**, over its nearest competitor.

For the first time, **Mediaset España** broadcasted the entire **Football World Cup, the Russian 2018 World Cup**, with a total of **64 matches** in the period **June 14<sup>th</sup> to July 15<sup>th</sup> 2018**. **Telecinco** channel broadcasted **26 matches**, **32 matches were broadcasted on the Cuatro** channel, **4 matches on Be Mad** and **1 game on Energy**. All football games were broadcasted live on **Mitele, Mediaset España's** OTT.

The **26 games broadcasted on the Telecinco** channel registered **45.6% audience share** and **5.8 million viewers**, outperforming the records obtained in the previous **World Cup, Brazil 2014**, by **2.4 pp**. The games of the **Spanish** national team achieved an average of **70.8% audience share**, **11.8 million viewers**, this is **+7.7 pp and 1.8 million viewers better than the Brazil World Cup**. The penalty shoot-out in the **Spain-Russia** game, records **the highest number of viewers, 14.8 million, and audience share above 80%**, since July 2012.

After the **successful performance in audiences of the Russian 2018 World Cup**, Mediaset España announced, on August 2<sup>nd</sup>, the agreement with FIFA for the acquisition of the **Euro 2020 broadcasting rights**, both, **free to air and digital rights**, a total of **51 games**.

Also the **FIFA agreement** includes a **package of 80 games of international teams from UEFA Nations League**, friendly games, **qualifying games for the Euro 2020 and FIFA World Cup 2022**, (excluding Spanish national team's games).

**Mediaset España's** aim is to present a **comprehensive programming offer**, for all targets, with formats ranging from **fiction series, realities, movies, sports, news etc.** in the **first nine months 2018**, its flagship programs were: **Survivors, Big Brother, Got Talent** and also the popular American series **The Good Doctor**.

**Telecinco** channel registered, in the **period**, **14.0 % audience share and 13.2% commercial target in total individual's total day**, an advantage of **+1.8 pp and +1.4 pp**, respectively, **compared to its nearest competitor**.

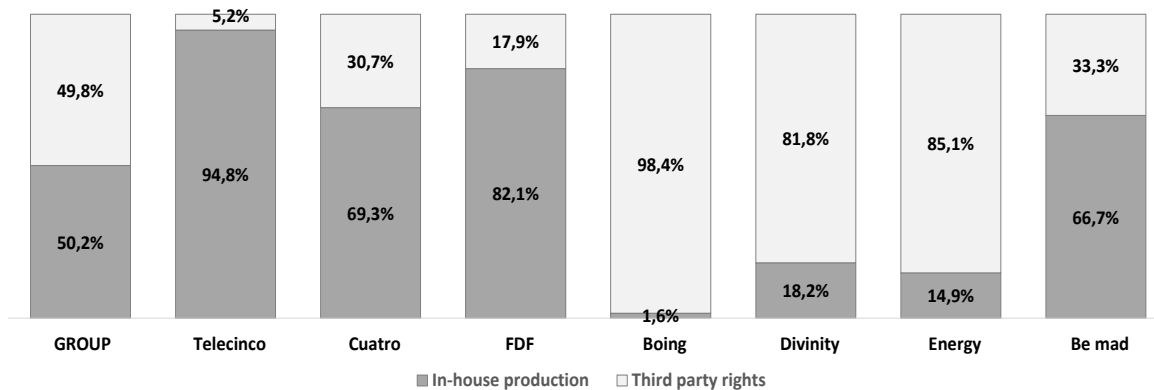
In addition to the **2018 World Cup** audience results, the **Telecinco channel** has been very successful with **entertainment programs** such as **Survivor**, which registered an average **audience in its latest edition of 29.2% and 3.3 million viewers**. The **Good Doctor** series broadcasted on the **Telecinco channel** obtained excellent audience results, **19.6% share and 3.1 million viewers**, and registers the **best commercial target** in the year (22.3%).

**Cuatro** obtained an audience, **in total individual's total day** of **6.2% share in the first 9 months 2018**, compared to **6.8% of its nearest competitor**, whilst it **leads in commercial target** where it records **7.7%** (vs 7.1%).

The **targeted channels**, Divinity, Boing, Energy, Be Mad and FDF, **obtained a total of 8.8% audience share** in the period **whilst achieving 10.2%** in commercial target. The audience of the different channels at the **end of September** in its targets is as follows: **FDF** in its target of **13 to 24 year olds** achieved **8.4%** audience share and in **25 to 34 year olds** **5.7%**. **Divinity** channel had a **3.2% audience share in its target of women 16 to 44 years old**, **Energy** channel obtained in its target, men **25 to 54 years old 1.7%** share. **Boing**, the children's channel, almost **nine-fold** its share in its target of **4 to 12 year olds**, reaching a **10.9%**. **Be Mad** registers in its **target of 25-34 year old men** achieves a **1.3% share**.

### 2.3 CONTENT MIX

In the first nine months 2018 Mediaset España in-house production represents 50.2% of the total broadcasted hours, which is an increase of 3.2pp compared to the same period last year (47.0%). Third party rights, on the other hand, represent 49.8% of the total broadcasted hours. The distribution of in-house and third party broadcasted hours, in the first nine months 2018 across the seven Group channels is as follows:



Source: Kantar Media

The two main channels, Telecinco and Cuatro combined, have devoted 82.5% of their broadcasted hours to in-house production in the period January-September 2018, in line with the same period last year (83.1%).

With regard to the rest of the channels, Divinity and FDI show the greatest change in the mix in the period. Divinity is the one that has changed its mix the most, with 18.2% in-house production in the first nine months 2018, compared to 9% in the same period 2017. This is an increase of +9.2 pp in the in-house production broadcasted hours in the period. FDI on the other hand, has increased its in-house broadcasted hours to 82.1%, from the 77.2% of the same period last year, this is an increase of +4.9 pp.

### 2.4 ASSOCIATED COMPANIES

In order to meet the high in-house production broadcasting hour’s needs, Mediaset España participates in the capital of 8 production companies, specialised in different production formats. This allows the Group to have control in the production, in the required time and scale, and access to a wide range of formats, from fiction, realities, sports etc.. while having the first option for new formats, as well as benefiting from the agreements these production companies reach with third parties as content suppliers. Detail of the aforementioned participated companies, as at 30<sup>th</sup> of September 2018, is as follows:

Producciones Mandarina, specialised talk-shows and entertainment (30.0%), La Fábrica de la Tele specialised in talk-shows and fiction series (30.0%), Megamedia TV specialised in digital content (30.0%), Alea Media specialised in fiction series (40.0%), Melodía Producciones specialised in fiction series (40.0%), SúperSport news programs and sport events (30.0%), Bulldog specialised realities (30.0%) and Alma Producciones specialised in fiction series (30.0%).

## 2.5 INTERNET

In the months January-September 2018, the **internet video consumption** (multiplatform since March 2017) reached **32.6 minutes per person/per day** for **total Individuals**, and represents **12.3%** of the **total daily average audiovisual consumption**, reaching **87.3 minutes per person/per day** in the **18-24 year old group**.

(Source: Kantar & Comscore)

In the first nine months **2018**, Mediaset España obtained **a monthly average of 11.7 million unique users** and **184.9 million videos streamed**, (multiplatform) all in a **content safe environment** both for **users and advertisers**. Also **Mediaset España** registered a monthly average of **191.2 million pages viewed** in the first nine months 2018.

	Total Unique users (000)	Total Page Viewed (million) <sup>(1)</sup>	Videos (000) <sup>(2)</sup>	Minutes (million) <sup>(3)</sup>
September 2018	11.083	196.643	225.905	913
August 2018	9.399	130.322	107.623	485
July 2018	11.990	171.492	182.788	729
June 2018	13.321	236.387	247.377	808
May 2018	11.867	197.580	200.907	720
April 2018	13.097	219.009	209.052	780
March 2018	12.777	213.316	180.876	785
February 2018	10.929	171.403	154.460	852
January 2018	10.713	184.836	155.352	1.018

Source: Comscore. All data Multiplatform.

During 2018 Mediaset España has been promoting the **native digital content production** under new video formats specifically designed for internet. It also has been supporting the **use of contents across platforms** with the aim of giving more visibility to **Mediaset España’s products** and **brands** within the digital media arena and also **increasing the video inventory** for advertisers. **Television contents** have contributed, in the first nine months 2018 to the **77.8% of the digital audience**, whilst the digital native content contributed with **22.2%**. (Source: Omniture)

In the first nine months 2018 Mediaset España has based its **digital content strategy on three very successful TV programs: Survivor 2018, 2018 Russian World Cup** and **Big Brother VIP 6<sup>th</sup> edition**. **Survivor 2018** reached very high interactive quotas recording more than **1.9 million votes** and more than **3 million page views**. The digital version of the program **included additional exclusive contents** and **live streaming from the island**, being the leading online format during spring time. With regards to the **2018 Russian World Cup**, the digital media reached **record figures with 13.9 million video streamed, adding 2% to the television coverage**. Also Mediaset España achieved, during the World Cup 2018, its highest ever **unique browsers** record 13.3 million. (Source: Omniture & Comscore.)

**Big Brother VIP 6<sup>th</sup> edition** comes with **multi-camera on the web** as well as other apps generating large amounts of digital contents with nearly **36 million videos streamed** (life+VOD), between 15<sup>th</sup> and 30<sup>th</sup> of September. The **novelty of this new edition** has been the launching of a **24 hour channel** to the **Youtube audience (on YouTube)**, allowing for almost 43 million additional videos treated. (Source: Omniture)

**Mediaset España** is very popular in the **social networks**, where it obtains **46.2%** of the comments related to television, i.e. **22.7 million**.



### 3. PROFIT AND LOSS ACCOUNT

mill. EUR	3Q 18	3Q 17	Var (%)	9M 18	9M 17	Var (%)
<b>Gross Advertising Revenues</b>	<b>184,8</b>	<b>188,3</b>	<b>(1,8%)</b>	<b>687,1</b>	<b>689,2</b>	<b>(0,3%)</b>
Mediaset España's Media	181,3	183,5	(1,2%)	672,5	674,6	(0,3%)
Third Party Media	3,5	4,8	(27,1%)	14,6	14,6	(0,4%)
Commission	(8,1)	(7,9)	2,1%	(29,9)	(28,3)	5,4%
<b>Net advertising revenues</b>	<b>176,8</b>	<b>180,4</b>	<b>(2,0%)</b>	<b>657,2</b>	<b>660,9</b>	<b>(0,6%)</b>
Other revenues	11,8	12,4	(5,1%)	39,2	40,4	(3,0%)
<b>Total Net Revenues</b>	<b>188,6</b>	<b>192,8</b>	<b>(2,2%)</b>	<b>696,4</b>	<b>701,3</b>	<b>(0,7%)</b>
Rights Amortisation	(31,3)	(34,3)	(8,8%)	(86,7)	(108,7)	(20,2%)
Personnel	(25,0)	(25,1)	(0,3%)	(76,6)	(77,5)	(1,2%)
Other operating costs	(97,7)	(102,6)	(4,8%)	(339,4)	(316,3)	7,3%
<b>Total Costs</b>	<b>(154,0)</b>	<b>(162,0)</b>	<b>(4,9%)</b>	<b>(502,8)</b>	<b>(502,5)</b>	<b>0,0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>34,5</b>	<b>30,7</b>	<b>12,3%</b>	<b>193,7</b>	<b>198,8</b>	<b>(2,6%)</b>
EBITDA Margin	<b>18,3%</b>	<b>15,9%</b>		<b>27,8%</b>	<b>28,3%</b>	
Other amortisations, provisions	(3,2)	(2,8)	14,3%	(6,0)	(7,6)	(21,2%)
Amortisation PPA	(2,0)	(2,0)	0,0%	(6,0)	(6,0)	0,0%
<b>EBIT</b>	<b>29,4</b>	<b>26,0</b>	<b>13,0%</b>	<b>181,7</b>	<b>185,2</b>	<b>(1,9%)</b>
EBIT Margin	<b>15,6%</b>	<b>13,5%</b>		<b>26,1%</b>	<b>26,4%</b>	
Equity Cons. Results and Depr. Fin. Assets	0,6	0,4	-	10,8	1,4	-
Financial results	(0,0)	(0,3)	-	(0,2)	(1,1)	-
<b>Pre-tax Profit</b>	<b>29,9</b>	<b>26,0</b>	<b>14,8%</b>	<b>192,3</b>	<b>185,5</b>	<b>3,7%</b>
Income taxes	(8,2)	(5,5)	49,0%	(45,4)	(39,5)	14,9%
Minority interests	0,0	(0,2)	-	0,0	0,1	-
<b>Net Profit</b>	<b>21,7</b>	<b>20,4</b>	<b>6,4%</b>	<b>146,9</b>	<b>146,1</b>	<b>0,6%</b>
Net Profit Margin	<b>11,5%</b>	<b>10,6%</b>		<b>21,1%</b>	<b>20,8%</b>	
EPS (excluding Treasury shares)	<b>0,07</b>	<b>0,06</b>		<b>0,45</b>	<b>0,45</b>	

Infoadex reports that the **total conventional advertising market**, in the first **nine months 2018**, stands at **€3,125.2 million**, which represents a growth of **+0.6%** compared to the same period 2017 (€3,107.9 million). The **TV advertising market** in the same period registered a **1.3% reduction** to a total of **€1,508.1 million**. As per Infoadex, **Mediaset España** obtains in the **first nine months 2018**, a market share of **43.7% (€658.5 million)** compared to the **43.3%** from **2017 (€662.0 million)**, an increase on its share of **+33 bp**.

Beside the **current TV advertising market conditions**, **Mediaset España** has managed to **maintain its advertising revenues in line with last year's** thanks to the **2018 World Cup**, which has proved to be a very good investment.

**Gross Advertising Revenues** in the **first nine months 2018** amounts to **€687.1 million**, which is almost flat compared to same period 2017 (€689.2 million). A **breakdown** of the aforementioned revenues 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, in the nine months to 30<sup>th</sup> September amounted to a **total** of **€672.5 million**, this is almost flat (-0.3%) compared to the same period last year.
- **Gross third party media revenues** include the advertising sales from a pay TV channel, internet, and the free TV channel Gol. In the first nine months 2018, sales amounted to **€14.6 million**, same figure as last year (€14.6 million).

**Advertisement commissions** in the first nine months 2018 amounted to **€29.9 million**, representing **4.3%** over gross advertising revenues. **Net advertising revenues**, after commissions, amount to a total of **€657.2 million**.

**Other Revenues**, include income from movie activities, internet, sale of rights etc. reached in the period **€39.2 million**, slightly below 2017 figure (€40.4 million). In the period **January-September 2018**, Mediaset España has released **two movies**: **El Cuaderno de Sara** on February 2<sup>nd</sup> with box office takings of **€5.2 million** and **Yucatan** released on **August 31<sup>st</sup>** with a **box office** of **€4.7 million**.

**Total Net Revenues** for the period amount to **€696.4 million**, compared to **€701.3 million** from the same period last year (**-0.7%**).

**Total Costs** for the period **January-September** amount to **€502.8 million**, flat in comparison with the same period 2017 (€502.5 million) despite having the **Russian 2018 World Cup**. The **effective cost management** exercised by the Group and the **good audience record** achieved, allowed for **extra cost savings**. In the **third quarter 2018** Mediaset España managed to reduce its total cost by **4.9%** compared to the same period last year.

In the **first nine months 2018** Mediaset España obtains an **EBITDA** of **€193.7 million**, representing a **margin of 27.8%** in the period. **EBIT** for the period reached **€181.7 million** representing a **margin of 26.1%**. In the **third quarter 2018**, Mediaset España obtained its **highest EBITDA** in a third quarter period in the last ten years, **€34.5 million**.

**Pre-Tax profit** reaches **€192.3 million** which includes the **consolidated result** from the **associate companies** as well as the **earn-out** from the **Telefonica** agreement after the sale of **Mediaset España stake in DTS**, back in 2014.

**Corporate Income Tax** reflects the expected **effective tax rate at the end of 2018** and includes some adjustments as a result of the sale of our stake in **Caribevision** effective as of April.

**Mediaset España** increased its **Net Profit** to **€146.9 million** in the **first nine months 2018** representing **EPS of €0.45**.

#### 4. CAPEX

mill. EUR	9M 18	9M 17	Var (%)
Third party	89,6	94,1	(4,8%)
Fiction	28,1	37,0	(24,1%)
Co-Produccion/Distribution	8,2	16,2	(49,0%)
Tangible and Intangible Fix Assets	5,4	8,8	(38,8%)
<b>Total Capex</b>	<b>131,3</b>	<b>156,1</b>	<b>(15,8%)</b>

**Total Net Investment** in the period January-September 2018 reached a total of €131.3 million, compared €156.1 million from the same period last year. Most of this difference is due to the **Football World Cup** which acted as a content substitution for the **fiction and third party investment contents**. With regards to the **Co-Production**, the difference is due to the fact that in 2017 there were three movies: “**Es por tu bien**”, “**Tadeo Jones 2**” and “**Marrow Bone**”, whereas in 2018 there are two: “**El cuaderno de Sara**” and “**Yucatan**”.

In this period, the **Group** has invested a total of €89.6 million in **third party rights**, €28.1 million in **local fiction**, and €8.2 million in **Co-production/distribution** whilst investment in **tangible and intangible assets** was €5.4 million.

## 5. BALANCE SHEET

mill. EUR	<u>September 2018</u>	<u>December 2017</u>
<b>Tangible assets</b>	<b>556,1</b>	<b>569,4</b>
Financial	310,7	314,7
Non Financial	245,3	254,7
<b>Audiovisual rights and Pre-payments</b>	<b>193,0</b>	<b>156,4</b>
Third parties	128,9	106,4
Fiction	44,0	27,0
Co-production / Distribution	20,1	23,0
<b>Pre-paid taxes</b>	<b>82,5</b>	<b>101,0</b>
<b>TOTAL NON-CURRENT ASSETS</b>	<b>831,5</b>	<b>826,8</b>
Current assets	188,3	272,3
Financial investments and cash	129,2	135,9
<b>TOTAL CURRENT ASSETS</b>	<b>317,5</b>	<b>408,2</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>1.149,0</b>	<b>1.235,0</b>
<b>Shareholders equity</b>	<b>848,9</b>	<b>900,1</b>
Non-current provisions	6,6	13,4
Non-current payables	25,8	19,0
Non-current financial liabilities	0,0	0,0
<b>TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES</b>	<b>32,3</b>	<b>32,4</b>
Current payables	267,8	301,8
Current financial liabilities	0,0	0,6
<b>TOTAL CURRENT LIABILITIES</b>	<b>267,8</b>	<b>302,5</b>
<b>TOTAL LIABILITIES</b>	<b>1.149,0</b>	<b>1.235,0</b>

**Mediaset España** has a strong balance sheet with a **healthy mix between its long and short term assets and liabilities**, as well as an **excellent liquidity ratio of 1.2x**.

The **Shareholder Equity** reduction of **€51.2 million** in the period, is due to the dividend distribution of **€197.5 million paid** on May 3<sup>rd</sup>.

## 6. CASH FLOW GENERATION

**Mediaset España's Operating Free Cash Flow** in the **first nine months 2018**, is **€181.8 million** and its net **cash position** at the end of the period is **€129.2 million**, this is an increase of **€29.0 million** compared to the same period 2017.

mill. EUR	9M 18	9M 17	Var (M€)
Net profit (without minority interests)	146,9	146,0	0,9
Amortisation:	101,5	122,5	(21,0)
Rights	86,7	108,7	(22,0)
Other	14,8	13,8	1,0
Provisions	(1,6)	(0,5)	(1,1)
Other	14,9	11,9	3,0
<b>OPERATING CASH FLOW</b>	<b>261,7</b>	<b>279,9</b>	<b>(18,2)</b>
Investment in rights	(125,9)	(147,2)	21,3
Investments, other	(5,4)	(8,8)	3,4
Change in working capital	51,4	64,5	(13,1)
<b>OPERATING FREE CASH FLOW</b>	<b>181,8</b>	<b>188,4</b>	<b>(6,6)</b>
Own stock purchase	0,0	(100,0)	100,0
Change in Equity	(1,6)	1,7	(3,3)
Financial investments/disinvestments	8,8	6,5	2,3
Dividends received	2,4	1,8	0,5
Dividend payments	(197,5)	(175,7)	(21,8)
<b>Net Cash Change</b>	<b>(6,1)</b>	<b>(77,3)</b>	<b>71,2</b>
<b>INITIAL FINANCIAL POSITION</b>	<b>135,3</b>	<b>177,4</b>	<b>(42,2)</b>
<b>FINAL FINANCIAL POSITION</b>	<b>129,2</b>	<b>100,1</b>	<b>29,0</b>

**Mediaset España's cash conversion rate** equals **93.9% in the period: free cash flow** (€181.8 million) and **EBITDA** (€193.7 million).

## 7. OUTLOOK 2018

1. Cost guidance improved from **€760 million to €740 million**.
2. Internet advertising revenues growth rate above 20% in 2018.
3. On track to achieve our goal of leading in audience share and advertising market share in 2018.

## 8. EVENTS FOLLOWING THE CLOSE OF THE PERIOD

Mediaset España announced in October, the creation of a new corporation, **Mediterraneo Audiovisual S.L.U**, as a vehicle to **cluster all its production stakes under the same organisation**. The aim is improving the distribution and selling capabilities of the production companies, while accessing relevant international formats and reinforcing a digital approach to audio-visual projects from inception.

## 9. INVESTOR CALENDAR

### CORPORATE EVENTS

1	<b>FY 2018 results:</b>	February 2019 (Tentative)
---	-------------------------	---------------------------

### MARKETING EVENTS

1	<b>Madrid:</b>	13 <sup>th</sup> November
2	<b>Barcelona:</b>	14/15 <sup>th</sup> November
3	<b>Vienna/Zurich:</b>	19/20 <sup>th</sup> November
4	<b>Paris/Frankfurt:</b>	27/28 <sup>th</sup> November
5	<b>Madrid:</b>	29 <sup>th</sup> November
6	<b>Geneva:</b>	04 <sup>th</sup> December
7	<b>Madrid:</b>	11 <sup>th</sup> December
8	<b>London:</b>	12 <sup>th</sup> December

## 10. DEFINITION OF APMs

The **Mediaset España Group's financial information** contains magnitudes in accordance with current accounting regulations, as well as other measures that have been prepared according to the Mediaset España Group's Reporting model, i.e., **Alternative Performance Measures (APM)**.

These measures are **considered as complementary magnitudes** with respect to those presented in accordance with the **International Financial Reporting Standards (IFRS)**.

APMs are important for **financial information** users as they are the measures used by Mediaset España's Management to evaluate financial performance, cash flows, financial situation or operational and strategic decision making. Its **purpose is to promote the publication of transparent, impartial and comparable financial information** to allow users a better understanding of its financial position and results.

### **Net Revenues:**

Total revenue includes the Group net of discounts and rebates.

### **Adjusted EBITDA:**

*("Earnings before Interest, Tax, Depreciation and Amortisation")* is an indicator that measures the companies operating margin before deducting interest, taxes, impairments and amortisation.

They are based on the operating benefits to which the provisions for the amortisation of tangible and intangible assets are added, as well as the variations in the working capital provisions.

Due to the specific nature of the business, the consumption of audio-visual rights is included in the operating expenses even though their accounting treatment is amortisation of intellectual property.

### **Free Operating Cash Flow:**

Measures the generation of monetary resources corresponding to operating and investment activities, and is used to evaluate the funds available for dividend payments to shareholders or for future investment activities.

### **Generated Cash Flow:**

Corresponds to the cash from the operating and investment activities that, once deductible, dividend payments, interest on financing and treasury stock determine the Group's financial variation.

### **Liquidity or Net Financial Position:**

The Group measures the liquidity or Net Financial Position as the sum of "Cash and other equivalent liquid assets" of other current financial assets and short and long-term credit lines arranged at the end of the period corresponding to loans granted by financial entities with terms, amounts and other conditions agreed in the contract.

### **Net Investments:**

These APMs are used by the Group's Management to measure the investment activity of each period, and corresponds to those operating investments made by the same and net of divestments. It includes that corresponding to joint ventures and other companies operationally managed as such.

### **Coverage Ratio:**

The active / passive liquidity coverage ratio is calculated by dividing Current Assets between Current Liabilities, and is used to determine the number of times the Group could face the maturities of short-term commercial debt with the outstanding debt and the current liquidity.

## II. CONTACT US

Corporate web site:

[www.mediaset.es](http://www.mediaset.es)

Investor relations department contact details:

Telephone: (00 34) 91 396 67 83

Web page: [www.mediaset.es/inversores/en/](http://www.mediaset.es/inversores/en/)

Email: [inversores@mediaset.es](mailto:inversores@mediaset.es)

Address:

INVESTOR RELATIONS

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis, 28050 - MADRID



---

---

# RESULTADOS 9 MESES

Enero – Septiembre 2018

**MEDIASET***españa.*



Madrid – 7 Noviembre 2018

## CONTENIDOS

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

### **Conference Call / Web cast details**

7 Noviembre 2018 a las 18:30 CET (17:30 horario UK)

España: +34 914 192 514  
UK: +44 (0) 330 336 9411  
USA: +1 646 828 8144  
Pin Code: 9388129#

Puedes conectar con la **webcast** a través de este link:

<https://edge.media-server.com/m6/p/8pfha3e2>

O en nuestra página web:

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



## I. RESULTADOS FINANCIEROS Y OPERATIVOS

mill. EUR	3Q 18	3Q 17	Var (%)	9M 18	9M 17	Var (%)
Total net revenues	188,6	192,8	(2,2%)	696,4	701,3	(0,7%)
Total operating costs	(154,0)	(162,0)	(4,9%)	(502,8)	(502,5)	0,0%
<b>EBITDA Adj. <sup>(1)</sup></b>	<b>34,5</b>	<b>30,7</b>	<b>12,3%</b>	<b>193,7</b>	<b>198,8</b>	<b>(2,6%)</b>
EBITDA margin	18,3%	15,9%		27,8%	28,3%	
<b>EBIT</b>	<b>29,4</b>	<b>26,0</b>	<b>13,0%</b>	<b>181,7</b>	<b>185,2</b>	<b>(1,9%)</b>
EBIT margin	15,6%	13,5%		26,1%	26,4%	
<b>NET PROFIT</b>	<b>21,7</b>	<b>20,4</b>	<b>6,4%</b>	<b>146,9</b>	<b>146,1</b>	<b>0,6%</b>
EPS <sup>(2)</sup>	0,07	0,06		0,45	0,45	
<b>Net cash position</b>				<b>129,2</b>	<b>100,1</b>	<b>29,0%</b>
<b>Free Cash - Flow</b>				<b>181,8</b>	<b>188,4</b>	<b>(3,5%)</b>

(1) EBITDA Adj, includes TV rights consumption

(2) excluding any treasury shares as at 30.09

- **Infodex** informa que el **mercado publicitario TV del tercer trimestre 2018 disminuyó un 2,0%**, donde **Mediaset España habría mejorado** respecto de sus peers e incrementado su cuota hasta el **43,8%** (+24pb mismo periodo 2017).
- El **Total de Ingresos Netos** en el **tercer trimestre 2018**, asciende a **€188,6** frente a los **€192,8** millones del mismo periodo 2017.
- **Mediaset España's** obtiene un **EBITDA en el trimestre de €34.5 millones (+12,3%)** lo que supone un **margen EBITDA del 18.3%**, su **mejor registro** en un **tercer trimestre** en los últimos diez años (margen sobre ingresos totales).
- El **Beneficio Neto del tercer trimestre del año** asciende a **€21.7 millones**, un incremento del **6.4%** en comparación con el mismo periodo 2017 (€20,4 millones).
- La **posición neta de caja de Mediaset España** a 30 de septiembre 2018, es de **€129,2 millones** y registra un **Free Cash Flow**, en el periodo de **€181,8 millones**.
- **Mediaset España lidera audiencias** en los primeros nueve meses **2018** y anota un **29.0% de share** y un **31.1% de target comercial**, ambas en total individuos total día. La emisión del **Mundial de Fútbol Rusia 2018**, lleva a **Mediaset España** a obtener unos excelentes registros tanto en audiencias como en el ámbito digital.
- En el periodo enero-septiembre **Mediaset España** registró un promedio mensual en internet de **11.7 millones** de visitantes únicos y **184.9 millones de videos streamed**. (Fuente: ComScore, multiplataforma).

## 2. INDICADORES KPI

### 2.1 CONSUMO TELEVISIVO

Minutos	2018				2017			
	Linear	Invitados	Diferido	Total	Linear	Invitados	Diferido	Total
<b>Consumo TV 2018 (4 años+)</b>								
T1	240	13	6	<b>259</b>	243	4	4	<b>252</b>
T2	220	11	6	<b>237</b>	222	13	4	<b>240</b>
T3	188	10	5	<b>204</b>	201	12	4	<b>217</b>
Acum. 30.09.2018				<b>231</b>				<b>236</b>

El **promedio del consumo de televisión**, por persona/día, 4 años+, en los **primeros nueve meses 2018**, asciende a **231 minutos**, 5 minutos inferior al consumo del mismo periodo del pasado año, a pesar de lo cual, el **consumo de televisión mantiene niveles elevados**. Este consumo no incluye el **consumo televisivo** en dispositivos como PCs, Tablets, etc..

El **promedio diario de espectadores televisión**, en los meses **enero a septiembre 2018**, asciende a **7,1 millones**.

\* *Guests se mide desde marzo 2017.*

## 2.2 CUOTA DE AUDIENCIA

	9M 18		9M 17	
	Total Individuos	Target Comercial	Total Individuos	Target Comercial
<b>MEDIASET ESPAÑA</b>				
Total Día	29,0%	31,1%	29,1%	30,6%
Prime Time	29,3%	30,8%	28,7%	29,4%
<b>TELECINCO</b>				
Total Día	14,0%	13,2%	13,6%	12,5%
Prime Time	14,9%	13,9%	13,8%	12,1%
<b>CUATRO</b>				
Total Día	6,2%	7,7%	6,2%	7,3%
Prime Time	6,4%	8,2%	6,4%	8,1%
<b>DIVINITY</b>				
Total Día	2,1%	2,5%	2,2%	2,9%
Prime Time	1,9%	2,0%	2,0%	2,3%
<b>BOING</b>				
Total Día	1,3%	1,0%	1,4%	1,0%
Prime Time	1,0%	0,8%	1,1%	0,8%
<b>ENERGY</b>				
Total Día	1,8%	2,1%	2,0%	2,3%
Prime Time	1,8%	1,8%	2,2%	2,3%
<b>BE MAD tv</b>				
Total Día	0,6%	0,9%	0,6%	0,8%
Prime Time	0,5%	0,7%	0,5%	0,6%
<b>FDF</b>				
Total Día	3,0%	3,8%	3,1%	3,8%
Prime Time	2,8%	3,4%	2,7%	3,1%

En los primeros nueve meses de **2018**, el **Grupo Mediaset España** lideró audiencias con un **29.0% de share y un target comercial de 31.1%**, ambos registros en total día total individuos, lo que ha supuesto una ventaja de **+2,4 pp** y **+3,0 pp**, respectivamente sobre su directo competidor.

**Mediaset España**, por primera vez, ha emitido la totalidad del Mundial de Fútbol, **Rusia 2018**, con un total de 64 partidos comprendidos en el periodo **14 de Junio a 15 de Julio 2018**. El canal **Telecinco** ha emitido **26 partidos**, el canal **Cuatro 32 partidos**, **4 en el canal Be Mad** y un partido en **Energy**. Además todos los partidos del mundial se ofrecieron en directo en **Mitele**, la plataforma OTT de **Mediaset España**.

**Los 26 partidos emitidos en el canal Telecinco** registraron una audiencia del **45,6% y 5,8 millones** de espectadores, superando los registros del mundial de **Brasil en 2014 en +2,4 pp**. Por su parte, los partidos de la selección española de fútbol obtuvieron de media una audiencia del **70,8% y 11,8 millones de espectadores**, lo que supone **+7,7pp y 1,8 millones** de espectadores más que en el Mundial de Fútbol de Brasil. El penalti de España, en el partido contra Rusia, ha sido el evento más visto desde julio 2012, con **14,8 millones de espectadores y una audiencia superior al 80%**.

Tras el éxito en la emisión del **Mundial de Fútbol Rusia 2018**, Mediaset España anunció el 2 de agosto la compra de los **derechos en abierto y en digital** de la **Euro2020**, un total de 51 partidos. El **acuerdo con FIFA** también incluye un **paquete de 80 partidos** de equipos internacionales de **Copa de las Naciones**, partidos amistosos y los **clasificatorios para la Euro2020** y el **mundial de fútbol 2022**, excluyendo los partidos de la selección española de fútbol.

El objetivo de **Mediaset España** es ofrecer una **programación para todos los targets** con formatos variados desde **series de ficción, realities, películas, deportes, noticias** etc.. en los **primeros nueve meses 2018**, los programas de mayor éxito fueron: **Supervivientes**, **Gran Hermano**, **Got Talent** además del éxito de **The Good Doctor**, serie revelación de la temporada.

El canal **Telecinco** obtiene, en los **primeros nueve meses del año**, una audiencia del **14,0%** y un **target comercial del 13,2%**, en **total día total individuos**, una ventaja de **+1,8 pp y +1,4pp respectivamente** respecto de su inmediato competidor.

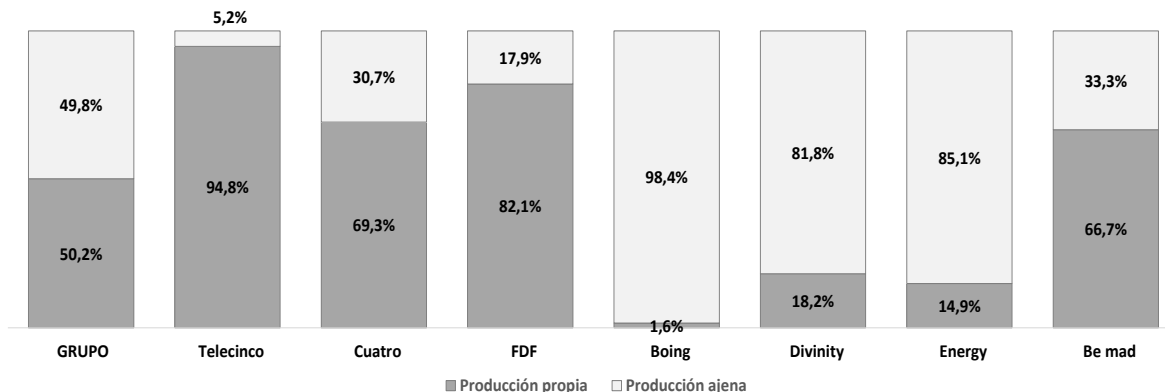
Además del **Mundial de Rusia 2018**, el canal **Telecinco** ha obtenido **muy buenos datos de audiencia** con sus **programas de entretenimiento**, como **Supervivientes**, que obtiene una audiencia media en el periodo del **29,2% y 3.3 millones de espectadores**. La serie americana, **The Good doctor** obtiene una audiencia del **19.6%** and **3.1 millones de espectadores** y registra el mayor target comercial del año con un **22,3%**.

El canal **Cuatro** obtiene una audiencia en total **individuos total día del 6,2%**, en los nueve primeros meses 2018, comparación con el **6,8% de su directo competidor**, pero lidera en **comercial target** con un **7,7% frente al 7,1% del anterior**.

El conjunto de la audiencia de los **canales de nueva generación**, Divinity, Boing, Energy, Be Mad y FDF, en los **primeros nueve meses 2018**, asciende a **8,8%**, en **Total Día**, y obtienen un **Target Comercial del 10,2%**. El detalle de la audiencia de los **distintos canales, en sus targets, a finales de septiembre** ha sido la siguiente: **FDF** en su **target de 13-24 años registra una audiencia del 8,4%** y para el **grupo 25-34 años del 5,7 %**. **Divinity** tiene una audiencia en su **target de mujeres 16-44 del 3,2%**, **Energy** en su target de **hombres 25-54 años consigue un registro del 1,7% y Boing**, el canal infantil, en su target de 4 a 12 años, casi multiplica por nueve su audiencia y alcanza una cuota del **10,9% en su target**. **Be Mad**, obtiene una audiencia en su target de **hombres 25-34 del 1,3%**.

### 2.3 MIX DE CONTENIDOS

La producción propia supone, en los primeros nueve meses 2018, el 50,2% del total de las horas de emisión de Mediaset España, un incremento de +3,2 pp en comparación con el mismo periodo 2017 (47,0%). La producción ajena, por su parte representa el 49,8% del total de las horas de emisión. La distribución de las horas de emisión, producción propia y ajena, del periodo enero-septiembre 2018, ha sido la siguiente:



Source: Kantar Media

Los dos canales principales del Grupo, Telecinco y Cuatro, han dedicado en conjunto, de los primeros 9 meses 2018, el 82,5% de sus horas de emisión a la producción propia, en línea con el mismo periodo del año pasado (83,1%).

Del resto de canales del Grupo, Divinity y FDF son los que presentan un mayor cambio en el mix en el periodo. Divinity dedica el 18,2% de sus horas de emisión a la producción propia, frente al 9,0% del mismo periodo del año anterior, un incremento de 9,2 pp. FDF, por otro lado, incrementa sus horas de emisión de producción propia hasta el 82,1%, desde el 77,2% del mismo periodo 2017, un incremento de +4,9 pp.

### 2.4 COMPAÑÍAS ASOCIADAS

Con el fin de atender el elevado número de horas de producción propia, Mediaset España participa en el capital de 8 compañías de producción de contenidos. Esto permite al Grupo cubrir las necesidades de producción en tiempo y forma requerido por la compañía, disponiendo además de la primera opción a la hora de seleccionar contenidos, y beneficiarse de los acuerdos alcanzados por las citadas productoras en la venta de contenidos a terceros. El desglose de las compañías de producción de contenidos participadas por Mediaset España, a 30 de septiembre 2018, es el siguiente:

Producciones Mandarin producción de talk-shows y entretenimiento (30,0%), La Fábrica de la Tele talk-shows y ficción (30,0%), Megamedia TV producción de contenidos digitales (30,0%), Alea Media series de ficción (40%), Melodía Producciones series de ficción (40,0%), SúperSport noticias y eventos deportivos (30,0%), Bulldog producción de realities (30,0%) y Alma Producciones series de ficción (30,0%).

## 2.5 INTERNET

En los meses de enero a septiembre 2018, el consumo de video por internet (multiplataforma desde Mazo 2017) alcanza los **32.6 minutos por persona/día** en total individuos, lo que supone el **12,3% del consumo audiovisual medio diario**, y llega hasta los **87.3 minutos** en el grupo de edad **18-24**. *(Fuente: Kantar & Comscore)*

En los primeros nueve meses 2018, Mediaset España obtuvo un promedio mensual de **11,7 millones de usuarios únicos** y **184,9 millones de videos streamed**, (datos multiplataforma), todo ello dentro de un **entorno seguro**, tanto para el usuario como para los anunciantes. Por otro lado, **Mediaset España** registró un promedio mensual de **191.2 millones de páginas vistas en el periodo**.

	Espectadores Únicos (000)	Paginas Vistas (millones) <sup>(1)</sup>	Videos (000)	Minutos de consumo (millones)
septiembre 2018	11.083	196,643	225.905	913
agosto 2018	9.399	130,322	107.623	485
julio 2018	11.990	171,492	182.788	729
junio 2018	13.321	236,387	247.377	808
mayo 2018	11.867	197,580	200.907	720
abril 2018	13.097	219,009	209.052	780
marzo 2018	12.777	213,316	180.876	785
febrero 2018	10.929	171,403	154.460	852
enero 2018	10.713	184,836	155.352	1.018

Fuente: Comscore. Todos los datos multiplataforma.

A lo largo de 2018, **Mediaset España** ha promovido la **producción de contenidos digitales nativos**, bajo nuevos formatos de video, diseñados específicamente para internet. También ha contribuido al **uso de contenidos multiplataforma**, con el objetivo de dar **más visibilidad a los productos de Mediaset España** así como a sus **marcas** dentro del **medio digital**, al tiempo que incrementa el inventario de videos para los anunciantes. Los **contenidos televisivos** han contribuido, en los 9 primeros meses de 2018, a generar el **77,8% de la audiencia digital**, y los contenidos **nativos digitales el 22,2%** de la audiencia. *(Fuente datos: Omniture)*

**Mediaset España** ha basado su **estrategia digital** de los **nueve primeros meses 2018** en programas de gran éxito televisivo: **Supervivientes 2018**, **Mundial Rusia 2018** y **Gran Hermano Vip** (sexta edición). Respecto del programa **Supervivientes**, éste ha alcanzado unas cuotas elevadas de interactividad con los usuarios en la red, recopilando más de **1,9 millones de votos** y **3 millones de páginas vistas**. La **versión digital** del programa, incluía **contenidos adicionales y exclusivos** así como **conexiones en directo** con la isla lo que le convirtió en el formato leader durante la primavera. En relación al **Mundial de Rusia 2018**, se registran **cifras record en el medio digital con 13,9 millones de videos streamed**, lo que suma un **2% de cobertura** a la televisión. Por otro lado, **Mediaset España consigue** coincidiendo con la emisión del Mundial Rusia 2018, **su record histórico de usuarios únicos en 13,3 millones**. *(Fuente: Omniture & Comscore.)*

**Gran Hermano VIP** sexta edición presenta como novedad, la **opción de multicámara en la web**, además de **apps adicionales** que generan una gran cantidad de contenidos con casi cerca de **36 millones de videos streamed** (directo y VOD) en su emisión del 15 al 30 de septiembre. Lo más novedoso de esta edición, ha sido el lanzamiento de un **canal 24 horas en YouTube**, que ha supuesto **cerca de 43 millones de videos streamed**. *(Fuente: Omniture)*

En cuanto a **las redes sociales**, en los **primeros nueve meses 2018**, **Mediaset España** obtiene el **46,2%** de los comentarios relacionados con la televisión, **22,7 millones de comentarios**.



**3. CUENTA DE RESULTADOS**

mill. EUR	3T 18	3T 17	Var (%)	9M 18	9M 17	Var (%)
<b>Ingresos Brutos Publicidad</b>	<b>184,8</b>	<b>188,3</b>	<b>(1,8%)</b>	<b>687,1</b>	<b>689,2</b>	<b>(0,3%)</b>
Medios Propios	181,3	183,5	(1,2%)	672,5	674,6	(0,3%)
Medios Ajenos	3,5	4,8	(27,1%)	14,6	14,6	(0,4%)
Comisiones	(8,1)	(7,9)	2,1%	(29,9)	(28,3)	5,4%
<b>Ingresos Netos Publicidad</b>	<b>176,8</b>	<b>180,4</b>	<b>(2,0%)</b>	<b>657,2</b>	<b>660,9</b>	<b>(0,6%)</b>
Otros Ingresos	11,8	12,4	(5,1%)	39,2	40,4	(3,0%)
<b>Total Ingresos Netos</b>	<b>188,6</b>	<b>192,8</b>	<b>(2,2%)</b>	<b>696,4</b>	<b>701,3</b>	<b>(0,7%)</b>
Consumo de derechos	(31,3)	(34,3)	(8,8%)	(86,7)	(108,7)	(20,2%)
Costes de personal	(25,0)	(25,1)	(0,3%)	(76,6)	(77,5)	(1,2%)
Otros costes operativos	(97,7)	(102,6)	(4,8%)	(339,4)	(316,3)	7,3%
<b>Total Costes</b>	<b>(154,0)</b>	<b>(162,0)</b>	<b>(4,9%)</b>	<b>(502,8)</b>	<b>(502,5)</b>	<b>0,0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>34,5</b>	<b>30,7</b>	<b>12,3%</b>	<b>193,7</b>	<b>198,8</b>	<b>(2,6%)</b>
Margen EBITDA	<b>18,3%</b>	<b>15,9%</b>		<b>27,8%</b>	<b>28,3%</b>	
Otras amortizaciones, provisiones	(3,2)	(2,8)	14,3%	(6,0)	(7,6)	(21,2%)
Amortización PPA	(2,0)	(2,0)	0,0%	(6,0)	(6,0)	0,0%
<b>EBIT</b>	<b>29,4</b>	<b>26,0</b>	<b>13,0%</b>	<b>181,7</b>	<b>185,2</b>	<b>(1,9%)</b>
Margen EBIT	<b>15,6%</b>	<b>13,5%</b>		<b>26,1%</b>	<b>26,4%</b>	
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	0,6	0,4	-	10,8	1,4	-
Resultado Financiero	(0,0)	(0,3)	-	(0,2)	(1,1)	-
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>29,9</b>	<b>26,0</b>	<b>14,8%</b>	<b>192,3</b>	<b>185,5</b>	<b>3,7%</b>
Impuesto de Sociedades	(8,2)	(5,5)	49,0%	(45,4)	(39,5)	14,9%
Minoritarios	0,0	(0,2)	-	0,0	0,1	-
<b>Beneficio Neto</b>	<b>21,7</b>	<b>20,4</b>	<b>6,4%</b>	<b>146,9</b>	<b>146,1</b>	<b>0,6%</b>
Margen Beneficio Neto	<b>11,5%</b>	<b>10,6%</b>		<b>21,1%</b>	<b>20,8%</b>	
BPA (sin incluir acciones autocartera)	<b>0,07</b>	<b>0,06</b>		<b>0,45</b>	<b>0,45</b>	

Infoadex estima que el **mercado convencional publicitario** en los primeros **nueve meses 2018** alcanza **€3.125,2 millones** un **incremento del +0.6%**, en comparación con el mismo periodo 2017 (**€3.107,9 millones**). El mercado publicitario de televisión, en el mismo periodo, experimenta una **reducción del 1,3% hasta €1.508,1 millones**. Según Infoadex, **Mediaset España** obtiene una cuota de mercado del **43,7%** en los primeros nueve meses 2018 (€658,5 millones), en comparación con la cuota del mismo periodo 2017 del **43,3%** (€662,0 millones), un **incremento de la cuota de 33pb**.

A pesar de las actuales condiciones del mercado publicitario de televisión, **Mediaset España ha conseguido mantener sus ingresos en línea con el año anterior**, lo que ha sido posible gracias al **Mundial de Rusia 2018**, lo que demuestra que fue una buena inversión.

Los **Ingresos Brutos Publicitarios** de los nueve primeros meses 2018 alcanzan los **€687,1 millones**, planos respecto del mismo periodo 2017 (€689,2 millones). El desglose de los citados ingresos es el siguiente:

- **Los ingresos brutos de publicidad de medios propios**, incluyen los ingresos publicitarios de internet, teletexto y los 7 canales en abierto que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCIÓN, BOING, DIVINITY, ENERGY y BE MAD**. El total de estos ingresos, en los primeros nueve meses 2018 asciende a **€672,5 millones**, plano respecto del mismo periodo 2017 (-0,3%).
- **Los ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, que incluyen la venta de publicidad de un canal de pago, internet y el canal en abierto **Gol**, en los primeros nueve meses 2018, ascendieron a **€14,6 millones**.

Las **Comisiones** del periodo **enero-septiembre 2018**, ascienden a **€29,9 millones**, y representa un **4,4%** de los ingresos brutos publicitarios. Los **Ingresos Netos**, tras las comisiones, ascienden a **€657.2 millones**.

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: **actividad cinematográfica, Internet, venta de derechos**, etc. En los nueve meses 2018, asciende a **€39.2 millones**, ligeramente inferior a la cifra del mismo periodo 2017 (€40,4 millones). **Mediaset España** estrena en este periodo dos películas: “**El cuaderno de Sara**” el 2 de febrero, registrando una taquilla de €5,2 millones y “**Yucatán**” estrenada el 31 de agosto, que acumula una taquilla de €4,7 millones.

**Ingresos Totales** de los nueve meses 2018 ascienden a **€696,4 millones** frente a los **€701,3 millones** del mismo periodo 2017 (-0,7%).

**Costes Totales** para del periodo, ascienden a **€502.8 millones**, planos respecto del mismo periodo 2017 (€502,5 millones), a pesar de contar con el **Mundial de Rusia 2018**. La buena gestión de los costes llevada a cabo por el **Grupo**, junto con los buenos datos de audiencias obtenidos en el periodo, ha permitido conseguir ahorros adicionales en parrilla. En el **tercer trimestre 2018**, **Mediaset España** ha reducido sus costes en un 4,9% en comparación con el mismo periodo 2017.

**Mediaset España** obtiene un **EBITDA** en los **nueve meses 2018** de **€193,7 millones**, lo que representa un **margen EBITDA de 27,8%**. EBIT del periodo asciende a **€181,7 millones**, que supone un margen del **26,1%**. **Mediaset España** anota su mejor **EBITDA** de un **tercer trimestre** de los últimos diez años, **€34,5 millones**.

**Beneficio antes de impuestos** asciende **€192.3 millones**, e incluye los **resultados de las compañías participadas** así como un **earn out** del contrato en 2014 con **Telefónica** tras la venta a ésta última de la participación de **Mediaset España en DTS**, en 2014.

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

**Mediaset España incrementa su beneficio neto**, en los nueve meses 2018, hasta **€146,9 millones**, lo que representa un **beneficio por acción de €0,45**.

#### 4. CAPEX

mill. EUR	9M 18	9M 17	Var (%)
Derechos TV no Ficción	89,6	94,1	(4,8%)
Derechos Ficción	28,1	37,0	(24,1%)
Co-Producción/Distribución	8,2	16,2	(49,0%)
Activos fijos	5,4	8,8	(38,8%)
<b>Total Capex</b>	<b>131,3</b>	<b>156,1</b>	<b>(15,8%)</b>

La cifra de **Inversiones Netas** de los nueve primeros meses **2018** asciende a **€131.3 millones**, en comparación con **los €156.1 millones** del **mismo periodo del año anterior**. La diferencia se debe principalmente a la emisión del **Mundial Rusia 2018** que ha tenido un efecto sustitución en la inversión en **contenidos de producción propia y ajena**. La **menor inversión en Co-producción/Distribución**, se debe a que en los 9 meses 2018 hay contabilizados dos títulos de cine: **“El cuaderno de Sara” y “Yucatan”**, frente a los tres títulos contabilizados en los 9 meses 2017: **“Es por tu bien” y “Tadeo Jones “ y “Marrow Bone”**.

En este periodo, el **Grupo** ha invertido un **total de €89,6 millones** en **derechos de terceros**, **€28.1 millones** en **ficción** y **€8.2 millones** en **Co-producción/Distribución**, mientras que la inversión en **activos fijos** asciende a **€5,4 millones**.

## 5. BALANCE

mill. EUR	September 2018	December 2017
<b>Tangible assets</b>	<b>556,1</b>	<b>569,4</b>
Financial	310,7	314,7
Non Financial	245,3	254,7
<b>Audiovisual rights and Pre-payments</b>	<b>193,0</b>	<b>156,4</b>
Third parties	128,9	106,4
Fiction	44,0	27,0
Co-production / Distribution	20,1	23,0
<b>Pre-paid taxes</b>	<b>82,5</b>	<b>101,0</b>
<b>TOTAL NON-CURRENT ASSETS</b>	<b>831,5</b>	<b>826,8</b>
Current assets	188,3	272,3
Financial investments and cash	129,2	135,9
<b>TOTAL CURRENT ASSETS</b>	<b>317,5</b>	<b>408,2</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>1.149,0</b>	<b>1.235,0</b>
<b>Shareholders' equity</b>	<b>848,9</b>	<b>900,1</b>
Non-current provisions	6,6	13,4
Non-current payables	25,8	19,0
Non-current financial liabilities	0,0	0,0
<b>TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES</b>	<b>32,3</b>	<b>32,4</b>
Current payables	267,8	301,8
Current financial liabilities	0,0	0,6
<b>TOTAL CURRENT LIABILITIES</b>	<b>267,8</b>	<b>302,5</b>
<b>TOTAL LIABILITIES</b>	<b>1.149,0</b>	<b>1.235,0</b>

**Mediaset España** presenta un **balance sólido**, con un **adecuado equilibrio entre activos y pasivos corrientes** así como un **buen ratio de liquidez del 1,2x**.

La disminución en la cifra de **Fondos Propios**, de **€51.2 millones** en los nueve meses 2018, se debe al **pago del dividendo** por importe de **€197.5 millones abonado el día 3 de mayo**.

## 6. CASH FLOW

**Mediaset España** consigue un **Free cash flow operativo** en los primeros nueve meses **2018** de **€181,8 millones** y una **posición neta de caja**, al final del periodo, de **€129,2 millones.**, un **incremento de €29 millones** en comparación con el mismo periodo 2017.

mill. EUR	9M 18	9M 17	Var (M€)
Beneficio Neto antes de minoritarios	146,9	146,0	0,9
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	101,5	122,5	(21,0)
Consumo Derechos	86,7	108,7	(22,0)
Amortizaciones	14,8	13,8	1,0
Provisiones	(1,6)	(0,5)	(1,1)
Otros	14,9	11,9	3,0
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>261,7</b>	<b>279,9</b>	<b>(18,2)</b>
Inversión en Derechos	(125,9)	(147,2)	21,3
Inversiones, otras	(5,4)	(8,8)	3,4
Variación Fondo de Maniobra	51,4	64,5	(13,1)
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>181,8</b>	<b>188,4</b>	<b>(6,6)</b>
Compra acc. Propias	0,0	(100,0)	100,0
Movimientos Patrimonio	(1,6)	1,7	(3,3)
Inversiones/Desinversiones financieras	8,8	6,5	2,3
Dividendos cobrados	2,4	1,8	0,5
Pago de Dividendos	(197,5)	(175,7)	(21,8)
<b>Variación Neta de Tesorería</b>	<b>(6,1)</b>	<b>(77,3)</b>	<b>71,2</b>
<b>Posición Financiera Neta Inicial</b>	<b>135,3</b>	<b>177,4</b>	<b>(42,2)</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>129,2</b>	<b>100,1</b>	<b>29,0</b>

**Mediaset España's** obtiene en los primeros nueve meses 2018, una **tasa de conversión a caja del 93,9%**, **cash flow libre operativo** (€181.8 millones) y **EBITDA** (€193.7 millones).

## 7. OUTLOOK 2018

1. Mejora de la guía de costes de **€760 millones a €740 millones**.
2. Crecimiento de los ingresos publicitarios de Internet en tasa superior al **20% in 2018**.
3. Líder en audiencia y cuota de mercado.

## 8. EVENTOS POSTERIORES A LA FINALIZACION DEL TRIMESTRE

**Mediaset España** anunció en el mes de octubre, la creación de **Mediterráneo Audiovisual S.L.U**, como vehículo para agrupar, bajo una misma organización, todas las participaciones que dispone en compañías de producción de contenidos. El objetivo, mejorar la capacidad de distribución y venta de estas compañías, al tiempo que se accede a **formatos internacionales** de calidad y se **refuerza el enfoque digital** de los proyectos audiovisuales desde el inicio.

## 9. CALENDARIO DEL INVERSOR

### EVENTOS CORPORATIVOS

1	<b>Resultados FY 2018:</b> Febrero 2019 (provisional)
---	---

### MARKETING EVENTS

1	Madrid:	13 Noviembre
2	Barcelona:	14/15 Noviembre
3	Vienna/Zurich:	19/20 Noviembre
4	Paris/Frankfurt:	27/28 Noviembre
5	Madrid:	29 Noviembre
6	Geneva:	04 Diciembre
7	Madrid:	11 Diciembre
8	London:	12 Diciembre

## **10. DEFINICION DE MARs**

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

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

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

### **INGRESOS NETOS**

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

### **EBITDA AJUSTADO**

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

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

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

### **FLUJO LIBRE DE CAJA OPERATIVO**

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

### **CAJA GENERADA**

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

### **LIQUIDEZ O POSICION FINANCIERA NETA**

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

### **INVERSIONES NETAS**

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

**RATIO DE COBERTURA**

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

**II. CONTACTA CON NOSOTROS**

Página web:

[www.mediaset.es](http://www.mediaset.es)

Departamento de Relación con inversores:

Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

Página Web: [www.mediaset.es/inversores/en/](http://www.mediaset.es/inversores/en/)

Email: [inversores@mediaset.es](mailto:inversores@mediaset.es)

Dirección:

INVESTOR RELATIONS

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis, 28050 - MADRID



# MEDIASET *españa.*



## 9M 2018 Results Presentation (January - September)

*Madrid, November 7<sup>th</sup> 2018*

<i>Highlights</i>	<i>3</i>
<i>Business Performance</i>	<i>6</i>
<i>Financial Review</i>	<i>12</i>
<i>Final Remarks</i>	<i>18</i>
<i>Appendix</i>	<i>20</i>



# *Highlights*

*Madrid, November 7<sup>th</sup> 2018*

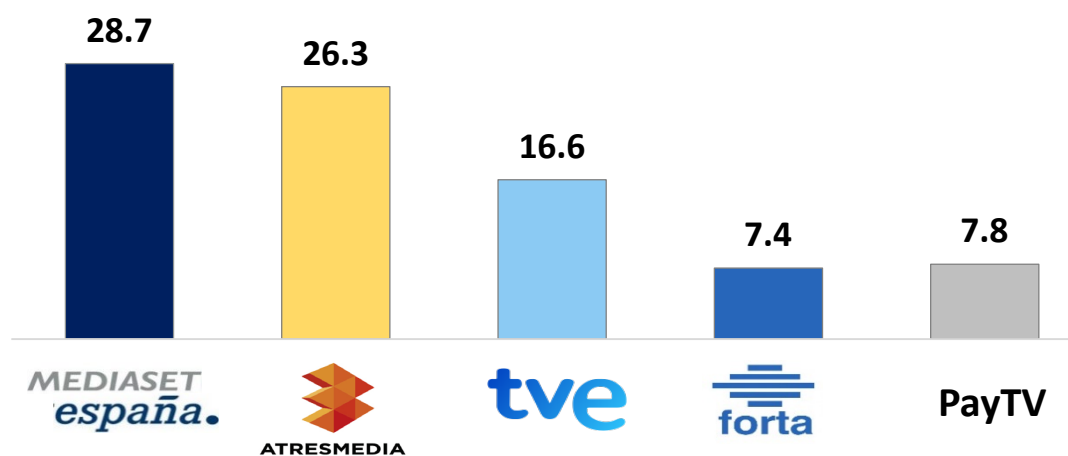
# HIGHLIGHTS: 3Q 2018 RESULTS

MEDIASETespaña.

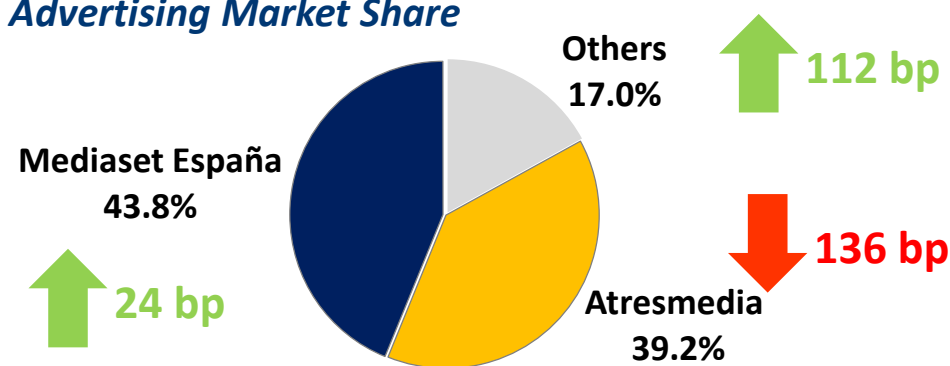
## 3Q 18 Financials

	3Q 18	3Q 17
<b>Total net revenues</b>	<b>188.6</b>	<b>192.8</b>
Total operating costs	154.0	162.0
<b>EBITDA</b>	<b>34.5</b>	<b>30.7</b>
<i>EBITDA margin</i>	<i>18.3%</i>	<i>15.9%</i>
<b>EBIT</b>	<b>29.4</b>	<b>26.0</b>
<i>EBIT margin</i>	<i>15.6%</i>	<i>13.5%</i>
<b>NET PROFIT</b>	<b>21.7</b>	<b>20.4</b>
<b>EPS</b>	<b>0.07 €</b>	<b>0.06 €</b>
Free Cash Flow	48.6	49.5
Net cash position	129.2	100.1

## 3Q 18 Audience Share



## 3Q 18 Advertising Market Share



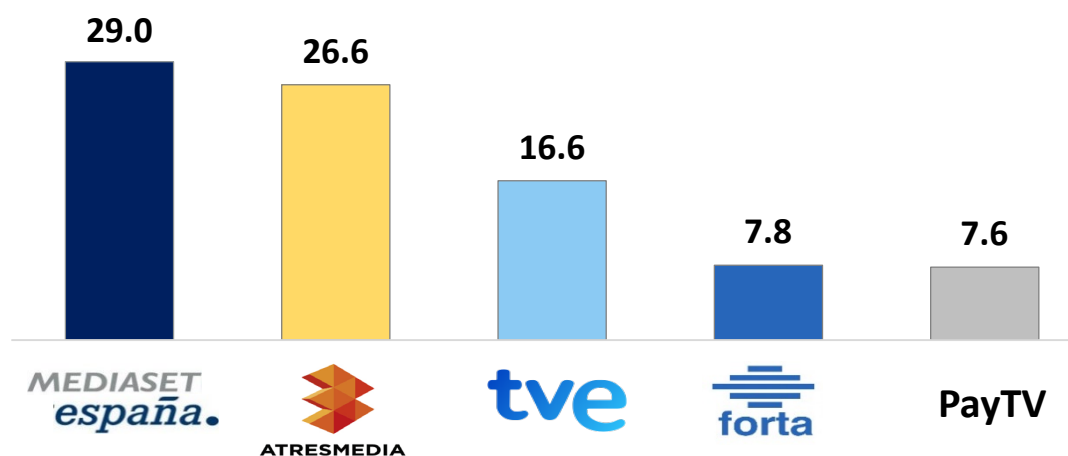
# HIGHLIGHTS: 9M 2018 RESULTS

MEDIASET *españa.*

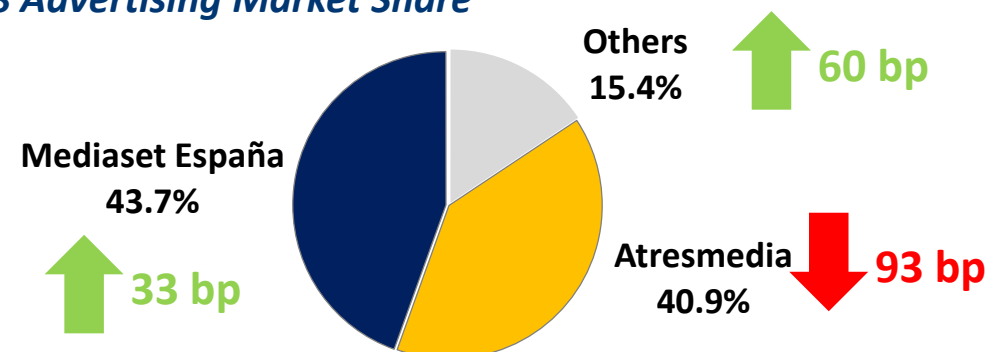
## 9M 18 Financials

	9M 18	9M 17
<b>Total net revenues</b>	<b>696.4</b>	<b>701.3</b>
Total operating costs	502.8	502.5
<b>EBITDA</b>	<b>193.7</b>	<b>198.8</b>
<i>EBITDA margin</i>	27.8%	28.3%
<b>EBIT</b>	<b>181.7</b>	<b>185.2</b>
<i>EBIT margin</i>	26.1%	26.4%
<b>NET PROFIT</b>	<b>146.9</b>	<b>146.1</b>
<b>EPS</b>	<b>0.45 €</b>	<b>0.45 €</b>
Free Cash Flow	181.8	188.4
Net cash position	129.2	100.1

## 9M 18 Audience Share



## 9M 18 Advertising Market Share

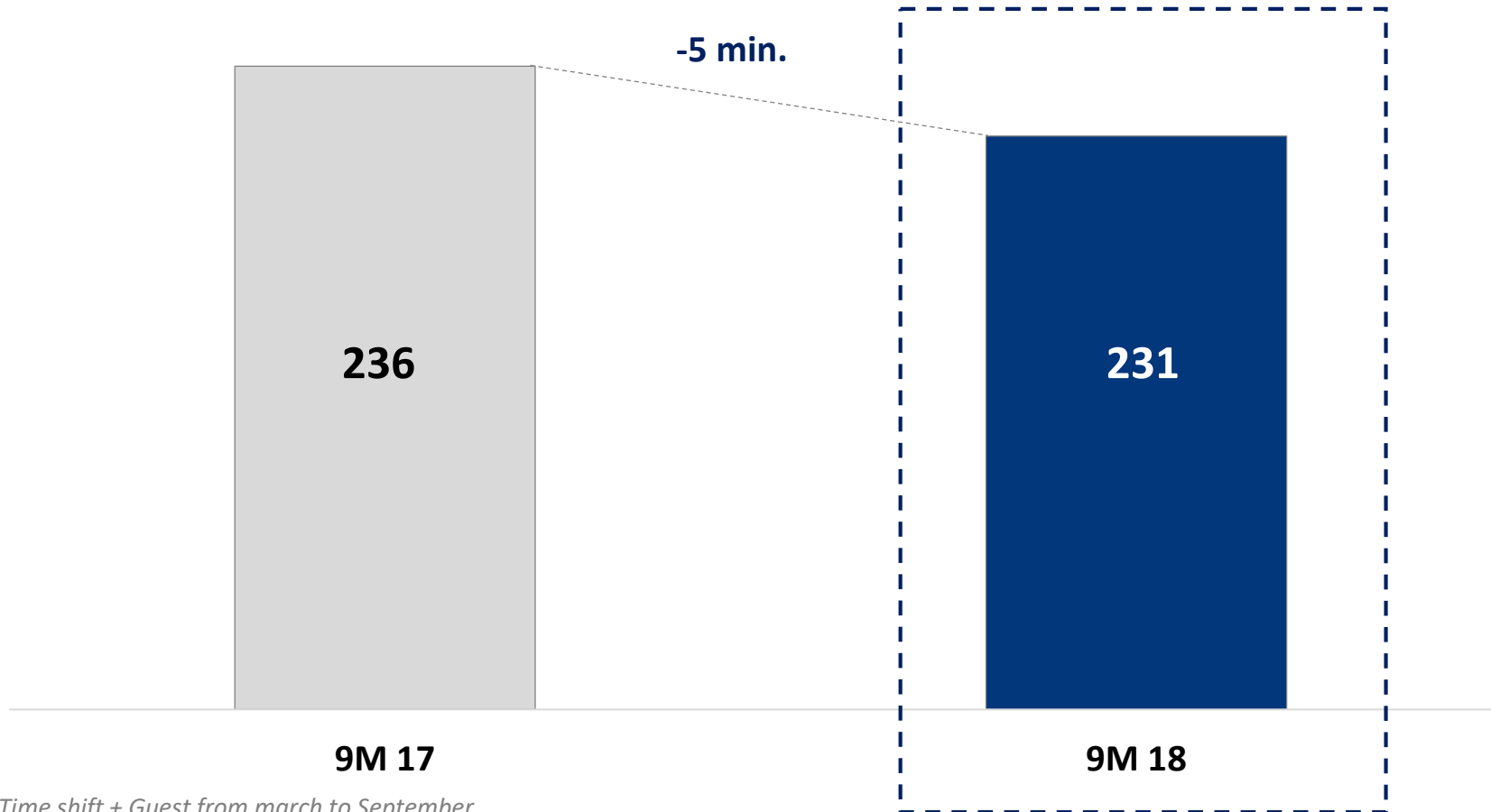




# ***Business Performance***

***Madrid, November 7<sup>th</sup> 2018***

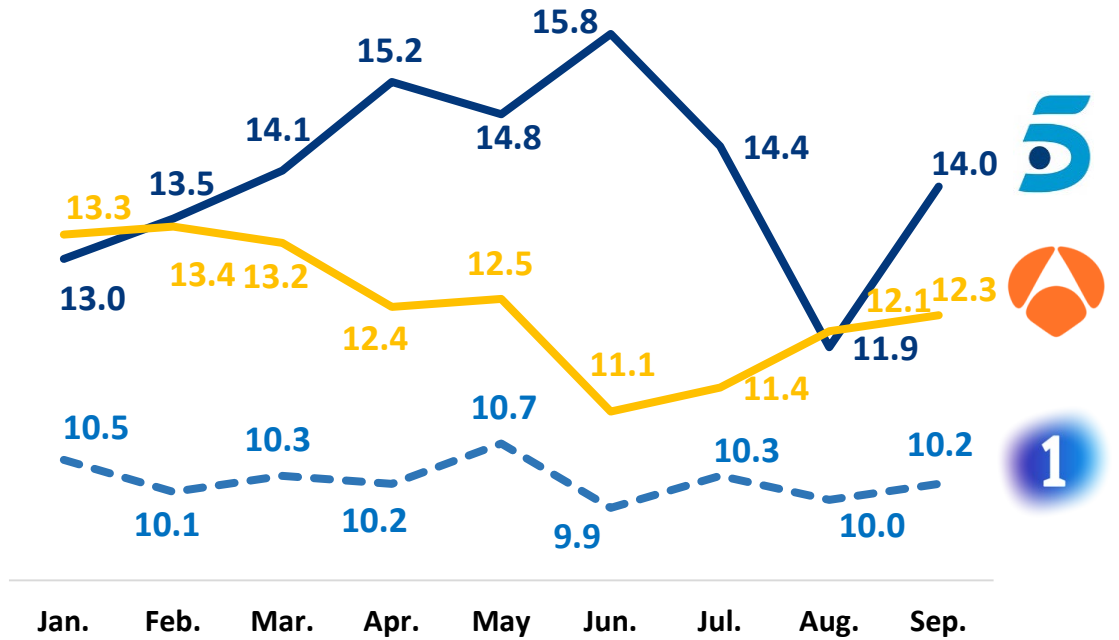
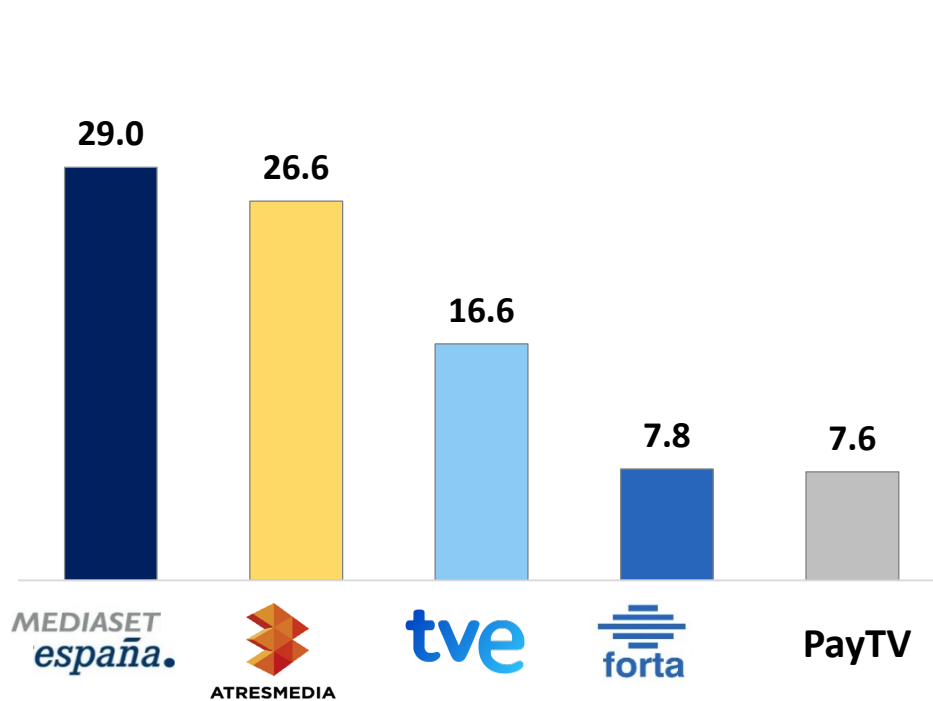
## TV Consumption Breakdown 2018



(\* ) Included Linear + Time shift + Guest from march to September  
Source: Kantar Media

# BUSINESS PERFORMANCE 9M 2018

## Audience Share



Audience share leading positions maintained in 9M 2018



## Internet

1

**11.7 million** monthly unique **users** in the digital channel (source: Comscore)

2

**More than 1.6 billion videos** viewed (6th player in the market)

3

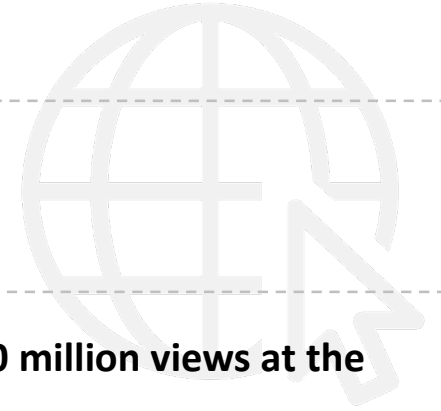
Mediaset España's channels in **YouTube** (launched in April 2018) reached more than **200 million views** at the **end of October**

4

**Digital native content** added 6.6 million monthly average unique browsers (**22.2% of the audience**)

5

**Internet advertising revenues** in 9M 2018 **grew by 26.8%** vs 9M 2017



# **MEDITERRÁNEO.**

AUDIOVISUAL

Joins independent television, film and digital content production

Creates the first audio-visual conglomerate of national production companies

Reinforces their access to the purchase and development of international formats



To be launched on November 21<sup>st</sup>

Rights acquisition announced August 2018

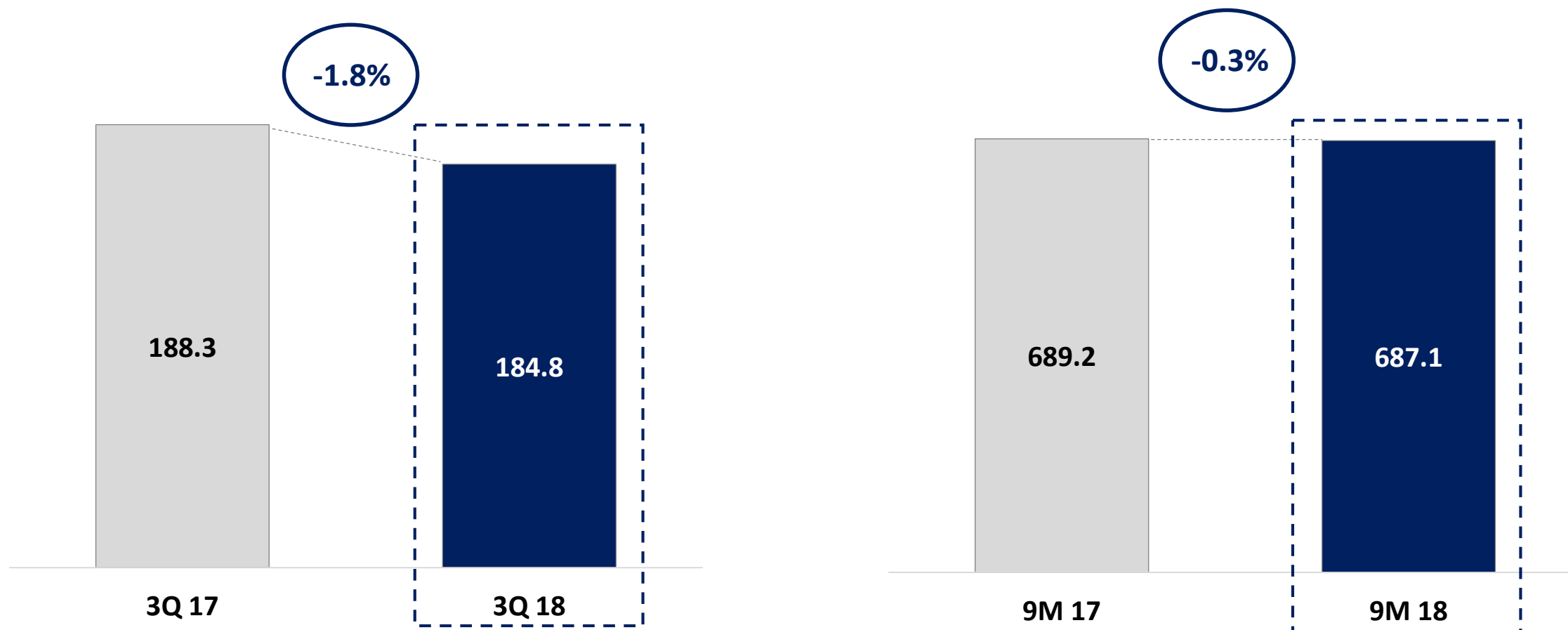
Driving a perfect tandem between programming and commercial strategy



# ***Financial Review***

***Madrid, November 7<sup>th</sup> 2018***

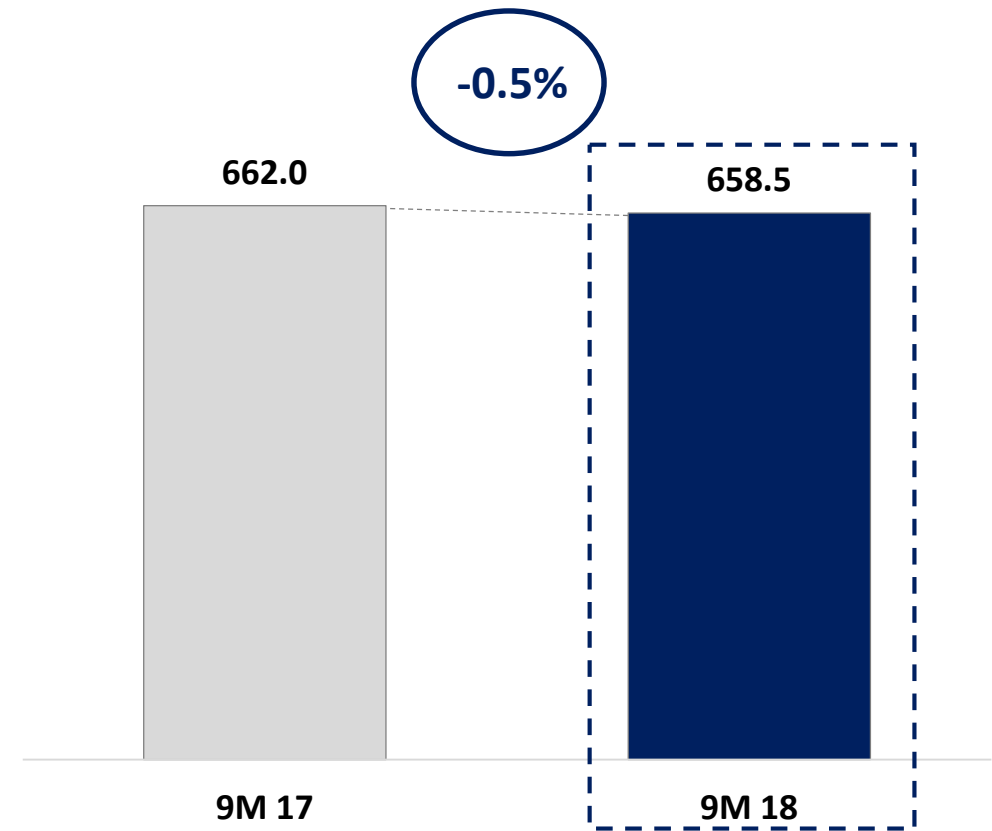
## Gross Advertising Revenues



## TV Advertising Revenues

	3Q 18	9M 18
Total TV Market	-2.0%	-1.3%

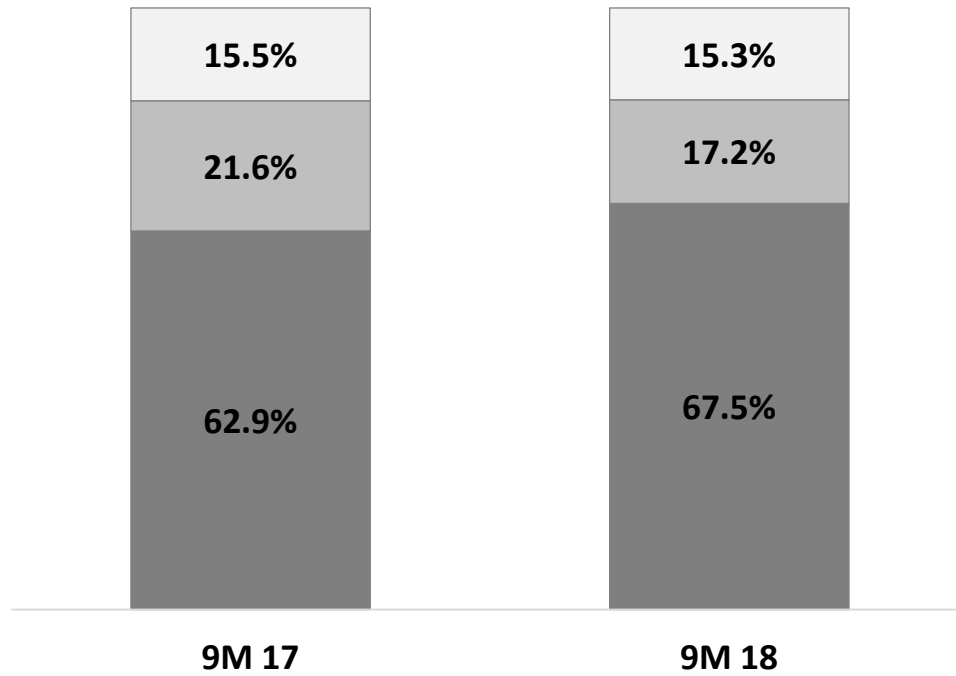
	3Q 18	9M 18
Audience	28.5%	28.8%
Var%	-0.8%	-0.5%
Seconds	-2.2%	-2.7%
GRP'S 20	+4.3%	-1.0%
C/GRP 20	+3.3%	0.6%



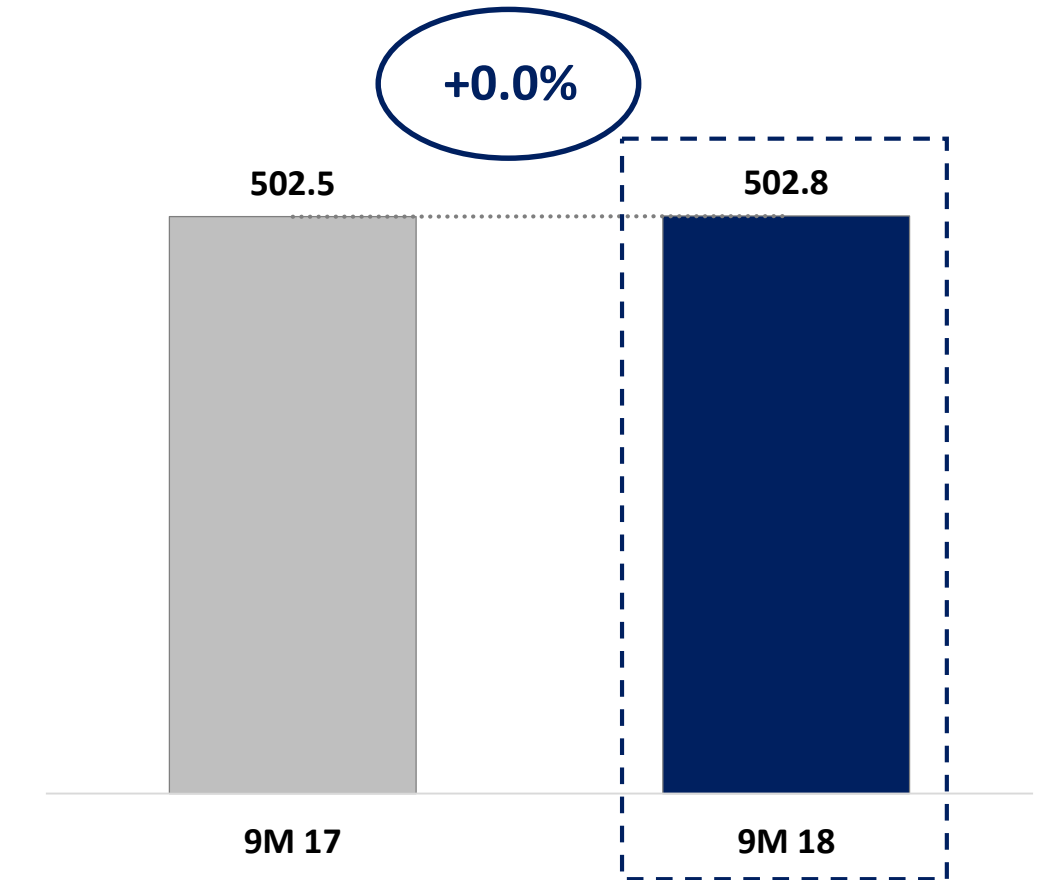
Source: Infoadex

## OpEx Breakdown

- Other Operating Costs
- TV Rights Consumption
- Personnel

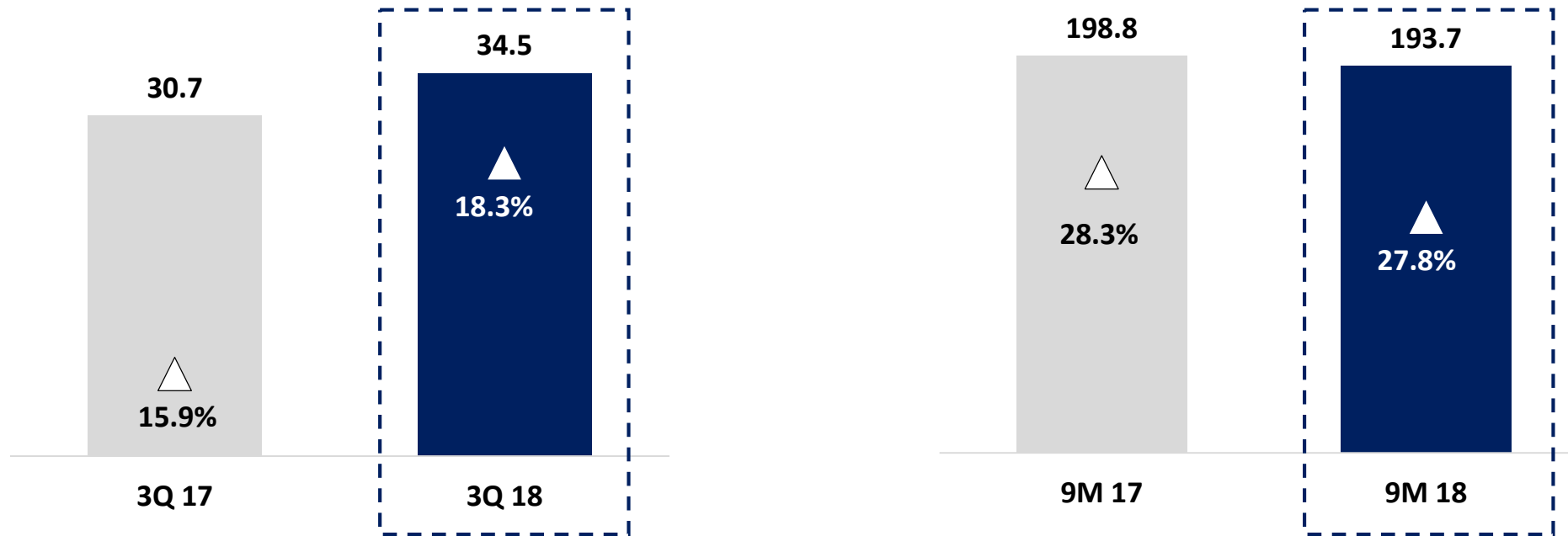


## Total OpEx (\*)



(\*) Other D&A included

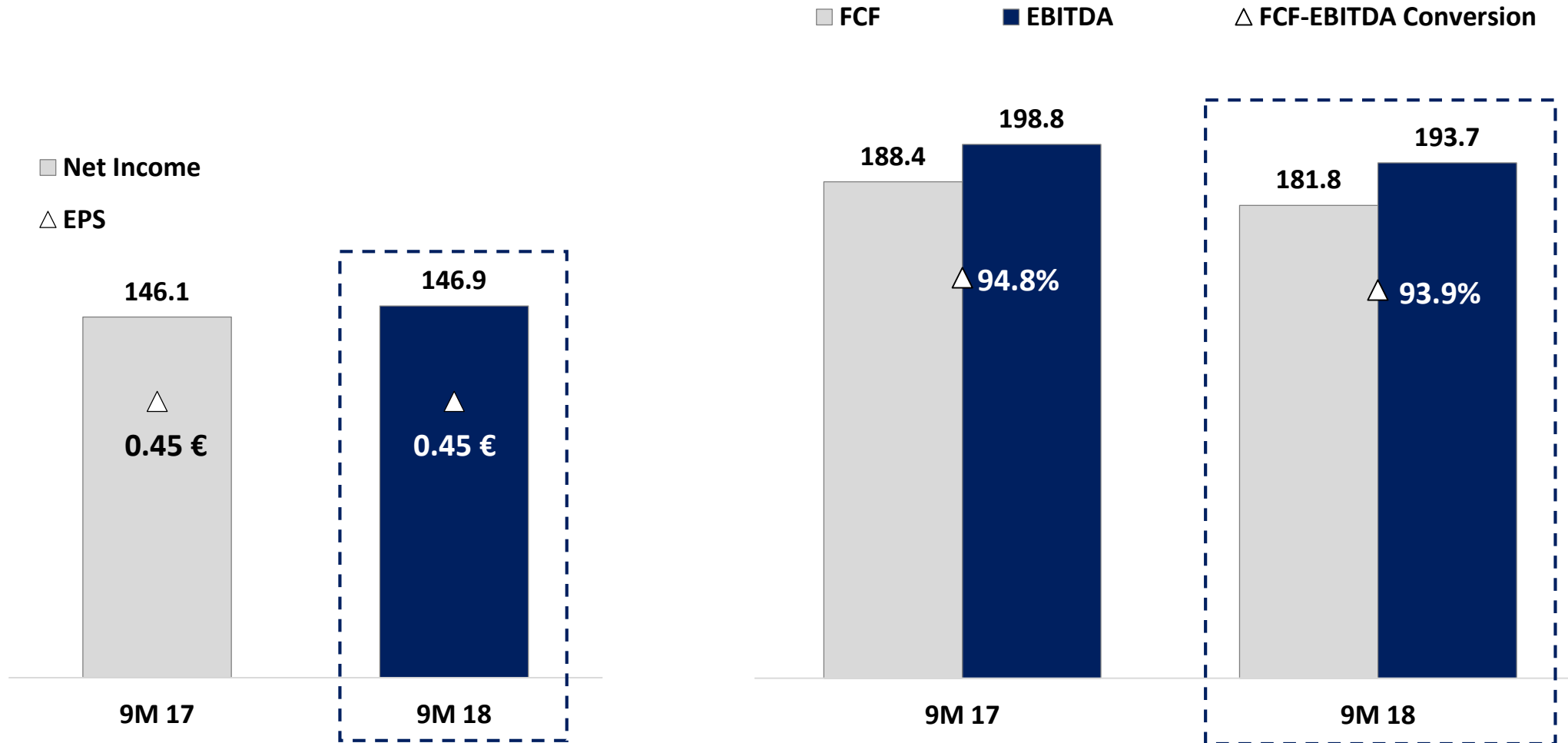
## Margin Evolution & Adjusted EBITDA



240 bps of margin improvement in Q3 2018.  
Business profitability remains as one of the highest in the industry



## Net Income & Cash Conversion





# ***Final Remarks***

***Madrid, November 7<sup>th</sup> 2018***

**1**

**Cost guidance improved** from EUR760 million to EUR740 million in 2018

---

**2**

**Internet advertising revenues** growth rate in 2018 **above 20%**

---

**3**

**On track to achieve our goal of leading in audience share and advertising market share** in 2018

---



# *Appendix*

*Madrid, November 7<sup>th</sup> 2018*

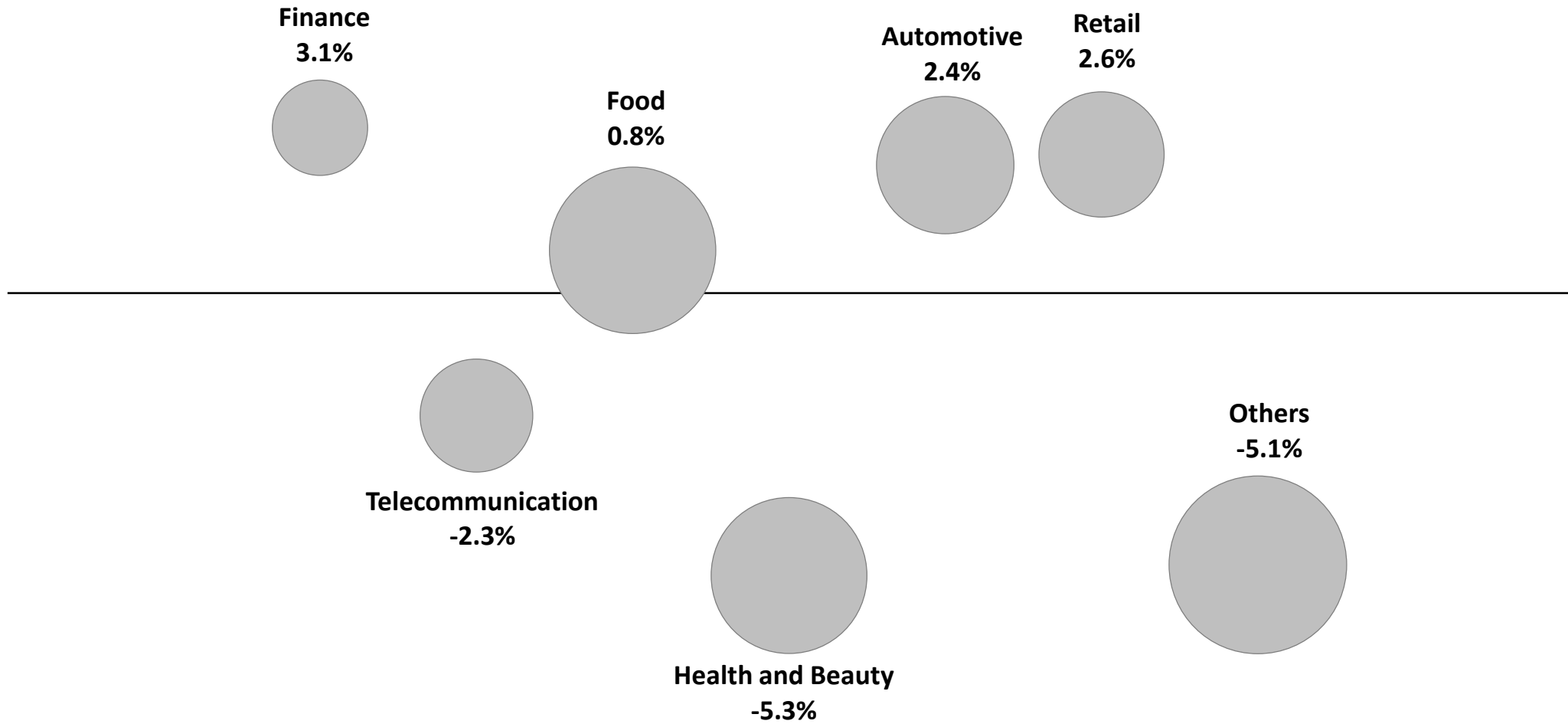
EUR mil.	9M 18	9M 17	Var (%)
<b>Gross Advertising Revenues</b>	<b>687.1</b>	<b>689.2</b>	<b>(0.3%)</b>
<i>Mediaset España's Media</i>	672.5	674.6	(0.3%)
<i>Third Party Media</i>	14.6	14.6	(0.4%)
Commission	(29.9)	(28.3)	5.4%
<b>Net advertising revenues</b>	<b>657.2</b>	<b>660.9</b>	<b>(0.6%)</b>
Other revenues	39.2	40.4	(3.0%)
<b>Total Net Revenues</b>	<b>696.4</b>	<b>701.3</b>	<b>(0.7%)</b>
Rights Amortisation	(86.7)	(108.7)	(20.2%)
Personnel	(76.6)	(77.5)	(1.2%)
Other operating costs	(339.4)	(316.3)	7.3%
<b>Total Costs</b>	<b>(502.8)</b>	<b>(502.5)</b>	<b>0.0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>193.7</b>	<b>198.8</b>	<b>(2.6%)</b>
<i>EBITDA Margin</i>	27.8%	28.3%	

## Profit & Loss Accounts - II

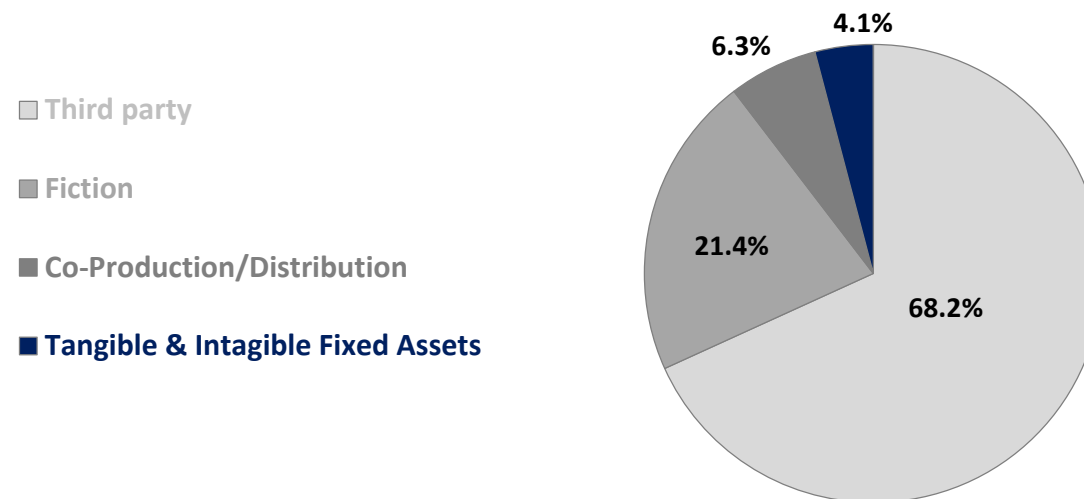
MEDIASETespaña.

EUR mil.	9M 18	9M 17	Var (%)
<b>EBITDA</b>	<b>193.7</b>	<b>198.8</b>	<b>(2.6%)</b>
<i>EBITDA Margin</i>	27.8%	28.3%	
Other amortisations, provisions	(6.0)	(7.6)	(21.2%)
Amortisation PPA	(6.0)	(6.0)	0.0%
<b>EBIT</b>	<b>181.7</b>	<b>185.2</b>	<b>(1.9%)</b>
<i>EBIT Margin</i>	26.1%	26.4%	
Equity Cons. Results and Depr. Fin. Assets	10.8	1.4	-
Financial results	(0.2)	(1.1)	(81.5%)
<b>Pre-tax Profit</b>	<b>192.3</b>	<b>185.5</b>	<b>3.7%</b>
Income taxes	(45.4)	(39.5)	14.9%
Minority interests	0.0	0.1	-
<b>Net Profit</b>	<b>146.9</b>	<b>146.1</b>	<b>0.6%</b>

# Advertising Revenues by TV Sector – 9M 2018



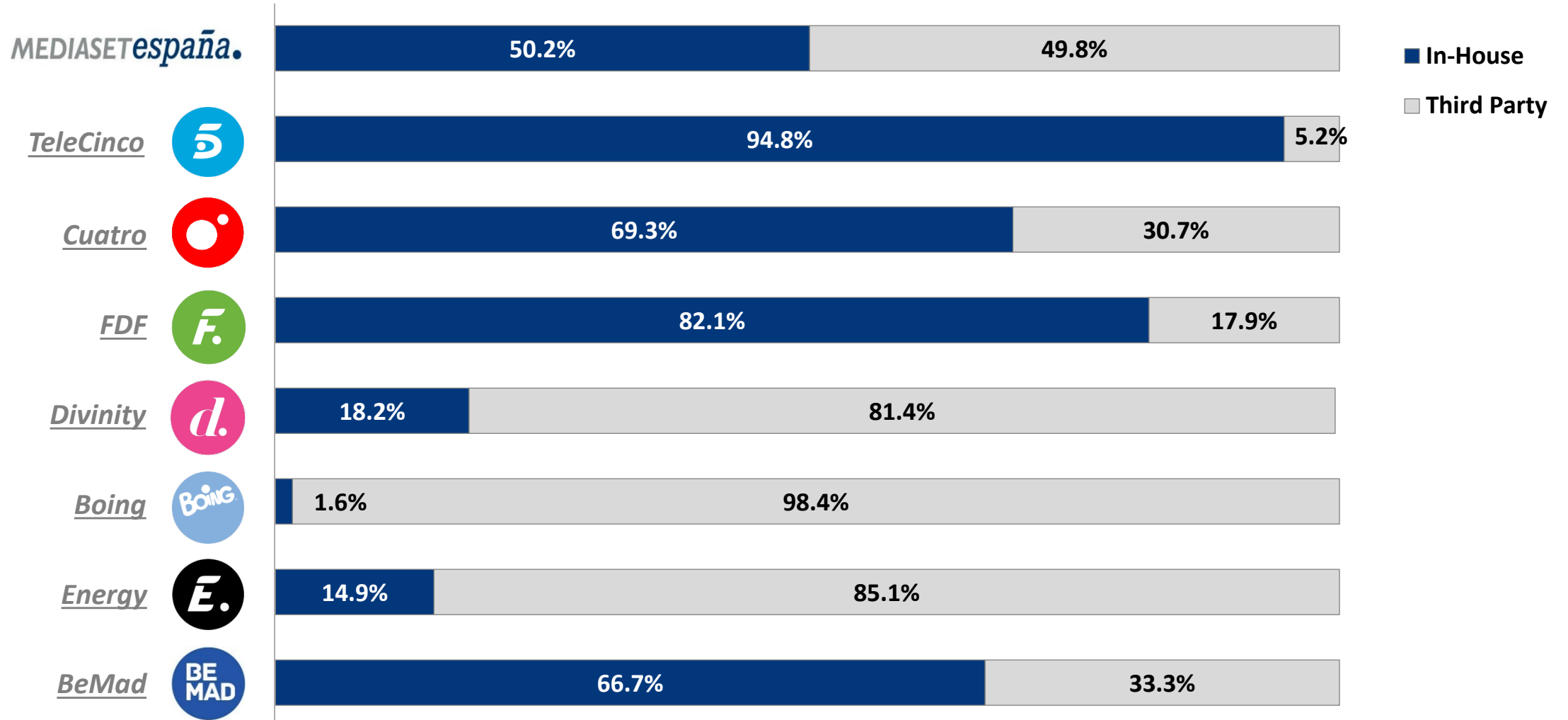
(% yoy Variation)



mill. EUR	9M 18	9M 17	Var (%)
Third party	89.6	94.1	(4.8%)
Fiction	28.1	37.0	(24.1%)
Co-Production/Distribution	8.2	16.2	(49.0%)
Tangible and Intangible Fixed Assets	5.4	8.8	(38.8%)
<b>Total Capex</b>	<b>131.3</b>	<b>156.1</b>	<b>(15.8%)</b>



# Origin of Contents



EUR mil.	9M 18	FY 17
<b>Tangible assets</b>	<b>556.1</b>	<b>569.4</b>
Financial	310.7	314.7
Non Financial	245.3	254.7
<b>Audiovisual rights and Pre-payments</b>	<b>193.0</b>	<b>156.4</b>
Third parties	128.9	106.4
Fiction	44.0	27.0
Co-production / Distribution	20.1	23.0
<b>Pre-paid taxes</b>	<b>82.5</b>	<b>101.0</b>
<b>TOTAL NON-CURRENT ASSETS</b>	<b>831.5</b>	<b>826.8</b>
Current assets	188.3	272.3
Financial investments and cash	129.2	135.9
<b>TOTAL CURRENT ASSETS</b>	<b>317.5</b>	<b>408.2</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>1,149.0</b>	<b>1,235.0</b>

EUR mil.	9M 18	FY 17
<b>Shareholders`equity</b>	<b>848.9</b>	<b>900.1</b>
Non-current provisions	6.6	13.4
Non-current payables	25.8	19.0
Non-current financial liabilities	0.0	0.0
<b>TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES</b>	<b>32.3</b>	<b>32.4</b>
Current payables	267.8	301.8
Current financial liabilities	0.0	0.6
<b>TOTAL CURRENT LIABILITIES</b>	<b>267.8</b>	<b>302.5</b>
<b>TOTAL LIABILITIES</b>	<b>1,149.0</b>	<b>1,235.0</b>

EUR mill.	9M 18	9M 17	Var. € million
<b>Initial cash position</b>	<b>135.3</b>	<b>177.4</b>	<b>-42.2</b>
<b>Free cash flow</b>	<b>181.8</b>	<b>188.4</b>	<b>-6.6</b>
<i>Cash flow from operations</i>	261.7	279.9	-18.2
<i>Net investments</i>	-131.3	-156.0	24.7
<i>Change in net working capital</i>	51.4	64.5	-13.1
Change in equity	-1.6	1.7	-3.3
Financial investments	8.8	6.5	2.3
Dividends received	2.4	1.8	0.5
Dividend payments	-197.5	-175.7	-21.8
Treasury shares	0.0	-100.0	100.0
<b>Total net cash flow</b>	<b>-6.1</b>	<b>-77.3</b>	<b>71.2</b>
<b>Final net cash position</b>	<b>129.2</b>	<b>100.1</b>	<b>-29.0</b>
<i>Free cash flow/EBIT</i>	100.0%	101.7%	

## CORPORATE EVENTS

- 1** **FY 2018 results:** February 2019 (Tentative)

## MARKETING EVENTS

- 1** **Madrid:** 13<sup>th</sup> November
- 2** **Barcelona:** 14/15<sup>th</sup> November
- 3** **Vienna/Zurich:** 19/20<sup>th</sup> November
- 4** **Paris/Frankfurt:** 27/28<sup>th</sup> November
- 5** **Madrid:** 29<sup>th</sup> November
- 6** **Geneva:** 04<sup>th</sup> December
- 7** **Madrid:** 11<sup>th</sup> December
- 8** **London:** 12<sup>th</sup> December

# MEDIASETespaña.



**Mario Sacedo - Loreto Antón – Sarah Moon**

Ctra. de Fuencarral a Alcobendas, 4 - 28049 Madrid

T+34 91 396 67 83

E: [inversores@mediaset.es](mailto:inversores@mediaset.es)

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