
RESULTADOS 9 MESES

Enero – Septiembre 2021

MEDIASET*españa.*



Madrid – 27 Octubre 2021

CONTENIDOS

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

Conference Call / Web cast details

27 Octubre 2021 a las **18:30 CET** (17:30 horario UK)

España: +34 914 14 36 75
UK: +44 (0) 207 192 8338
USA: +1 646 741 3167
Pin Code: 9219656

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

<https://edge.media-server.com/mmc/p/jvfn8xir>

O en nuestra página web:

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

I. RESULTADOS FINANCIEROS Y OPERATIVOS

mill. EUR	3T2021	3T2020	Var (%)	9M2021	9M2020	Var (%)
Total ingresos netos	180,3	171,5	5,1%	603,8	546,6	10,5%
Total costes operativos	(140,7)	(121,0)	16,2%	(451,4)	(396,6)	13,8%
EBITDA ⁽¹⁾	39,6	50,5	(21,6%)	152,4	150,1	1,6%
Margen EBITDA	22,0%	29,4%		25,2%	27,5%	
EBIT	35,8	44,0	(18,7%)	139,6	132,9	5,0%
Margen EBIT	19,8%	25,6%		23,1%	24,3%	
Beneficio Neto	28,8	33,2	(13,3%)	114,2	103,2	10,6%
BPA ⁽²⁾	0,09	0,11		0,36	0,33	
Free Cash-Flow				181,30	119,77	
Caja / (Deuda) Neta				202,23	25,11	

(1) EBITDA Incluye el consumo de derechos TV (2) Se excluyen las acciones de autocartera 30.09.20

- **Infodex** informa que el **mercado audiovisual¹** en los primeros nueve meses 2021, asciende a **€1.907,4 millones**, el **mercado TV a €1.229,7 millones** y el **mercado Digital² a €677,6 millones**. La cuota del **mercado audiovisual de Mediaset España**, según datos **Infodex**, asciende en el periodo al **29,9%**.
- **El Total de Ingresos Netos** en los meses **enero-septiembre 2021** asciende a **€603,8** en comparación con los **€546,6 millones** del mismo periodo 2020 **(+10,5%)**.
- **Mediaset España's** obtiene un **EBITDA** en los primeros nueve meses 2021 de **€152,4 millones +1,6%** respecto de la cifra **EBITDA del mismo periodo 2020**.
- **El Beneficio Neto** a cierre de septiembre 2021 asciende a **€114,2 millones, +10,6%** en comparación con el mismo periodo 2020 (€103,2 millones).
- La **posición neta de caja** de **Mediaset España** a 30 de septiembre 2021 es de **€202,2 millones** y registra un **Free Cash Flow**, en el mismo periodo de **€181,3 millones**.
- **Mediaset España** lidera audiencias en total día en el periodo y anota un **28.5% de share** y un **30.8% de target comercial**.
- En el **ámbito digital**, en los meses de **enero-agosto 2021**, el Grupo registró en internet un **promedio de 19.3 millones** de visitantes únicos/mes (+6%) y **508 millones de videos streamed/mes (+29%)**. (Fuente: ComScore. Datos multiplataforma septiembre no disponible en la fecha del informe).
- **Mediaset España** a final de septiembre, cuenta con una **participación del 13,18%** en **ProsiebenSat1**, el **3,43%** de la citada participación fue adquirida en **enero 2021**.
- **Mediaset España** canceló su autocartera, **14.269.072 de títulos**, en el segundo trimestre 2021.

¹ Mercado publicitario Audiovisual = TV+ Digital (websites (Display+Video) según reporta Infodex)

² Digital Market=websites (Display+Video) según reporta Infodex

2. INDICADORES KPI

2.1 CONSUMO TELEVISIVO

El promedio del consumo de televisión, por persona/día, **4 años+**, en los meses enero-septiembre 2021, asciende a **216 minutos** en comparación con los 239 minutos /persona/día del mismo periodo del 2020. La diferencia se debe a la **circunstancia excepcional motivada por la crisis sanitaria del Covid-19 en el 2020** que tuvo como consecuencia la **adopción de medidas de confinamiento y restricciones sociales** que favoreció de forma notable el consumo de TV en el pasado año. Es por este motivo por lo que el dato de consumo de TV en 2020, no se puede tomar como referencia para ningún otro periodo.

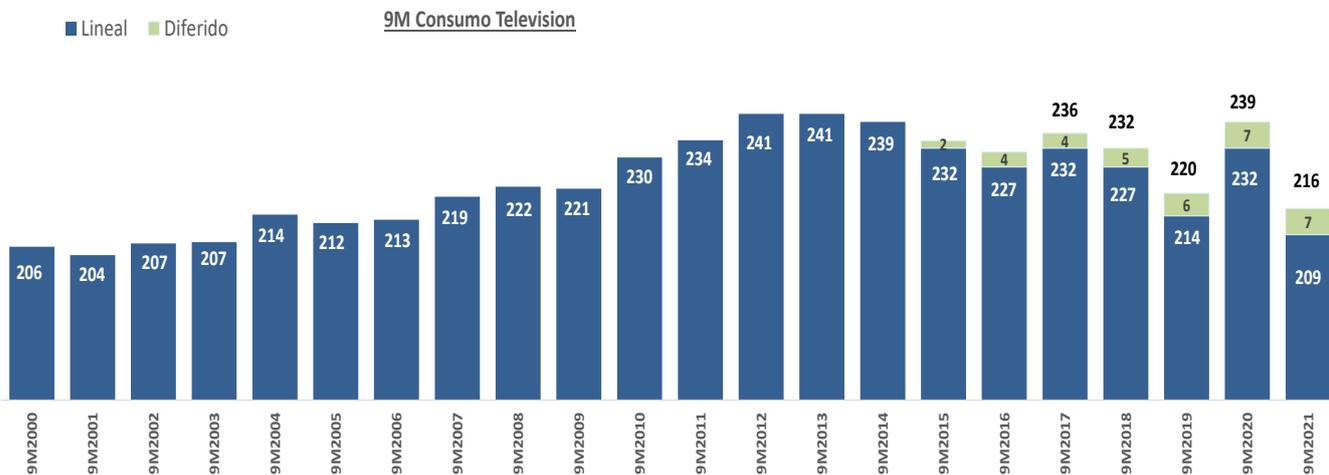
La **mejora de la crisis sanitaria**, que comenzó en el segundo trimestre 2021, llevó consigo la **recuperación de la actividad económica y mejora del empleo**, lo que se tradujo directamente en unos consumos de televisión más en línea con los registrados en los primeros nueve meses de 2019 (220 minutos persona/día).

Los consumos anteriores no incluyen el consumo de la **televisión** en dispositivos como **tablets, teléfonos, PCs** etc..

En los **primeros nueve meses 2021**, el **consumo lineal de televisión³** alcanzó los **209 minutos persona/día**, lo que representa un **96,7% del consumo total televisivo (216 minutos)**.

El **consumo televisivo en diferido⁴**, en el mismo periodo, asciende a **7 minutos persona/día** supone un **3,2% del consumo total de televisión** en el periodo.

El **promedio diario de espectadores televisión**, en los nueve primeros meses 2021, asciende a **6,6 millones**.



Source: Kantar Media

³ Consumo Lineal incluye invitados (el consumo de amigos y familia en el hogar) y segundas casas desde 2020.

⁴ Consumo diferido es el consumo dentro de los siete días siguientes a la primera emisión en televisión

2.2 CUOTA DE AUDIENCIA

	Ene-sep'21		Ene-sep'20	
	Total	Target	Total	Target
	Individuos	Comercial	Individuos	Comercial
MEDIASET ESPAÑA				
Total Día	28,5%	30,8%	28,6%	29,6%
Prime Time	26,7%	29,6%	27,5%	28,5%
TELECINCO				
Total Día	15,3%	15,8%	14,5%	14,1%
Prime Time	14,5%	15,8%	13,9%	13,5%
CUATRO				
Total Día	5,3%	6,1%	5,5%	6,2%
Prime Time	5,3%	6,3%	6,0%	6,8%
DIVINITY				
Total Día	1,9%	1,9%	1,9%	2,2%
Prime Time	1,6%	1,5%	1,6%	1,9%
BOING				
Total Día	0,9%	0,8%	1,1%	0,9%
Prime Time	0,7%	0,7%	0,9%	0,7%
ENERGY				
Total Día	2,1%	2,3%	2,3%	2,5%
Prime Time	1,8%	2,0%	2,1%	2,1%
BE MAD tv				
Total Día	0,6%	0,7%	0,7%	0,8%
Prime Time	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%
FDF				
Total Día	2,4%	3,1%	2,6%	3,1%
Prime Time	2,2%	2,6%	2,4%	2,7%

En los primeros **nueve meses de 2021**, el **Grupo Mediaset España** lideró audiencias de televisión con un **28.5% de share** y un **target comercial de 30.8%**, ambos registros en **total día total individuos**, lo que ha supuesto una **ventaja de +1,2 pp** y **+3,6 pp**, respectivamente sobre su directo competidor. **Mediaset España** continúa **mejorando su target comercial**, que en los nueve primeros meses 2021 (30,8%) se incrementa en **+1,2%** en comparación con el mismo periodo 2020 (29,6%).

En **Prime Time**, el **Grupo Mediaset España** obtiene, en los **primeros nueve meses 2021** una **audiencia del 26,7%**. Respecto del **target comercial** la audiencia asciende al **29,6%**, esto es un incremento del **+1,1pp** respecto del dato del **Grupo de los nueve meses 2020** (28,5%) y supone una **ventaja de +2,0pp** sobre su directo competidor.

El canal **Telecinco** obtiene una **audiencia en los nueve primeros meses 2021, del 15,3% en total individuos/total día** mientras que en **target comercial** es del **15,8%**, esto es un incremento del **+0,8pp y +1,7pp** en comparación con el mismo periodo 2020.

En la franja **Prime Time**, **Telecinco** se anota un **14,5% de audiencia** mientras que el **target comercial asciende hasta el 15,8%**, una muy buena conversión a target que es además **+2,3pp superior a la del mismo periodo 2020 y +1,5pp superior a la de su directo competidor**.

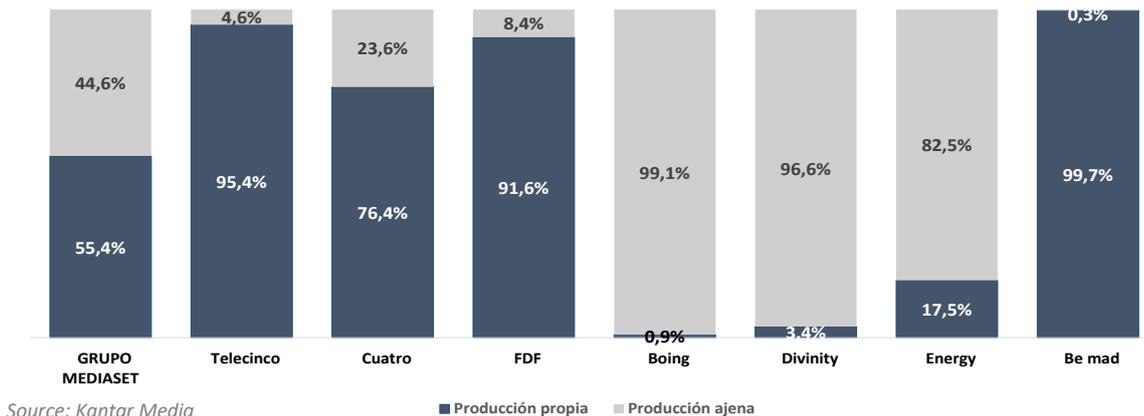
En el **tercer trimestre 2021**, destaca la emisión del programa **“Supervivientes”** con una audiencia del **26,5% y 2,3 millones** de espectadores, es además el programa de entretenimiento que con el mejor target comercial 23,4% . **“Ahora Olga”** anota una audiencia del 25,8% y 2,4 millones de espectadores, mientras que el programa **“Secret story: La casa de los secretos”** anota un **17,7% de audiencia y 1,7 millones de espectadores**, liderando el target comercial del **grupo de edad 13 a 24 años** con una cuota del **23,4%**.

El canal **Cuatro** obtiene una audiencia en **total individuos total día del 5,3%**, en los nueve primeros meses 2021, y un **target comercial del 6,1%**, mientras que en **Prime Time**, la audiencia es también del **5,3%** y el **target comercial** asciende al **6,3%**, una **excelente conversión a comercial target de +1,0pp**.

El conjunto de la audiencia de los **canales de nueva generación**, **Divinity, Boing, Energy, Be Mad** y **FDF**, en los primeros nueve meses 2020, asciende a **7,9%**, en **Total Día**, y obtienen un **Target Comercial del 8,8%**. El detalle de la audiencia de los **distintos canales, en sus targets, a finales de septiembre 2021** ha sido la siguiente: **FDF** en su **target de 13-24 años registra una audiencia del 7,1%** y para el **grupo 25-34 años del 5,3 %**. **Divinity** tiene una audiencia en su **target de mujeres 16-44 del 2,0%**, **Energy** en su target de **hombres 25-54 años consigue un registro del 2,3%** y **Boing**, el canal infantil, en su **target de 4 a 12 años**, alcanza una cuota del **11,3** multiplicando por más de 12 veces su audiencia (0,9%). **Be Mad**, obtiene una audiencia en su target de **hombres 25-54 del 0,8%**.

2.3 MIX DE CONTENIDOS

La **producción propia** del Grupo Mediaset España supone, en los primeros nueve meses 2021, el **55,4%** del total de las horas de emisión, un incremento de **+0,5 pp** en comparación con el mismo periodo 2020 (**54,9%**). La **producción ajena**, por su parte representa el **44,6%** del total de las horas de emisión, para el mismo periodo. La distribución de las horas de emisión, **producción propia y ajena**, del periodo **enero-septiembre 2021**, ha sido la siguiente:



En los **primeros 9 meses 2021**, los dos canales principales del Grupo, **Telecinco y Cuatro**, han dedicado en conjunto el **86,0%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, en línea con el mismo periodo 2020 (**86,6%**). Por otro lado, el **76,9%** de las citadas horas de emisión de **producción propia**, fueron producidas por el **Grupo o sus empresas asociadas/ participadas**.

2.4 COMPAÑÍAS DE PRODUCCION ASOCIADAS & PARTICIPADAS

Mediterráneo⁵, es la compañía del **Grupo Mediaset España** que aglutina todas las participaciones que tiene el **Grupo** en las **distintas** productoras y que proporcionan un buen número de horas de contenidos de producción propia al Grupo. A 30 septiembre 2021, el **Grupo cuenta con 7 compañías asociadas y 4 participadas** especializadas en distintos tipos de contenidos.

Las compañías asociadas del Grupo son las siguientes: **Producciones Mandarin** (30,0%), **La Fábrica de la Tele** (30,0%), **Alea Media** (40,0%), **Bulldog** (30,0%), **Alma Producciones** (30,0%), **Unicorn** (30,0%) y **Fenix Media Audiovisual** (40%).

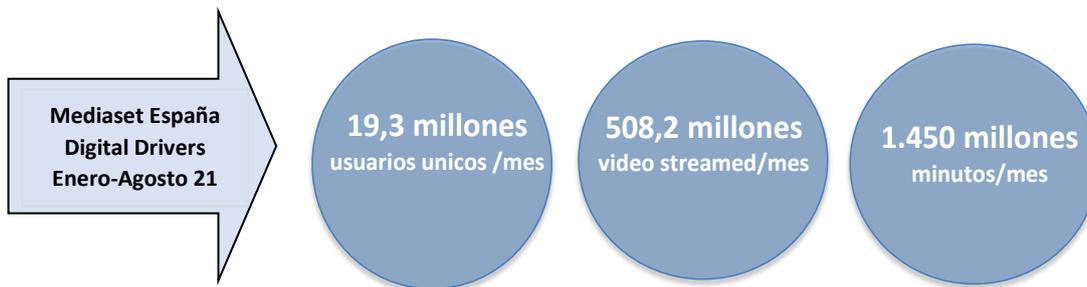
Las **productoras participadas** del Grupo son: **Supersport**, (62,5%), **Megamedia**, (65,0%) and **El Desmarque**, (60,0%).

El **Grupo Mediaset España**, cuenta además con una compañía de producción de cine, **Telecinco Cinema**, donde dispone del 100% de la misma.

⁵ Mediterráneo Mediaset España Group

2.5 INTERNET

En los meses de enero a agosto 2021⁶, el consumo de video por internet alcanza los **40,8 minutos persona/día** en total individuos, lo que supone el **15,9% del consumo audiovisual medio diario**, (256 minutos por persona/día) y llega hasta los **99,8 minutos** en el grupo de edad **18-24 años**. En el mismo periodo, **Mediaset España** obtuvo **19,3 millones de usuarios únicos/mes** y **508 millones de videos streamed/mes**, incrementos del **+6,0%** y **+29,0%** respecto del **mismo periodo 2020**, lo que demuestra la **elevada fidelidad** de los usuarios a los contenidos del Grupo.



(Fuente: datos Comscore enero-agosto 2021. Multiplataforma septiembre no disponible en la fecha del informe)

En los meses de enero a Agosto 2021 Mediaset España ocupa el segundo puesto en el **ranking de video streamed nacional** con un total de **4.0655 millones de videos**, **+29%**, solo por detrás de **Google**, anotando su **máximo histórico en Marzo 2021 con 695 millones de videos streamed**. Por otro lado, **Mediaset España** es el **medio de comunicación con mayor consumo audiovisual**, **10.487 millones de minutos**, muy por delante de su competidor más directo (8.224 minutos).

El site de **Telecinco** incrementó sus **usuarios únicos un +7,6%** respecto del mismo periodo 2020, lo que supone un **promedio mensual de 11,4 millones de usuarios únicos** en los meses **enero-agosto 2021**, muy por delante de su inmediato competidor que anota 9,8 millones usuarios únicos/mes (+16,3%). **Cuatro** en el mismo periodo obtiene un total de **175 millones de videos streamed** un excelente registro, **+22%**.

Por otro lado, **Mitele.es** es la **plataforma de video online de televisión** más consumida con **2.143 millones** de videos vistos enero-agosto, muy por delante de su directo competidor que registra 1.760 millones videos streamed.

En el tercer trimestre del año, el Grupo Mediaset España mantuvo la estrategia de pre-estrenos en **Mitele Plus** de los principales formatos emitidos en televisión como son: **“La última Tentación”, “Love is in the Air”, “Mi Hogar mi Destino”** etc.. junto con **contenido exclusivo digital “Sobreviviré”** y el canal 24 horas exclusivo de **“Secret Story”**, todo contribuyó a obtener en el trimestre el **record de suscripciones en Mitele Plus con mas de 207.000, +89,9%** respecto del cierre de 2020 (109.000).

⁶ Los datos multiplataforma septiembre no están disponibles en la fecha del informe. Datos multiplataforma desde marzo 2017.

Por otro lado, el **Grupo** ha llevado a cabo los siguientes **proyectos en el ámbito digital**: (i) cobertura de la Euro 2020 (ii) lanzamiento del **canal de cine Acontra+** con un extenso catálogo de más de **240 películas** nacionales e internacionales, disponible por **€3/mes a suscriptores de Mitele Plus**.

Por otro lado, en el **mes de octubre** el Grupo lanza **Dizi**, el **canal de series de ficción turca** que incluye en sus inicios un paquete de series de ficción de éxito internacional. Todo ello, junto con el canal "**Fight Sports**", están dirigidos a **construir una oferta variada de contenidos** con el fin de **alcanzar al mayor número de usuarios posible**.

En el área de **contenido nativo digital**, destaca **Mtmad** con un incremento en el consumo de video del **37%** en los meses de enero a agosto 2021. **El Desmarque**, el site de contenidos deportivos del Grupo, registró un **promedio mensual de 4,8 millones de usuarios únicos**, mientras que **Nius** por su parte, anota un promedio de **4,5 millones de usuarios únicos** registrando su mejor dato en Septiembre 2021 con 5,6 millones/usuarios únicos.

Mediaset España cuenta además con una **importante posición en las redes sociales**, donde en los nueve meses 2021 **registra 21,7 millones de comentarios**, representativos del **67% del total de comentarios** del ámbito de la televisión.

Source: Comscore & Omniture

3. CUENTA DE RESULTADOS

mill. EUR	3T2021	3T2020	Var (%)	9M2021	9M2020	Var (%)
Ingresos Brutos Publicidad	168,5	163,2	3,2%	574,5	488,3	17,7%
Medios Propios	162,1	157,7	2,8%	557,4	478,9	16,4%
Medios Ajenos	6,4	5,5	15,8%	17,1	9,4	81,3%
Comisiones	(7,8)	(7,0)	11,4%	(26,2)	(18,1)	44,4%
Ingresos Netos Publicidad	160,7	156,2	2,8%	548,4	470,2	16,6%
Otros Ingresos	19,6	15,3	28,0%	55,4	76,4	(27,5%)
Total Ingresos Netos	180,3	171,5	5,1%	603,8	546,6	10,5%
Consumo de derechos	(21,1)	(23,7)	(11,2%)	(61,5)	(70,8)	(13,1%)
Costes de personal	(30,2)	(28,2)	7,1%	(91,3)	(84,6)	7,9%
Otros costes operativos	(89,4)	(69,1)	29,4%	(298,6)	(241,1)	23,8%
Total Costes	(140,7)	(121,0)	16,2%	(451,4)	(396,6)	13,8%
EBITDA	39,6	50,5	(21,6%)	152,4	150,1	1,6%
Margen EBITDA	22,0%	29,4%		25,2%	27,5%	
Otras amortizaciones, provisiones	(1,6)	(4,5)	(65,3%)	(6,1)	(11,1)	(44,7%)
Amortización PPA	(2,2)	(2,0)	9,8%	(6,7)	(6,1)	9,8%
EBIT	35,8	44,0	(18,7%)	139,6	132,9	5,0%
Margen EBIT	19,8%	25,6%		23,1%	24,3%	
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	0,6	0,2	267,2%	2,4	1,9	26,3%
Resultado Financiero	(1,7)	(0,1)	1563,8%	2,7	(0,4)	(809,0%)
Beneficio antes de impuestos	34,7	44,0	(21,2%)	144,7	134,4	7,7%
Impuesto de Sociedades	(5,6)	(10,2)	(44,9%)	(29,2)	(29,5)	(1,1%)
Minoritarios	(0,3)	(0,7)	(49,6%)	(1,3)	(1,7)	(19,9%)
Beneficio Neto	28,8	33,2	(13,3%)	114,17	103,2	10,6%
Margen Beneficio Neto	16,0%	19,4%		18,9%	18,9%	
BPA (sin incluir acciones autocartera)	0,09	0,11		0,36	0,33	

Infoadex estima que el **mercado publicitario medios convencionales**, en los primeros **nueve meses 2021** alcanza **€3.754,4**, en comparación con los **€3.250,3 millones** del mismo periodo 2020, lo que supone un incremento del **+15,5%**.

El **mercado publicitario audiovisual**⁷, en los meses enero a septiembre 2021, se sitúa en **€1.907,4 millones**, **+20,1%** frente al mismo periodo 2020 (€1.587,7 millones). El **mercado publicitario de Televisión** alcanzó **€1.229,7 millones**, **+15,3%** en comparación con el mismo periodo 2020 (€1.066,4 millones). El **mercado publicitario Digital**⁸, en el mismo periodo ascendió a **€677,6 millones**, **+30%** frente al mismo periodo 2020 (€521,3 millones).

⁷ Mercado publicitario Audiovisual TV+ Digital (websites (Display+Video) según reporta Infoadex).

⁸ Digital Market=websites (Display+Video) según reporta Infoadex.

Cabe destacar el **débil desempeño del sector auto en septiembre**, motivado por la falta de chips en los mercados, lo que repercutió en la inversión publicitaria. Se espera que la situación se invierta una vez que se resuelva los cuellos de botella de producción.

Mediaset España, según los datos reportado por **Infoadex para los nueve meses 2021**, obtendría una **cuota de mercado Audiovisual** del **29,9%**, mientras que la **cuota de mercado publicitario TV** del ascendería al **43,2%**.

Ingresos Brutos Publicitarios en los primeros **nueve meses 2021**, ascendieron a **€574,5 millones** en comparación con los **€488,3 millones** del mismo periodo 2020 (**+17,7%**).

El desglose de estos ingresos es el siguiente:

- **Los ingresos brutos de publicidad de medios propios** incluyen los **ingresos publicitarios de internet, teletexto**, los 7 canales en abierto que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCIÓN, BOING, DIVINITY, ENERGY, BE MAD** y la televisión conectada (addressable TV). En los **nueve meses 2021**, estos ingresos ascendieron a **€557,4 millones, (+16,4%) frente al mismo periodo 2020**. Los **ingresos publicitarios TV de Mediaset España** según **Infoadex** crecieron en los **nueve meses +15,6%**, mientras que los **ingresos publicitarios digitales** crecieron por encima del **+30%** del crecimiento del mercado publicitario digital.
- **Los ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, en los **primeros nueve meses 2021** ascendieron a **€17,1 millones, +81,3% frente al mismo periodo 2020**. El incremento se debe principalmente a los ingresos de **Be a Lion** que se incorpora al perímetro de consolidación de **Mediaset España** en el tercer trimestre 2020. **Be a Lion** obtiene sus ingresos principalmente del **medio digital y redes sociales**. Estos ingresos a los **nueve meses 2021 suponen el 98% del total de ingresos brutos** de medios ajenos del año 2020 (€17,4 millones).

Las **Comisiones** en los nueve meses **2021**, ascienden a **€26,2 millones**, lo que supone un **4,6%** sobre de los **ingresos brutos publicitarios**.

Los **Ingresos Netos Publicitarios**, tras las comisiones, ascienden a **€548.4 millones** un incremento del **+16,6%** en comparación con el mismo periodo 2020 (€470,2 millones).

La cifra de **Otros Ingresos**, incluye los ingresos de: **actividad cinematográfica, Internet, venta de derechos, ingresos de las suscripciones a la plataforma OTT de Mediaset España Mitele Plus e ingresos por prestación de servicios etc..**

En el periodo **enero-septiembre 2021** la cifra de **estos ingresos** asciende a **€55,4 millones**, en comparación con **los €76,4 millones del 2020 (-27,5%)**. La diferencia de ingreso se debe principalmente a la oferta del **paquete Premium de futbol en Mitele Plus** de enero a agosto 2020 (€30/suscripción, IVA incluido), un comportamiento excepcional de las ventas de contenidos en el periodo 2020 y a unos **menores ingresos de cine** en el periodo enero-septiembre 2021.

En cualquier caso, cabe destacar que el número de suscripciones de **Mitele Plus a cierre de septiembre 2021** es de **207.000** frente a las **138.000 suscripciones del cierre de septiembre 2020**, lo que implica un crecimiento del **+50%**.

En el **tercer trimestre 2021**, la cifra de Otros Ingresos incrementa en un **+28,0%** hasta **€19,6 millones**. El **fuerte incremento en los ingresos** ha estado liderado por las **ventas de contenidos**, el estreno de cine, “**Operación Camarón**” estrenada el 24 de junio con buena parte de los ingresos obtenidos en el tercer trimestre, y el excelente comportamiento de las **suscripciones de Mitele Plus**.

Los **Ingresos brutos digitales** de Mediaset España, **publicitarios y no publicitarios**, ascienden en los nueve primeros meses 2021 a **€44,9 millones**, un crecimiento del **+19%** respecto del mismo periodo 2020.

Total Ingresos Netos, en los nueve meses 2021, ascienden a **€603,8 millones**, en comparación con los **€546,6 millones** del mismo periodo 2020 (**+10,5%**).

Costes Totales para del periodo **enero-septiembre 2021**, ascienden a **€451,4 millones**, un incremento del **+13,8%** respecto de los costes del mismo periodo 2020 (€396,6 millones).

El incremento de costes se debe, por un lado, a la normalización de la parrilla de programación en el **segundo y tercer trimestre 2021**, con motivo de la mejora económica, que se compara con la programación de carácter excepcional llevada a cabo en el mismo periodo 2020 con motivo del Covid-19, donde se **tomaron fuertes medidas de reducción de costes** en la **parrilla**. Además, hay que tener en cuenta la emisión de la **Euro 2020** donde **Mediaset España** emitió todos los partidos de la competición en los meses de **junio y julio 2021**.

Por otro lado, el incremento de **los gastos de personal** se debe en parte a **la recuperación de una parrilla de programación** más normalizada, así como la inclusión de **Be a Lion** en el perímetro de consolidación desde el tercer trimestre 2020.

Mediaset España obtiene un **EBITDA** en los **nueve meses 2021** de **€152,4 millones** (+1,6%) y **EBIT** de **€139,6 millones** (+5,0%), que supone márgenes del **25,2%** y **23,1%** respectivamente.

Beneficio antes de impuestos asciende **€144,7 millones**, e incluye los **resultados de las compañías participadas €2,4 millones** y resultados financieros **€2,7 millones**.

El **Beneficio Neto de Mediaset España** en los nueve meses 2021, es de **€114,2 millones**, **+10,6%** vs 2020, que supone un **beneficio por acción de €0,36**.

4. CAPEX

mill. EUR	9M2021	9M2020	Var (%)
Derechos terceros	49,2	54,7	(10,2%)
Derechos Ficción	21,9	21,6	1,4%
Co-Produccion/Distribucion	12,8	4,3	196,9%
Activos fijos	3,9	4,0	(2,9%)
Total Capex	87,7	84,6	3,6%

La cifra de **Inversiones Netas** de los nueve primeros meses **2021** asciende a **€87,7 millones**, en comparación con **los €84.6 millones del mismo periodo del año anterior**.

En este periodo, el **Grupo** ha invertido un total de **€49,2 millones** en **derechos de terceros**, **€21.9 millones** en **derechos de ficción**, **€12,8 millones** en coproducción, y **€3,9 millones** en activos fijos.

La actividad de producción de contenidos se ha reanudado bajo todas las recomendaciones en cuanto a medidas de seguridad. Algunas de las producciones de contenido en proceso son las películas: **“No haberlos tenido”**, **“Rainbow”** y **“Tadeo 3”** y la serie de ficción **“Madres amor y vida”** temporada 4 y **“El Pueblo”** temporada 3, por mencionar algunas.

5. BALANCE

mill. EUR	Septiembre 2021	Diciembre 2020
Inmovilizado	1.026,6	887,3
- Inm. Financiero	813,3	662,0
- Otro Inmovilizado	213,3	225,3
Derechos y Anticipos	151,7	129,4
- Terceros	68,7	63,6
- Ficción	51,6	44,7
- Coproducción / Distribución	31,3	21,0
Impuesto Anticipado	55,3	79,2
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.233,5	1.095,8
Activo corriente	204,1	302,9
Activo financiero y tesorería	253,2	326,0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	457,3	628,9
TOTAL ACTIVO	1.690,8	1.724,7
FONDOS PROPIOS	1.251,2	1.111,9
Provisiones	11,4	12,6
Pasivos por Impuesto Diferido	56,9	49,6
Pasivo financiero y comercial no Corriente	50,5	202,5
Pasivo Financiero	113,3	108,7
Pasivos no corrientes	232,0	373,4
Acreeedores corrientes	207,0	238,3
Pasivo financiero corrientes	0,5	1,1
TOTAL PASIVO CORRIENTE	207,5	239,4
TOTAL PASIVO	1.690,8	1.724,7

6. CASH FLOW

Mediaset España consigue un **cash flow libre operativo a 30 de septiembre 2021** de **€181,3 millones**, un incremento de **€61,5 millones** respecto del mismo periodo 2020.

Cabe destacar que este desempeño positivo se ha visto afectado por un menor nivel de inversión en contenido (ficción y películas) resultante de la pandemia frente a niveles normalizados. Es probable que la caja extra desaparezca a medida que los niveles de producción recuperen su ritmo normal.

La **caja neta** del grupo, a 30 septiembre 2021, asciende a **€202,2 millones** e incluye la inversión adicional del **3,43% en Prosieben Sat1**, en el primer trimestre 2021, así como el **dividendo recibido** de Prosieben Sat1 a cuenta de sus resultados 2020.

mill. EUR	9M2021	9M2020	Var (M€)
Beneficio Neto antes de minoritarios	115,5	104,9	10,6
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	77,4	87,4	(10,0)
Consumo Derechos	61,5	70,8	(9,3)
Amortizaciones	15,9	16,6	(0,7)
Provisiones	(2,1)	1,3	(3,4)
Otros	9,4	(1,9)	11,3
CASH FLOW OPERATIVO	200,2	191,7	8,5
Inversión en Derechos	(83,8)	(80,6)	(3,2)
Inversiones, otras	(3,9)	(4,0)	0,1
Variación Fondo de Maniobra	68,8	12,7	56,1
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	181,3	119,8	61,5
Compra acc. Propias	(0,7)	(1,1)	0,4
Movimientos Patrimonio	(1,3)	2,1	(3,4)
Inversiones/Desinversiones financieras	(105,7)	(66,7)	(39,0)
Dividendos cobrados	6,9	2,5	4,5
Pago de Dividendos	(1,5)	(1,2)	(0,3)
Variación Neta de Tesorería	79,0	55,3	23,7
Posición Financiera Neta Inicial	123,2	(30,2)	153,4
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	202,2	25,1	177,1

7. EVENTOS POSTERIORES A LA FINALIZACION DEL TRIMESTRE

No hay eventos relevantes tras el cierre del periodo.

8. DEFINICION DE MARs

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

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

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

INGRESOS NETOS

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

EBITDA AJUSTADO

Margen de explotación de las empresas antes de deducir los intereses, impuestos, deterioros, y amortizaciones. Se parten de los Beneficios de explotación a los que se le suman las dotaciones a la amortización de los inmovilizados material e intangible, así como las variaciones de provisiones del circulante.

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

FLUJO LIBRE DE CAJA OPERATIVO

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

CAJA GENERADA

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

LIQUIDEZ O POSICION FINANCIERA NETA

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

INVERSIONES NETAS

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

RATIO DE COBERTURA

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

9. CONTACTA CON NOSOTROS

Página web:

www.mediaset.es

Departamento de Relación con inversores:

Telefono: (00 34) 91 396 67 83

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

Email: inversores@mediaset.es

Dirección:

INVESTOR RELATIONS

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Calle Federico Mompou, nº 5 bis, 28050 - MADRID