

# MEDIASET *españa.*



## RESULTADOS 9 MESES 2016 *Enero – Septiembre 2016*

*Madrid, 26 de octubre 2016*

### ÍNDICE:

Principales magnitudes

1. Cuenta de pérdidas y ganancias
2. Generación de cash-flow
3. Balance de situación
4. Evolución de la audiencia
5. Internet
6. Media for equity
7. 2016 hechos relevantes
8. Contacta con nosotros

### Conference Call / Web cast details

26 octubre 2016 at 18:00 CET

Teléfono desde España: +34 917 900 867  
Teléfono desde UK: +44 (0) 207 1070 685  
Teléfono desde USA: + 1 866 305 9104

Vía Webcast en el siguiente link:

<http://edge.media-server.com/m/p/4rafyf3p>

O a través de la página de Inversores:

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



## PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	9M16	9M15	Var. (%)
Total ingresos netos	711,7	674,7	5,5%
Total costes operativos	-527,2	-530,3	-0,6%
<b>EBITDA adj<sup>(1)</sup></b>	<b>184,4</b>	<b>144,4</b>	27,8%
Margen EBITDA	25,9%	21,4%	+4,5 pp
<b>EBIT</b>	<b>170,7</b>	<b>131,4</b>	29,9%
Margen EBIT	24,0%	19,5%	+4,5 pp
<b>Beneficio neto</b>	<b>131,8</b>	<b>113,8</b>	15,8%
BPA adj <sup>(2)</sup>	0,39	0,32	
<b>Free Cash Flow</b>	<b>183,0</b>	<b>161,7</b>	+21,3m€
<b>Posicion Financiera</b>	<b>118,4</b>	<b>205,7</b>	

(1) EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV.

(2) Excluye la autocartera a 30 septiembre 2015.

**Mediaset España** obtiene un **EBITDA** de **€184,4 millones** y un **EBIT** de **€170,7 millones** en los primeros nueve meses 2016, esto supone un **incremento del 27,8% y 29,9%** respectivamente, en comparación con el mismo periodo del año pasado.

- El **total ingresos netos** del periodo **enero-septiembre 2016** suman **€711,7 millones**, con unos **ingresos netos de publicidad** de **€667,1 millones** y **€44,6 millones** en la línea de **"Otros ingresos"**.
- Según **Infoadex**, el **mercado publicitario de TV** creció en los nueve primeros meses del año, un **6,4%**, mientras que el **mercado publicitario total** creció un **3,8%**. **Mediaset España**, según **Infoadex**, confirma su liderazgo en los **primeros nueve meses del año**, con una cuota de mercado del **43,8%**.
- El **margen EBITDA** del periodo es del **25,9%**, **4,5 pp superior** al mismo periodo del año pasado (21,4%).
- El **beneficio neto** suma **€131,8 millones**, un incremento del **15,8%** en comparación con el mismo periodo 2015 (€113,8 millones).
- Durante el **tercer trimestre del año (julio-septiembre)**, **Mediaset España** registró una cuota de mercado, según **Infoadex**, del **44,2%**, y obtuvo unos ingresos publicitarios netos de **€190,1 millones**, **€24,4 millones EBITDA** y un beneficio neto de **€14,1 millones**.
- A finales de septiembre 2016 **Mediaset España**, registra una posición neta de caja **€118,4 millones**, una vez realizado el pago de **€167,4 millones** en dividendos el 19 de abril y **€91,4 millones** de compra de autocartera en el periodo.
- **Mediaset España** obtiene una audiencia del **30,5% en 24 horas total individuos** y del **31,9% en target comercial** en los primeros 9 meses 2016. **Mediaset España** emitió 23 partidos de la **Eurocopa2016** durante el mes de junio y julio.
- **Mediaset España** consigue en los primeros nueve meses 2016, un promedio mensual de: **27,2 millones de usuarios únicos**, **269,3 millones de páginas vistas** y **88,0 millones** de videos servidos (fuentes OJD y ComScore).
- El capital social de **Mediaset España**, tras la cancelación de la autocartera de la compañía, asciende a **336.717.490 acciones**.
- **Mediaset España** lanzó su nuevo canal HD, **Be Mad**, el **21 de abril 2016**.

## 1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

**Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada**

	9M2016	9M2015	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>711,68</b>	<b>674,68</b>	<b>5,5%</b>
Consumo de derechos	(131,83)	(131,37)	0,3%
Costes de personal	(77,99)	(78,15)	(0,2%)
Otros costes operativos	(317,43)	(320,79)	(1,0%)
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>(527,25)</b>	<b>(530,31)</b>	<b>(0,6%)</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>184,43</b>	<b>144,37</b>	<b>27,8%</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(7,77)	(6,95)	11,8%
Amortización PPA	(6,00)	(6,00)	0,0%
<b>EBIT</b>	<b>170,66</b>	<b>131,41</b>	<b>29,9%</b>
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(1,66)	15,74	-
Resultado Financiero	(0,69)	(0,01)	-
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>168,30</b>	<b>147,15</b>	<b>14,4%</b>
Impuesto de Sociedades	(36,69)	(33,55)	9,3%
Minoritarios	0,23	0,23	(0,5%)
<b>Beneficio Neto</b>	<b>131,84</b>	<b>113,83</b>	<b>15,8%</b>

El **resultado neto** de los **nueve meses 2016**, asciende a **€131,84 millones**, esto supone un **beneficio por acción de €0,39**. El **Beneficio Neto** se incrementó en **€18,01 millones (+15,8%)**, en comparación con el mismo periodo 2015 (€113,83 millones).

**Mediaset España** presenta su mejor **beneficio neto** de los nueve meses, desde **2008**.

## 1.1. Ingresos

Según **Infoadex**, el **mercado publicitario convencional** en los **nueve primeros meses 2016**, se sitúa en **€2.951,9 millones**, lo que supone un crecimiento del **3,8%**, mientras que el mercado publicitario de la televisión **creció un +6,4% alcanzando los €1.515,0 millones**. La **publicidad en televisión supone**, en este periodo, el **51,3% del total de la publicidad del mercado convencional**, en comparación con el **50,1% del mismo periodo 2015**, un incremento de **1,2 pp**.

En los **nueve primeros meses del año**, un **96,5% del mercado publicitario de televisión pertenece a los operadores en abierto**, mientras que el **3,5%** del citado mercado pertenece al **pay TV**.

**Infoadex** confirma el **liderazgo de Mediaset España** con una **cuota de mercado del 43,8%** en el **primeros nueve meses de 2016**, un **incremento de 0.4 pp** en comparación con el mismo periodo 2015, lo que confirma el **liderazgo de Mediaset España**.

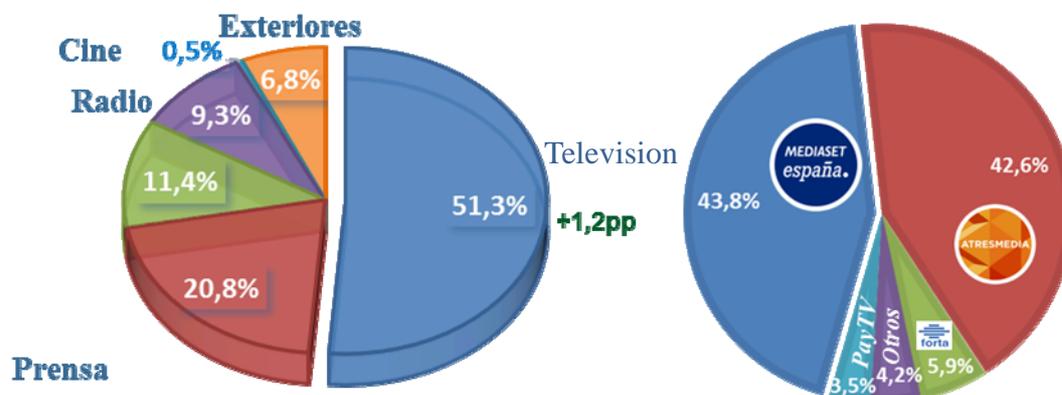


Tabla 2: Ingresos

	9M2016	9M2015	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>692,96</b>	<b>659,24</b>	<b>5,1%</b>
- Medios Propios	670,01	626,52	6,9%
- Medios Ajenos	22,95	32,72	(29,9%)
Comisiones	(25,86)	(24,79)	4,3%
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>667,09</b>	<b>634,45</b>	<b>5,1%</b>
Otros ingresos	44,59	40,22	10,8%
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>711,68</b>	<b>674,68</b>	<b>5,5%</b>

Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, en los primeros nueve meses del año, ascienden a un total de **€670,01 millones**, un incremento del **6,9%**, en comparación con el mismo periodo del año anterior (**€626,52 millones**). En esta línea se incluyen los ingresos generados por los **7 canales en abierto** que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCIÓN, BOING, DIVINITY, ENERGY** y desde el 21 de abril **BE MAD**, el nuevo canal HD.

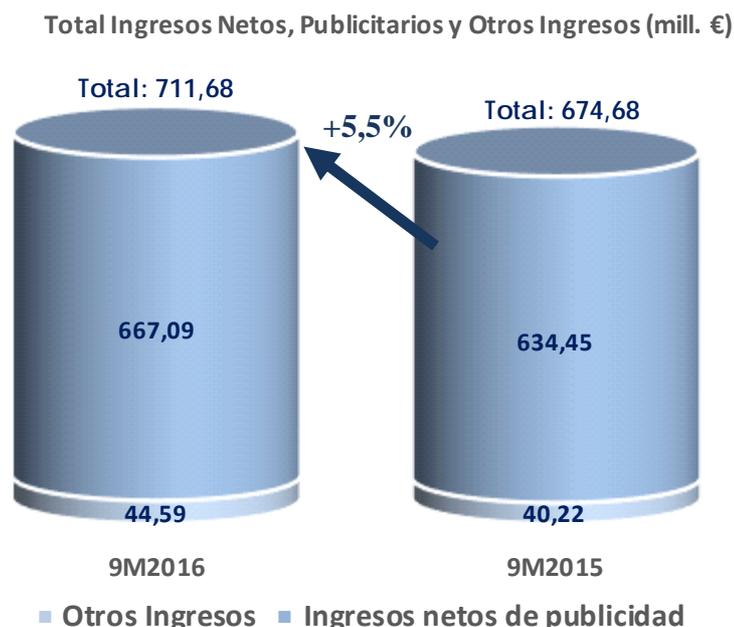
Los **ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, que incluyen la venta de publicidad de canales regionales en abierto así como varios canales de pago, internet y e-walls, alcanzan en los nueve primeros meses 2016 **€22,95 millones**, lo que supone una disminución de **€9,77 millones** respecto del 2015, dicha disminución se debe, **fundamentalmente a la finalización del contrato de DTS a finales de 2015**. Desde el mes de marzo **Mediaset España** ha incrementado su cartera de clientes con la suma de **nuevos acuerdos con TNT y 13TV**.

El **total de ingresos brutos de publicidad**, suman **€692,96 millones** en el periodo **enero-septiembre 2016**, un incremento de **€33,72 millones**, un **crecimiento del 5,1%** que en el mismo periodo 2015 (€659,24 millones).

Los **ingresos netos publicitarios**, ingresos después de comisiones, alcanzan los **€667,09 millones** en los **primeros nueve meses 2016**, un **incremento del 5,1%** respecto del mismo periodo 2015 (€634,45 millones).

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: **Internet, el juego, venta de derechos y actividad cinematográfica** entre otros. Esta línea de ingresos registró, en los nueve primeros meses del año, **€44,59 millones**, un incremento del **10,8%**, en comparación con **€40,22 millones** del mismo periodo 2015. En este periodo, **Mediaset España** estrenó **dos títulos** de cine: **“Cien años de perdón”** (febrero) y **“Kiki, el amor se hace”** (abril). Ambos títulos, en conjunto, obtuvieron **más de dos millones de espectadores** y **más de €13,00 millones de taquilla**. A **30 de septiembre 2016**, **“Cien años de perdón”** es la **película más taquillera** de los estrenos de cine español en 2016 y **“Kiki, el amor se hace”**, la tercera.

**Total de ingresos netos**, en los primeros **nueve meses 2016**, suman **€711,68 millones** un incremento del **5,5%** en comparación con el mismo periodo 2015 (**€674,68 millones**).



## 1.2. Costes operativos

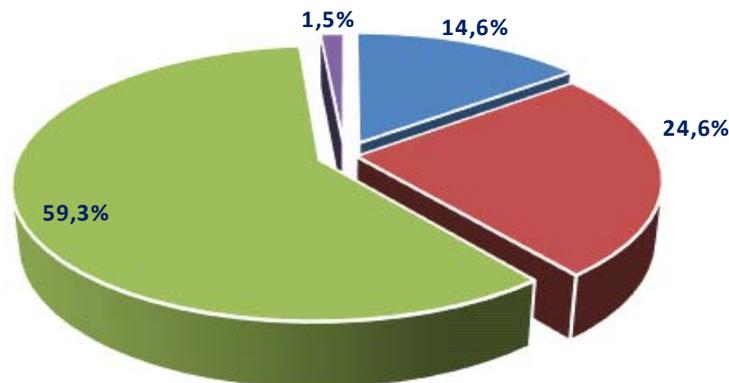
Los **costes operativos totales** de los **nueve primeros meses 2016**, ascienden a **€535,02 millones**, en comparación con los **€537,26 millones del mismo periodo 2015**, lo que supone una reducción de costes del **0,4%** en el periodo.

A pesar de la emisión de la **Euro2016**, **Mediaset España** ha conseguido reorganizar sus costes de emisión lo que le ha permitido una disminución de los mismos. En el **tercer trimestre del año**, **Mediaset España** ha obtenido ahorros en el **Total de Costes Operativos** de **€6,1 millones**, (desde €173,7 millones en 3Q2015 a €167,6 millones 3Q16), una **reducción del 3,5%**, en comparación con el mismo periodo 2015.

**Tabla 3: Costes operativos**

	9M2016	9M2015	Variación %
Costes de personal	77,99	78,15	(0,2%)
Consumo de derechos	131,83	131,37	0,3%
Otros costes operativos	317,43	320,79	(1,0%)
Otras amortizaciones, provisiones	7,77	6,95	11,8%
<b>Total Costes Operativos</b>	<b>535,02</b>	<b>537,26</b>	<b>(0,4%)</b>
Amortización PPA	6,00	6,00	-
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>541,02</b>	<b>543,26</b>	<b>(0,4%)</b>

**Estructura de costes operativos**



- Costes de personal
- Consumo de derechos
- Otros costes operativos
- Otras amortizaciones, provisiones

**Mediaset España reduce** sus costes operativos en un **24,7%**, en los **nueve primeros meses 2016** en comparación con el mismo periodo 2010 (pro-forma basis). Esto se traduce en **ahorros de €175,63 millones** en la línea de Total Costes Operativos, a pesar de operar en la actualidad dos canales más.

€ millones	9M2010*	9M2011	9M2012	9M2013	9M2014	9M2015	9M2016	Var.
Costes Operativos	710,65	592,86	596,13	532,55	567,99	537,26	535,02	-24,7%

\*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogcuatro

## Contenido

**Mediaset España**, ha operado en los nueve primeros meses 2016, 7 canales, un canal más que el mismo periodo 2015. **BE MAD**, el nuevo canal HD de **Mediaset España**, comenzó emisiones el 21 de abril.

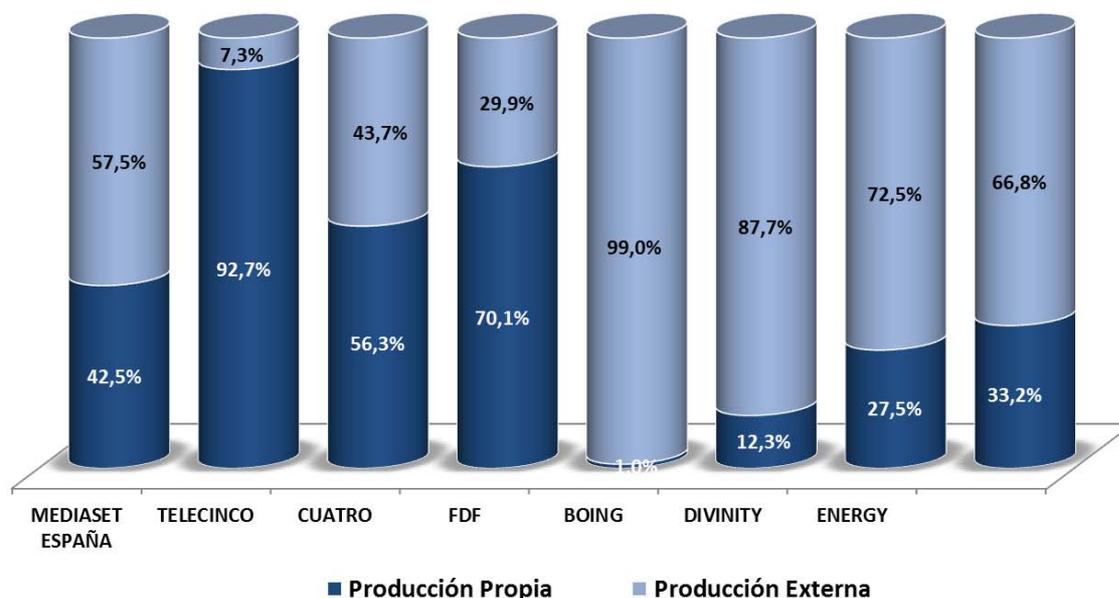
En el periodo **enero a septiembre 2016**, el **grupo Mediaset España**, ha destinado un **42,5%** de sus horas de emisión a la **producción propia** y el **57,5%** a **derechos de terceros**, en comparación con el **45,6%** y el **54,4%** del mismo periodo 2015, respectivamente.

**TELECINCO**, en el mismo periodo 2016, destinó el **92,7%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, y el **7,3%** a la **producción externa** en línea con el mismo periodo 2015, **91,5%** producción propia y **8,5%** externa.

**CUATRO** destinó un **56,3%** de su parrilla a la **producción propia** y un **43,7%** a la **producción de externa**, un **incremento de 4.7pp** en la **producción propia** en comparación con el mismo periodo 2015 (51,6% producción propia y 48,4% producción externa).

El **promedio** de los **dos canales principales** de **Mediaset España** muestra que un **75,3%** del **total de horas emitidas** corresponden a la **producción propia**, mientras que el **24,7%** fue de programas de **producción ajena**. Esto supone un **incremento de 3,0 pp** en la **producción propia** en comparación con el mismo periodo 2015, donde el **promedio de la producción propia suponía el 72,3%**.

En cuanto a los demás canales, para los **primeros nueve meses 2016** la **distribución de la producción ha sido la siguiente**: **FACTORIA DE FICCIÓN** dedicó un **70,1%** de **producción propia** frente a un **29,9%** de **derechos de terceros**, el canal **BOING** dedica la mayor parte de su parrilla a los **derechos a terceros**, un **99,0%**, **DIVINITY** presenta un **12,3%** de **producción propia** y **87,7%** de **derechos de terceros**, **ENERGY** dedica un **27,5%** de la parrilla a la **producción propia** y un **72,5%** a la **producción externa**. El nuevo canal, **BE MAD**, asigna el **33,2%** de su parrilla a la **producción propia** y el **66,8%** a los **derechos a terceros**



## 1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

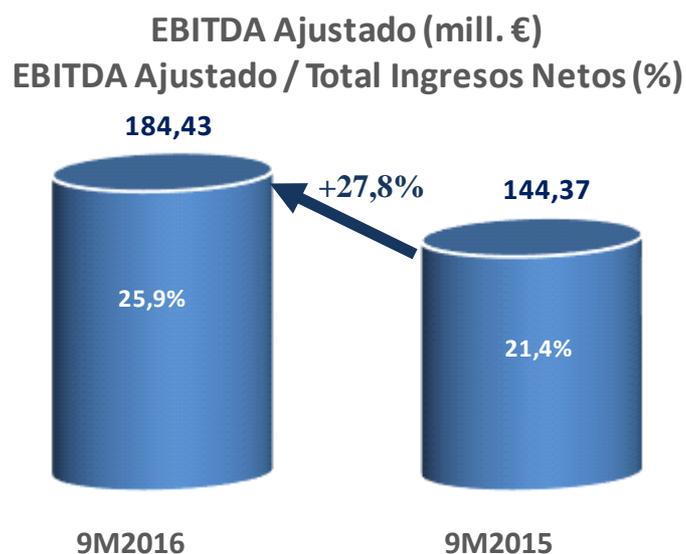
**Mediaset España** registra un **resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado)** de **€184,43 millones** en los **nueve primeros meses 2016**, esto es un **incremento de €40,06 millones (+27,8%)** en comparación con el mismo periodo 2015 (€144,37 millones). El **margen EBITDA ajustado** sobre el **total ingresos netos totales**, en el periodo, es del **25,9%** lo que supone una mejora de **4,5pp** respecto del mismo periodo 2015 (21,4%).

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€170,66 millones**, lo que supone un incremento de €39,25 millones, **(+29,9%)**, comparado con el mismo periodo 2015, y un margen del **24,0%** sobre el **total ingresos Netos**, **4,5pp** mejor que el mismo periodo (19,5%).

**Mediaset España** presenta sus mejores márgenes de los nueve meses desde **2008**.

**Tabla 4: Márgenes**

	9M2016	9M2015
Total ingresos netos	711,68	674,68
EBITDA ajustado	184,43	144,37
<b>Margen EBITDA Ajustado</b>	<b>25,9%</b>	<b>21,4%</b>
EBIT	170,66	131,41
<b>Margen EBIT</b>	<b>24,0%</b>	<b>19,5%</b>
Beneficio Neto	131,84	113,83
<b>Margen Beneficio Neto</b>	<b>18,5%</b>	<b>16,9%</b>



## 1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero, en **los nueve meses 2016**, supone un gasto de **€1,66 millones**.

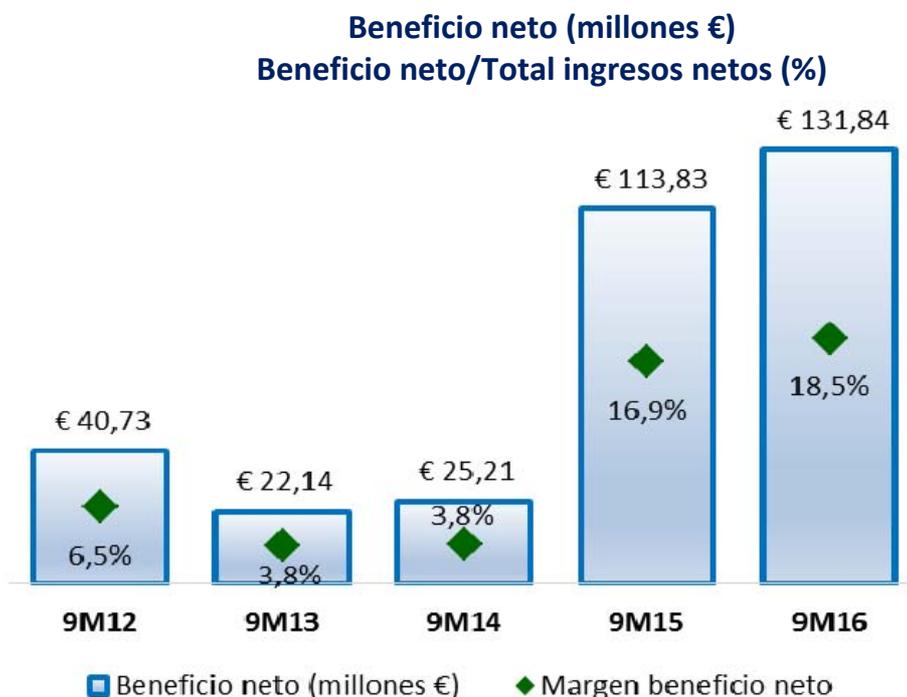
Las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**<sup>1</sup>, incluye la compensación abonada por **Telefónica** en relación al incremento en el **número de suscriptores en DTS** desde el momento en que la primera tomó control de la segunda, según acuerdo a la firma de la venta de la participación de **Mediaset España** en **DTS**.

La diferencia con el resultado del año anterior (**€15,74 millones**), se debe principalmente, por un lado al **exit** de la **Nevera Roja** y por otro, a los **ingresos contingentes** de **Telefónica** tras la compra de la participación de **Prisa** en **DTS**.

## 1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos**, de los nueve primeros meses 2016, es de **€168,30 millones**, en comparación con los €147,15 millones del mismo periodo del año anterior, un **incremento de €21,15 millones** en el periodo (**+14,4%**).

El **resultado neto, después de impuestos**, suma un total de **€131,84 millones**, en comparación con los €113,83 millones de la primera mitad 2015, un **incremento de €18,01 millones (+15,8%)**. **Mediaset España** registra un **18,5% de margen de resultado neto** en el periodo (sobre ingresos totales).



<sup>1</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Televisión Inc. (43,7%), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30%), Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30%), Edica 8Tv (34,7%) y Aunia (50%).

## 2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** de los primeros **nueve meses 2016** es de **€182,97 millones**, un incremento de **€21,26 millones**, con respecto del mismo periodo del año anterior (€161,71 millones).

A **finales de 2015**, la compañía disponía de una **posición de caja de €192,41 millones**, y después de la **remuneración al accionista**, hasta septiembre 2016 de **€258,80 millones** (**€167,40 millones en dividendos abonados el 19 de abril y €91,40 millones en recompra de acciones propias** en enero y febrero), la compañía registra **€118,43 millones de posición neta de caja** a finales del periodo.

**Mediaset España** consigue una tasa de **conversión de caja del 99,2%: EBITDA** (€184,43 millones) a **free cash flow** (€182,97 millones), lo que es una de las **características más distintiva del modelo de negocio de la compañía**.

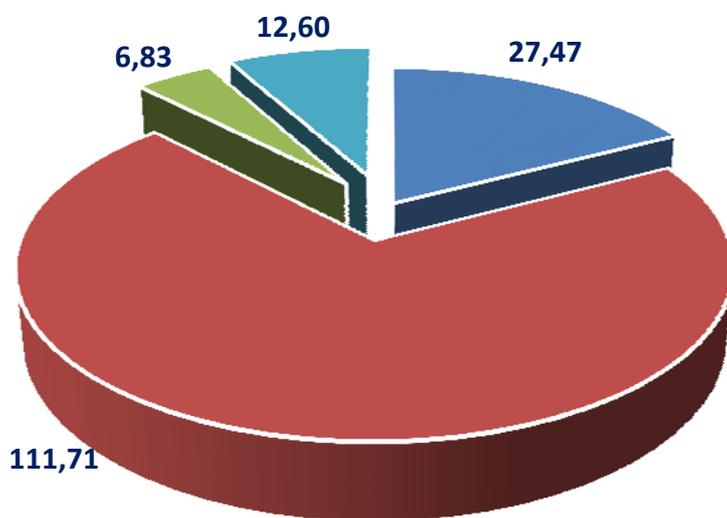
Tabla 5: Cash Flow

	9M2016	9M2015	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	131,62	113,60	18,01
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	145,22	144,11	1,11
- Consumo Derechos	131,83	131,37	0,45
- Amortizaciones	13,39	12,74	0,65
Provisiones	0,38	0,18	0,20
Otros	22,68	20,78	1,90
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>299,90</b>	<b>278,68</b>	<b>21,22</b>
Inversión en Derechos	(151,77)	(142,43)	(9,34)
Inversiones, otras	(6,83)	(7,84)	1,01
Variación Fondo de Maniobra	41,68	33,30	8,38
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>182,97</b>	<b>161,71</b>	<b>21,26</b>
Compra acc. Propias	(91,40)	(170,25)	78,86
Movimientos Patrimonio	1,46	0,91	0,55
Inversiones/Desinversiones financieras	(1,28)	(6,93)	5,65
Dividendos cobrados	1,67	2,10	(0,43)
Pago de Dividendos	(167,40)	(47,54)	(119,86)
Variación Neta de Tesorería	(73,98)	(60,01)	(13,97)
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>192,41</b>	<b>265,71</b>	<b>(73,30)</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>118,43</b>	<b>205,70</b>	<b>(87,27)</b>

La inversión neta total, a 30 de septiembre 2016 alcanzó los **€158,61 millones**.

En los nueve primeros meses del año, **Mediaset España**, realizó inversiones por un total de **€158,61 millones**, de los cuales **€111,71 millones** fueron derechos a terceros, **€27,47 millones** en series de **ficción nacional**, **€12,60 millones** en **co-producciones/distribución cinematográficas** y **€6,83 millones** en **activos fijos tangibles e intangibles**

Inversión Neta 9M2016  
158,61 millones €



● Derechos TV Ficción

● Derechos TV No Ficción

● Inversión Activo Fijo

● Coproducción / Distribución

### 3. BALANCE DE SITUACIÓN

**Tabla 6: Balance de Situación**

	Septiembre 2016	Diciembre 2015
<b>Inmovilizado</b>	<b>573,68</b>	<b>581,11</b>
- Inm. Financiero	317,00	317,82
- Otro Inmovilizado	256,68	263,29
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>220,56</b>	<b>201,24</b>
- Terceros	170,36	163,82
- Ficción	28,29	22,80
- Coproducción / Distribución	21,92	14,62
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>111,84</b>	<b>134,51</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>906,08</b>	<b>916,86</b>
Activo corriente	201,87	257,74
Activo financiero y tesorería	134,57	211,55
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>336,44</b>	<b>469,29</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.242,52</b>	<b>1.386,15</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>944,18</b>	<b>1.069,90</b>
Provisiones	9,29	10,39
Acreedores no corrientes	8,79	8,48
Pasivo financiero no corriente	12,97	7,54
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>31,05</b>	<b>26,41</b>
Acreedores corrientes	264,10	278,22
Pasivo financiero corrientes	3,19	11,61
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>267,29</b>	<b>289,84</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.242,52</b>	<b>1.386,15</b>

**Mediaset España** presenta un **buen equilibrio** entre sus **activos y pasivos corrientes**, como lo demuestra el **ratio de liquidez de 1,26x**.

La **disminución** de los **Fondos Propios** de la compañía, asciende, en los nueve primeros meses 2016 a **€125,72 millones**. Esto **se debe**, fundamentalmente al **pago del dividendo (un total de €167,40 millones)** y al **programa de recompra de acciones** de la compañía, llevados a cabo en el periodo.

## 4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA<sup>2</sup>

### 4.1 Consumo Televisión

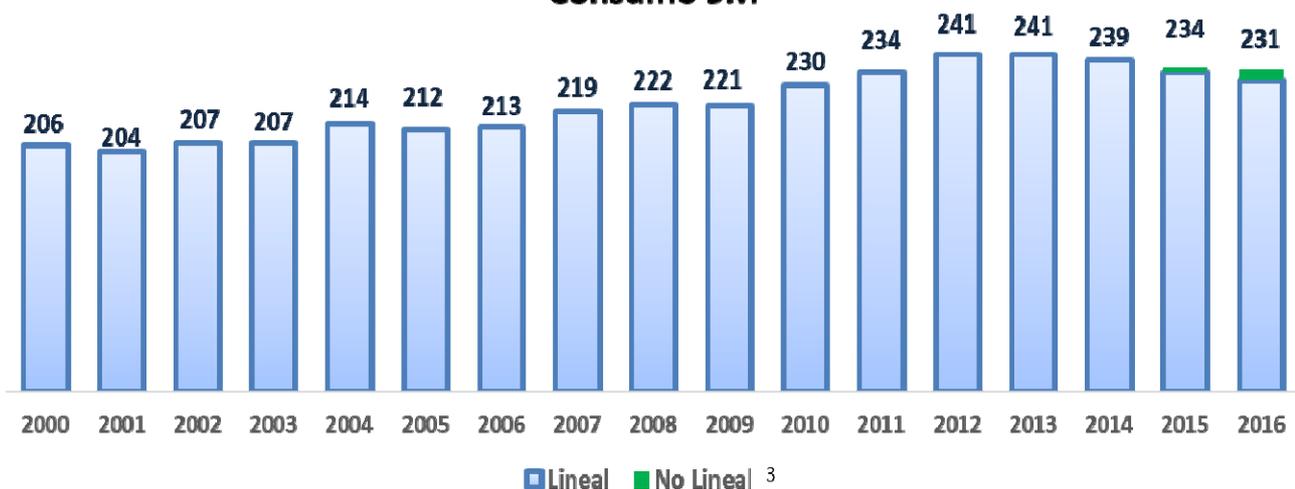
Years	Consumption			Thousand viewers
	Linear	Non linear <sup>(3)</sup>	Total TV	
9M2000	206		206	5.524
9M2001	204		204	5.546
9M2002	207		207	5.641
9M2003	207		207	5.668
9M2004	214		214	6.067
9M2005	212		212	6.075
9M2006	213		213	6.144
9M2007	219		219	6.391
9M2008	222		222	6.540
9M2009	221		221	6.729
9M2010	230		230	6.997
9M2011	234		234	6.425
9M2012	241		241	7.368
9M2013	241		241	7.300
9M2014	239		239	7.278
9M2015	232	2	234	7.164
9M2016	227	4	231	7.014

El promedio de consumo televisivo en los primeros nueve meses 2016 fue de 231 minutos, tres horas y cincuenta minutos horas por día y persona y el promedio diario de espectadores asciende a 7,0 millones.

El consumo televisivo se mantiene elevado en comparación a los niveles pre-crisis, debido fundamentalmente a la mejora del dato de desempleo, que reduce sus niveles paulatinamente.

El consumo lineal de televisión en los nueve meses del año es de 227 minutos, mientras que el consumo no lineal, asciende a 4 minutos.

### Consumo 9M



<sup>2</sup> Fuente: Kantar Media

<sup>3</sup> No hay mediciones anteriores.

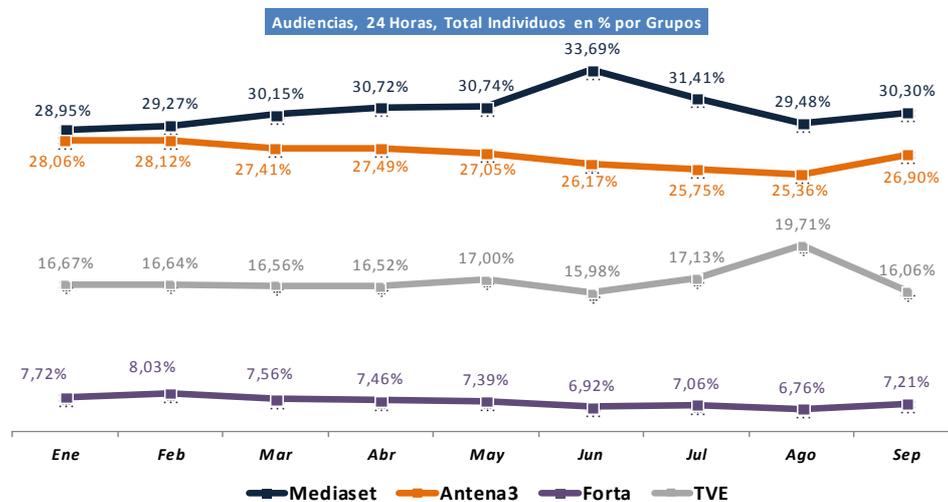
## 4.2. Audiencias grupo <sup>4</sup>

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero - septiembre 2016

		9M2016	9M2015
Total Individuos	Total Día	30,5%	31,3%
	PRIME TIME	30,5%	30,3%
	DAY TIME	30,5%	31,8%
Target Comercial	Total Día	31,9%	33,4%
	PRIME TIME	31,3%	31,6%
	DAY TIME	32,2%	34,2%

**Mediaset España** obtuvo, los primeros nueve meses del año, un **30,5% de audiencia en total individuos total día**, esto es **3,5 pp** por delante de su inmediato competidor, y confirma el liderazgo de la compañía **obteniendo los mejores registros de audiencia del sector media español por 29º mes consecutivo**.

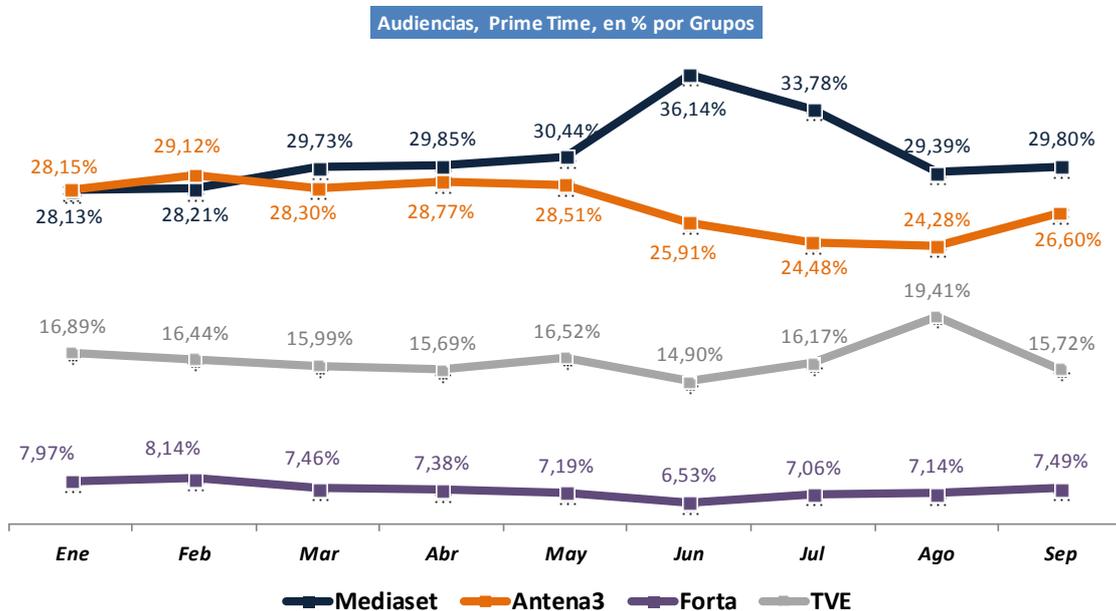
En relación a la cuota de audiencia en **target comercial**, **Mediaset España** alcanza el **31,9% en total individuos total día** en el periodo, lo que la sitúa **+2,1 pp** por delante de su **inmediato competidor (+1,5 pp 1S2016)**.



En **Prime Time** <sup>4</sup>, **Mediaset España** registra, en los primeros nueve meses 2016, un **30,5% de** lo que supone un **incremento de 0,2 pp** en el **tercer trimestre 2016**, y registra un **31,3%** en **target comercial**, un incremento de **+0,4 pp** en el citado **trimestre**, respecto del mismo periodo del año anterior.

<sup>4</sup> Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

**Mediaset España** ha emitido **23 partidos** de la **EuroCopa 2016** en los meses de junio y julio, **21 de estos partidos** en **Prime Time**, lo que ha ayudado a la consecución de los **buenos datos de audiencias** de la compañía, que ha registrado su **mejor Prime Time** en un **tercer trimestre (31,0%)**, desde registros del **2007**.



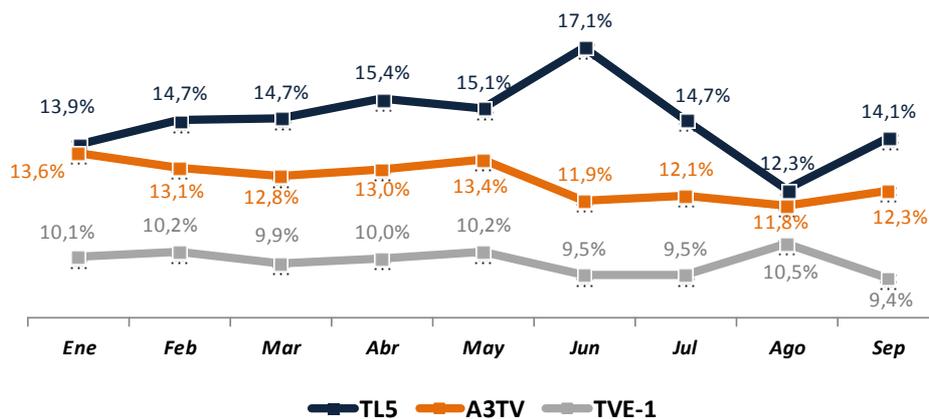
### 4.3. Audiencia de los canales principales

**Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero - septiembre 2016**

		TL5		CUATRO	
		9M2016	9M2015	9M2016	9M2015
<b>Total Individuos</b>	<b>Total Día</b>	<b>14,7%</b>	<b>14,8%</b>	<b>6,7%</b>	<b>7,3%</b>
	<b>PRIME TIME</b>	<b>15,8%</b>	<b>15,3%</b>	<b>6,1%</b>	<b>6,6%</b>
	<b>DAY TIME</b>	<b>14,2%</b>	<b>14,6%</b>	<b>6,9%</b>	<b>7,7%</b>
<hr/>					
<b>Target Comercial</b>					
	<b>Total Día</b>	<b>14,0%</b>	<b>14,3%</b>	<b>7,7%</b>	<b>8,4%</b>
	<b>PRIME TIME</b>	<b>14,6%</b>	<b>14,1%</b>	<b>7,7%</b>	<b>8,0%</b>
	<b>DAY TIME</b>	<b>13,7%</b>	<b>14,4%</b>	<b>7,7%</b>	<b>8,6%</b>

**En total día** el canal **Telecinco** alcanza una **audiencia del 14,7%**, en los **primeros nueve meses 2016**, en línea con el mismo periodo 2015 y **2,0 pp mejor** que su inmediato competidor (12,7%). En relación al **target comercial**, **Telecinco** obtuvo un **14,0%** en el periodo.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %

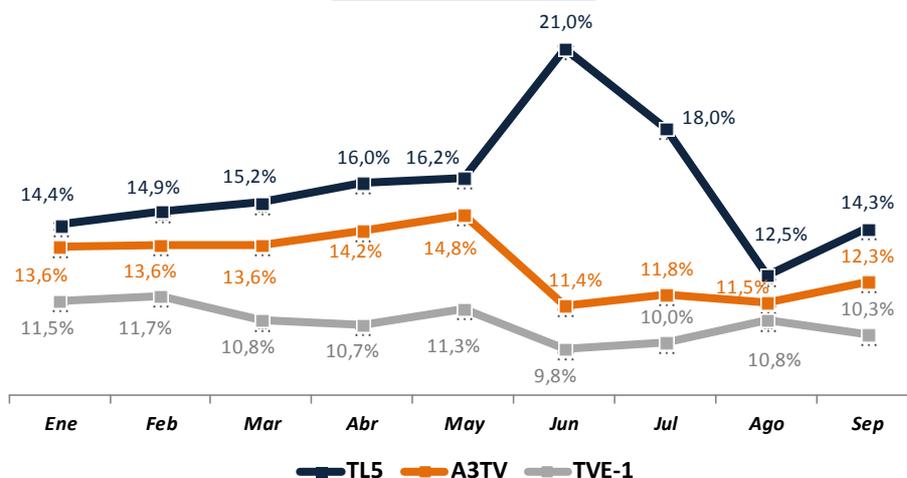


En **“prime time”<sup>3</sup>** Telecinco, obtiene una **audiencia del 15,8%**, un incremento de **0,5 pp** comparado con el mismo periodo del 2015 y **2,7 pp por delante del canal Antenatres**. En target comercial, Telecinco incrementa su cuota hasta el **14,6%**, lo que supone un **incremento de 0,5 pp** respecto del mismo periodo del año anterior. Algunos de los **formatos con más éxito**, en el **tercer trimestre 2016** fueron: **La Voz**, con una **audiencia del 28,3%** y **3,4 millones de espectadores** y **Gran Hermano** (en su **17ª edición**) con un promedio de **20,4% de audiencia** y **2,2 millones de espectadores**. Ambos formatos consiguieron **excelentes registros** en su targets de **jóvenes 13-24 años**, con un **41,1%** y **33,1%** respectivamente.

El canal Telecinco, además, ha conseguido buenos resultados de la **Euro Copa 2016**, los **23 partidos emitidos** obtuvieron una **audiencia media de 37,7%** y **5,6 millones de espectadores**, mejorando los registros de la **Euro Copa 2012**, con 31 partidos que obtuvieron una audiencia del **36,4%** y **5,3 millones de espectadores**.

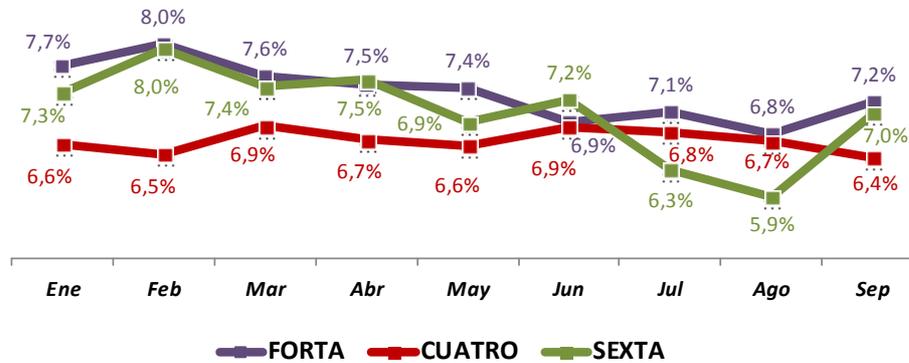
A finales de **septiembre 2016**, el canal Telecinco mantiene su liderazgo y registra **25 meses consecutivos** como el canal español más visto. En los primeros nueve meses 2016, ha liderado audiencias **198 de los 274 días del periodo (72,3%)**.

Audiencias Prime Time en %



**En total día Cuatro**, consigue una cuota de audiencia del **6,7%** y un **7,7%** en target comercial, durante los primeros nueve meses 2016.

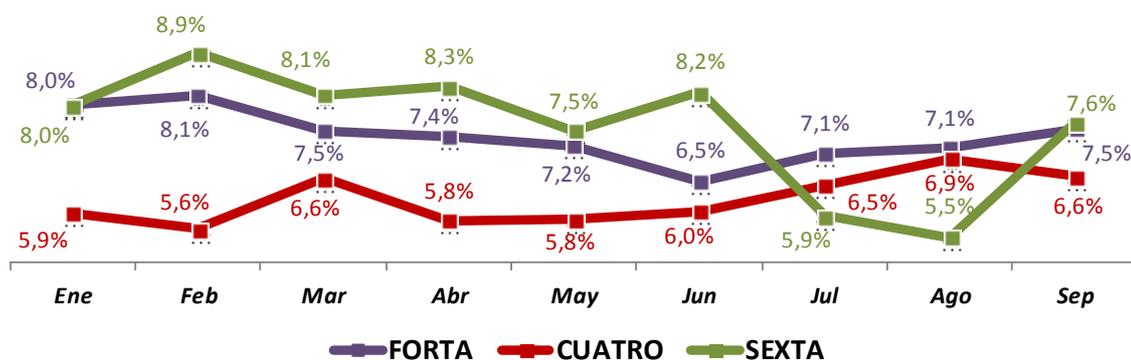
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



**En Prime time**, el canal **Cuatro** alcanza una cuota de audiencia del **6,1%** y un **target comercial del 7,7%** durante los primeros 9 meses 2016.

Algunos de sus programas de más éxito, en el **tercer trimestre**, fueron: **“Granjero busca esposa”**, en su 5ª edición consigue un **9,0%** de audiencia y **1,3 millones de espectadores** y **“First Dates”** con un promedio de **8,9%** de cuota de audiencia y **1,4 millones de espectadores**. Estos programas obtienen **buenos resultados en sus targets de jóvenes 25-34 años** con una audiencia del **15,0%** y **12,9%** respectivamente.

Audiencias Prime Time en %



## 4.4. Audiencia canales targetizados

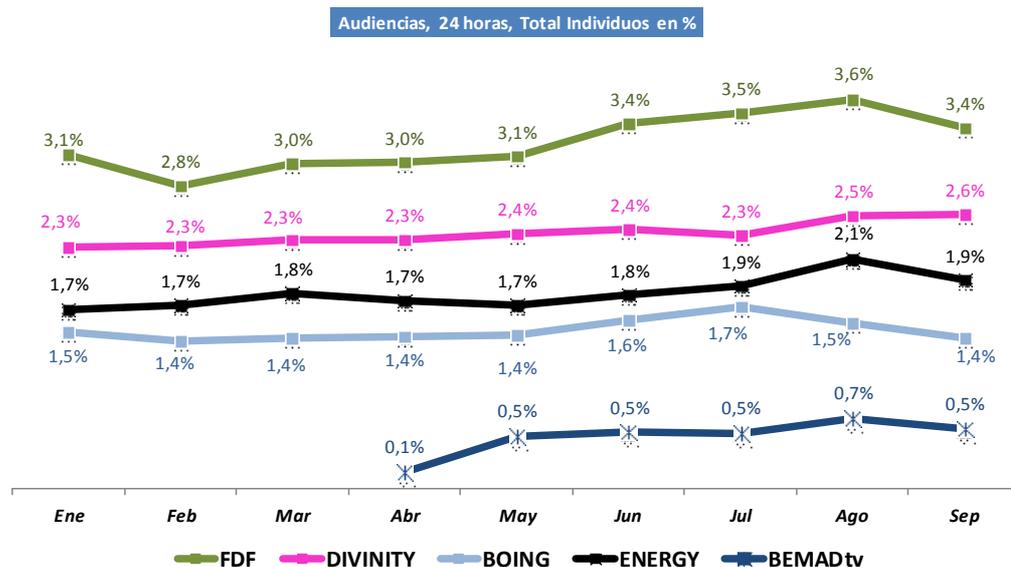
**Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero - septiembre 2016**

9M2016			
		Total Individuos	Target Comercial
<b>FDf</b>			
	Total Día	3,2%	3,9%
	PRIME TIME	2,8%	3,2%
<b>DIVINITY</b>			
	Total Día	2,4%	3,0%
	PRIME TIME	2,2%	2,5%
<b>BOING</b>			
	Total Día	1,5%	1,0%
	PRIME TIME	1,2%	0,8%
<b>ENERGY</b>			
	Total Día	1,8%	1,9%
	PRIME TIME	2,1%	2,1%
<b>BEMADtv (*)</b>			
	Total Día	0,5%	0,8%
	PRIME TIME	0,5%	0,8%

\*BeMad comenzó emisiones el 21 de abril 2016.

En el periodo **enero-septiembre 2016**, la audiencia de los canales de nueva generación, asciende al **9,4%** con un **target comercial del 10,6%**.

El canal **FDf** alcanza una audiencia del **3,2%** en el **Total individuos**, mientras que en su **target de 13-24** años registra una audiencia del **8,7%** y para el **grupo 25-34** del **5,1%**. **Divinity** tiene una audiencia en su **target de mujeres 16-44** del **3,6%** mientras que en el **Total individuos** su audiencia es del **2,4%**. **Energy** obtiene una audiencia del **1,8%** en el **Total individuos**, mientras que en su **target de hombres 25-44** años consigue un registro del **2,0 %**. **Boing**, el canal infantil, tiene una audiencia en **Total individuos** de **1,5%**, mientras que en su **target comercial de 4-12** años **multiplica por 8,4 veces el registro anterior**, hasta el **12,6%** de audiencia. **Be Mad**, cuyo lanzamiento fue el **21 de abril**, obtiene una **audiencia del 0,5%**, mientras que en su **target de hombres 25-54** consigue **un registro del 0,9%**.



## 5. Internet<sup>5</sup>

En los meses **enero a septiembre 2016**, **Mediaset España** registra un **promedio mensual** de: **27,2 millones navegadores únicos**, **269,3 millones de páginas vistas** y **88,0 millones de videos streamed**.

	Navegadores Unicos	Paginas Vistas	Video Streamed
septiembre 2016	28.814.944	313.869.490	89.284.739
agosto 2016	22.770.875	167.277.208	53.737.241
julio 2016	26.058.634	192.832.405	77.026.418
junio 2016	27.533.192	229.024.452	105.279.820
mayo 2016	25.493.595	254.842.648	108.965.696
abril 2016	28.780.209	307.827.956	94.796.427
marzo 2016	28.129.202	330.822.216	79.529.492
febrero 2016	29.514.837	332.956.010	93.858.895
enero 2016	28.112.516	294.625.352	89.478.249

Fuentes: OJD Nielsen, Comscore (videos streams)

**Mediaset España** ha ofrecido la **Euro2016** a través de sus **Apps** e **internet sites**. La compañía ha desarrollado herramientas específicas con el objetivo de mejorar la experiencia de sus usuarios, tales como el “**bot**”, herramienta que ofrecía **información personalizada al usuario**, **calendarios interactivos** del evento etc. que han sido muy valorados por los usuarios. A través de **Mitele**, se sirvieron, **3,9 millones de conexiones en directo**, donde el partido **España-Italia**, lideró con **420.000 conexiones**.

El site **Telecinco.es** lidera con un promedio de **7,7 millones de usuarios únicos** en los **primeros nueve meses 2016**, por delante de su inmediato competidor, mientras que **Cuatro** registra **3,0 millones de usuarios únicos** en el mismo periodo (fuente Comscore solo PC).

**Mediaset España** a **30 de septiembre 2016**, dispone de **180 cuentas sociales activas** en las principales redes sociales, **Facebook, Twitter e Instagram**. La compañía ha registrado más de **32,7 millones de comentarios** en los **primeros nueve meses 2016**, lo que supone el **50,1% del total de comentarios** relacionados con la **televisión en las redes sociales**, muy por delante de su inmediato competidor.

Las App de **Mediaset España** a finales de septiembre 2016, suman un total de **12,8 millones de descargas**, siendo las más populares: **Mitele con 5,5 millones** de descargas, **GH 3,2 millones** y **La Voz 1,7 millones**.

**Mitele** es la **plataforma OTT de Mediaset España** que provee de **contenidos tanto en directo** (más de **60 horas/día de emisiones** en directo de los canales **Telecinco, Cuatro y BeMad**) y **bajo demanda** (con un **catálogo de más 73 series, 236 programas y 42 películas de cine**). Los **programas más demandados** en **Mitele.es** en los **primeros nueve meses del 2016** fueron: **“Mujeres y Hombres y Viceversa”** con **50,8 millones** y **“La que se avecina”** **32,4 millones** de videos servidos.

**Mitele** está presente en los televisores **Smart TVs**, a través de un acuerdo con uno de los principales operadores de este mercado. Según el **último informe de la IAB**, el **44%** del total de televisores **Smart TV del territorio español, están conectados**, y la evolución es creciente.

**Radioset** mantiene la **segunda posición** dentro de las radio sites, en los primeros nueve meses 2016, con un promedio de **1,1 millones de visitantes únicos**, por delante de Cope.es, EuropaFM.com y Ondecero.es.

5 Source OJD Nielsen y Comscore

## 6. *Media for Equity*

---

**Mediaset España** está trabajando con un número de **start-ups** a través de **acuerdos de Media for Equity**, con el **objetivo de invertir en las compañías más rentables** bajo criterios financieros y de inversión.

**Mediaset España** diseña **soluciones a medida** para las start-ups que ven los beneficios de la televisión, ofreciendo **espacio publicitario en intercambio por una participación en la compañía o** a través de **campañas publicitarias por objetivos**.

La estrategia de la compañía consiste en realizar “exit” de las **inversiones** cuando las mismas **estén maduras para ello** y **surjan buenas oportunidades**, si bien se debe considerar que la mayor parte de las participaciones son bastante recientes.

## 7. Hechos relevantes

---

**Mediaset España** ha comunicado a la CNMV los siguientes hechos relevantes en los nueve primeros meses 2016:

<b>Fecha</b>	<b>Hecho relevante</b>
<b>22/07/2016</b>	Información financiera intermedia 2T16
<b>04/05/2016</b>	Información financiera intermedia 1T16
<b>20/04/2016</b>	Cancelación de acciones
<b>19/04/2016</b>	Pago dividendo ordinario.
<b>13/04/2016</b>	Acuerdos adoptados en junta general ordinaria
<b>11/03/2016</b>	Propuesta de acuerdos para los puntos del orden del día de la junta general ordinaria. Convocatoria junta general ordinaria
<b>25/02/2016</b>	Propuesta reparto de dividendo. Informe anual sobre remuneración de consejeros Informe anual de gobierno corporativo Información financiera intermedia año 2015
<b>23/02/2016</b>	Finalización del plan de recompra de acciones.
<b>22/02/2016</b>	Recompra acciones propias 15-19 febrero 2016.
<b>15/02/2016</b>	Recompra de acciones propias 8-12 febrero 2016.
<b>08/02/2016</b>	Recompra de acciones propias 1-5 febrero 2016.
<b>01/02/2016</b>	Recompra de acciones propias 25-29 enero 2016.
<b>25/01/2016</b>	Recompra de acciones propias 18-22 enero 2016.
<b>18/01/2016</b>	Recompra de acciones propias 11-15 enero 2016.
<b>11/01/2016</b>	Recompra de acciones propias 4-8 enero 2016.
<b>04/01/2016</b>	Recompra de acciones propias 28-31 diciembre 2015

Todos estos hechos relevantes están disponibles en la página web de inversores de la compañía:  
<http://www.mediaset.es/inversores/es/>

## ***8. Contacta con nosotros***

---

- En nuestra página Corporativa:

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

- Departamento de Relación con Inversores:

Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

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

Dirección: Área de Relación con Inversores  
Mediaset España Comunicación, S.A  
Calle Federico Mompou, nº 5 bis.  
28050 - Madrid