

10 AÑOS *en bolsa.*

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS 9 MESES 2014 *Enero –Septiembre 2014*

Madrid, 29 octubre 2014

ÍNDICE:

Principales magnitudes

1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
2. Generación de Cash-Flow
3. Balance de Situación
4. Evolución de la audiencia

PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	9M2014	9M2013
Total ingresos netos	658,2	583,9
Total costes operativos	561,4	526,4
EBITDA adj⁽¹⁾	96,8	57,6
<i>Margen EBITDA</i>	<i>14,7%</i>	<i>9,9%</i>
EBIT	84,2	45,4
<i>Margen EBIT</i>	<i>12,8%</i>	<i>7,8%</i>
Beneficio neto	25,2	22,1
BPA	0,069 € ⁽²⁾	0,054 €
Posicion financiera	205,7	85,5

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

(2) Se excluye las acciones de autocartera a 30 septiembre 2014.

Mediaset España continúa incrementando sus márgenes operativos y registra en los primeros nueve meses del 2014 un **EBITDA ajustado €96,8 millones**, un incremento del **68,1%** respecto del mismo periodo del año anterior. La línea de **EBIT** también mejora en un **85,4%** respecto al del año anterior, y alcanza la cifra de **€84,2 millones**.

- Los ingresos totales netos en los primeros nueve meses del ascienden a suman **€658,2 millones**, con unos ingresos netos de publicidad de **€599,6 millones** y **€58,6 millones** en la línea de "Otros ingresos".
- Según datos de Infoadex, el mercado publicitario de televisión en los primeros nueve meses del año, **9,9%** frente al **4,9%** del mercado publicitario total. **Mediaset España** mejora su cuota de mercado hasta el **44,4%**, un incremento de **0,7 puntos** respecto del mismo periodo 2013.
- El margen **EBITDA** de los nueve primeros meses del año es del **14,7%** frente al **9,9%** del mismo periodo del 2013.
- El **Beneficio Ajustado Neto** de los primeros nueve meses del año alcanza los **€34,8 millones**.
- **Mediaset España** conserva un balance libre de deuda y una **posición neta de caja** positiva de **€205,7 millones** a 30 de septiembre de 2014 y un cash flow libre de caja de **€92,7 millones**.
- **Mediaset España**, incrementa su audiencia en el tercer trimestre, y a 30 de septiembre alcanza el **30,6%** en 24h Total Individuos, **1,7 puntos** superior al mismo periodo 2013. El mundial de futbol y baloncesto junto con programas de ficción y una sólida oferta televisiva han sido los factores determinantes para esta mejora.
- **Mediaset España** continúa liderando en 2014 la audiencia en Internet alcanzando en **septiembre 27,7 millones** de usuarios únicos y **318,9 millones de páginas vistas** y siendo el proveedor de videos de referencia en internet con más de **90,9 millones** de video servidos en el mismo mes.
- El 24 de julio **Mediaset España** recompró **34.583.221 acciones propias por importe de €307,51 millones**, y con fecha 30 de septiembre la autocartera asciende al **9,72%**, lo que supone un total de **39.547.887 acciones**.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	9M2014	9M2013	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	658,16	583,94	12,7%
Consumo de derechos	(144,50)	(108,96)	32,6%
Costes de personal	(80,41)	(77,68)	3,5%
Otros costes operativos	(336,45)	(339,72)	(1,0%)
TOTAL COSTES	(561,35)	(526,37)	6,6%
EBITDA ajustado	96,80	57,57	68,1%
Otras amortizaciones, provisiones	(6,64)	(6,18)	7,4%
Amortización PPA	(6,00)	(6,00)	-
EBIT	84,17	45,39	85,4%
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(58,57)	(13,42)	-
Resultado Financiero	(0,63)	(1,59)	-
Beneficio antes de impuestos	24,97	30,38	(17,8%)
Impuesto de Sociedades	(0,11)	(8,37)	-
Minoritarios	0,35	0,13	-
Beneficio Neto	25,21	22,14	13,9%
Beneficio Neto Ajustado	34,81	33,54	3,8%

El **Beneficio Neto Ajustado** de los primeros nueve meses del 2014 asciende a **€34,81 millones**, lo que supone un margen del **5,3 %** sobre ingresos netos.

La diferencia de **€9,60 millones** entre el **Beneficio Neto Ajustado** y el **Beneficio Neto**, se debe a la amortización del **PPA** de **Cuatro** y **DTS**, como resultado de la asignación definitiva del precio de adquisición a activos y pasivos de la sociedad en cuestión. En el caso de **DTS**, el impacto es hasta 30 de junio ya que la venta de DTS tuvo lugar inmediatamente después.

1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Indicadores	9M2014	9M2013	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	628,27	564,49	11,3%
- Medios Propios	601,60	540,11	11,4%
- Medios Ajenos	26,67	24,38	9,4%
Descuentos	(28,69)	(26,26)	9,2%
Ingresos netos de publicidad	599,58	538,23	11,4%
Otros ingresos	58,58	45,71	28,2%
TOTAL INGRESOS NETOS	658,16	583,94	12,7%

Los **ingresos brutos de publicidad** de los primeros nueve meses del año ascienden a un total de **€628,27 millones**, un incremento del **11,3%**, respecto del mismo periodo del 2013, crecimiento superior al del mercado publicitario de televisión, según Infoadex del **9,9%**.

Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, (incluyen comprenden los ingresos publicitarios de los 6 canales del Grupo: TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY y ENERGY, así como la publicidad del grupo en **Internet** y **teletexto**), alcanzan el total de **€601,60 millones**, lo que supone una **facturación €61,49 millones** superior al mismo periodo del 2013. Desde el **01 enero hasta el 06 mayo** del 2014, fecha en la que se produce el **cierre de canales**, los canales **Nueve y La Siete** contribuyeron a esta línea de ingresos.

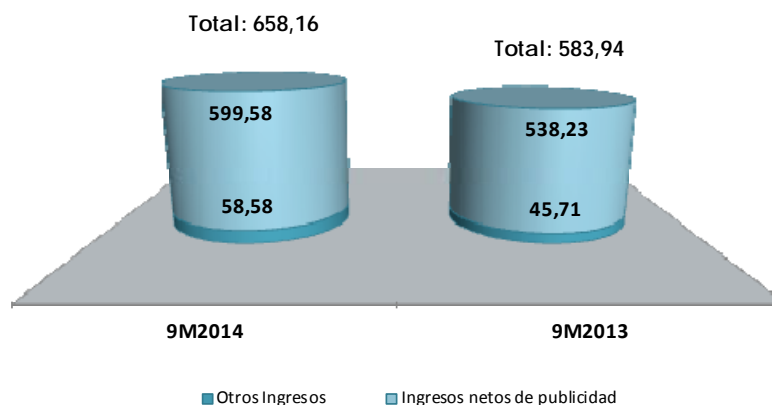
Los **ingresos publicitarios de medios ajenos** se incrementaron en un **9,4%** respecto del mismo periodo del año anterior, llegando a la cifra de **€26,67 millones**.

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos crecen un **11,4%** y suman **€599,58 millones**.

La línea "**Otros ingresos**" asciende a **€58,58 millones**, un incremento del **28,2%** respecto del 2013, e incluyen principalmente la venta y la distribución de derechos de co-producción cinematográfica, los ingresos por juego y merchandising entre otros. Los títulos de cine **Ocho apellidos vascos** y **El niño**, estrenados en marzo y agosto respectivamente, han sido éxitos de taquilla y han contribuido de forma significativa a esta línea de ingresos.

Finalmente, los **ingresos netos a 30 septiembre 2014** suman **€658,16 millones**, un **12,7%** superior a los ingresos del mismo periodo 2013.

Total Ingresos Netos, Publicitarios y Otros Ingresos (mill. €)



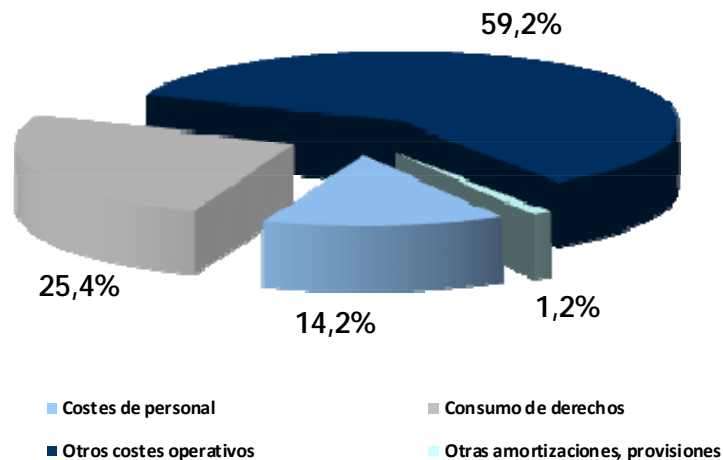
1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** de los primeros nueve meses 2014 ascienden a **€567,99 millones** un **6,7%** superiores al mismo periodo 2013, un buen resultado considerando los **mundiales de fútbol y baloncesto** que tuvieron lugar en el periodo.

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	9M2014	9M2013	Variación %
Costes de personal	80,41	77,68	3,5%
Consumo de derechos	144,50	108,96	32,6%
Otros costes operativos	336,45	339,72	(1,0%)
Otras amortizaciones, provisiones	6,64	6,18	7,4%
Total Costes Operativos	567,99	532,55	6,7%
Amortización PPA	6,00	6,00	-
TOTAL COSTES	573,99	538,55	6,6%

Estructura de Costes Operativos



Mediaset España continúa aplicando su política de control de costes de forma que sus costes operativos de los nueve primeros meses del 2014 son un **20,1% inferior** a los del mismo periodo del 2010, lo que ha supuesto un ahorro de **€142,66 millones** respecto al citado año (base 2010 pro-forma).

€ millones	9M2010*	9M2011	9M2012	9M2013	9M2014	Var.
Costes Operativos	710,65	592,86	596,13	532,55	567,99	-20,1%

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

Contenido

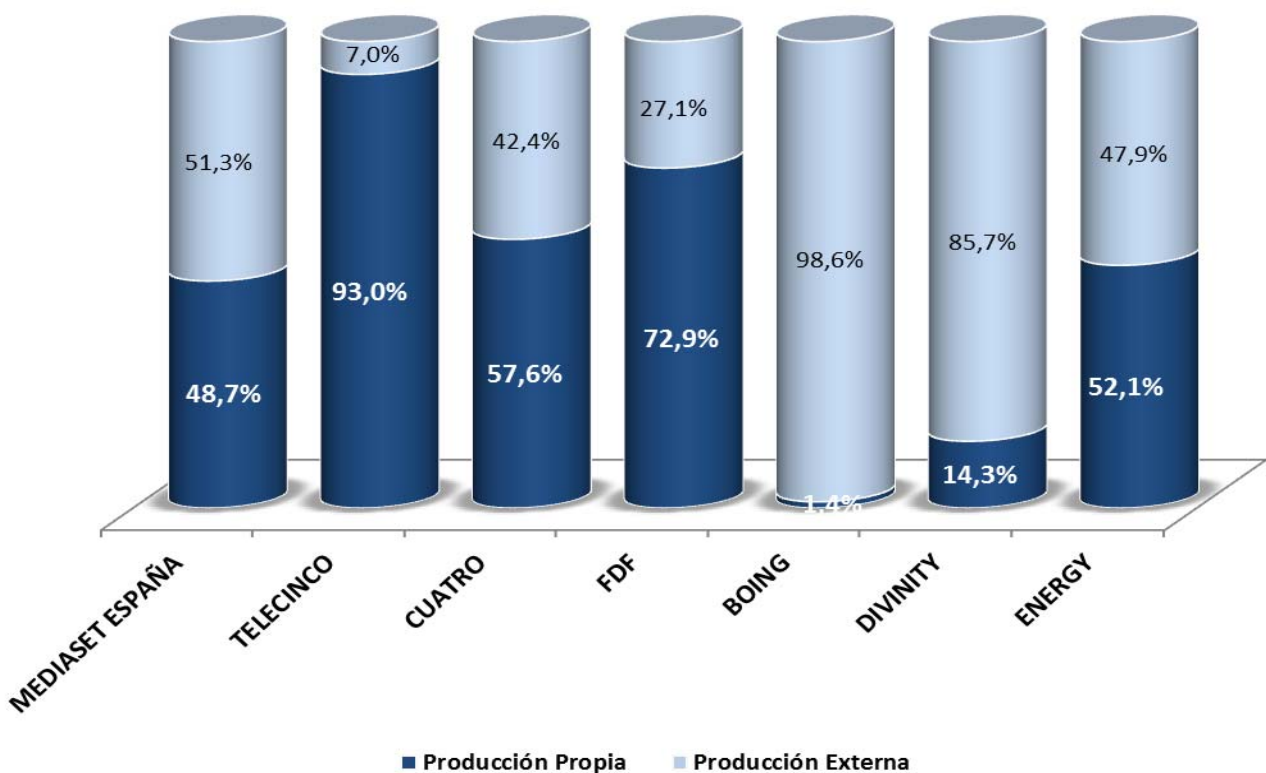
Mediaset España operó con ocho canales hasta el 6 de mayo, cuando siguiendo la sentencia del tribunal supremo dos de estos canales se cerraron (nueve canales se cerraron en el total del mercado). Estos canales fueron **La Siete** y **La Nueve**, ambos dedicados en su mayoría a contenidos de producción propia.

Durante los primeros nueve meses del año, el **Grupo Mediaset España** dedicó un **51,3%** del total de horas de programación a la producción externa y un **48,7%** a la producción propia.

El canal **Telecinco**, en los primeros nueve meses del año asignó un **93,0%** de sus horas de emisión a la producción propia y un **7,0%** a la producción externa, en línea con los datos del mismo periodo del 2013 (**93,3%** producción propia y **6,7%** producción ajena).

Cuatro asignó un **57,6%** de su parrilla a la producción propia y un **42,4%** a producción externa frente al **63,3%** producción propia y **36,7%** producción externa del pasado año.

En cuanto a los demás canales, el canal **FACTORIA DE FICCION** tiene un **72,9%** de producción propia frente a un **27,1%** de derechos de terceros, el canal **BOING** es el canal más intensivo en producción externa, dedicando un **98,6%** de su parrilla a la misma, **DIVINITY** presenta un mix **14,3%** de producción propia y **85,7%** de derechos de terceros. Finalmente **ENERGY** presenta un consumo de producción propia del **52,1%** y del **47,9%** en producción externa.



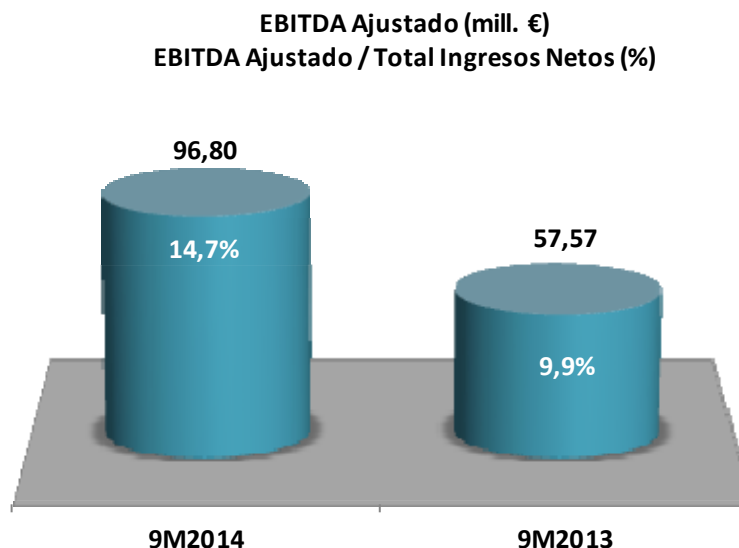
1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

El **resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado)**, asciende a un total de **€96,80 millones de Euros**, lo que supone un incremento de **€39,23 millones, un 68,1%** más respecto del mismo periodo 2013. El margen **EBITDA** asciende hasta el **14,7%** de los ingresos netos (un **9,9%** en mismo periodo del 2013).

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€84,17 millones**, lo que representa un incremento del **85,4%** comparado con los primeros nueve meses del 2013 y de un **12,8% sobre los ingresos totales 2014 (7,8% en 2013)**.

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	9M2014	9M2013
Total ingresos netos	658,16	583,94
EBITDA ajustado	96,80	57,57
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>14,7%</i>	<i>9,9%</i>
EBIT	84,17	45,39
<i>Margen EBIT</i>	<i>12,8%</i>	<i>7,8%</i>
Beneficio Neto	25,21	22,14
<i>Margen Beneficio Neto</i>	<i>3,8%</i>	<i>3,8%</i>
Beneficio Neto Ajustado	34,81	33,54
<i>Margen Beneficio Neto Ajustado</i>	<i>5,3%</i>	<i>5,7%</i>



1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero del periodo supone un gasto de **€0,63 millones**.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**¹, arroja un resultado negativo de **€58,57 millones**, que se debe principalmente a la venta de la participación del **22% de DTS** en julio. Los términos de la venta fueron los siguientes: **€295 millones** por el **22% de DTS** más **€30 millones** por la renuncia del derecho de adquisición preferente y acompañamiento. Además si **Telefónica** adquiere finalmente el **56% de DTS**, **Mediaset España** recibirá **€10 millones adicionales** y hasta **€30 millones** más en función de las altas netas que se produzcan dentro de los cuatro años siguientes a la fecha en que **Telefónica** tome control de **DTS**.

1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos** de los primeros nueve meses del año es **€24,97 millones** y el **Beneficio Neto**, después de impuestos y minoritarios, para el mismo periodo asciende a **€25,21 millones** (**€22,14 millones** 2013).

El **resultado neto ajustado**, excluyendo el PPA de Cuatro y DTS (en el caso de éste último, el impacto es solo hasta 30 de Junio, fecha inmediata anterior a la venta del activo), es de **€34,81 millones**, lo que supone un margen del **5,3%** sobre los ingresos netos totales.

¹ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Editora Digital de Medios, S.L. (50%), Pegaso Television Inc. (43,7%), Netsonic, S.L. (38% participación indirecta), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30%), Big Bang Media S.L. (30%), Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), Aprox Imagen S.L. (3%), 60DB Entertainment, S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30% participación indirecta), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%) hasta el 04 julio 2014.

2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** de los primeros nueve meses del 2014 es positivo en **€92,72** (**€5,86 millones** en 2013).

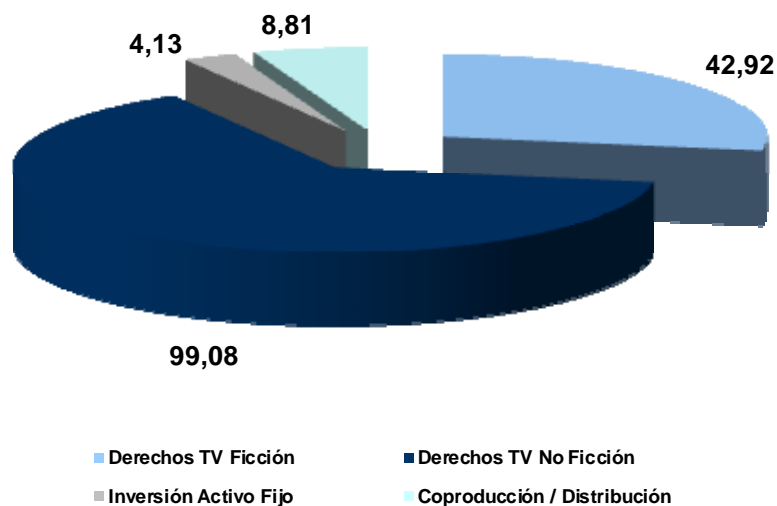
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	9M2014	9M2013	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	24,86	22,01	2,85
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	157,08	122,46	34,62
- Consumo Derechos	144,50	108,96	35,54
- Amortizaciones	12,59	13,50	(0,92)
Provisiones	0,05	(1,32)	1,38
Otros	61,29	7,96	53,33
CASH FLOW OPERATIVO	243,28	151,10	92,18
Inversión en Derechos	(150,81)	(144,64)	(6,16)
Inversiones, otras	(4,13)	(4,61)	0,49
Variación Fondo de Maniobra	4,37	4,01	0,36
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	92,72	5,86	86,86
Compra acc. PRISA	(307,51)	0,00	(307,51)
Movimientos Patrimonio	3,86	5,42	(1,56)
Inversiones financieras	321,21	(0,69)	321,90
Dividendos cobrados	1,90	1,14	0,76
Pago de Dividendos	0,00	0,00	0,00
Variación Neta de Tesorería	112,18	11,73	100,45
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	93,48	73,72	19,76
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	205,66	85,45	120,21

La **inversión neta total** alcanzó los **€154,93 millones** a 30 septiembre 2014.

Durante los primeros nueve meses del 2014, la inversión en producción ajena ha sido de **€99,08 millones**, mientras que en series de ficción nacional y Co-producción & Distribución la inversión fue **€42,92 millones** y **€8,81 millones** respectivamente. Finalmente las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles **fueron €4,13 millones**.

Inversión Neta 9M2014 154,93 millones €



3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Septiembre 2014	Diciembre 2013
Inmovilizado	571,88	962,86
- Inm. Financiero	305,37	686,80
- Otro Inmovilizado	266,51	276,06
Derechos y Anticipos	239,22	235,54
- Terceros	195,40	183,33
- Ficción	25,67	35,14
- Coproducción / Distribución	18,15	17,07
Impuesto Anticipado	187,21	186,29
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	998,31	1.384,69
Activo corriente	206,90	236,39
Activo financiero y tesorería	217,05	113,53
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	423,94	349,92
TOTAL ACTIVO	1.422,25	1.734,61
FONDOS PROPIOS	1.152,62	1.431,38
Provisiones	10,51	10,38
Acreedores no corrientes	10,98	10,06
Pasivo financiero no corriente	11,06	0,01
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	32,55	20,45
Acreedores corrientes	236,74	262,73
Pasivo financiero corrientes	0,33	20,05
TOTAL PASIVO CORRIENTE	237,08	282,78
TOTAL PASIVO	1.422,25	1.734,61

El balance muestra un **adecuado equilibrio** entre **activos y pasivos corrientes**, así como una **mejora sustancial en el ratio de liquidez** desde diciembre 2013. Todo ello confirma la solidez de la situación financiera de la compañía.

La composición de la **librería**, indica que la compañía dispone de los contenidos necesarios para desarrollar la estrategia del grupo dentro del área de programación.

Los **Fondos Propios** del Grupo han disminuido en **€278,76 millones** principalmente debido a la adquisición del **8,5% de autocartera** en julio por importe de **€307,51 millones**.

4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

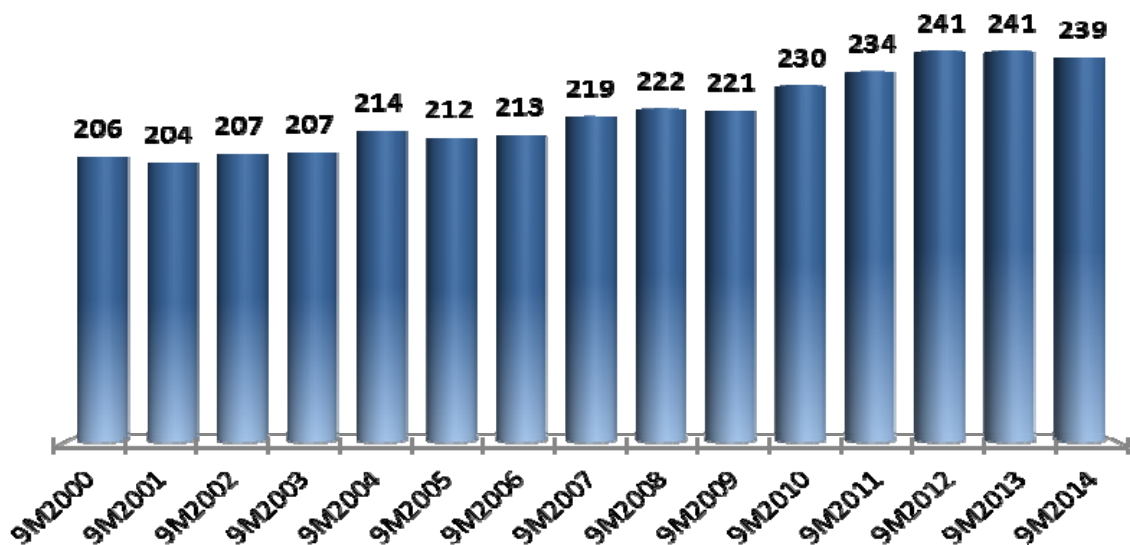
4.1. Consumo Televisión

Años	Minutos	Miles
9M2000	206	5.524
9M2001	204	5.546
9M2002	207	5.641
9M2003	207	5.668
9M2004	214	6.067
9M2005	212	6.075
9M2006	213	6.144
9M2007	219	6.391
9M2008	222	6.540
9M2009	221	6.729
9M2010	230	6.997
9M2011	234	6.425
9M2012	241	7.368
9M2013	241	7.300
9M2014	239	7.278

El promedio de **consumo televisivo** de los primeros nueve meses del 2014 es de casi cuatro horas, en línea con el dato de periodos anteriores y con un promedio diario de **7,28 millones** de espectadores.

La extensa oferta de contenidos de **Mediaset España**, como ficción, películas, programas, talk shows, realities, deportes etc... alcanza todo tipo de público y se encuentran entre los contenidos más valorados por los espectadores.

Las nuevas tecnologías, ofrecen nuevas formas de consumir contenidos televisivos de manera muy exitosa en plataformas como Internet, móviles, tablets etc... lo que, demuestra de nuevo la importancia de los contenidos en el sector. A este respecto, las **redes sociales** juegan un papel muy importante ya que los usuarios no solo pueden **interactuar** con el programa sino también entre ellos mismos, lo que supone una mayor **fidelización** de los espectadores lo que se traduce en la **mejora de los registros de audiencias**.



² Fuente: Kantar Media

4.2. Grupo

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-septiembre 2014

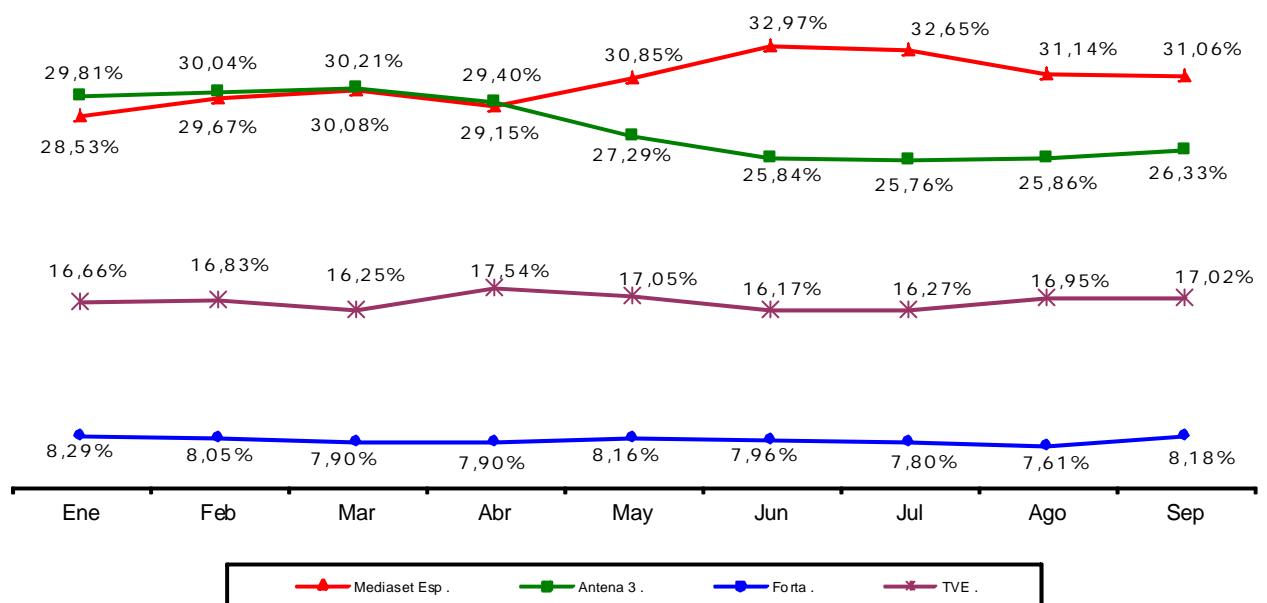
		9M2014	9M2013
Total Individuos	Total Día	30,6%	28,9%
	PRIME TIME	29,5%	27,1%
	DAY TIME	31,1%	29,7%
Target Comercial	Total Día	32,7%	30,9%
	PRIME TIME	31,0%	28,6%
	DAY TIME	33,5%	32,0%

Para el periodo enero-septiembre 2014, **Mediaset España** consigue un **30,6%** de cuota de audiencia en **total día total individuos total día**, y consigue su **mejor registro histórico** del mes de **septiembre (31,1% audiencia, 1,6 puntos** por encima del mes de septiembre 2013), **4,7 puntos superior** a su inmediato competidor.

En relación a la cuota de audiencia en **target comercial**, **Mediaset España** alcanzó, en los una cuota de **32,7%** en el periodo lo que supone una **mejora del 1,8 puntos** respecto del mismo periodo del año anterior.

En el mes de septiembre **Mediaset España** consigue un buen registro en sus **canales TDT** con una **audiencia del 9,8%** frente al **5,5%** de su inmediato competidor, una diferencia de **4,3 puntos**.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



4.3. Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-septiembre 2014

	TL5		CUATRO	
	9M2014	9M2013	9M2014	9M2013
Total Individuos				
Total Día	14,5%	13,3%	6,5%	6,0%
PRIME TIME	15,4%	13,1%	5,8%	5,8%
DAY TIME	14,1%	13,3%	6,9%	6,1%
Target Comercial				
Total Día	13,9%	12,5%	7,9%	7,3%
PRIME TIME	14,5%	12,0%	7,2%	7,2%
DAY TIME	13,6%	12,7%	8,3%	7,4%

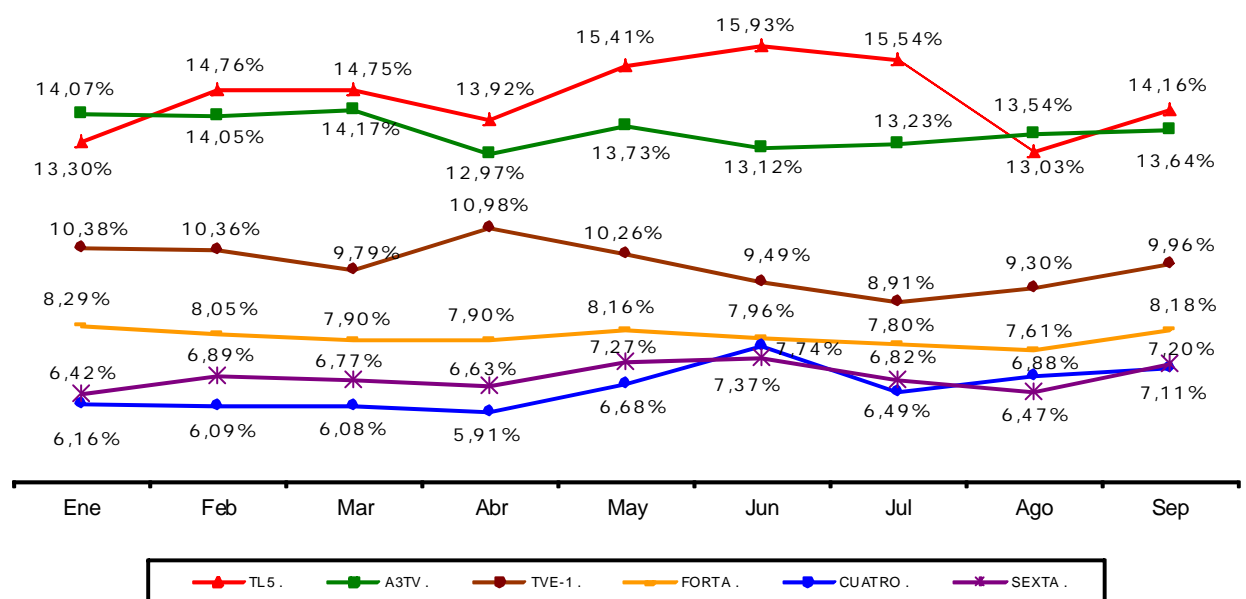
Para el periodo enero-septiembre 2014, el canal Telecinco alcanza en promedio el **14,5%** de audiencia **en total día total individuos**, una mejora de **1,2 puntos** respecto del 2013 y **0,9 puntos** superior a su directo competidor. En cuanto al target comercial, **Telecinco** alcanza un **13,9%** a 30 de septiembre 2014 lo que supone un incremento de **1,4 puntos** respecto al mismo periodo de 2013.

El canal **Cuatro** alcanza una cuota del **6,5%** en total día total individuos y el **7,9%** en target comercial.

En "prime time"³, **Telecinco** lidera en total individuos con una audiencia del **15,4 %**, **2,5 puntos** superior a su inmediato competidor.

En el mes de julio los veinte programas más vistos correspondían a **Mediaset España**, a la cabeza la final del mundial de futbol Alemania Vs Argentina con **12.7 millones de espectadores** y **67,6% de audiencia**. Además la ficción local consiguió buenos registros, como **El Chiringuito de pepe** que obtuvo de media en el periodo julio-septiembre **3 millones de espectadores** y un **17,9% de audiencia**.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



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

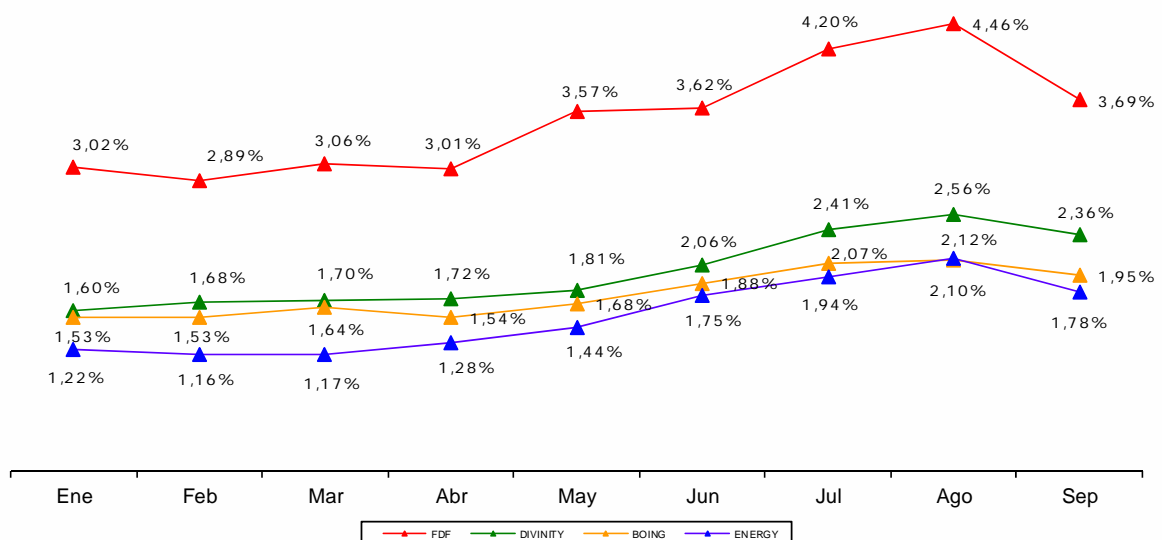
4.4. Canales Nueva Generación

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-septiembre 2014

9M2014			
		Total Individuos	Target Comercial
FDF			
	Total Día	3,5%	4,3%
	PRIME TIME	3,1%	3,7%
DIVINITY			
	Total Día	2,0%	2,6%
	PRIME TIME	1,7%	2,1%
BOING			
	Total Día	1,7%	1,2%
	PRIME TIME	1,4%	1,0%
ENERGY			
	Total Día	1,5%	1,9%
	PRIME TIME	1,4%	1,7%

La audiencia de **FDF** en el Total individuos es de **3,5%**, mientras que en su target de 13-24 años es del **9,3%** y para el grupo 25-34 es de **5,1%**. **Divinity** consigue un buen registro en su target mujeres **16-44 años** con un **3,4%** de la audiencia mientras que en el Total individuos su audiencia es del **2,0%**. **Energy** tiene una audiencia del **1,5%** en el Total individuos, mientras que en su target de hombres **25-44 años** consigue un registro del **2,5%**. **Boing**, el canal infantil registra una audiencia de **1,7%** en **Total individuos**, en su **target de 4-12 años** llega al **13,5%** de audiencia, casi ocho veces su registro Total individuos.

Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



Fuente: OJD Nielsen y ComScore

4.5. Audiencia en Internet⁴

Mediaset España lidera la audiencia en internet por delante de sus más directos competidores, mejorando sus registros del mismo periodo del año pasado. En septiembre los **usuarios únicos** crecieron un **49,8%** hasta **27,67 millones**, con un total de páginas vistas de **318,89 millones** y de videos servidos de **90,99 millones**.

	Usuarios Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
septiembre 2014	27.681.033	318.897.635	90.991.520
agosto 2014	20.715.022	206.256.884	49.296.120
julio 2014	24.971.013	245.609.091	117.627.454
junio 2014	27.043.955	269.447.592	128.583.193
mayo 2014	25.668.077	310.426.142	131.029.226
abril 2014	22.420.779	274.604.904	121.299.403
marzo 2014	27.016.960	324.591.066	145.233.691
febrero 2014	21.168.369	230.573.071	139.503.643
enero 2014	18.297.184	177.208.484	114.785.872

Mediaset España tiene más de **500 perfiles: programas y series en Facebook y Twitter**, con más de **24 millones de seguidores**. Durante el mes de **Septiembre**, se produjeron más de **8,8 millones** de comentarios en las redes sociales relacionados con contenidos televisivos, un **62% de esos comentarios** correspondían a programas de **Mediaset España**, en clara ventaja respecto del resto de competidores.

Además, los tres programas más comentados en septiembre en las redes sociales fueron **Mujeres Hombres y Viceversa**, **Gran Hermano** y el mundial de **Baloncesto**, todos ellos contenidos de **Mediaset España**, en cuarta posición se situaba el partido de la Champion. También señalar que durante las **horas de Prime Time**, el **32% de los comentarios** en Twitter están relacionados con contenidos televisivos.

En cuanto a Apps, **Mediaset España** dispone de **5 Apps de contenidos: MiTele, Mediaset Sport, Gran Hermano, Moto GP y La Voz** con más de **5,5 millones de descargas** y también dispone de **2 Apps comerciales: MIO y Mujeres hombres y Viceversa** con más de **1,2 millones de descargas**. En total más de **6,7 millones de descargas**, de las que un **66%** se producen a través de la plataforma **Android**, un **29%** **Apple** y el **4%** restante a través de **otras plataformas**.

⁴ Fuente: OJD Nielsen y ComScore
www.mediaset.es/inversores/es