

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS 12 MESES 2016 *Enero – Diciembre 2016*

Madrid, 23 de febrero 2017

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

27 febrero 2017 a las 19:00 CET

Teléfono desde España: +34 917 900 882
Teléfono desde UK: +44 (0) 203 1474 609
Teléfono desde USA: + 1 866 305 9104

Vía Webcast en el siguiente link:

<http://edge.media-server.com/m/p/52vi5b88>

O a través de la página de Inversores:

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



PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	FY16	FY15	Var (%)
Total ingresos netos	992,0	971,9	2,1%
Total costes operativos	750,8	749,3	0,2%
EBITDA adj⁽¹⁾	241,1	222,7	8,3%
Margen EBITDA	24,3%	22,9%	
EBIT	224,4	205,2	9,4%
Margen EBIT	22,6%	21,1%	
Beneficio neto	171,0	166,2	2,9%
Beneficio neto Ajtdo.⁽²⁾	175,7	166,2	5,7%
BPA ⁽³⁾	0,522	0,48 €	
Posicion financiera	177,4	192,4	

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

(2) Excluye el impacto por el cambio fiscal del Impuesto de Sociedades.

(3) Se excluye las acciones de autocartera a 31 diciembre.

Mediaset España alcanza al cierre del 2016 un EBITDA de €241,1 millones y un EBIT de €224,4 millones esto supone incrementos del 8,3% y 9,4% respectivamente, en comparación con el cierre 2015.

- El **total ingresos netos** del 2016 suman €992,0 millones, con unos ingresos netos de publicidad de €926,9 millones y €65,1 millones en la línea de "Otros ingresos".
- Según Infoadex, el mercado publicitario de TV creció, en 2016, un 5,5%, mientras que el mercado publicitario total creció un 4,3%. **Mediaset España**, según Infoadex, mantiene su liderazgo en el año con una cuota de mercado del 43,3%.
- El margen EBITDA del periodo es del 24,3%, 1,4 pp superior al 2015 (22,9%).
- El beneficio neto del 2016 asciende a €171,0 millones, y el beneficio neto ajustado a €175,7 millones (+5,7% vs 2015), que excluye el impacto por el cambio fiscal en 2016 del Impuesto de Sociedades.
- Durante el **cuarto trimestre del año** (octubre-diciembre) **Mediaset España** obtuvo unos ingresos publicitarios netos de €280,3 millones, €56,7 millones EBITDA y un beneficio neto ajustado de €43,8 millones.
- A finales 2016 la posición neta de caja es de €177,4 millones, una vez realizado el pago de €167,4 millones en dividendos, el 19 de abril y destinado €91,4 millones de compra de autocartera en el periodo. En el 2016 se ha generado un Free Cash Flow de €242.5 millones (+€23,82 millones respecto de 2015).
- **Mediaset España** obtiene, en 2016, una audiencia del 30,2% en 24 horas total individuos y un 31,7% en target comercial. El 21 de abril 2016, **Mediaset España** lanzó su séptimo canal, BeMad.
- **Mediaset España** consigue en 2016, un promedio mensual de: 10,6 millones de usuarios únicos, 193,7 millones de páginas vistas y 91,6 millones de videos servidos (fuente: ComScore, video solo PC).
- El capital social de **Mediaset España**, tras la cancelación de 29.457.794 acciones de autocartera de la compañía, aprobada en Junta General de Accionistas del 13 abril 2016, asciende a 336.717.490 acciones.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

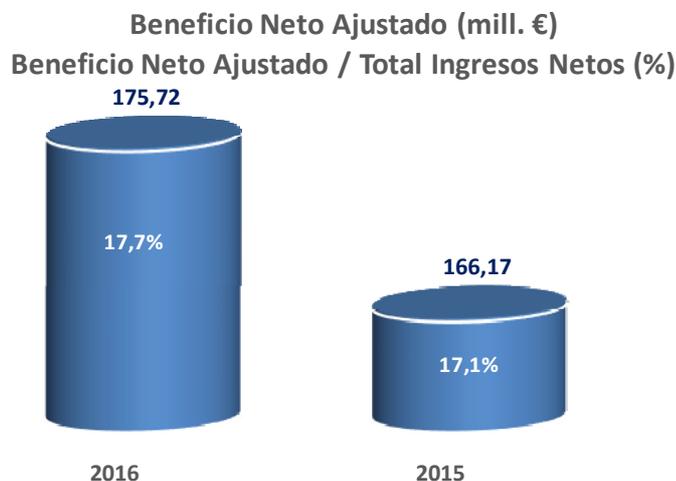
Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

	2016	2015	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	991,98	971,93	2,1%
Consumo de derechos	(205,45)	(205,16)	0,1%
Costes de personal	(105,87)	(105,04)	0,8%
Otros costes operativos	(439,51)	(439,06)	0,1%
TOTAL COSTES	(750,84)	(749,26)	0,2%
EBITDA ajustado	241,14	222,67	8,3%
Otras amortizaciones, provisiones	(8,71)	(9,49)	(8,2%)
Amortización PPA	(8,00)	(8,00)	0,0%
EBIT	224,44	205,18	9,4%
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	1,49	13,90	-
Resultado Financiero	(0,11)	0,06	-
Beneficio antes de impuestos	225,82	219,14	3,0%
Impuesto de Sociedades	(55,09)	(53,19)	-
Minoritarios	0,27	0,21	-
Beneficio Neto	171,00	166,17	2,9%
Beneficio Neto Ajustado	175,72	166,17	5,7%

El **beneficio neto del 2016** asciende a **€171,00 millones**, un incremento del **+2,9%** respecto del 2015 (€166,17 millones). El **beneficio neto ajustado alcanza los €175,72 millones (+5,9% vs 2015)** y **excluye el impacto (one-off)** por el cambio fiscal del **Impuesto de Sociedades**.

El **beneficio neto ajustado** supone **ingresos por acción en 2016 de €0,52** (frente a los €0,48 del 2015).

Mediaset España presenta su mejor **beneficio** desde el **2009**.



1.1. Ingresos

Según Infoadex, el **mercado publicitario convencional del 2016**, alcanzó **€5.234,8 millones**, lo que supone un crecimiento del **4,3%**, respecto del 2015, mientras que el **mercado publicitario de la televisión creció**, en el mismo periodo, un **+5,5%** hasta los **€2.121,9 millones**. La **inversión publicitaria en televisión en 2016**, representa el **40,5% del total de la publicidad del mercado convencional**, en comparación con el **40,1%** del total de la publicidad en 2015, un incremento de **0,4 pp**.

En **2016**, un **90,1%** del **mercado publicitario de televisión pertenece a los operadores en abierto**, mientras que el **3,8%** pertenece al **pay TV** y el **6,0%** a las **televisiones locales**.

Según **Infoadex Mediaset España** tuvo una **cuota de mercado del 43,3%** en 2016, **+1.3 pp** por encima de su inmediato competidor.

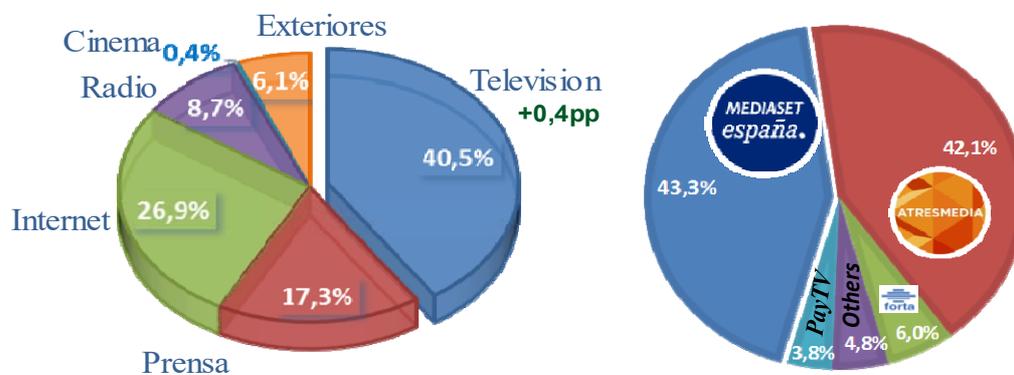


Tabla 2: Ingresos

	2016	2015	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	962,93	933,28	3,2%
- Medios Propios	931,24	885,54	5,2%
- Medios Ajenos	31,70	47,74	(33,6%)
Comisiones	(36,02)	(35,30)	2,0%
Ingresos netos de publicidad	926,92	897,97	3,2%
Otros ingresos	65,07	73,96	(12,0%)
TOTAL INGRESOS NETOS	991,98	971,93	2,1%

El **total de ingresos brutos de publicidad** en 2016 suman **€962,93 millones** un incremento de **€29,65 millones, (+3,2%)** en comparación con el 2015 (€933,28 millones), se desglosan:

- Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, incluyen los ingresos generados por los **7 canales en abierto** que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY, ENERGY** y desde el 21 de abril, **BE MAD**, el nuevo canal HD. El total de estos ingresos, en 2016, ascienden a **€931,24 millones**, un incremento del **5,2%**, en comparación con el 2015 (**€885,54 millones**), una evolución, según **Infoadex**, en línea con el mercado publicitario de televisión.

- Los **ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, que incluyen la venta de publicidad de un **canal regional en abierto** así como **varios canales de pago, internet y e-walls**, alcanzan en 2016 **€31,70 millones**, lo que supone una disminución del **33,6%** respecto del 2015. La citada disminución se debe, **fundamentalmente a la finalización del contrato de DTS a finales de 2015**.

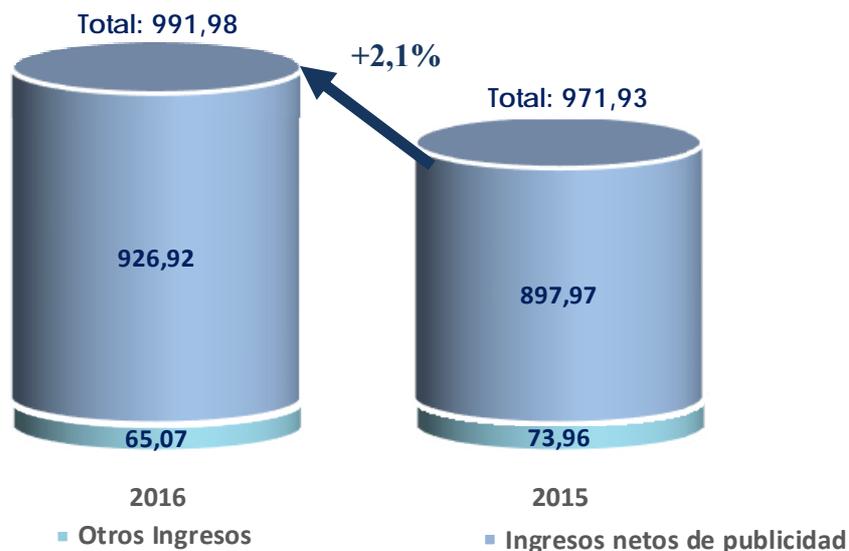
Los **ingresos netos de publicidad**, son los ingresos después de comisiones y alcanzan los **€926,92 millones** en 2016, un **incremento del 3,2%** respecto del mismo periodo 2015 (€897,97 millones).

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: **Internet, el juego, venta de derechos y actividad cinematográfica** entre otros. Esta línea **suma un total de €65,07 millones**, una disminución de €8,89 millones en comparación con 2015 que se debe fundamentalmente al éxito obtenido con la película **Ocho apellidos catalanes**, estrenada en **noviembre 2015**.

En 2016, **Mediaset España** estrenó **tres títulos** de cine: **“Cien años de perdón”** (febrero), **“Kiki, el amor se hace”** (abril) y **Un monstruo viene a verme** (octubre). **En conjunto**, los tres títulos registraron **6,7 millones de espectadores** y una **taquilla de €39,4 millones**, lo que supone una **cuota de mercado del 42,8%** dentro de la **taquilla de cine español**. **“Un monstruo viene a verme”**, ha sido el **título más exitoso dentro del cine español**, con **4,6 millones de espectadores** y **€26,5 millones de taquilla**, además se encuentra **entre los 10 títulos más taquilleros** de todos los estrenos en el territorio español.

Total de ingresos netos, en 2016 asciende a **€991,98 millones** un incremento del **2,1%** en comparación con el mismo periodo 2015 (€971,93 millones).

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

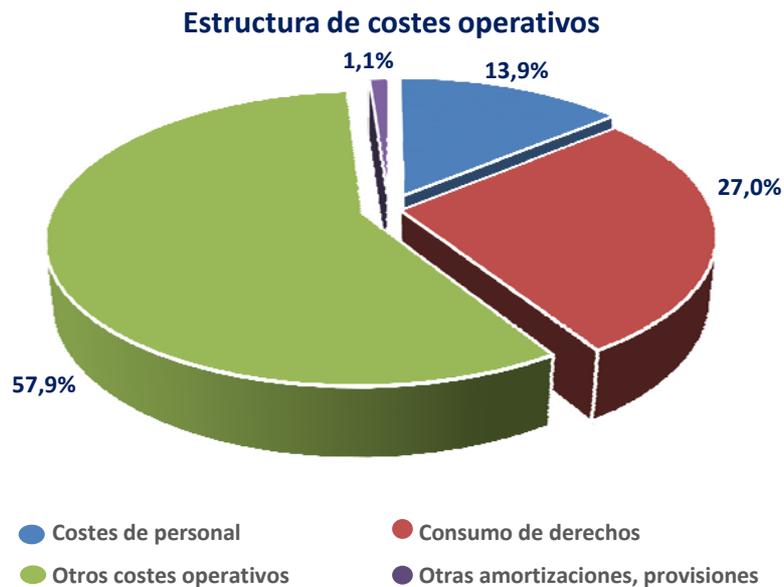


1.2. Costes operativos

A pesar de los constantes cambios dentro del sector media, **Mediaset España** consigue, de nuevo en 2016, una sólida política de control de y registra en **2016 unos costes totales operativos de €759,55 millones**. En **2015**, la cifra ascendió a **€758,75 millones**, lo que supone costes planos en el año, a pesar de la emisión de la **Euro2016**, y el **lanzamiento** del nuevo canal **Be Mad**.

Tabla 3: Costes operativos

	2016	2015	Variación %
Costes de personal	105,87	105,04	0,8%
Consumo de derechos	205,45	205,16	0,1%
Otros costes operativos	439,51	439,06	0,1%
Otras amortizaciones, provisiones	8,71	9,49	(8,2%)
Total Costes Operativos	759,55	758,75	0,1%
Amortización PPA	8,00	8,00	-
TOTAL COSTES	767,55	766,75	0,1%



Mediaset España reduce sus costes operativos en **2016** en un **21,7%**, en comparación con el mismo periodo 2010 (pro-forma basis). Esto se traduce en **ahorros de €209,89 millones** en la línea de **Total Costes Operativos**, a pesar de operar en la actualidad dos canales más.

€ millones	2010*	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Var.
Costes Operativos	969,44	824,12	829,93	748,65	779,33	758,75	759,55	-21,7%

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

Contenido

Desde abril 2016, **Mediaset España** opera 7 canales, uno más que en el mismo periodo 2015. **Be Mad**, es el nuevo canal HD de Mediaset España, cuyo lanzamiento fue el 21 de abril.

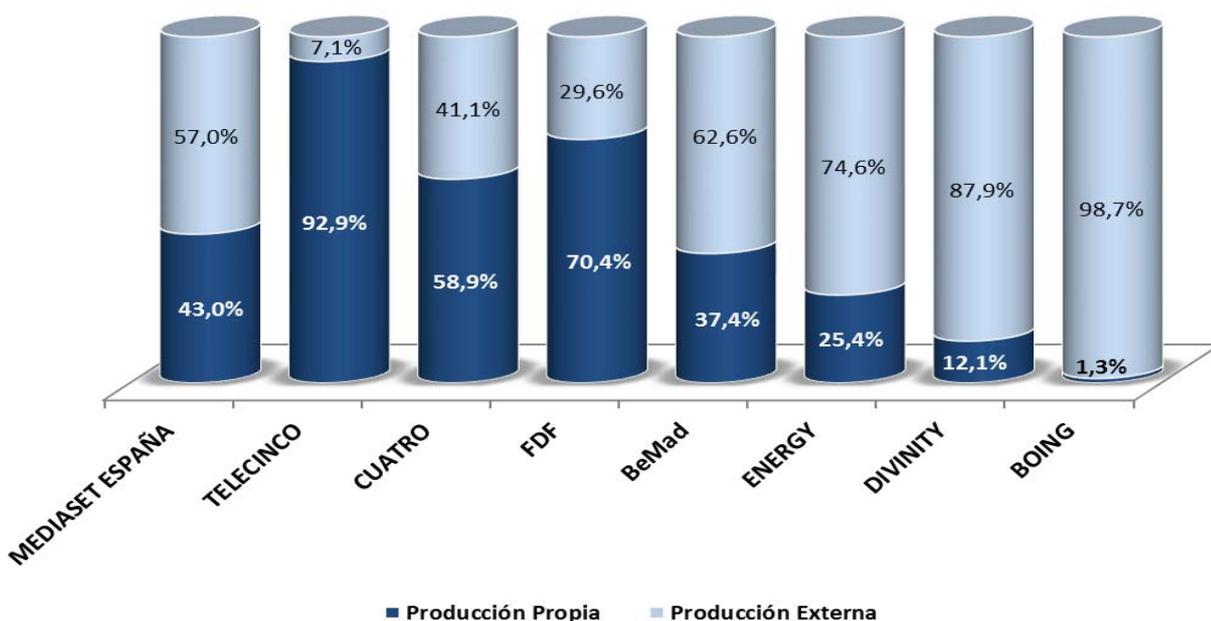
El grupo **Mediaset España**, ha destinado en 2016, un **43,0%** de sus horas de emisión a la **producción propia** y el **57,0%** a **derechos de terceros**, en comparación con el **45,6%** y el **54,4%** del mismo periodo 2015, respectivamente. El incremento del consumo de los derechos a terceros, se debe fundamentalmente a su nuevo canal **Be Mad**.

TELECINCO, en el mismo periodo 2016, destinó el **92,9%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, y el **7,1%** a la **producción externa** en línea con el mismo periodo 2015, (**91,5%** producción propia y **8,5%** externa).

CUATRO asignó un **58,9%** de su parrilla a la **producción propia** y un **41,1%** a la **producción de externa**, un **incremento de 6.4pp** en la **producción propia** en comparación con el mismo periodo 2015 (52,5% producción propia y 47,5% producción externa).

Los canales **Telecinco** y **Cuatro**, de forma conjunta, **destinan el 76,6%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, frente al **23,4%** de la producción ajena. En **2015**, el consumo conjunto de los canales fue del **73,0%** de **producción propia**, esto es un **incremento de 3.6pp** en 2016.

En cuanto a los demás canales, para el **2016** la **distribución de la producción ha sido la siguiente**: **FACTORIA DE FICCIÓN** dedicó un **70,4%** de **producción propia** frente a un **29,6%** de **derechos de terceros**, el canal **BOING** dedica la mayor parte de su parrilla a los **derechos a terceros**, un **98,7%**, **DIVINITY** presenta un **12,1%** de **producción propia** y **87,9%** de **derechos de terceros**, **ENERGY** dedica un **25,4%** de la parrilla a la **producción propia** y un **74,6%** a la **producción externa**. El nuevo canal, **BE MAD**, asigna el **37,4%** de su parrilla a la **producción propia** y el **62,6%** a los **derechos a terceros**.



1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

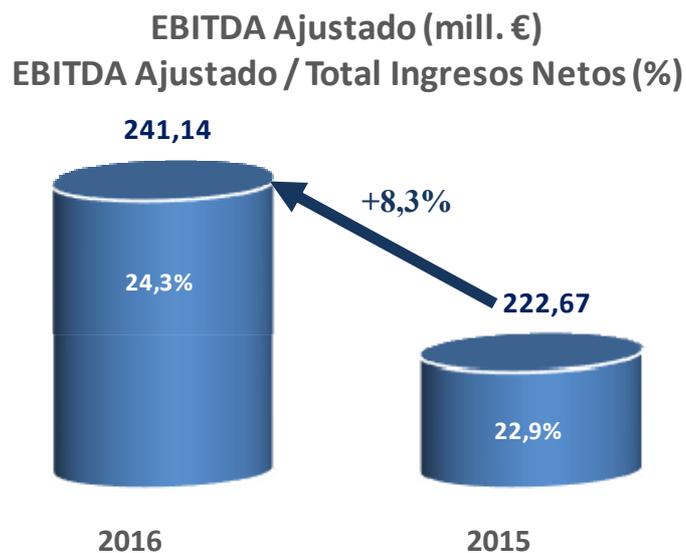
Mediaset España registra un **resultado bruto de explotación, EBITDA ajustado**, de **€241,14 millones** en **2016**, esto es un **incremento de €18,47 millones (+8,3%)** en comparación con el mismo periodo 2015 (€222,67 millones). El **margen EBITDA ajustado** en 2016, es del **24,3% sobre los ingresos totales netos**, lo que supone una mejora de **1,4pp** respecto del mismo periodo 2015 (22,9%).

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€224,44 millones**, lo que supone un incremento de **€19,26 millones, (+9,4%)**, comparado con el mismo periodo 2015, y un margen del **22,6% sobre el total ingresos Netos**, **1,5pp** mejor que el mismo periodo 2015 (21,1%).

Mediaset España presenta sus mejores márgenes desde **2009**.

Tabla 4: Márgenes

	2016	2015
Total ingresos netos	991,98	971,93
EBITDA ajustado	241,14	222,67
Margen EBITDA Ajustado	24,3%	22,9%
EBIT	224,44	205,18
Margen EBIT	22,6%	21,1%
Beneficio Neto	171,00	166,17
Margen Beneficio Neto	17,2%	17,1%
Beneficio Neto Ajustado	175,72	166,17
Margen Beneficio Neto Ajustado	17,7%	17,1%



1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero, en **2016**, supone un gasto de **€0,11 millones**.

Las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**¹, 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.

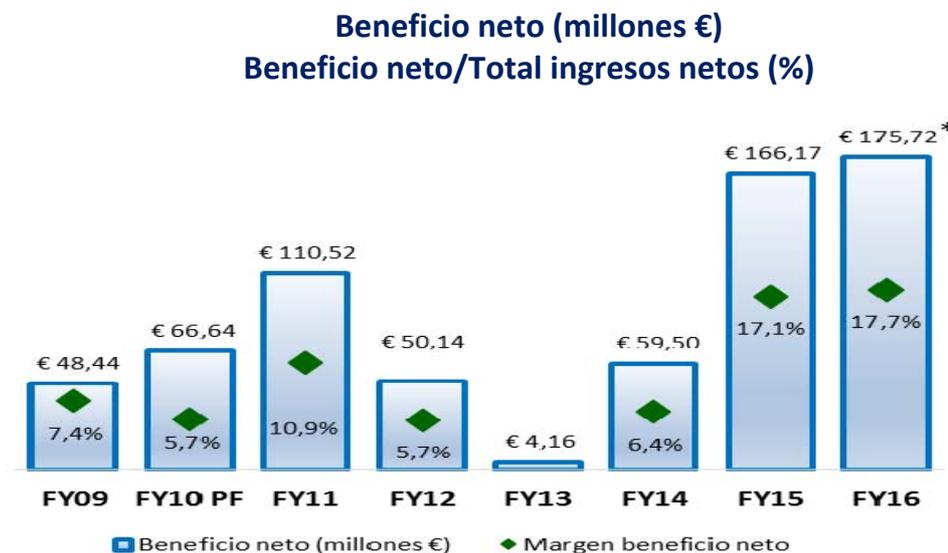
La diferencia con el resultado del año anterior (**€13,90 millones**), se debe principalmente, por un lado al **exit** de la **Nevera Roja** y por otro, a los **ingresos contingentes** de **Telefónica** tras la compra de la participación de **Prisa en DTS**.

1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos**, del 2016, es de **€225,82 millones**, en comparación con los €219,14 millones del mismo periodo 2015, un **incremento de €6,68 millones** en el periodo **(+3,0%)**.

El **resultado neto después de impuestos**, suma en 2016, un total de **€171,00 millones** y el **resultado neto ajustado €175,72 millones**, éste **excluye el ajuste** por el cambio en la fiscalidad del **Impuesto de Sociedades**, y es un **incremento respecto de 2015 de €9,49 millones (5,7%)**.

Mediaset España incrementa el **margen del beneficio neto ajustado**, sobre ingresos netos totales, hasta el **17,7%, +0,6pp** en comparación con 2015.



* Beneficio Neto Ajustado

¹ 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** del 2016 asciende a **€242,50 millones**, lo que supone un incremento de **€23,82 millones** respecto del 2015 (€218,68 millones).

Al **cierre de 2016**, la compañía tiene una posición de caja neta de **€177,45 millones**, después de una **remuneración al accionista** en el año de **€258,80 millones (€176,40 millones en dividendos)**, abonados el 19 de abril y **€91,40 millones en recompra de acciones**, entre los meses de enero y febrero).

Mediaset España consigue una tasa de **conversión a caja del 100,6%: Free Cash Flow** (€242,50 millones) a **EBITDA** (€241,14 millones), poniendo de nuevo de manifiesto, la buena conversión del margen bruto (EBITDA) a caja, lo que es una de las **características más distintiva del modelo de negocio de la compañía**.

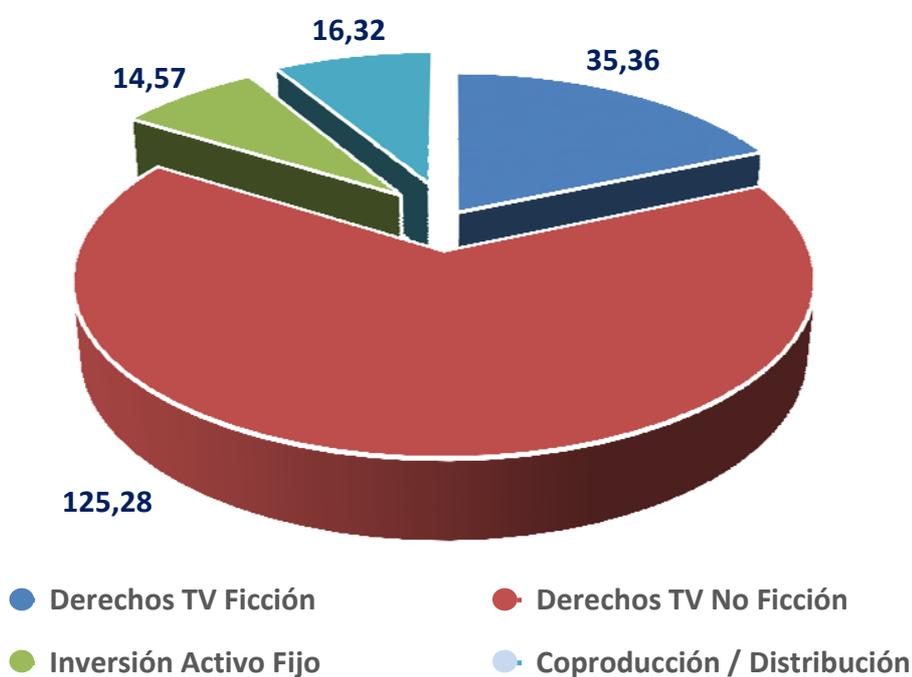
Tabla 5: Cash Flow

	2016	2015	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	170,73	165,95	4,77
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	223,38	222,21	1,16
- Consumo Derechos	205,45	205,16	0,30
- Amortizaciones	17,92	17,06	0,86
Provisiones	(6,17)	0,05	(6,21)
Otros	18,12	32,29	(14,17)
CASH FLOW OPERATIVO	406,06	420,51	(14,45)
Inversión en Derechos	(176,95)	(178,19)	1,24
Inversiones, otras	(14,57)	(15,04)	0,47
Variación Fondo de Maniobra	27,97	(8,60)	36,56
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	242,50	218,68	23,82
Compra acc. Propias	(91,40)	(238,59)	147,19
Movimientos Patrimonio	1,46	1,10	0,37
Inversiones/Desinversiones financieras	(2,69)	(9,05)	6,36
Dividendos cobrados	2,57	2,10	0,47
Pago de Dividendos	(167,40)	(47,54)	(119,86)
Variación Neta de Tesorería	(14,96)	(73,30)	58,34
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	192,41	265,71	(73,30)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	177,45	192,41	(14,96)

La inversión neta total, a 31 de diciembre 2016 alcanzó los **€191,52 millones** (frente a los €193,23 millones en 2015).

En 2016, **Mediaset España**, invirtió un total de **€125,28 millones** en derechos de terceros, **€35,36 millones** en series de **ficción nacional**, **€16,32 millones** en **co-producciones/distribución cinematográficas** y **€14,57 millones** en **activos fijos tangibles e intangibles**

Inversión Neta 2016
191,52 millones €



3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

	Diciembre 2016	Diciembre 2015
Inmovilizado	580,92	581,11
- Inm. Financiero	321,06	317,82
- Otro Inmovilizado	259,86	263,29
Derechos y Anticipos	171,90	201,24
- Terceros	132,45	163,82
- Ficción	20,58	22,80
- Coproducción / Distribución	18,87	14,62
Impuesto Anticipado	112,95	134,51
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	865,77	916,86
Activo corriente	243,67	257,74
Activo financiero y tesorería	193,26	211,55
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	436,93	469,29
TOTAL ACTIVO	1.302,70	1.386,15
FONDOS PROPIOS	983,29	1.069,90
Provisiones	9,15	10,39
Acreedores no corrientes	11,84	8,48
Pasivo financiero no corriente	13,66	7,54
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	34,66	26,41
Acreedores corrientes	282,59	278,22
Pasivo financiero corrientes	2,16	11,61
TOTAL PASIVO CORRIENTE	284,75	289,84
TOTAL PASIVO	1.302,70	1.386,15

Mediaset España presenta un **sólido balance**, con un **ratio de liquidez de 1.53x**, lo que ofrece **una gran flexibilidad** a la compañía de cara a la **aplicación de su estrategia de contenidos** y permite **priorizar la remuneración a sus accionistas**.

La **disminución** de los **Fondos Propios** de la compañía en **2016 es de €86,61 millones**, lo que **se debe**, fundamentalmente al **programa de recompra de acciones** de la compañía (**€91,40 millones**), llevados a cabo en el periodo.

El **19 de abril Mediaset España** abono un **dividendo de €167,4 millones**, a cuenta del beneficio 2015, lo que representa un **pay-out del 100.7%** y una **ganancia por acción de €0,50**.

4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

4.1 Consumo Televisión

Años	2016 Promedio Diario Consumo TV (minutos)			2016 Espectadores Tv ('000)
	Lineal	No lineal *	Total Consumo TV	
2000	210		210	5.642
2001	208		208	5.664
2002	211		211	5.759
2003	213		213	5.830
2004	218		218	6.170
2005	217		217	6.210
2006	217		217	6.275
2007	223		223	6.506
2008	227		227	6.691
2009	226		226	6.848
2010	234		234	7.149
2011	239		239	7.319
2012	246		246	7.513
2013	244		244	7.401
2014	239		239	7.366
2015	234	3	237	7.249
2016	230	3	233	7.111

El promedio diario de consumo televisivo, lineal y no lineal, en 2016 fue de 233 minutos, tres horas y cincuenta y tres minutos por día y persona.

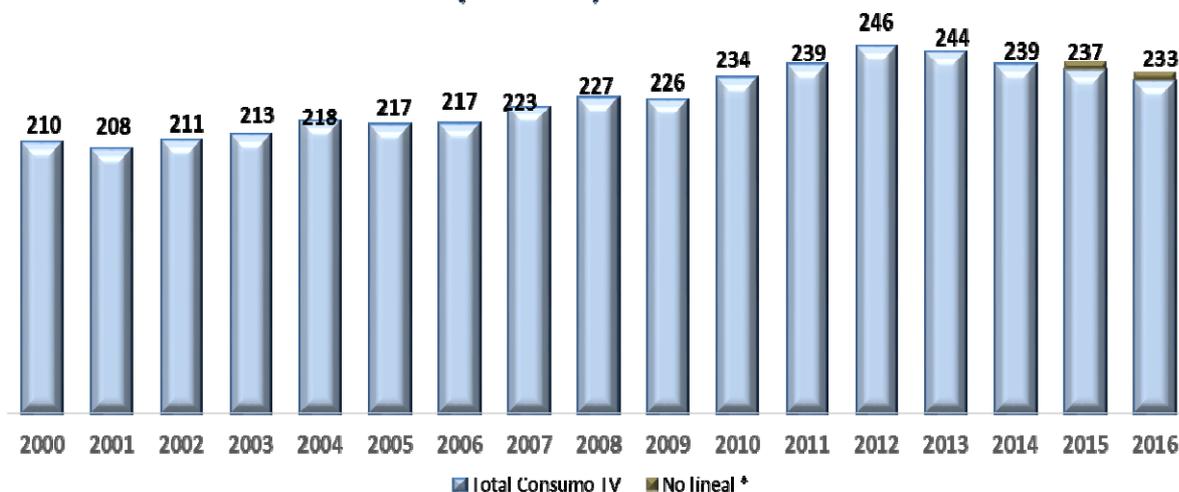
El consumo lineal TV se mantiene elevado, con 230 minutos por persona/día en comparación a los niveles pre-crisis, (223 minutos por persona/día en 2007) y representa un 98,7% del total del promedio del consumo televisivo. El promedio diario de espectadores en 2016 fue de 7,1 millones.

El consumo no lineal* de televisión en 2016 asciende a 3 minutos y representa un 1,3% del promedio diario de consumo televisivo.

Fuente: ComScore

*No Lineal Es el consumo dentro de los 7 días siguientes a la emisión. No hay mediciones anteriores.

2016 Consumo TV (minutos)



² Fuente: Kantar Media

4.2. Audiencias grupo ³

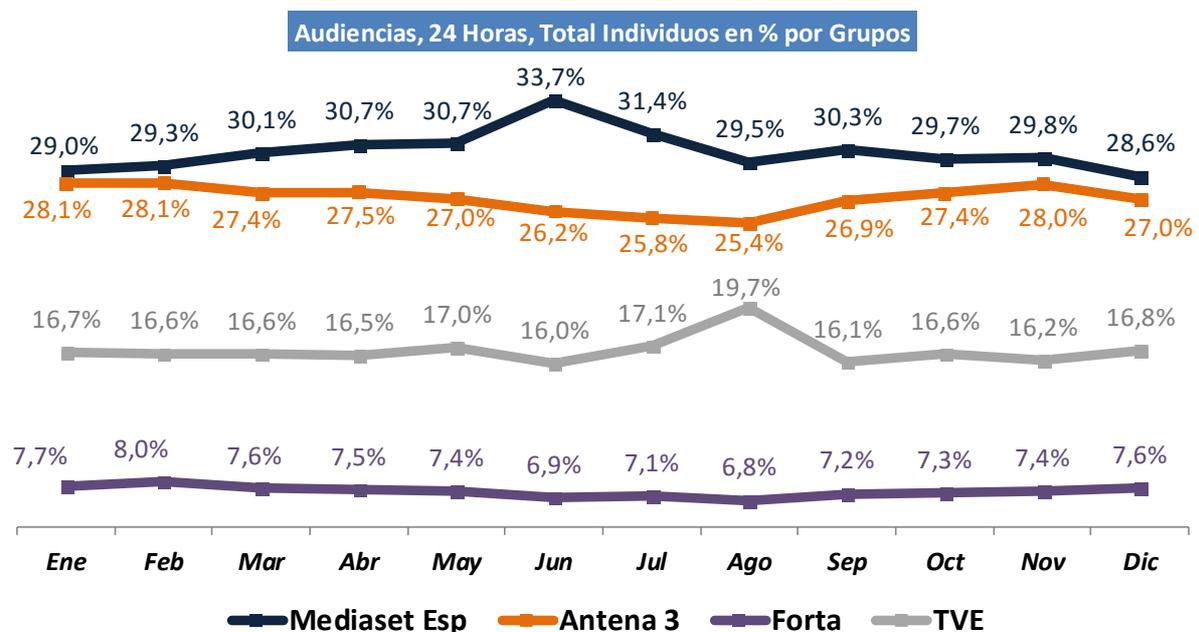
Tabla 7: Audiencia media Mediaset España 2016

		2016	2015
Total Individuos	Total Día	30,2%	31,0%
	PRIME TIME	30,1%	29,9%
	DAY TIME	30,2%	31,5%
Target Comercial	Total Día	31,7%	33,1%
	PRIME TIME	31,1%	31,2%
	DAY TIME	32,0%	33,9%

Mediaset España obtuvo, en 2016, una audiencia del **30,2%** en total individuos total día, esto es **3,1 pp** por delante de su inmediato competidor.

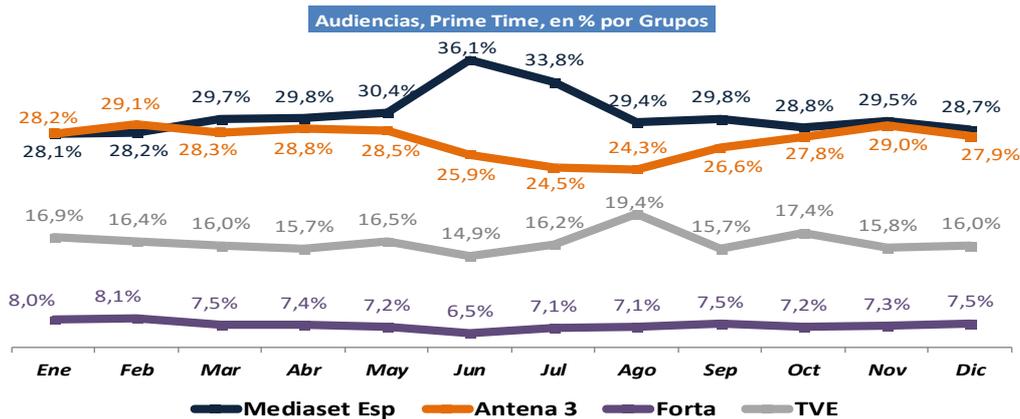
El grupo **Mediaset España** además lidera audiencias en **Total día por 32º meses consecutivos**, y es el **grupo de comunicación preferido por los jóvenes (13-24 años)** con una audiencia del **37,6%**, liderando este grupo de edad **por quinto año consecutivo**, donde supera en **8.1pp** a su inmediato competidor (**29,5%**). También lidera en **mujeres (16-44)** con un **36,0%** y el grupo **infantil (4-12)** con una audiencia del **31,2%**.

En relación a la cuota de audiencia en **target comercial**, **Mediaset España** alcanza el **31,7%** en **total individuos total día** en 2016, lo que la sitúa **+1,8 pp** por delante de su **inmediato competidor** (29,9%). Mediaset España es líder indiscutible en el target Comercial en la franja **Day Time** con una cuota del **32,0%**, que es **2,8pp superior** al segundo mejor operador (29,2%).



En **Prime Time**⁴, **Mediaset España** registra en 2016, un **30,1%** de audiencia en **Total Individuos** lo que supone un **incremento de +0,2 pp** respecto del 2015 (29,9%), **liderando audiencias por tercer año consecutivo** en esta franja. Es además **el mejor dato histórico para Mediaset España**, que además registra **la mayor ventaja jamás conseguida (2,5pp)** sobre su inmediato competidor.

En **target comercial**, **Mediaset España** registra en 2016 una cuota del **31,1%**, una disminución de 0,1pp respecto del 2015.



4.3. Audiencia de los canales principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período 2016

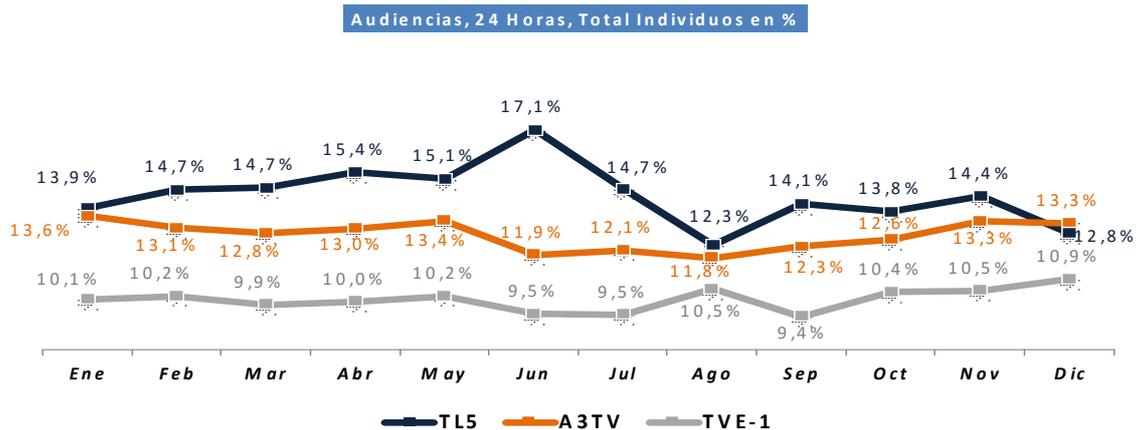
		TL5		CUATRO	
		2016	2015	2016	2015
Total Individuos	Total Día	14,4%	14,8%	6,5%	7,2%
	PRIME TIME	15,4%	15,2%	6,2%	6,4%
	DAY TIME	14,0%	14,6%	6,7%	7,5%
Target Comercial					
	Total Día	13,8%	14,4%	7,6%	8,2%
	PRIME TIME	14,3%	14,2%	7,8%	7,7%
	DAY TIME	13,6%	14,5%	7,5%	8,5%

En total día total individuos, el canal **Telecinco** alcanza una **audiencia, en 2016, del 14,4**, lo que supone una **ventaja de 1,6pp** sobre su inmediato competidor, siendo además el canal **más visto por quinto año consecutivo**.

En **Target comercial** obtiene un **13,8%** en **total día total individuos**, y es el canal que **lidera en más targets**.

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

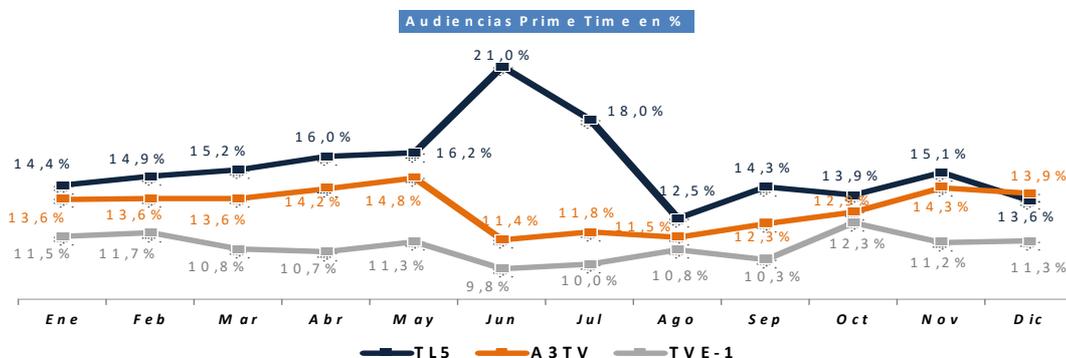
En 2016, el canal **Telecinco lideró 250 de los 365 días del año**, lo que supone un **68,3% de los días del año**. Además se encuentra en **primera posición dentro del ranking de programas más vistos**, con el partido de la **Euro2016, Croacia-España con 10.7 millones de espectadores (60,6% de cuota)**. La serie **“El Príncipe”** ha sido la **más exitosa de la televisión en 2016, con un promedio de 4,4 millones de espectadores (un 24,4% de audiencia)**. La serie **“La que se avecina”**, producción interna de **Mediaset España**, es la segunda serie más vista, con una **audiencia media de 22,4% y 3,7 millones de espectadores**, es además la serie con el **mejor target comercial en el año, un 25,9%**. Otros programas como **Got Talent, Gran Hermano y Supervivientes**, entre otros, consiguieron también **buenos registros de audiencia en 2016**.



En **“prime time” Telecinco**, obtiene una **audiencia del 15,4%**, su mejor registro en los últimos siete años con **2,2pp** de ventaja sobre su inmediato competidor.

El canal **Telecinco** es el **único canal que mejora su dato de audiencia de prime time en 2016**, además de obtener los **mejores registros entre los millennials**, con una audiencia del **15,8%**, en esta franja, en comparación al **13,7%** del operador con el **segundo mejor registro**, una ventaja de **+2.1pp**.

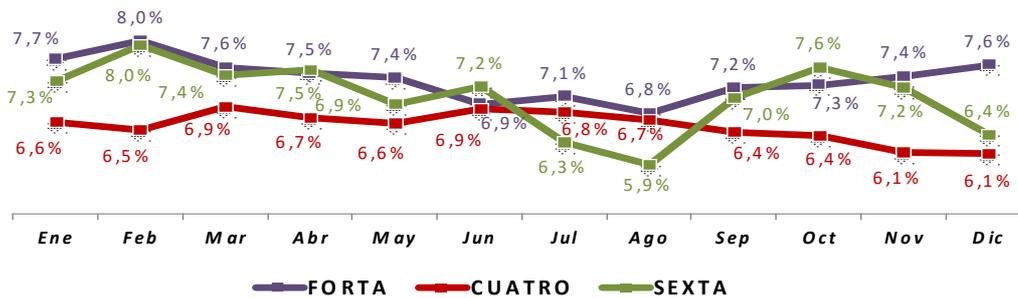
En **Target Comercial de Telecinco en Prime Time** es del **14,3% en 2016**, una subida de **+0,1pp** respecto del 2015 (14,2%).



En total día Cuatro, consigue una cuota de audiencia del **6,5%** y un **7,6%** en target comercial, en 2016.

Cuatro es el **tercer canal** entre los **millennials**, 13-34 años; con una audiencia del **7,6%** frente al **5,9%** de su **inmediato competidor**, la distancia es **incluso mayor** en la franja de edad de **13-24 años**, donde **Cuatro** registra un **7,7%** de audiencia frente al **4,6%** del **segundo mejor registro**, una diferencia de **+3,1pp**.

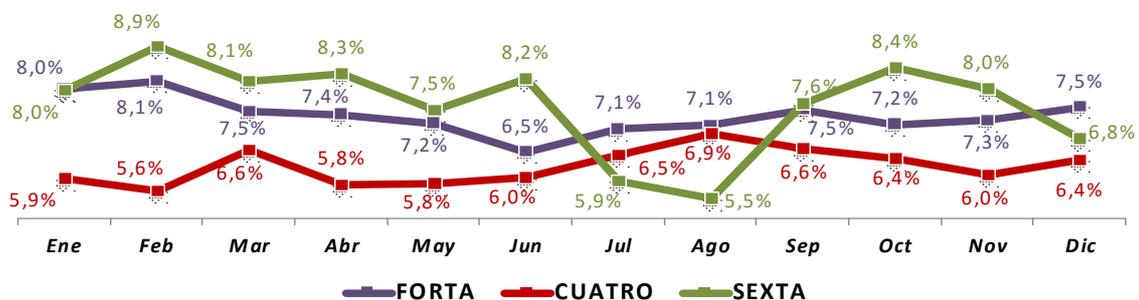
Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



En Prime time, el canal **Cuatro** alcanza una audiencia del **6,2%** y un **target comercial del 7,8%** en 2016.

Algunos de sus programas de más éxito, en este periodo, fueron: **“First Dates”**, que consigue un **8,5%** de audiencia y **1,4 millones de espectadores** y **“Granjero busca esposa”** con un promedio de audiencia de **8,2%** audiencia. El **programa más exitoso** del canal **Cuatro** en 2016 fue **“9 meses con Samantha”**, que registra una audiencia del **11,1%** y **2,0 millones de espectadores**.

Audiencias Prime Time en %



4.4. Audiencia canales targetizados

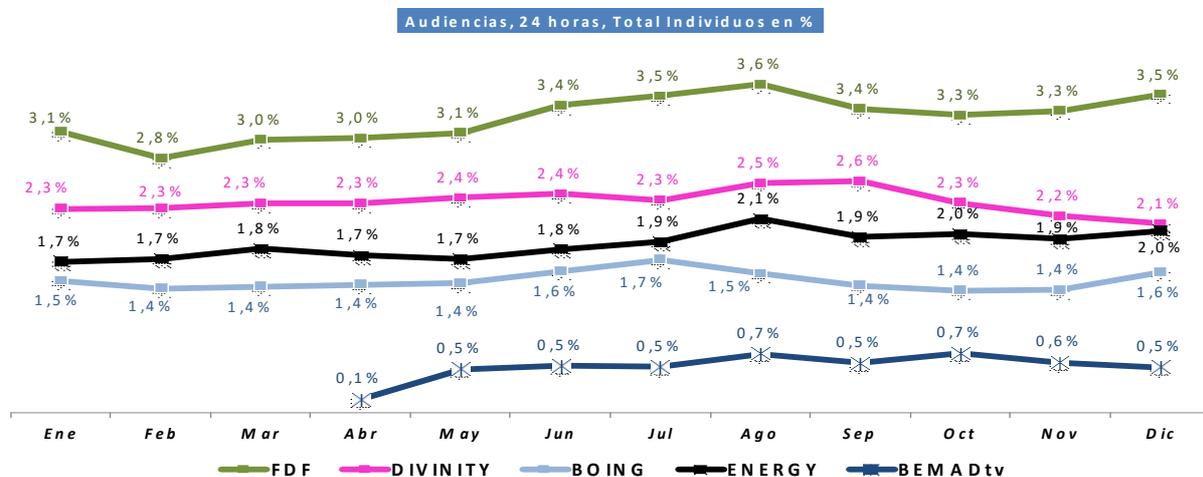
Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación 2016

2016			
		Total Individuos	Target Comercial
FDF	Total Día	3,2%	3,9%
	PRIME TIME	2,8%	3,2%
DIVINITY	Total Día	2,3%	2,9%
	PRIME TIME	2,1%	2,4%
BOING	Total Día	1,5%	0,9%
	PRIME TIME	1,2%	0,8%
ENERGY	Total Día	1,9%	1,9%
	PRIME TIME	2,1%	2,1%
BEMADtv	Total Día	0,4%	0,5%
	PRIME TIME	0,3%	0,5%

*BeMad comenzó emisiones el 21 de abril 2016.

En **2016**, la audiencia de los canales de nueva generación, asciende al **9,3%**, mientras que consiguen un **Target Comercial** del **10,1%**, registros superiores a su inmediato competidor, **7,2%** y **9,2%** respectivamente.

El canal **FDF** alcanzó en 2016 una audiencia del **3,2%** en el **Total individuos**, mientras que en su **target de 13-24 años** registra una audiencia del **8,9 %** y para el **grupo 25-34** del **5,1%**. **Divinity** tiene una audiencia en su **target de mujeres 16-44** del **3,5%** mientras que en el **Total individuos** su audiencia es del **2,3%**. **Energy** obtiene una audiencia del **1,9%** 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 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 **0,5%**.



5. Internet

El **consumo de video por persona/día** (sólo PC) asciende en **2017 a 14,7 minutos** en el grupo total individuos y representa el 5,9% del promedio diario del consumo audiovisual. Este consumo alcanza **los 22,9 minutos persona/día** en el **grupo de 23-34 años**.

En **2016, Mediaset España** registró un promedio mensual de **10,6 millones de usuarios únicos** (multiplataforma), **194 millones de páginas vistas** y **91,6 millones de videos streamed**.

	Usuarios Únicos (000)	Páginas Vistas (millones)	Videos (000)
<i>diciembre 2016</i>	10.219	151	94.042
<i>noviembre 2016</i>	11.233	179	105.951
<i>octubre 2016</i>	10.584	194	107.159
<i>septiembre 2016</i>	10.943	172	89.285
<i>agosto 2016</i>	9.510	123	53.737
<i>julio 2016</i>	10.614	148	77.026
<i>junio 2016</i>	10.899	197	105.280
<i>mayo 2016</i>	9.803	223	108.966
<i>abril 2016</i>	11.107	231	94.796
<i>marzo 2016</i>	10.680	253	79.529
<i>febrero 2016</i>	10.883	250	93.859
<i>enero 2016</i>	10.599	205	89.478

Fuente: ComScore. Video sólo PC.

El **2016** ha sido un año muy positivo para la plataforma **OTT** de **Mediaset España, MiTele**, ya que ha llevado a cabo un **importante proceso de renovación**, tanto en el **aspecto tecnológico**, como en el **diseño de la web** así como la **mejora de las apps** (móvil, Tablet y Smart Tv), **y de los contenidos** que han sido actualizados a **formato HD**. La nueva **Mitele**, incluye nuevas funcionalidades como **control parental**, **cross device resume** y **listas de contenidos**, donde estos últimos permiten al usuario ver contenidos en otro momento. Además durante **2016, Mediaset España** ha lanzado la **emisión en directo de Boing**, tanto en **Mitele** como en la **web**. Estos **esfuerzos** ponen de manifiesto la **importancia que tiene para Mediaset España** que sus contenidos se encuentren **en un entorno multiplataforma**.

En cuanto a **internet**, el site **Telecinco.es** registra un **promedio de 7,6 millones de usuarios únicos** en 2016, muy por delante de su inmediato competidor, que suma **5,8 millones**. Por otro lado, **Cuatro.es** obtiene **2,9 millones** de usuarios únicos en el mismo periodo (fuente ComScore PC+Movil).

Las Apps de **Mediaset España** a finales del 2016, suman un total de **13,6 millones de descargas**, siendo las más populares: **Mitele con 5,9 millones** de descargas, **GH 3,4 millones** y **La Voz 1,8 millones**.

A finales del 2016, Mediaset España dispone de **180 cuentas activas** en las redes sociales: **Facebook, Twitter e Instagram**. La compañía registró en el periodo **49,4 millones de comentarios en 2016**, lo que **representa un 54,8%** sobre el total de los contenidos relacionados con la televisión, dato muy superior a su directo competidor.

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. **La app Mitele**, está presente en una parte importante del mercado de los **Smart TVs**.

Radioset registra a finales 2016 **1,0 usuarios únicos**, ocupando la cuarta posición dentro de las **radios digitales** con una **diferencia mínima** respecto de los puestos **segundo y tercero**.

6. *Media for Equity*

p

Mediaset España está trabajando con un número de **start-ups** a través de **acuerdos de Media for Equity**, llevados a cabo por **Ad4Ventures**, la empresa de Venture capital de Mediaset España. El objetivo de **Ad4ventures** es invertir en **las compañías más rentables** bajo criterios financieros y de inversión.

En 2016, **Ad4Ventures** cerró **5 nuevas inversiones** y actualmente maneja un portfolio de **10 compañías**, incluyendo, entre otras: **CornerJob, Deporvillage, Westwing y 21 Buttons**.

7. Hechos relevantes

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

Fecha	Hecho relevante
26/10/2016	Información financiera intermedia 3T2016.
03/10/2016	Nuevo Código interno de Conducta.
27/07/2016	Información financiera intermedia 2T2016.
04/05/2016	Información financiera intermedia 1T2016
20/04/2016	Cancelación de acciones
19/04/2016	Pago dividendo ordinario.
13/04/2016	Acuerdos adoptados en junta general ordinaria
11/03/2016	Propuesta de acuerdos y Convocatoria JGA.
25/02/2016	Propuesta reparto de dividendo. Informe anual sobre remuneración de consejeros Informe anual de gobierno corporativo Información financiera intermedia año 2015
23/02/2016	Finalización del plan de recompra de acciones.
22/02/2016	Recompra acciones propias 15-19 febrero 2016.
15/02/2016	Recompra de acciones propias 8-12 febrero 2016.
08/02/2016	Recompra de acciones propias 1-5 febrero 2016.
01/02/2016	Recompra de acciones propias 25-29 enero 2016.
25/01/2016	Recompra de acciones propias 18-22 enero 2016.
18/01/2016	Recompra de acciones propias 11-15 enero 2016.
11/01/2016	Recompra de acciones propias 4-8 enero 2016.
04/01/2016	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

- Departamento de Relación con Inversores:

Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

Email: inversores@mediaset.es

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