

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 1T2016

(enero – marzo)



MADRID
4 DE MAYO DE 2016



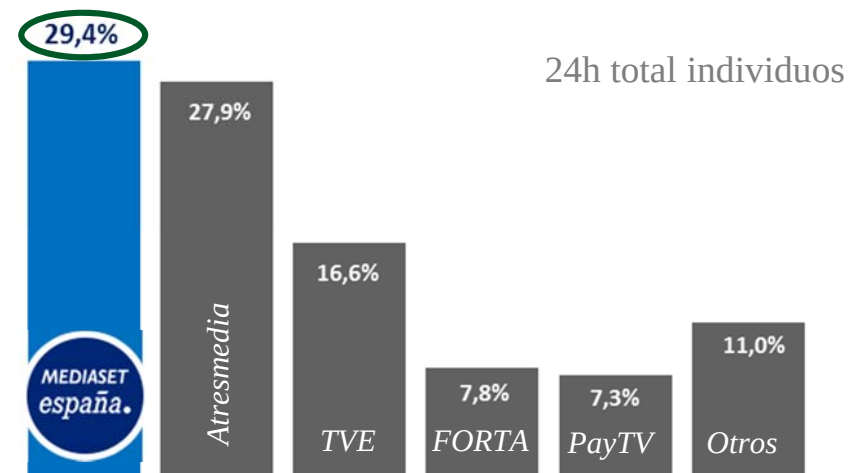
1T16 RESULTADOS FINANCIEROS

€ Millones	1T16	1T15	Var.
Total ingresos netos	230,7	220,7	4,6%
Total costes operativos	160,0	174,0	-8,1%
EBITDA adj*	70,8	46,7	51,6%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>30,7%</i>	<i>21,2%</i>	<i>+9,5pp</i>
EBIT	65,6	42,1	55,7%
<i>Margen EBIT</i>	<i>28,4%</i>	<i>19,1%</i>	<i>+9,3pp</i>
Beneficio neto	50,1	36,4	37,8%
BPA ajustado**	0,15 €	0,10 €	0,05 €
Free Cash Flow	67,6	49,6	18,0 €
Posición financiera	168,1	299,6	

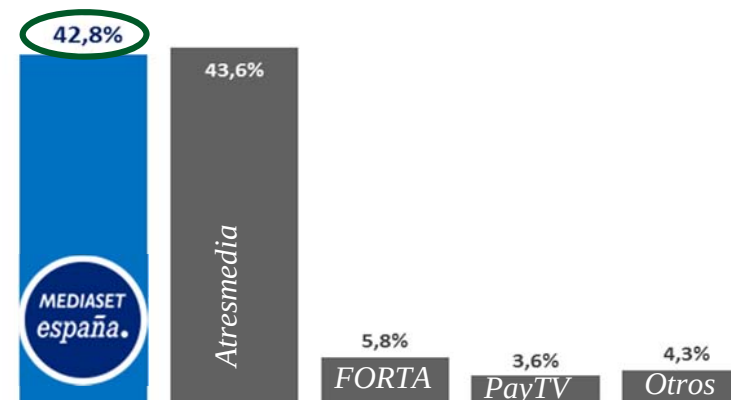
* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

** Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 31 de marzo

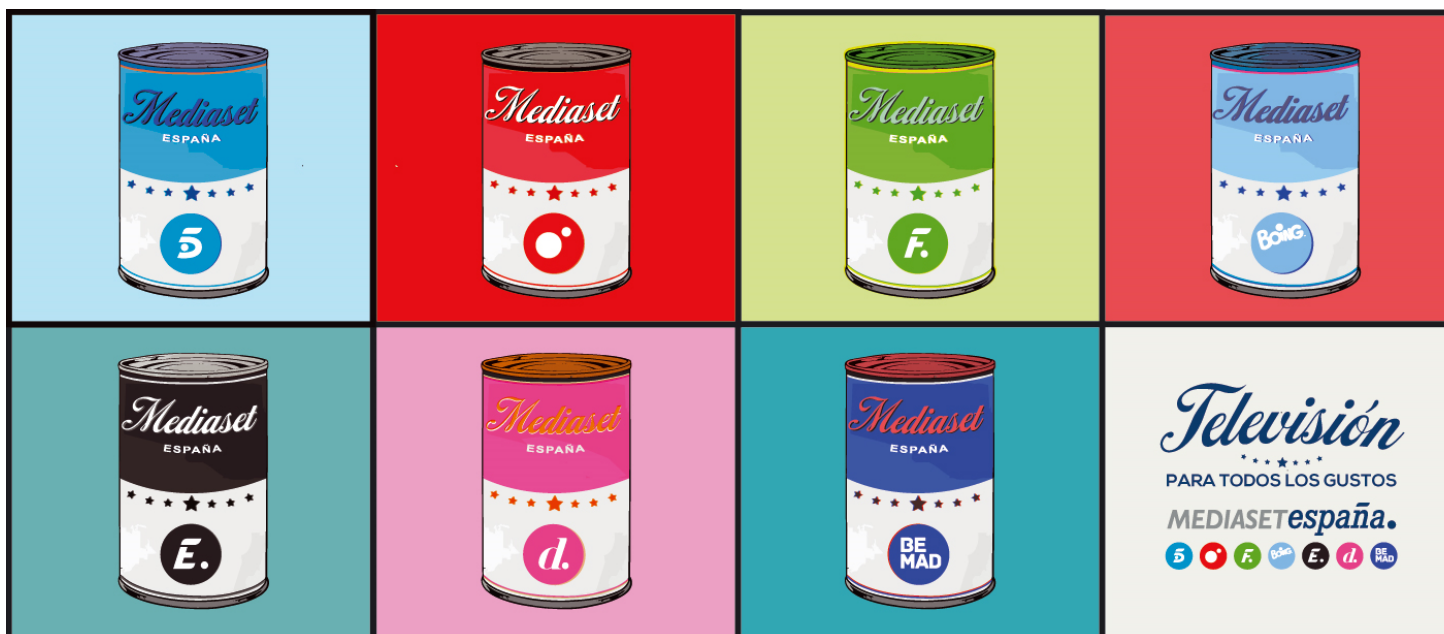
1T16 CUOTA DE AUDIENCIA



1T16 CUOTA MERCADO PUBLICITARIO



Fuente: Kantar media e Infoadex

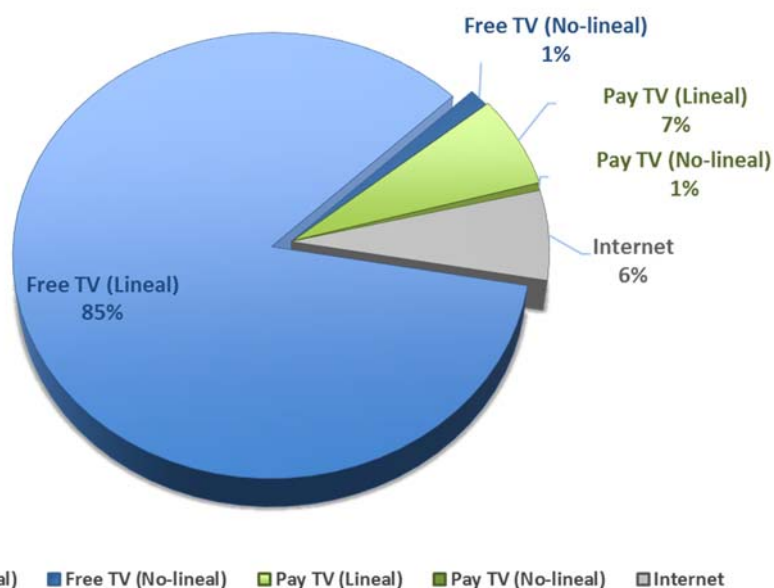


Televisión



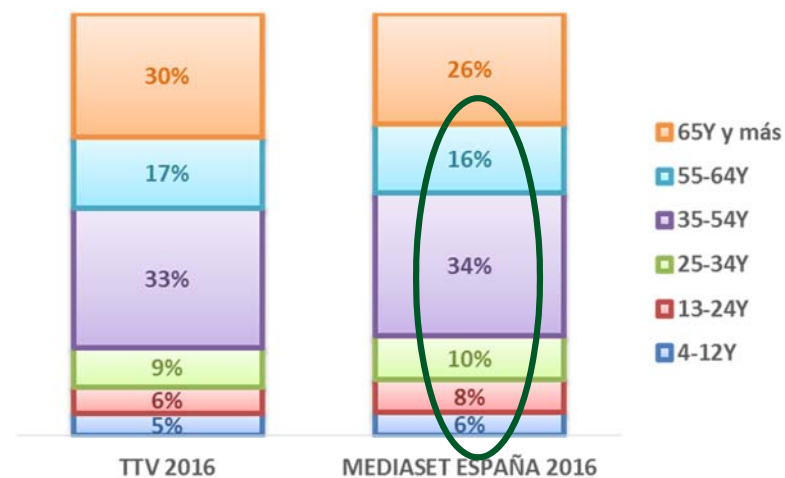
1T16 consumo audiovisual

Total consumo audiovisual (promedio de minutos por persona): *más*
del 86% del consumo es Free TV (Lineal+No-lineal+OTT)



Minutos por día	1T16
TOTAL	271
Free TV (lineal)	230
Free TV (no-lineal)	3,5
Pay TV (lineal)	18
Pay TV (no-lineal)	1,4
Internet video	17,6

Total consumo de TV por grupo de edades:



Fuente: Kantar media y ComScore
 (no incluye móviles)

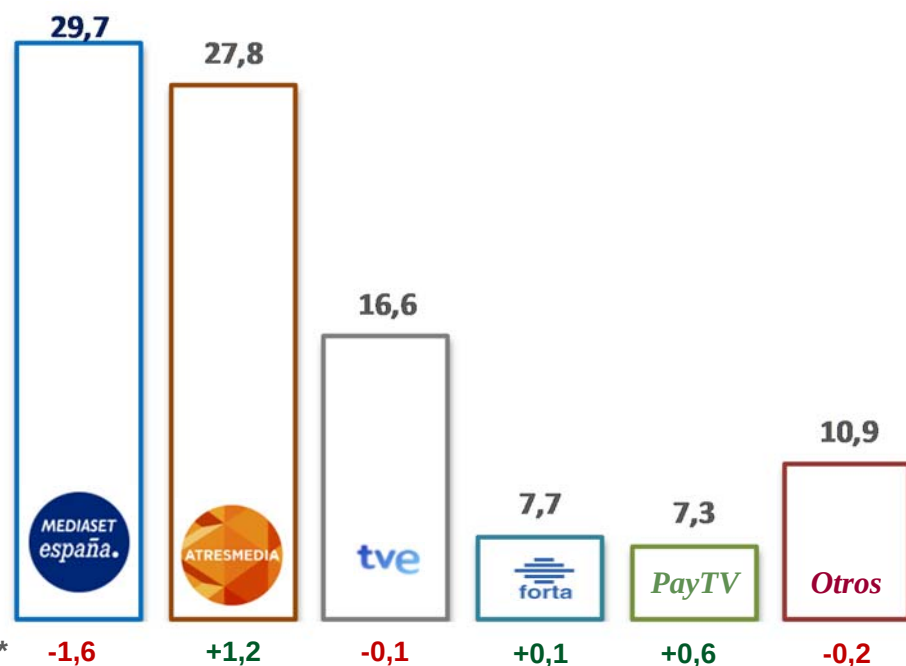


2016 audiencia*

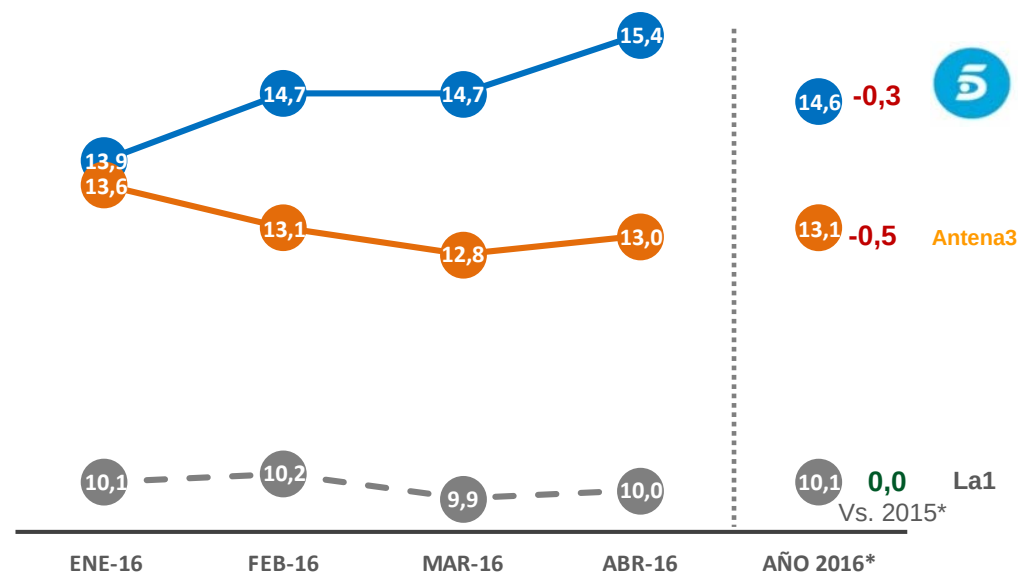
Al igual que su canal principal, Mediaset España es líder

Audiencia 24h
Total individuos

Cuota de audiencia hasta la fecha por grupos*



Cuota de audiencia hasta la fecha por canales*



Fuente: Kantar media

* Promedio audiencia 1 de enero – 30 de abril

2016: una nueva Aventura HD

Mediaset España lanza su séptimo canal



MAD PLANET



MAD INVESTIGATION



MAD HISTORY



MAD MECHANIC



MAD TRAVEL



MAD SCIENCE



MAD EXTREME



MAD FOOD



MAD MOVIES

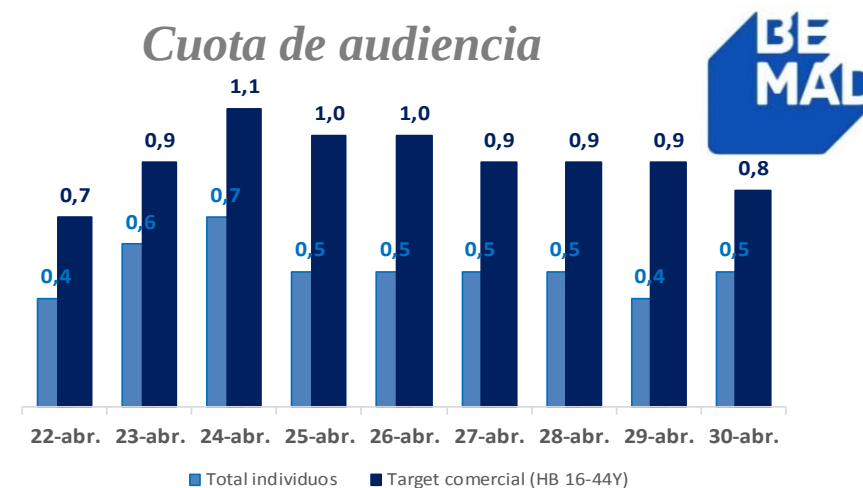


MAD MISTERY



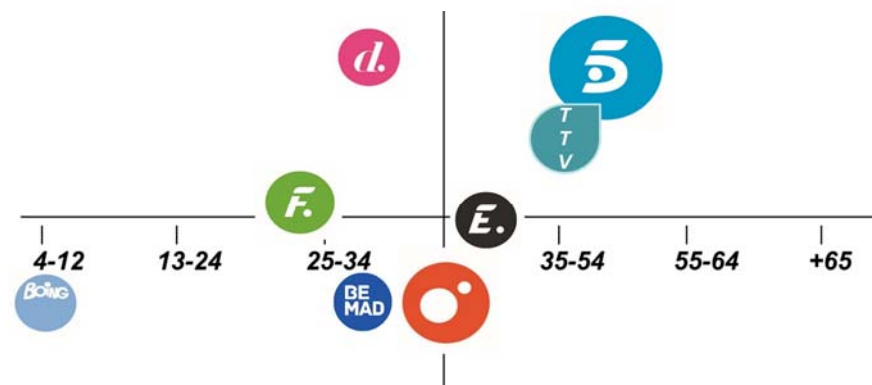
MAD NATURE

Cuota de audiencia



Posicionamiento de los canales de MES

Mujeres



Hombres

Fuente: Kantar media



Cine



2016: un arranque prometedor y un nuevo estreno a finales de año

Datos de taquilla 2016 a la fecha

Clasificación de las películas
españolas más vistas en 2016

Taquilla bruta(€)

- 1 Cien años de perdón 6,6m*
- 2 KIKI, el amor se hace 4,6m*
- 3 El pregón 1,8m
- 4 Julieta 1,7m*
- 5 Tenemos que hablar 1,3m



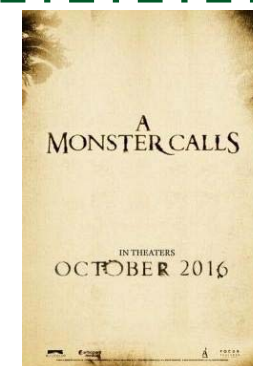
€ Millones

*Fuente: Rentrak a 3 de mayo de 2016

Taquilla histórica de películas españolas

		Taquilla bruta(€)	Año
1	8 apellidos vascos	57,7m	2014
2	Lo Imposible	42,3m	2012
3	8 apellidos catalanes	36,2m	2015
4	Los Otros	27,2m	2001
5	El Orfanato	25,0m	2007

*Estreno en
octubre 2016*



Internet

2016: marcando nuevos récords

*Promedio mensual de
browsers únicos de Mediaset
España 1T16 (en millones)*



*Total de descargas de app de
Mediaset España (en millones)*



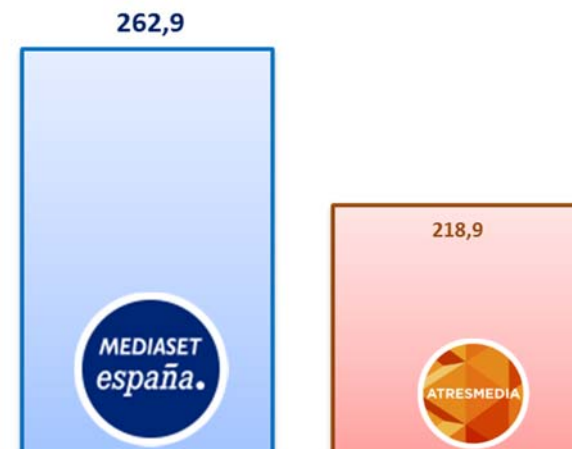
La OTT de Mediaset España



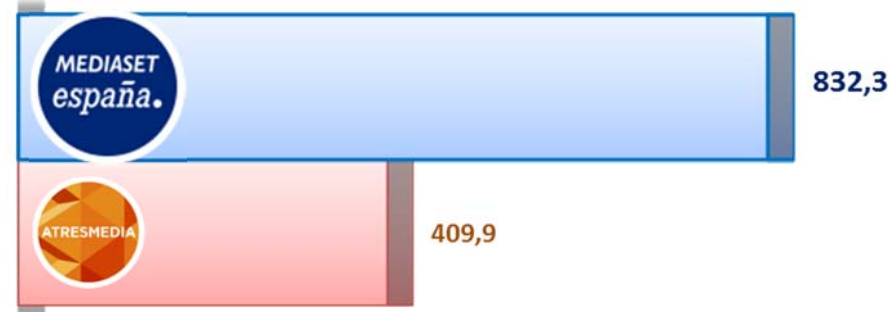
Mitele consigue un promedio mensual de 133,3 millones de vídeos servidos en el primer trimestre de 2016.

Más del 53% de los usuarios de Mitele son jóvenes de entre 15 y 34 años

*Millones de vídeos distribuidos en
1T16 en plataformas de TV*



*Millones de páginas visitadas en
1T16 en webs de TV*



Internet

2016: Mediaset España es líder en duración de visitas

<i>Vídeos vistos por compañía de medios</i>			<i>Minutos totales (millones)</i>	<i>Minutos por espectador único</i>	<i>Duración promedio de las visitas por compañía de medios</i>			<i>Minutos totales (millones)</i>	<i>Promedio de minutos por espectador único</i>
1			592	251	1			1.455	72
2			292	113	2			1.325	124
3			255	136	3			981	54
4			142	50	4			886	47
5			127	43	5			701	66

Fuente: ComScore e Omniture

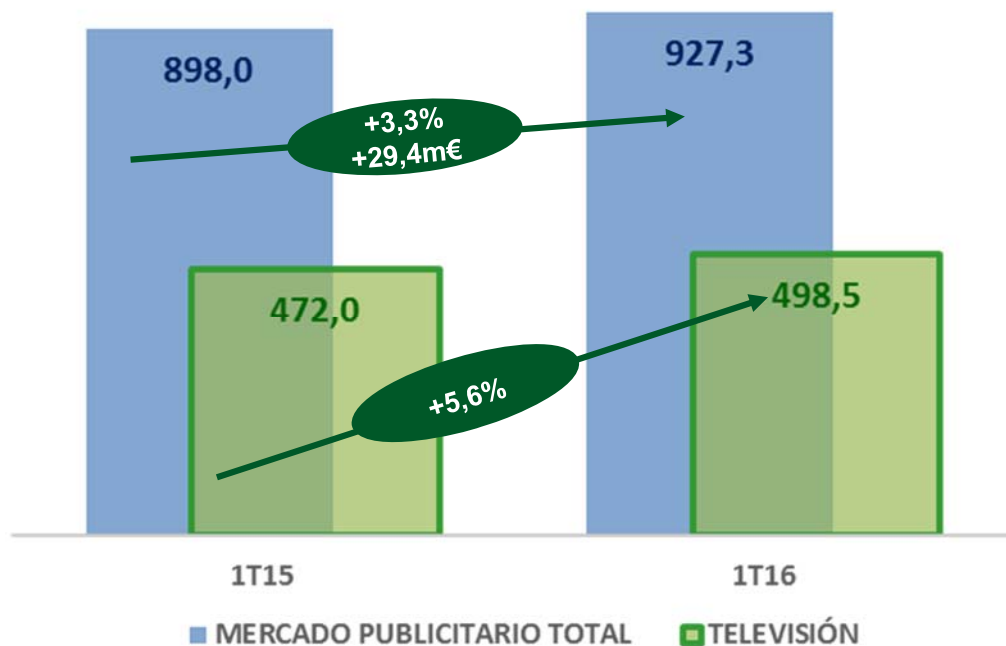
Datos: Marzo 2016



Publicidad

1T16 Total mercado convencional

Evolución de mercado publicitario convencional

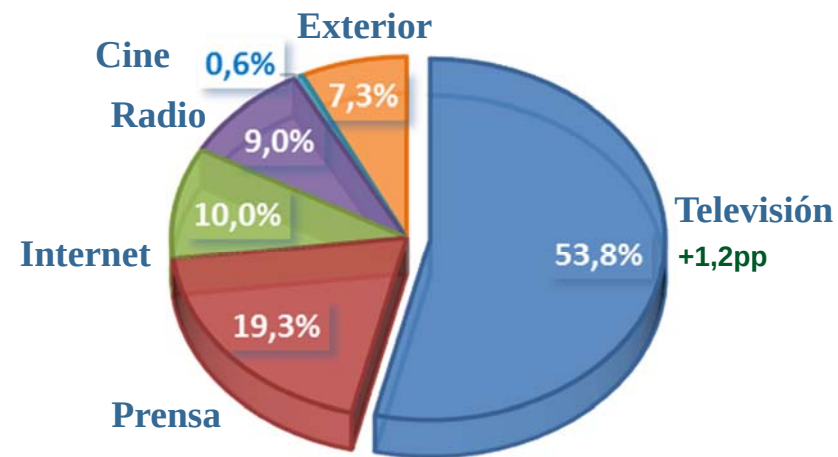


€ Millones

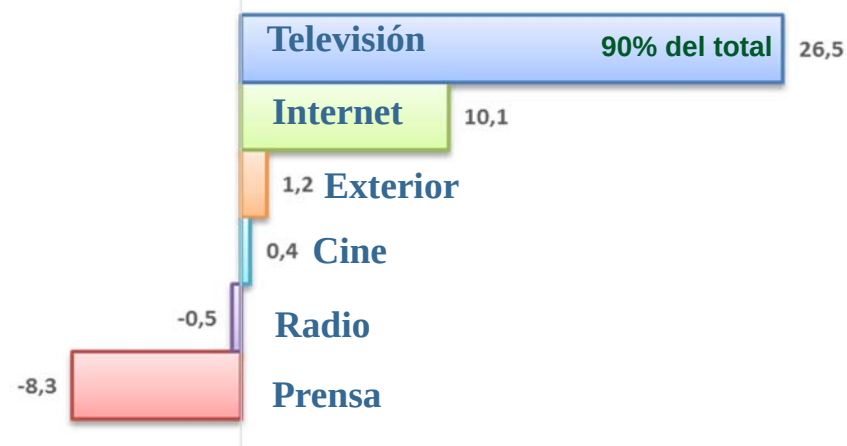
Fuente: Infoadex

Internet incluye solo formatos gráficos

Cuota de mercado por medio



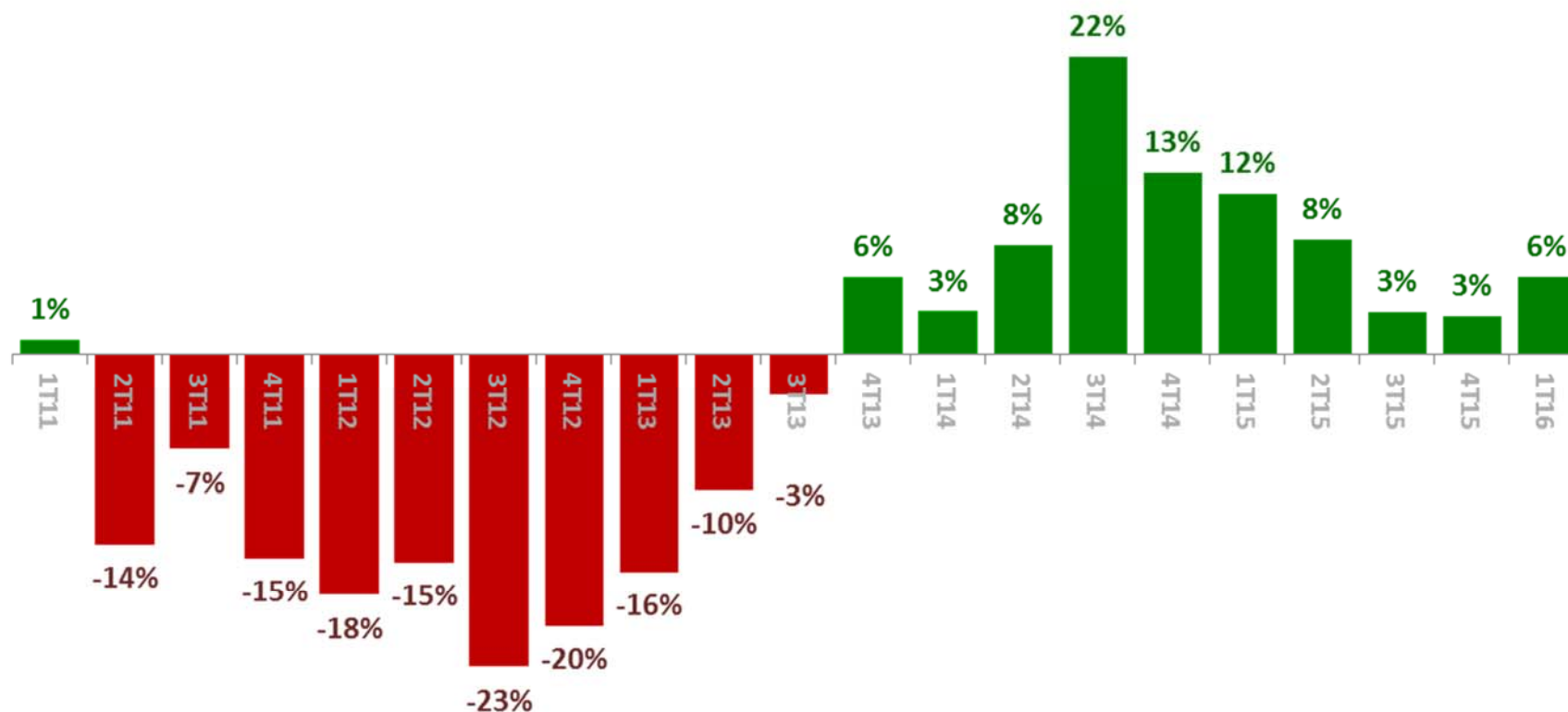
Evolución por medio 1T16 vs. 1T15 (m€)





Total Mercado publicitario TV

*Evolución de Mercado por trimestres 2011-2016**



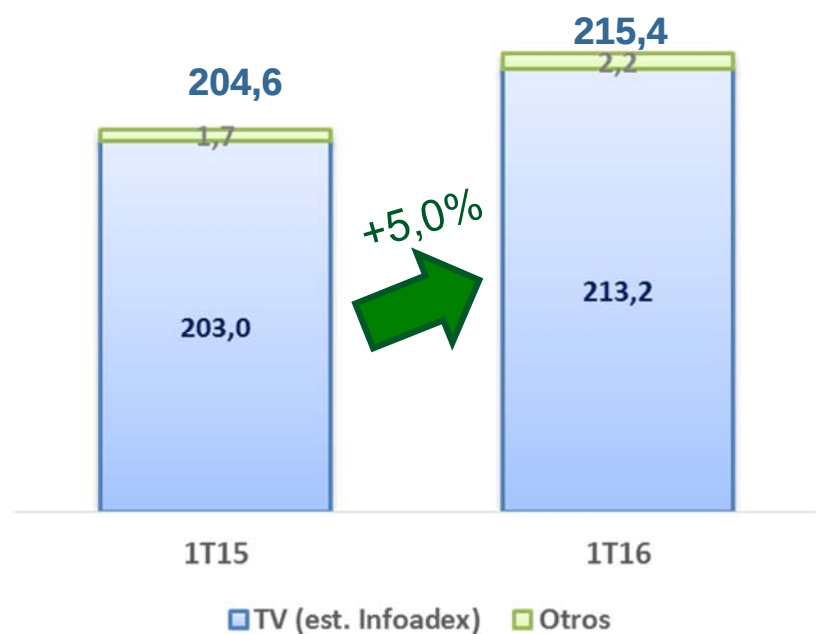
* Comparado con el mismo periodo del año anterior

Fuente: Infoadex

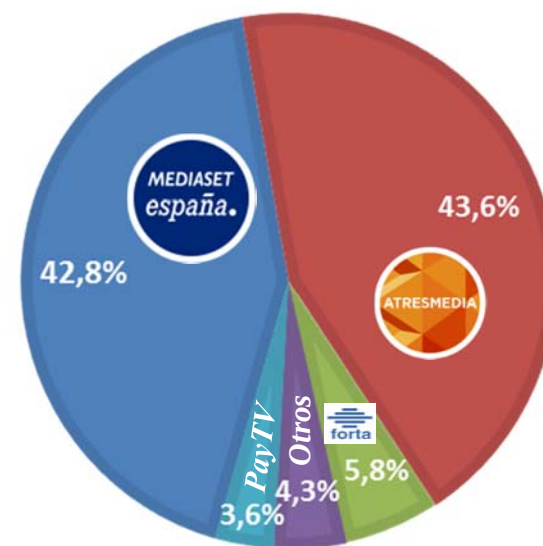


1T16 Ingresos publicitarios y cuota de mercado de MES

Ingresos publicitarios medios de Mediaset España



Cuota de mercado TV



MEDIASETespaña. Estrategia comercial TV

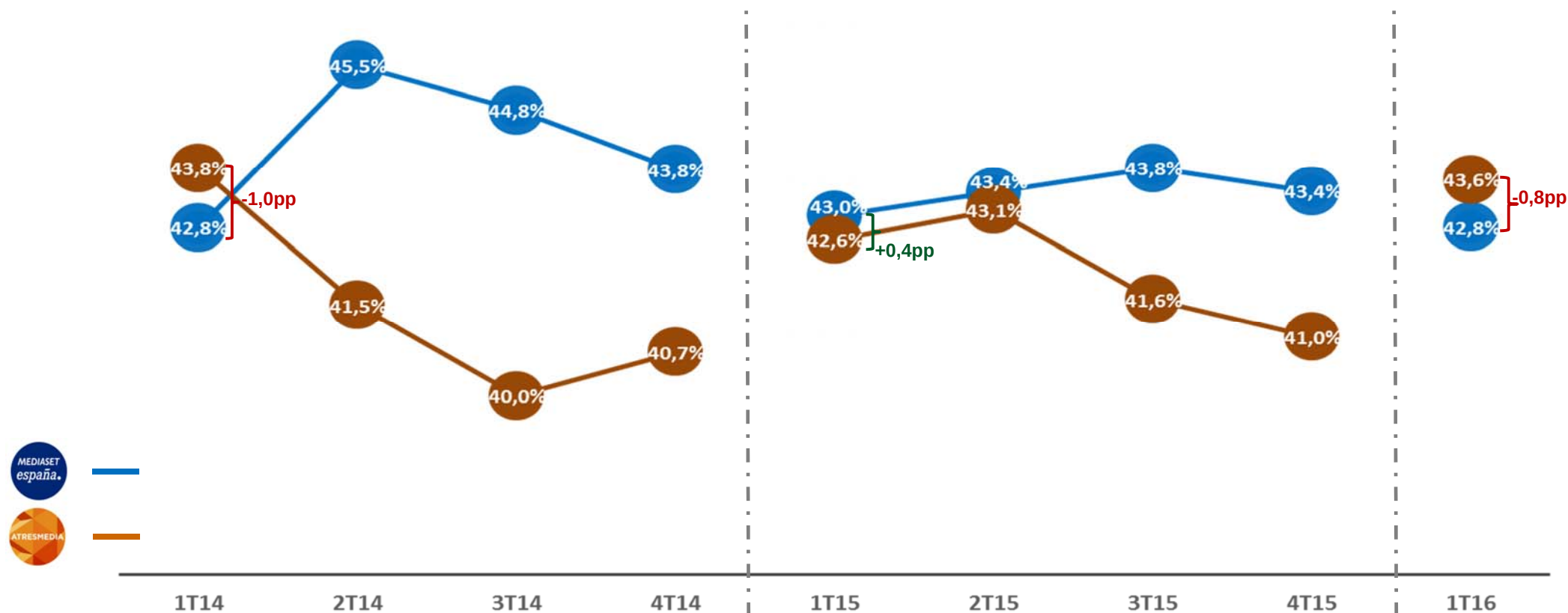
	Audiencia	Var %	Segundos	GRP (20'')	C/GRP's
1T16	29.4%	-6.7%	+13.7%	+2.8%	+2.3%

€ Millones

Fuente: Infoadex, Kantar media y Publiespaña

2014-16 evolución cuota de mercado TV por trimestres

Mediaset España incrementa cada trimestre la diferencia con su competidor



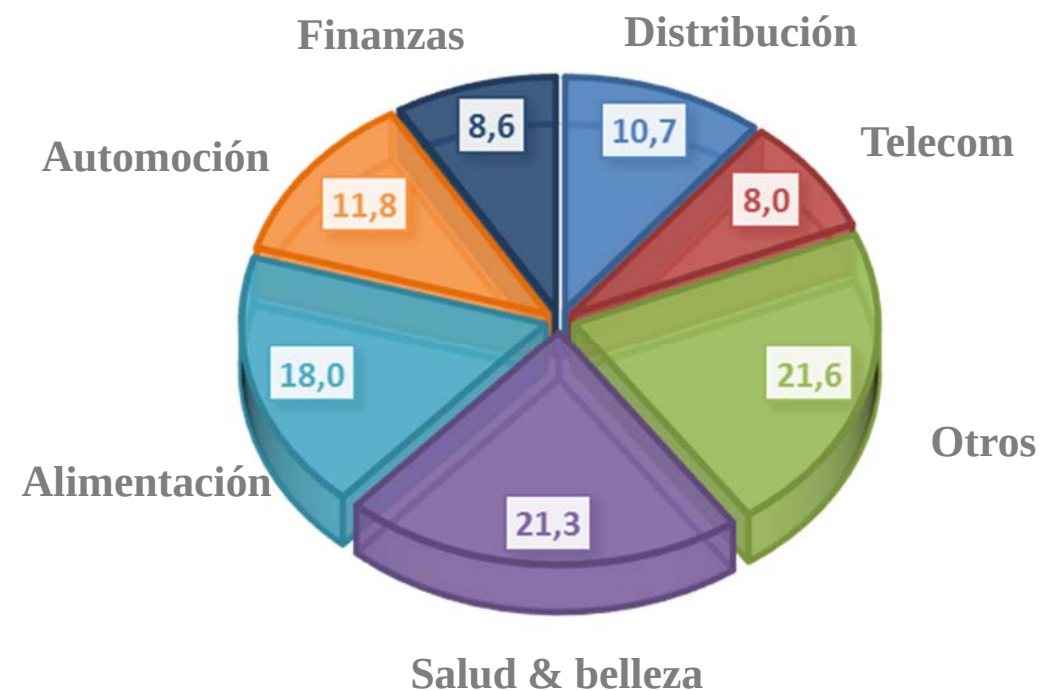
Fuente: Infoadex

* En el segundo y tercer trimestre 2014, Mediaset España tuvo los derechos del Mundial de fútbol

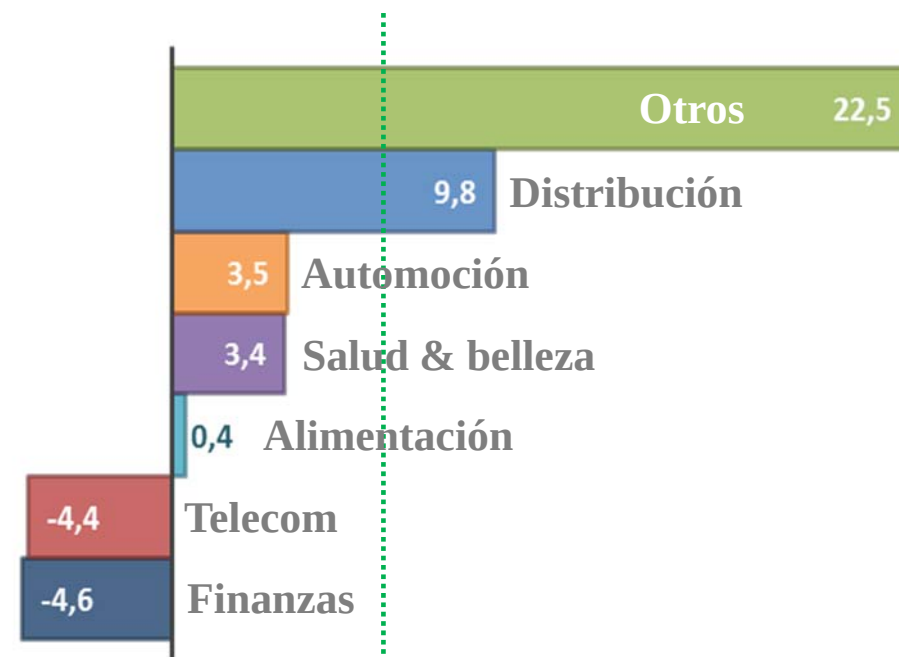


1T16 Mercado publicitario TV por sectores

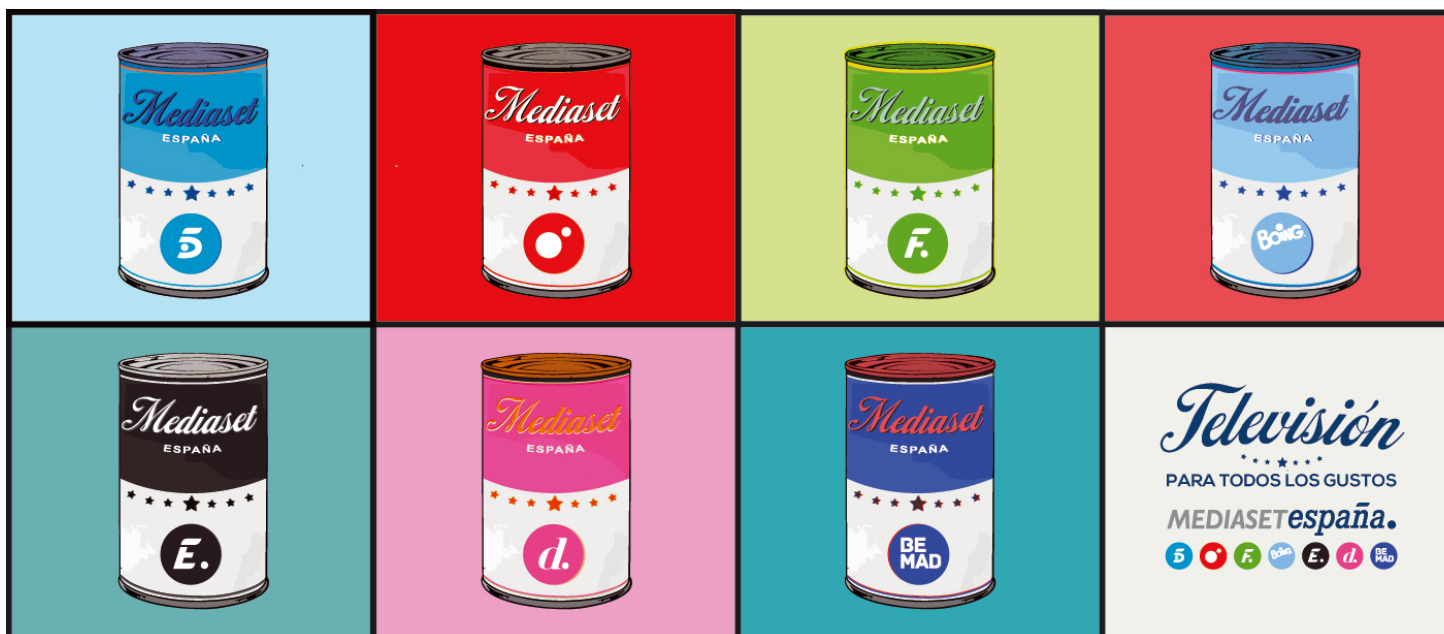
*Cuota de sectores de anunciantes
(% sobre total)*



*Evolución de sectores (%)
(1T16 vs. 1T15)*



1T16 Evolución mercado publicitario TV: +5,6%



Resultados financieros



Resultados financieros consolidados 1T16

Mejorando los márgenes y la rentabilidad

€ Millones

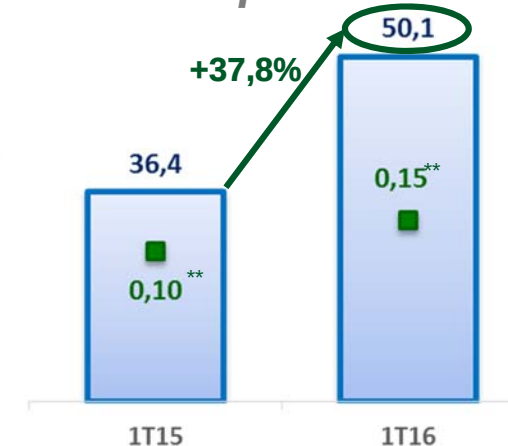
	1T16	1T15	VAR %
Ingresos netos de publicidad	214,1	207,7	3,0%
Otros ingresos	16,7	13,0	28,7%
Total ingresos netos	230,7	220,7	4,6%
Total costes operativos	160,0	174,0	-8,1%
Personal	24,8	25,9	-4,2%
Consumo derechos TV	45,9	37,5	22,3%
Otros costes operativos	89,3	110,6	-19,3%
EBITDA ajustado (1)	70,8	46,7	51,6%
Amortización PPA	2,0	2,0	-
Amortización y depreciación	3,2	2,6	24,7%
EBIT	65,6	42,1	55,7%
Beneficio Antes de Impuestos	64,2	47,6	34,8%
BENEFICIO NETO después de minoritarios	50,1	36,4	37,8%
BPA*	0,15 €	0,10 €	49,9%
EBITDA Adj/ Ingresos netos	30,7%	21,2%	+9,5pp
EBIT/ Ingresos netos	28,4%	19,1%	+9,3pp
Beneficio neto/ Ingresos netos	21,7%	16,5%	+5,2pp

*Margen EBIT**



* EBIT/Total ingresos netos

Beneficio neto



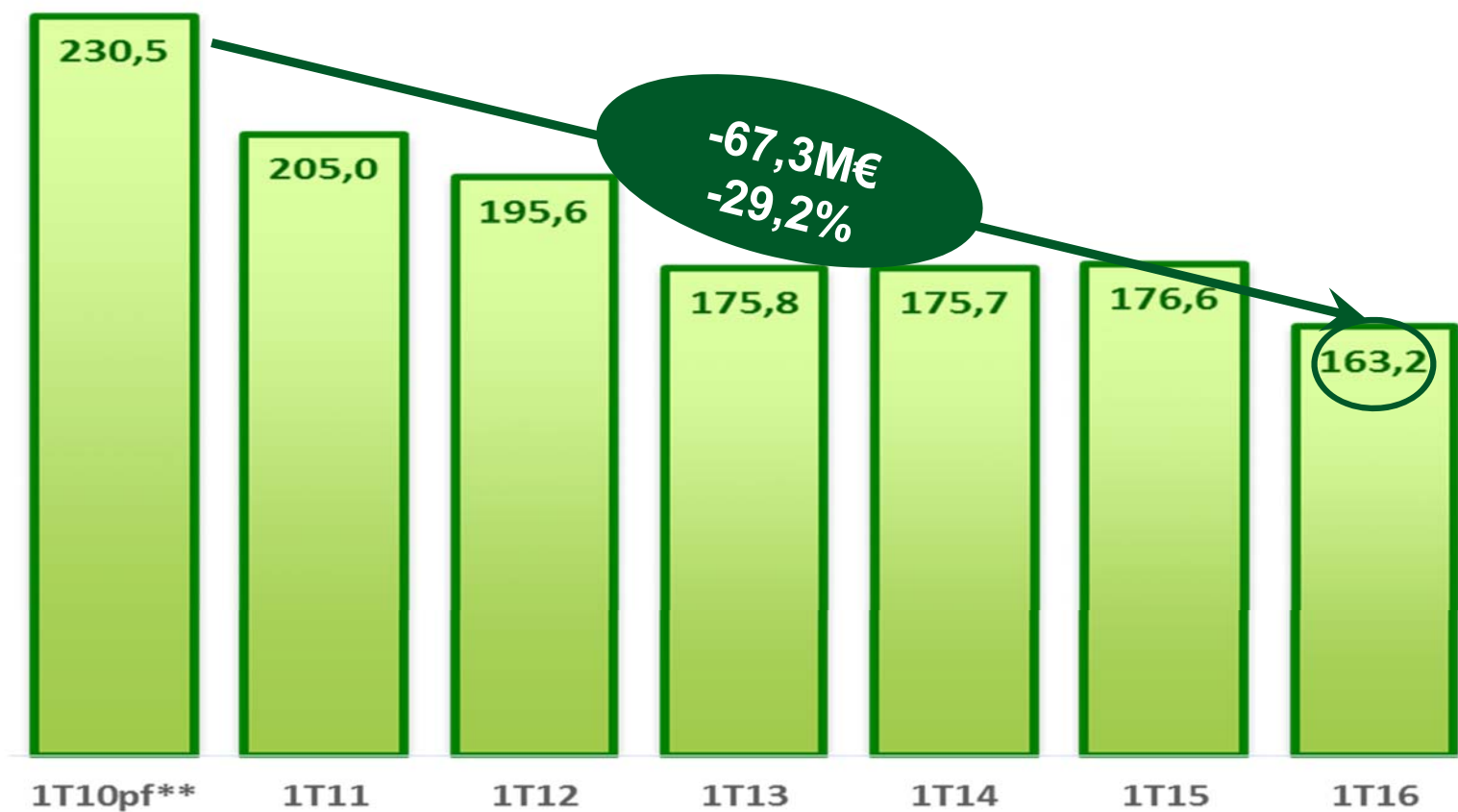
** BPA (€) ajustado excluyendo la autocartera a 31 de marzo

(1) (1) Después de consumo de derechos TV

(2) * Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 31 de marzo

Gestión de los recursos

Más de 67m€ de ahorro en 6 años (-29%)



€ Millones

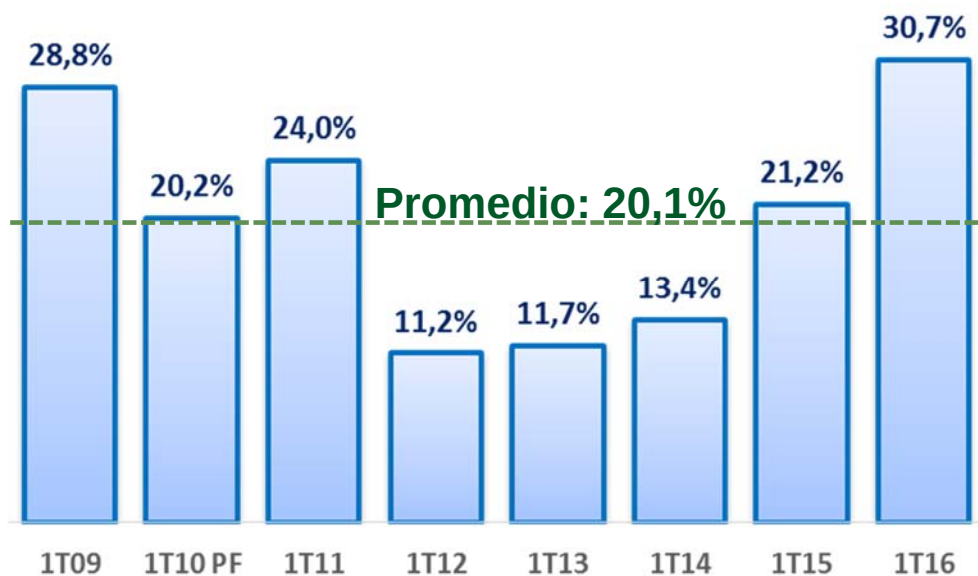
**Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro



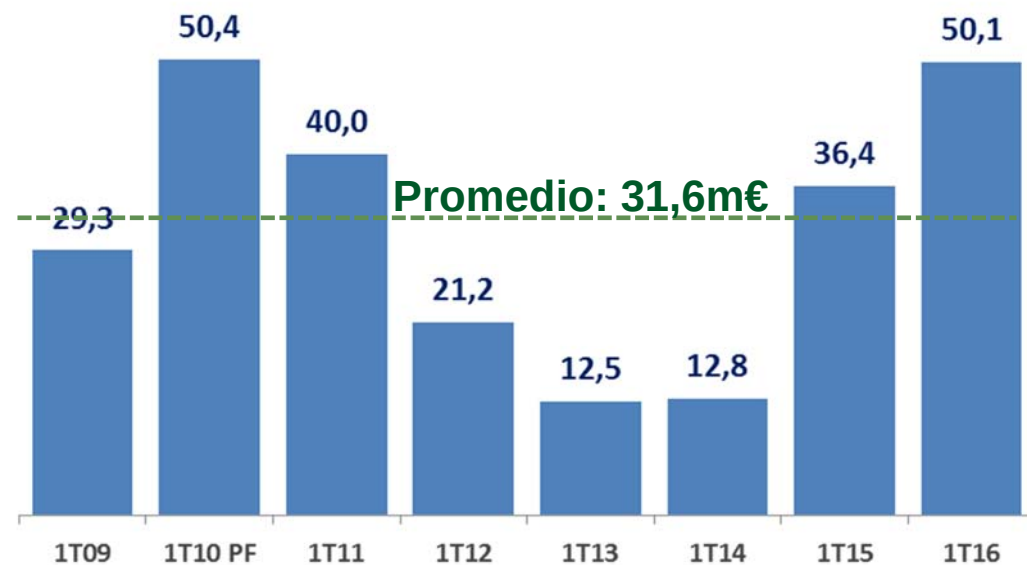
Una historia de crecimiento: 1T 2009-2016

Volviendo a los niveles pre-crisis

*Margen EBITDA**



Beneficio neto



€ Millones

* EBITDA/Total ingresos netos

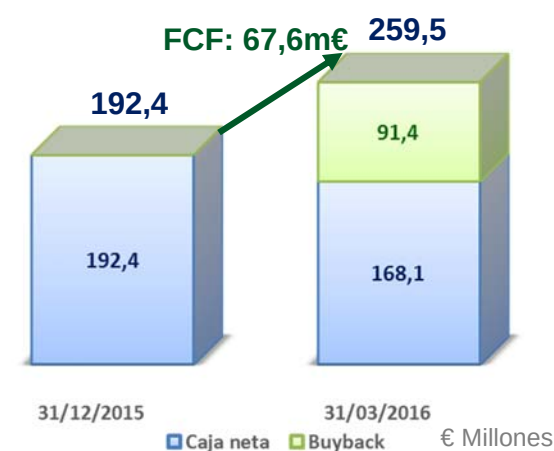
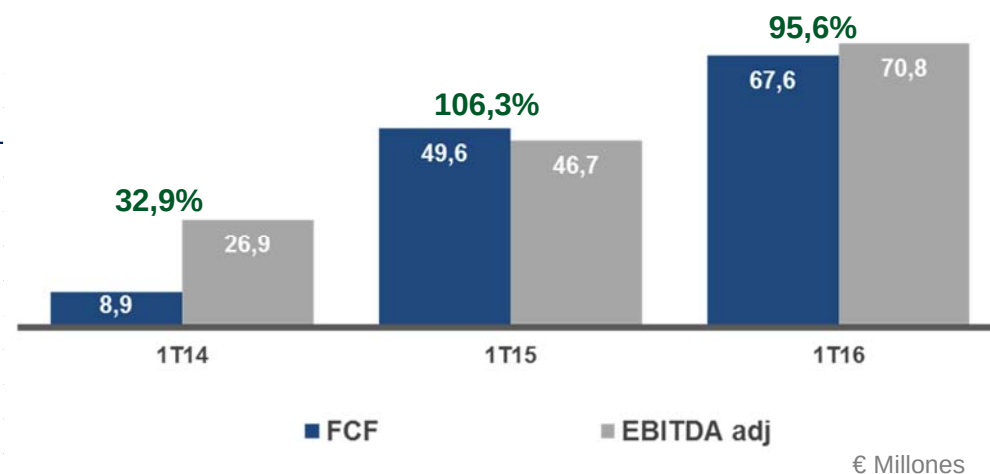


1T16 flujos de cajas consolidados

Elevada generación de flujos de caja libre

Generación de flujos de caja libre

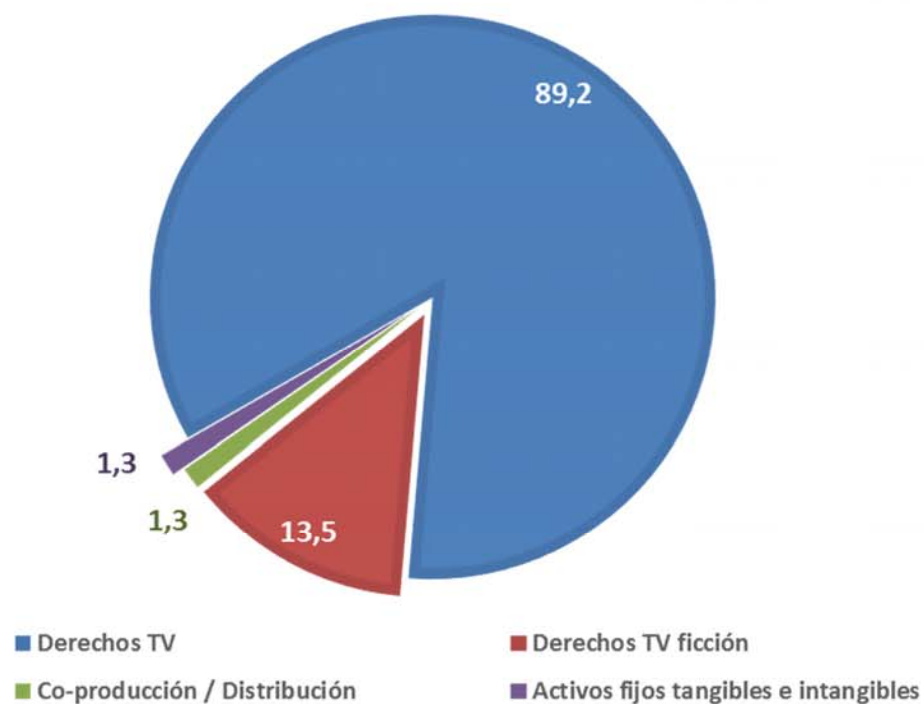
€ Millones	1T16	1T15	Dif. en € millones
Posición financiera neta inicial	192,4	265,7	-73,3
Cash flow libre	67,6	49,6	18,0
Cash flow operativo	111,8	92,2	19,6
Inversiones netas	-105,3	-83,9	-21,4
Variación fondo de maniobra	61,1	41,3	19,8
Movimiento patrimonio	0,6	-2,4	3,0
Inversiones financieras	-92,5	-13,3	-79,2
Dividendos cobrados	0,0	0,0	0,0
Dividendos pagados	0,0	0,0	0,0
Incremento neto de posición financiera	-24,3	33,9	-58,2
Posición financiera neta final	168,1	299,6	-131,5
Cash flow libre operativo/EBIT	103,2%	242,7%	



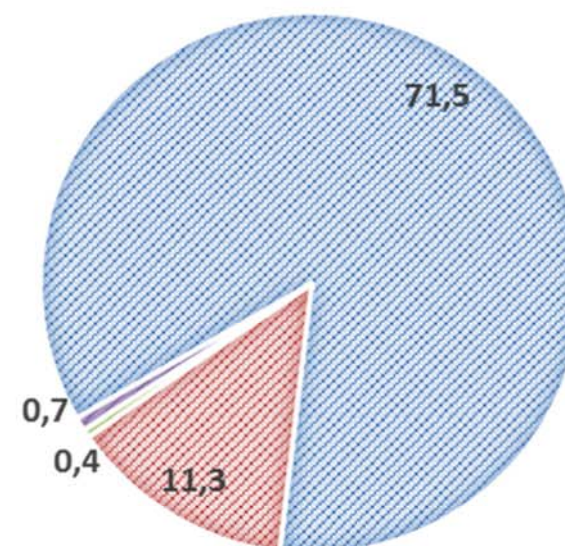
Total inversión neta

€ Millones

1T16: 105.3€



1T15: 83.9€





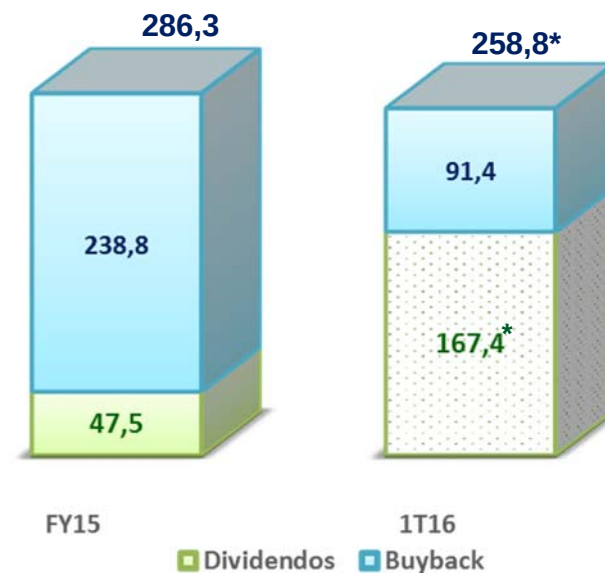
Balance

Balance sólido y elevada remuneración del accionista

€ Millones

	1T16	FY 2015
Inmovilizado	578,3	581,1
-Financiero	318,2	317,8
-No financiero	260,1	263,3
Derechos audiovisuales y anticipos	258,8	201,2
-Derechos de terceros	220,7	163,8
-Ficción	25,6	22,8
-Co-producción / distribución	12,6	14,6
Impuesto anticipado	125,6	134,5
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	962,7	916,9
Activo corriente	222,1	257,7
Activo financiero y tesorería	187,2	211,6
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	409,3	469,3
TOTAL ACTIVO	1.372,0	1.386,2
FONDOS PROPIOS	1.029,2	1.069,9
Provisiones	10,8	10,4
Acreedores no corrientes	9,4	8,5
Pasivo financiero no corriente	17,8	7,5
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	38,0	26,4
Acreedores corrientes	303,5	278,2
Pasivo financiero corriente	1,3	11,6
TOTAL PASIVO CORRIENTE	304,8	289,8
TOTAL PASIVO	1.372,0	1.386,2

Remuneración del accionista

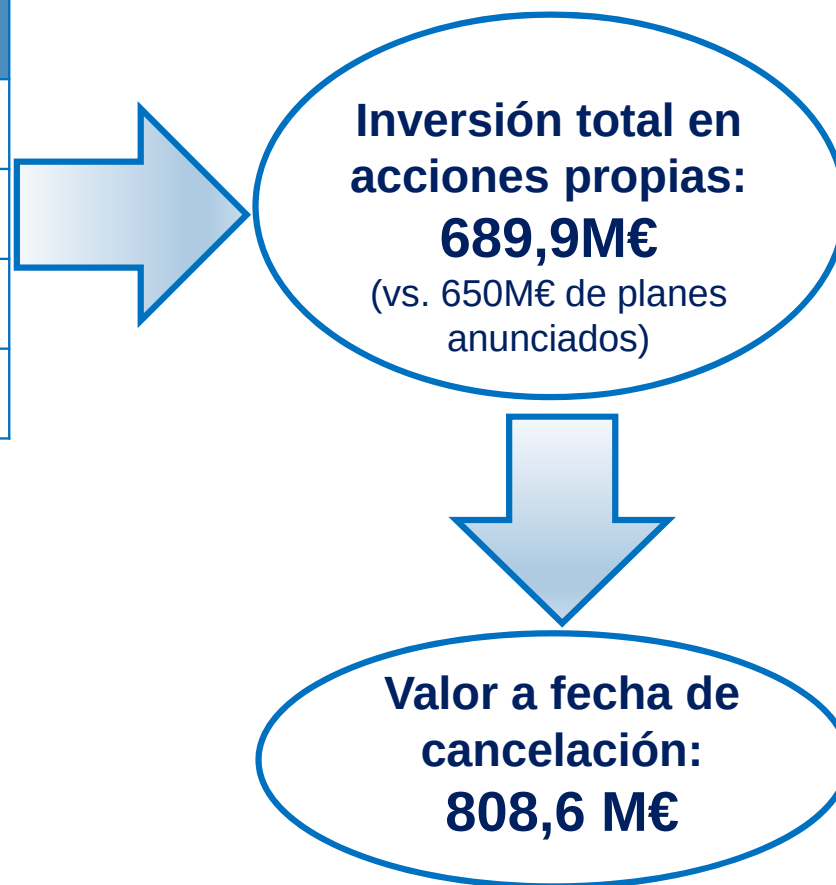


* Dividendo pagado el 19 de abril de 2016



Ejecución de los planes de recompra de acciones

Año	Hechos	N. acciones	Precio medio	Total
2014	autocartera y compra de acciones en el mercado	34.583.222	€8,89	307,5M€
2015	compra de acciones en el mercado	25.597.593	€11,50	294,0M€
2016	compra de acciones en el mercado	9.963.121	€8,87	€88,4M€
TOTAL		70.143.936	€9,83	€689,9M€

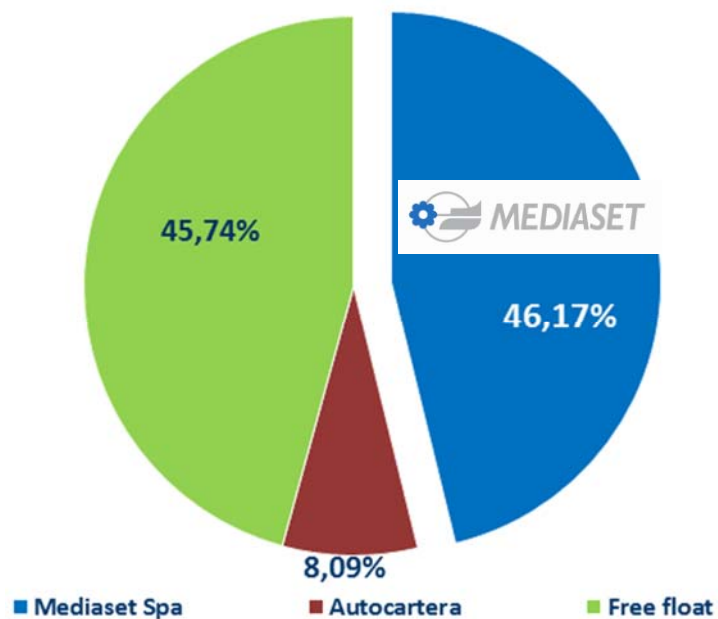


Año	Hecho	N. acciones
Pre 2015	acciones emitidas	406.861.426
2015	acciones canceladas en la JGA del 15 de abril de 2015	(40.686.142)
2016	acciones canceladas* en la JGA del 13 de abril de 2016	(29.457.794)
Nuevo número de acciones	cancelación de 70.143.936 acciones	336.717.490

* A falta de la inscripción del acta en el "Registro Mercantil"

Estructura accionarial de Mediaset España

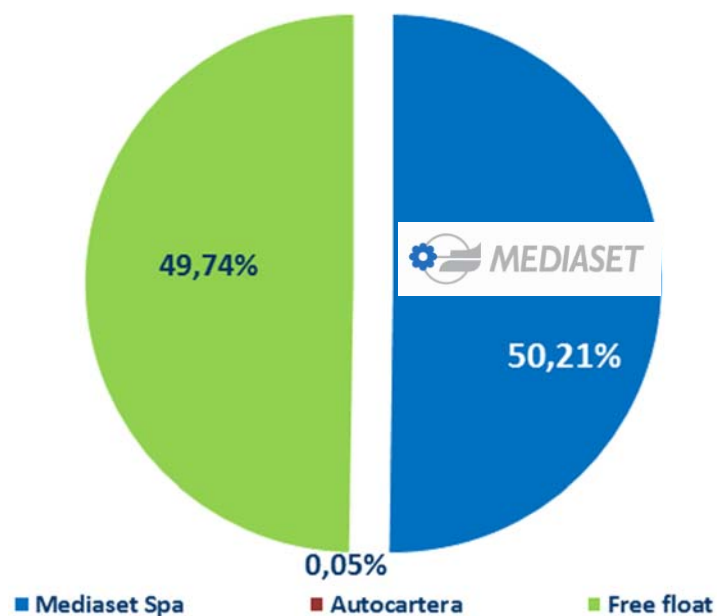
Estructura accionarial antes de la cancelación de acciones



Número de acciones: 366.175.284

* A falta de la inscripción del acta en el "Registro Mercantil"

*Estructura accionarial después del 13 de abril de 2016**



*Nuevo número de acciones:
336.717.490**



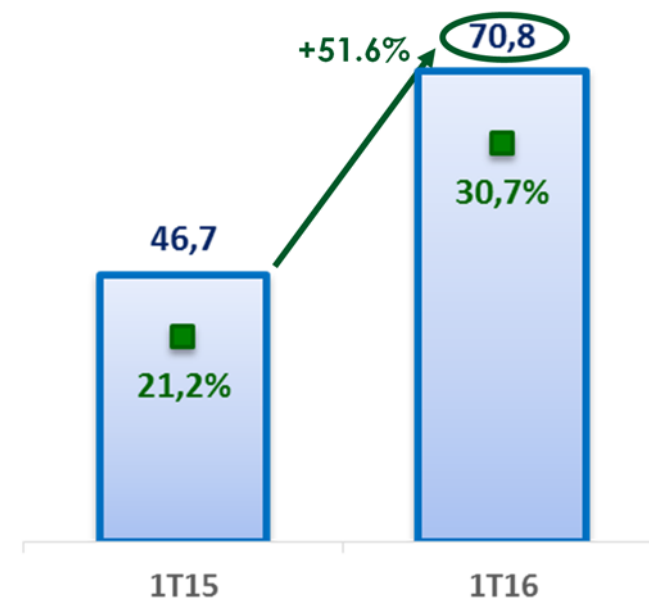
Back-up

1T16 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (I)

€ Millones

	1T16	1T15	Var %
Ingresos brutos de publicidad	222,2	216,5	2,6%
- Medios Mediaset España	215,4	204,6	5,3%
- Medios ajenos	6,8	11,9	-42,9%
Comisiones	-8,2	-8,8	-7,3%
Ingresos netos de publicidad	214,1	207,7	3,0%
Otros ingresos	16,7	13,0	28,7%
TOTAL INGRESOS NETOS	230,7	220,7	4,6%
Personal	24,8	25,9	-4,2%
Consumo de derechos TV	45,9	37,5	22,3%
Otros costes operativos	89,3	110,6	-19,3%
<i>Total costes operativos (1)</i>	<i>160,0</i>	<i>174,0</i>	<i>-8,1%</i>
EBITDA adj*	70,8	46,7	51,6%
EBITDA adj*/Total ingresos netos	30,7%	21,2%	+9,5pp

*Margen EBITDA**



* EBITDA adj./Total ingresos netos

* Después de consumo de derechos

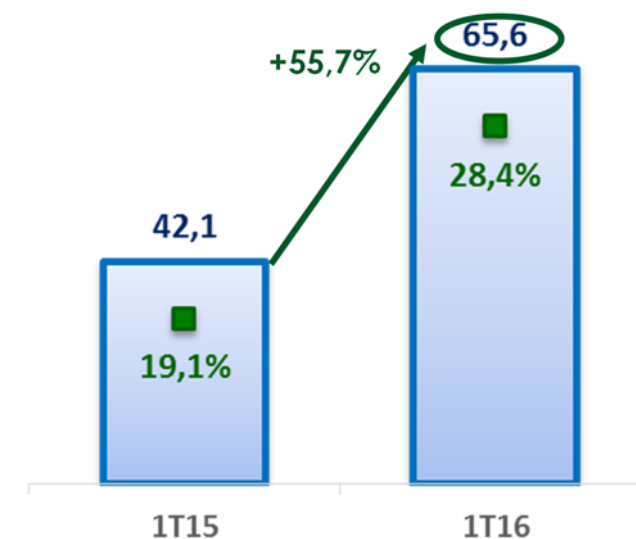


1T16 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (II)

€ Millones

	1T16	1T15	Var %
EBITDA adj*	70,8	46,7	51,6%
Amortización de PPA (2)	2,0	2,0	0,0%
Otras amortizaciones y depreciaciones (3)	3,2	2,6	24,7%
<i>Total Costes (1+2+3)</i>	<i>165,2</i>	<i>178,6</i>	<i>-7,5%</i>
EBIT	65,6	42,1	55,7%
EBIT/Total ingresos netos	28,4%	19,1%	+9,3pp
Res. participadas y depr. activos financieros	-0,8	5,0	-
Resultados financieros	-0,5	0,6	-
BAI	64,2	47,6	34,8%
Impuestos de sociedades	-14,2	-11,3	-
Intereses minoritarios	0,1	0,0	-
Beneficio neto	50,1	36,4	37,8%
BPA**	0,15 €	0,10 €	49,9%
Beneficio neto/Total ingresos netos	21,7%	16,5%	+5,2pp

Margen EBIT*



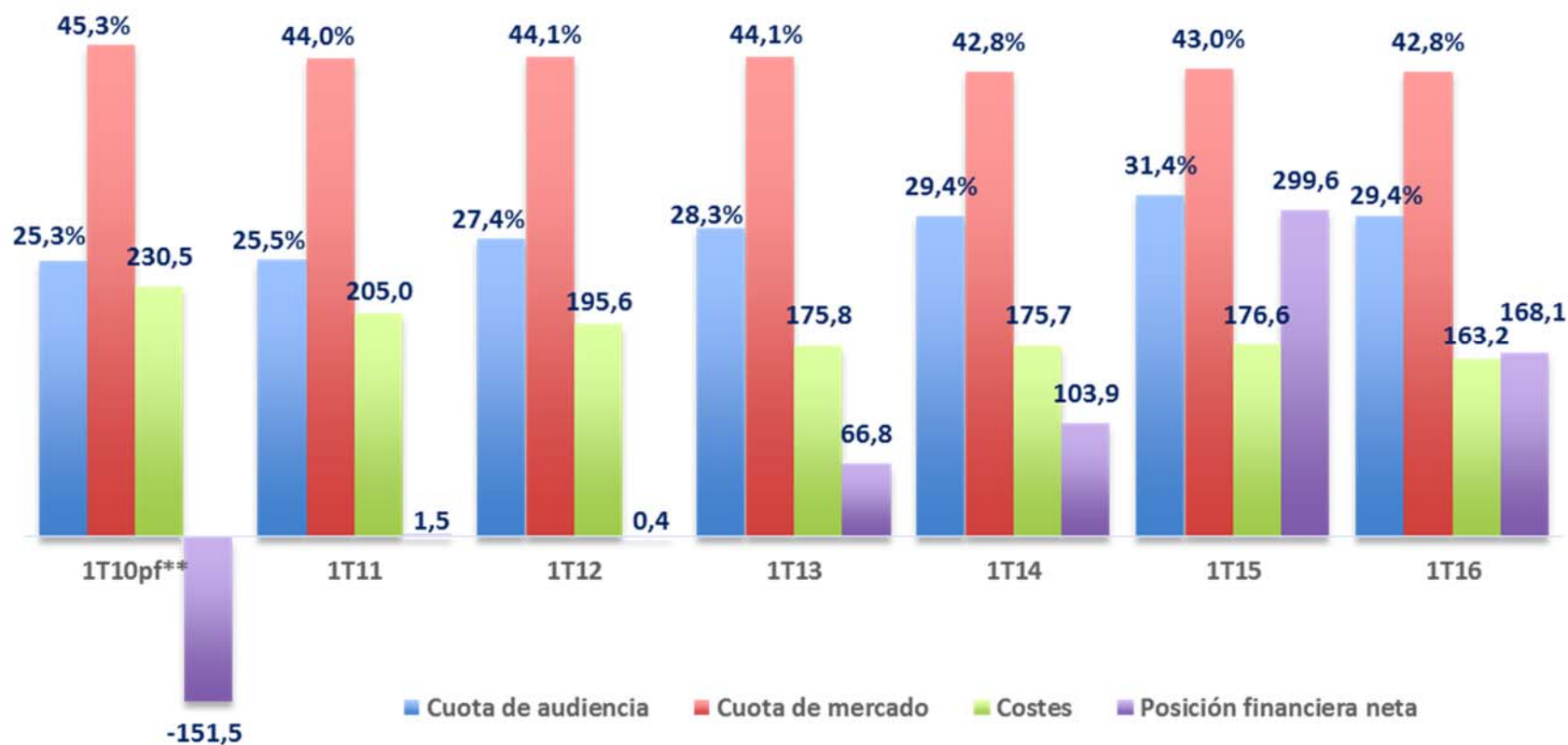
* EBIT/Total ingresos netos

* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

** Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 31 de marzo



El círculo virtuoso de Mediaset España

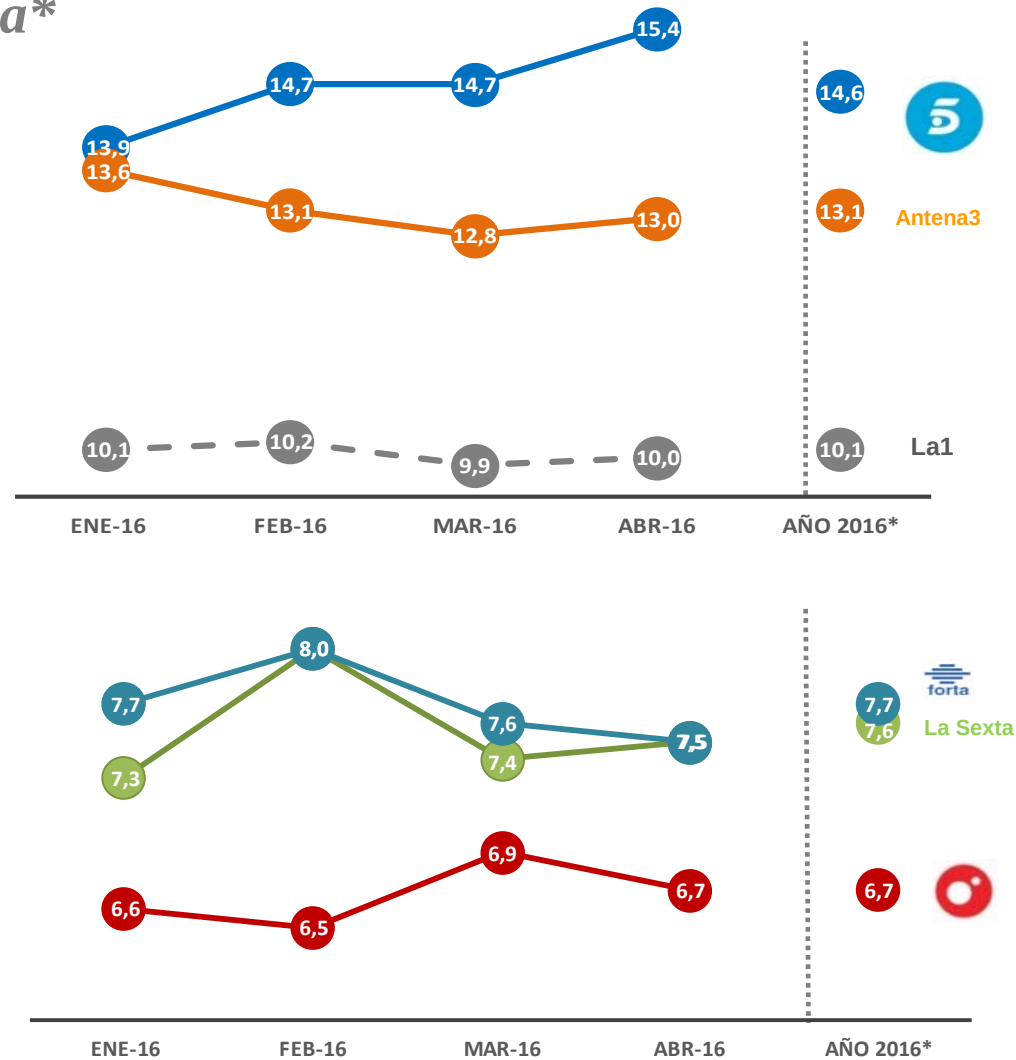
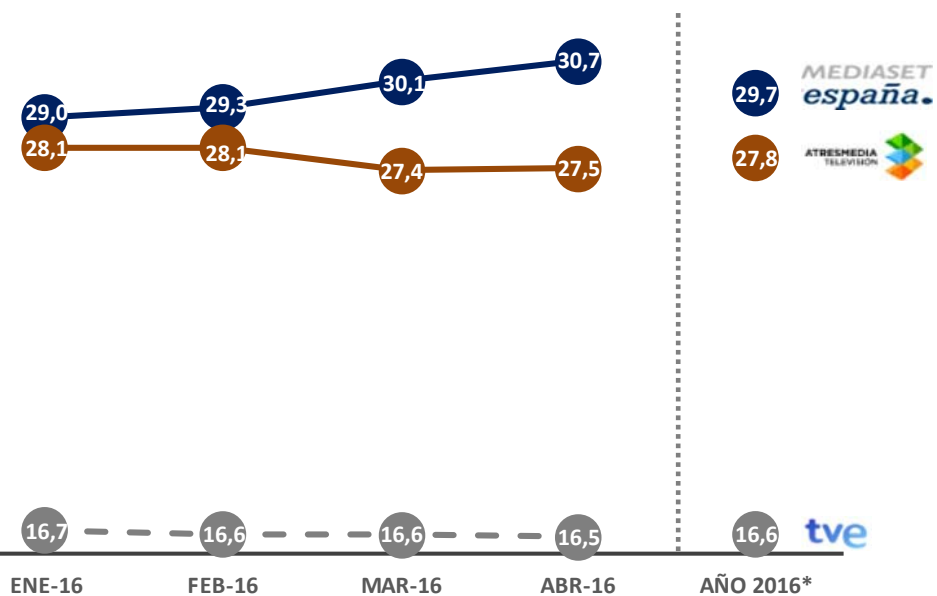


€ Millones

**Pro-forma elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro
Fuente: Kantar media (audiencia 24h total individuos) y Infoadex

2016 audiencia

24h total individuos hasta la fecha*



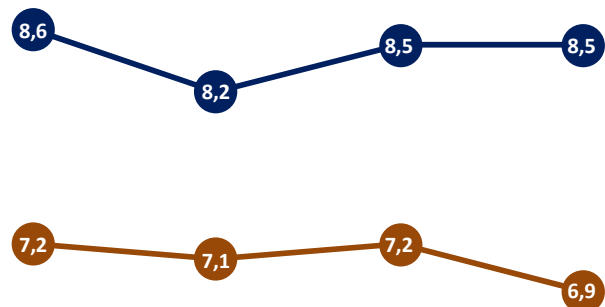
Fuente: Kantar media

* Promedio audiencia: 1/1-30/4/16



2016 audiencia

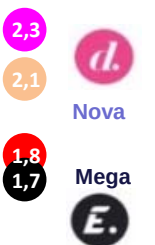
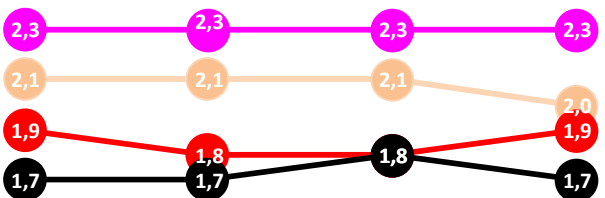
24h total individuos hasta la fecha*



7,0 Neox
Nova
Mega
A3series

ENE-16 FEB-16 MAR-16 ABR-16

AÑO 2016*

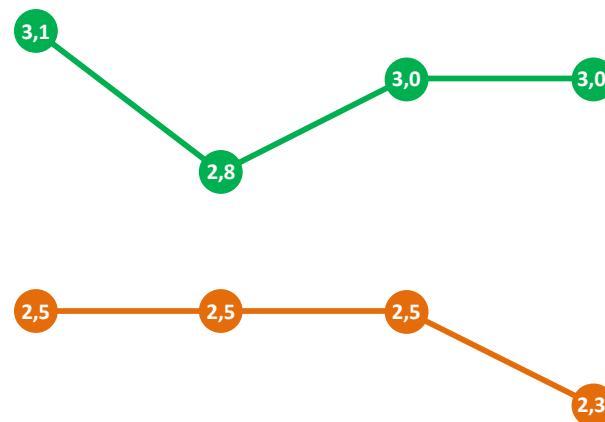


1,8
1,7 Mega
E.

ENE-16 FEB-16 MAR-16 ABR-16

AÑO 2016*

0,7 0,7 0,8 0,7 AtresSeries



2,4 Neox

ENE-16 FEB-16 MAR-16 ABR-16

AÑO 2016*



2,2 Clan



1,4 El Nueve



1,1 Disney

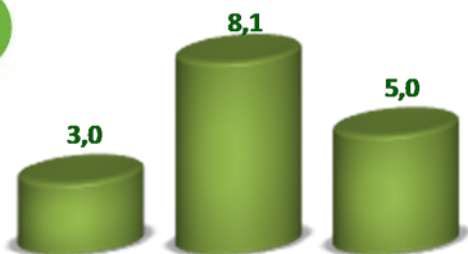
ENE-16 FEB-16 MAR-16 ABR-16

AÑO 2016*

Fuente: Kantar media
* Promedio audiencia: 1/1-30/4/16



*24h total individuos y audiencia target específico hasta la fecha**

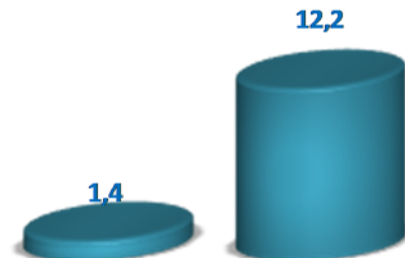


TI

13-24Y

25-34Y

FdF: canal joven



TI

4-12Y

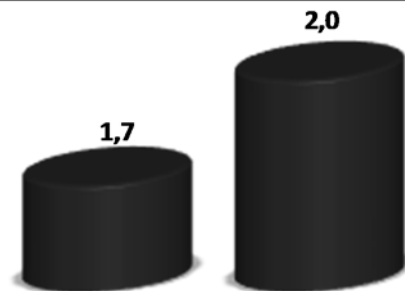
Boing: canal infantil



TI

MJ 16-44Y

Divinity: canal femenino



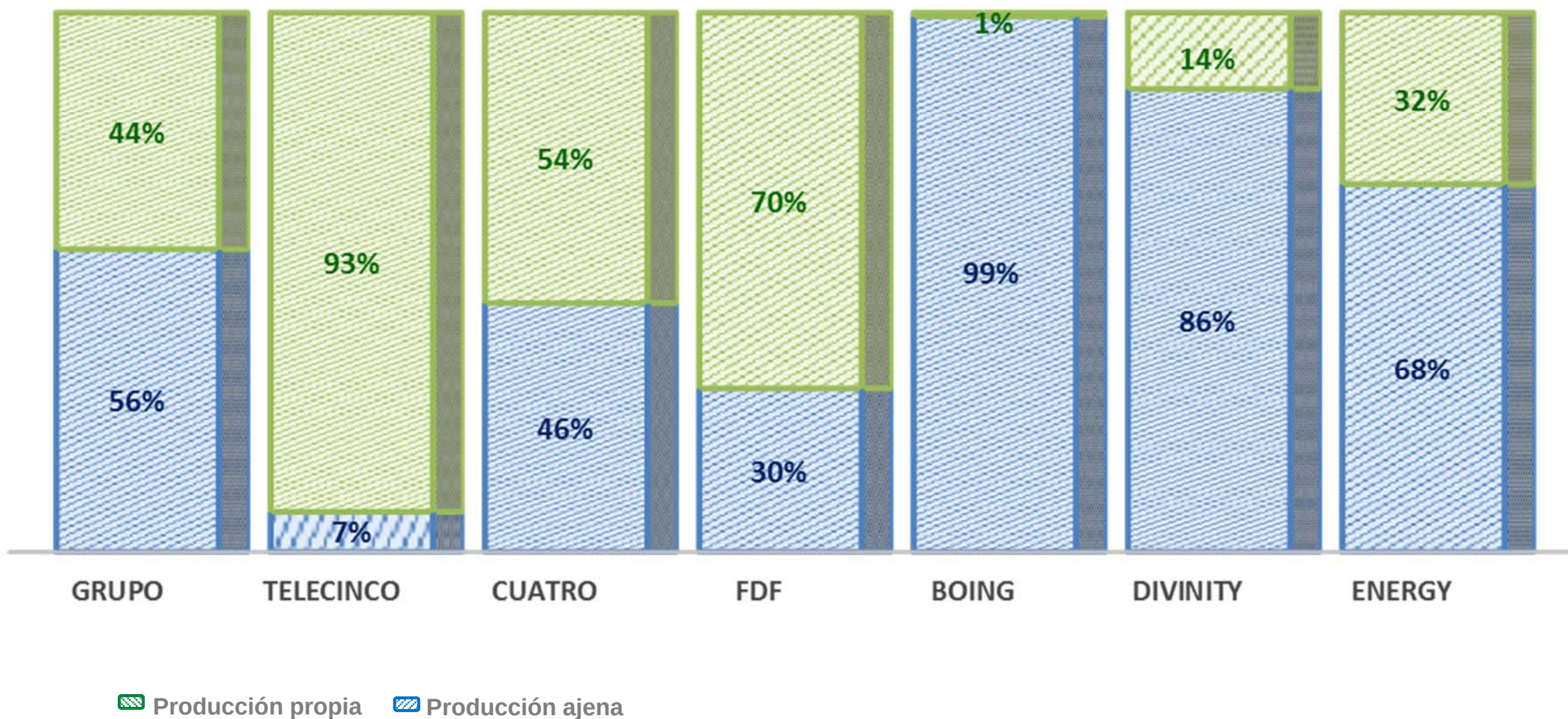
TI

HB 25-44Y

Energy: canal masculino

Mix de programación 1T16

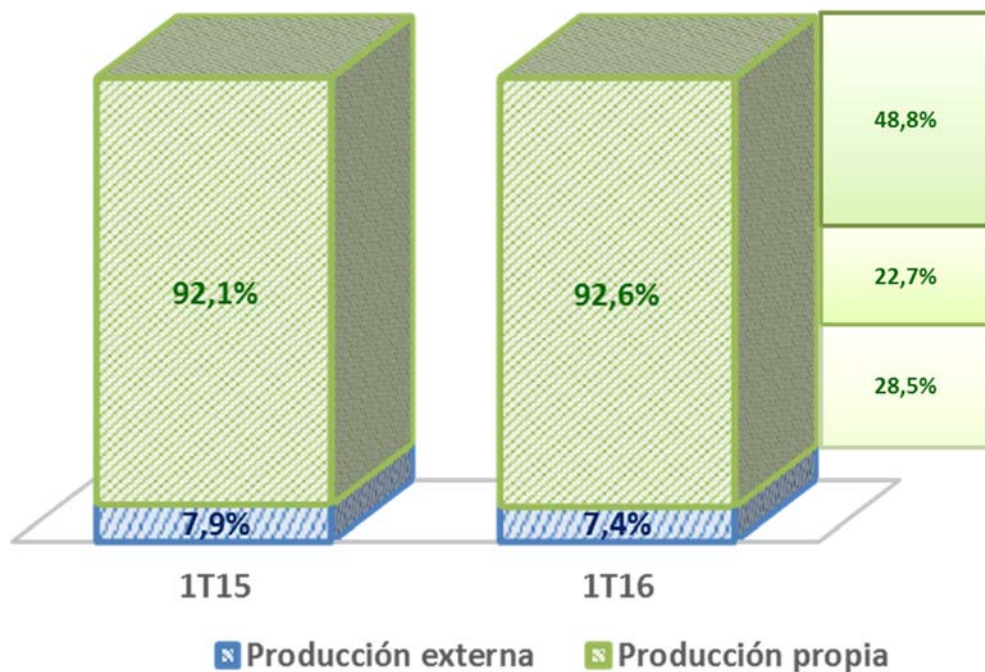
Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas





Mix de programación 1T16 de Telecinco

Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas

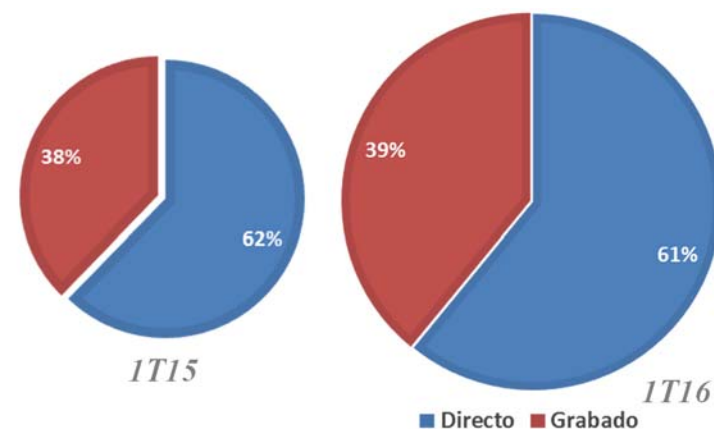


Producción con empresas independientes
(1T15: 47,8%)

Producido por Mediaset España
(1T15: 23,2%)

Producción con empresas participadas:
(1T15: 29,0%)

- *La fábrica de la tele*
- *Mandarina*
- *Super sport*





Disclaimer

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@mediaset.es

WEB: www.mediaset.es/inversores/es

Statements contained in this document, particularly the ones regarding any Mediaset España possible or assumed future performance, are or may be forward looking statements and in this respect they involve some risks and uncertainties.

Mediaset España actual results and developments may differ materially from the ones expressed or implied by the above statements depending on a variety of factors.

Any reference to past performance of Mediaset España shall not be taken as an indication of future performance.

The content of this document is not, and shall not be considered as, an offer document or an offer or solicitation to subscribe for, buy or sell any stock.

The shares of Mediaset España may not be offered or sold in the United States of America except pursuant to an effective registration statement under the U.S. Securities Act of 1933, as amended, or pursuant to a valid exemption from registration