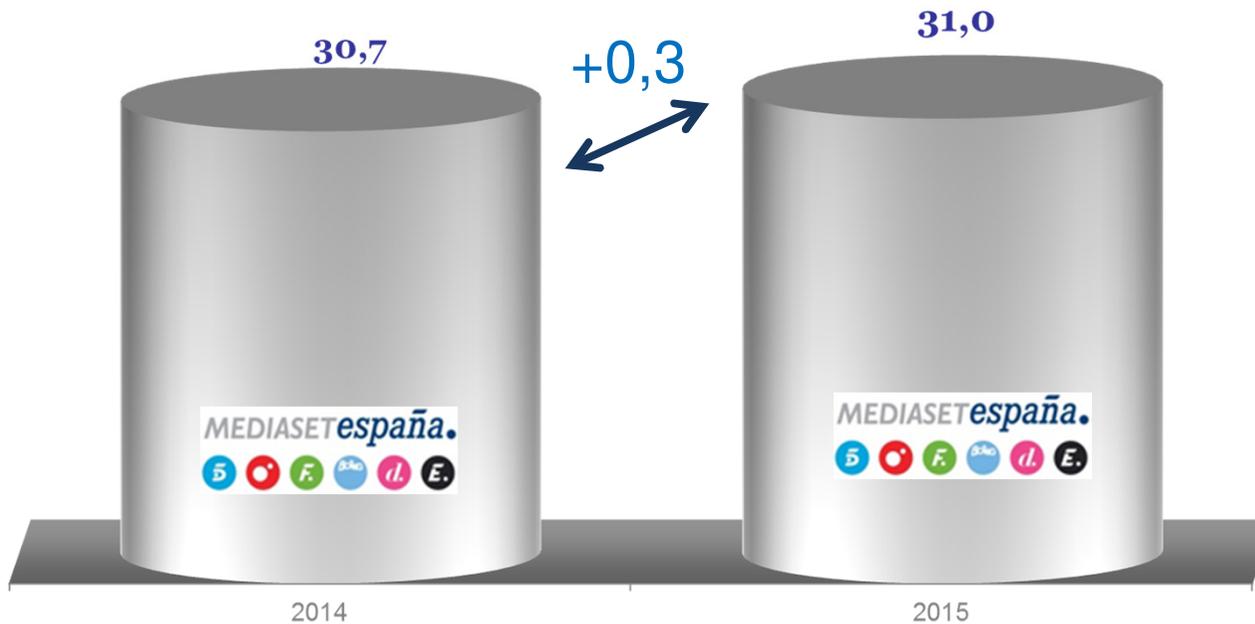


JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
*MEDIASET***españa. 2016**



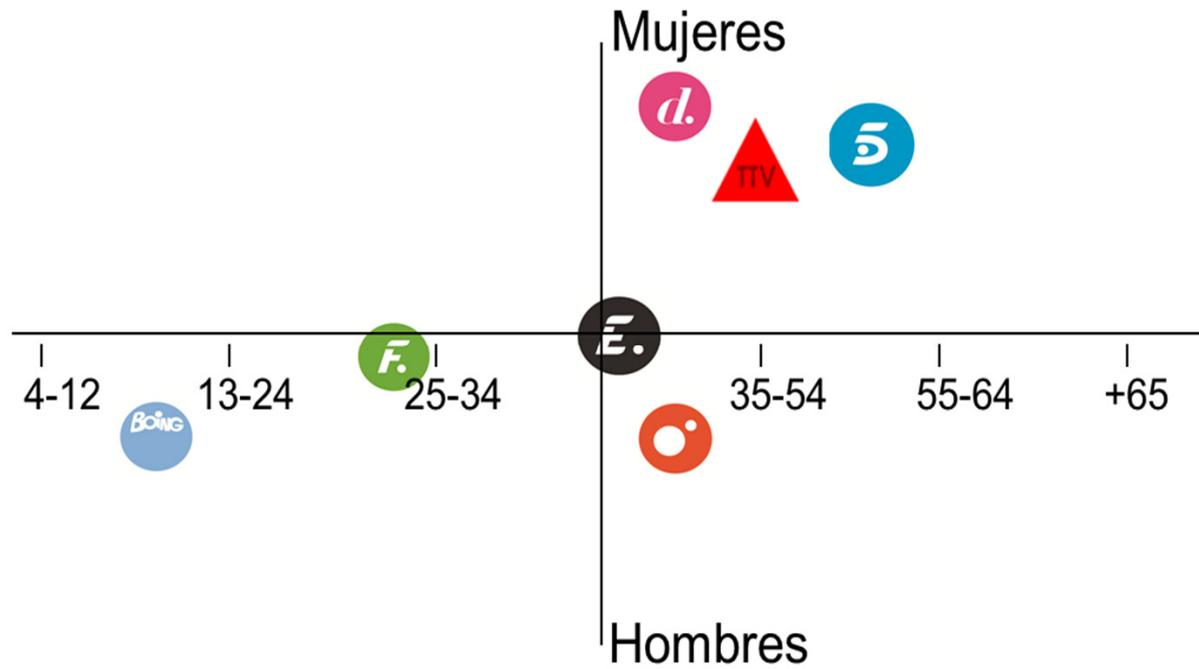
Mediaset España es el Grupo de Televisión más visto del año 2015 y mejora los datos del año anterior. En el 2014 Mediaset España contó, hasta mayo, con La Siete y Nueve, además se emitió el Mundial de Fútbol.



Datos 2014 - 2015. Total día, Total individuos 4 y +, Total España.
** 2014: Hasta Mayo'14 Mediaset España contaba con Lasiete y Nueve.



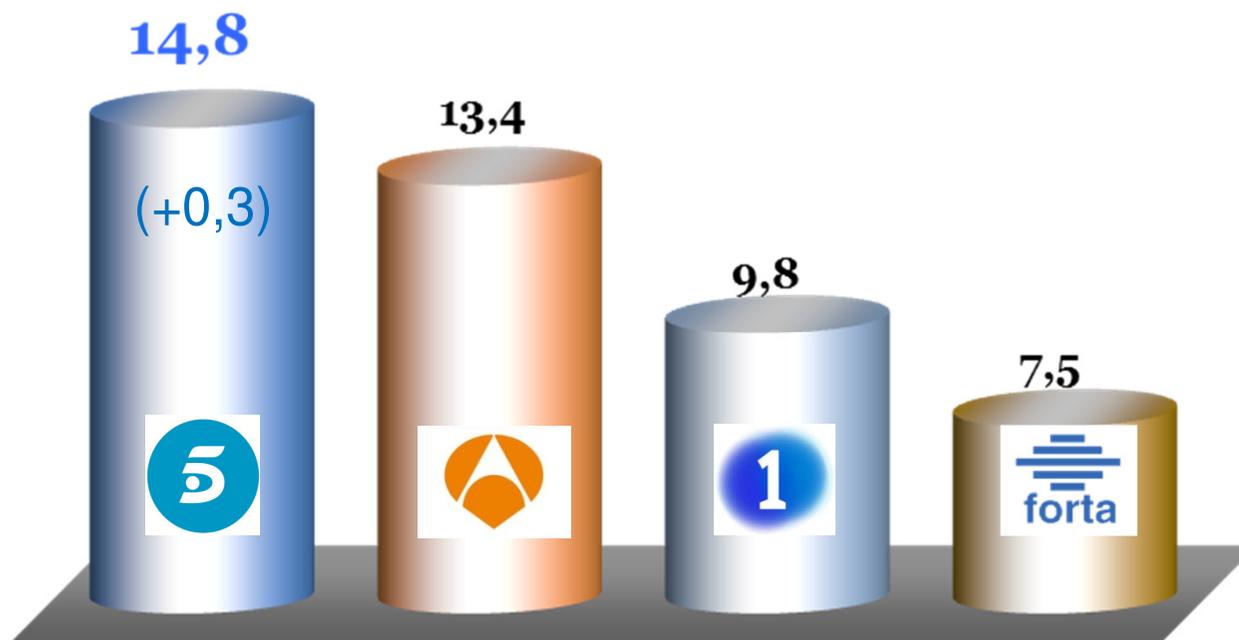
El posicionamiento de los canales de Mediaset España hace que la estrategia del Grupo sea modélica.



Año 2015.



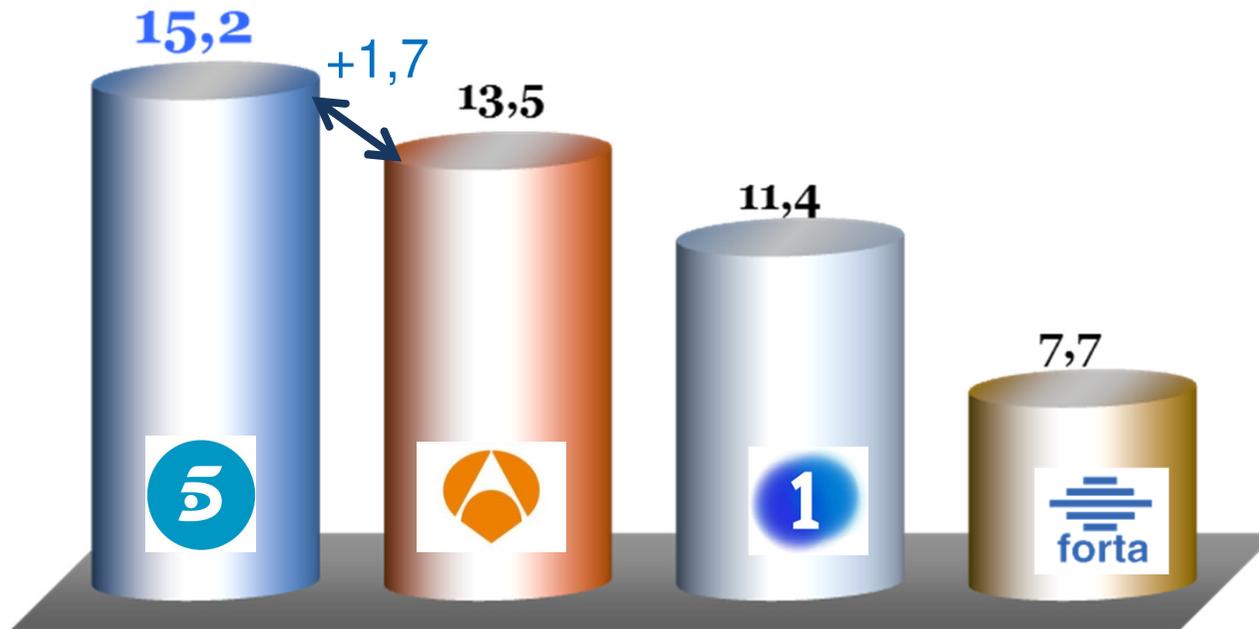
Telecinco en 2015 es la cadena más vista entre los canales generalistas de primera generación por cuarto año consecutivo. Entre éstos, es la única cadena que incrementa su cuota (+0,3 puntos) y logra ampliar su diferencia frente a la competencia a 1,4 puntos.



Datos 2015. Total día, Total individuos 4 y +, Total España.



En Prime Time, Telecinco ocupa la primera posición en 2015, con una **ventaja de 1,7 puntos** sobre Antena 3.



Datos 2015. Prime Time, Total individuos 4 y +, Total España.

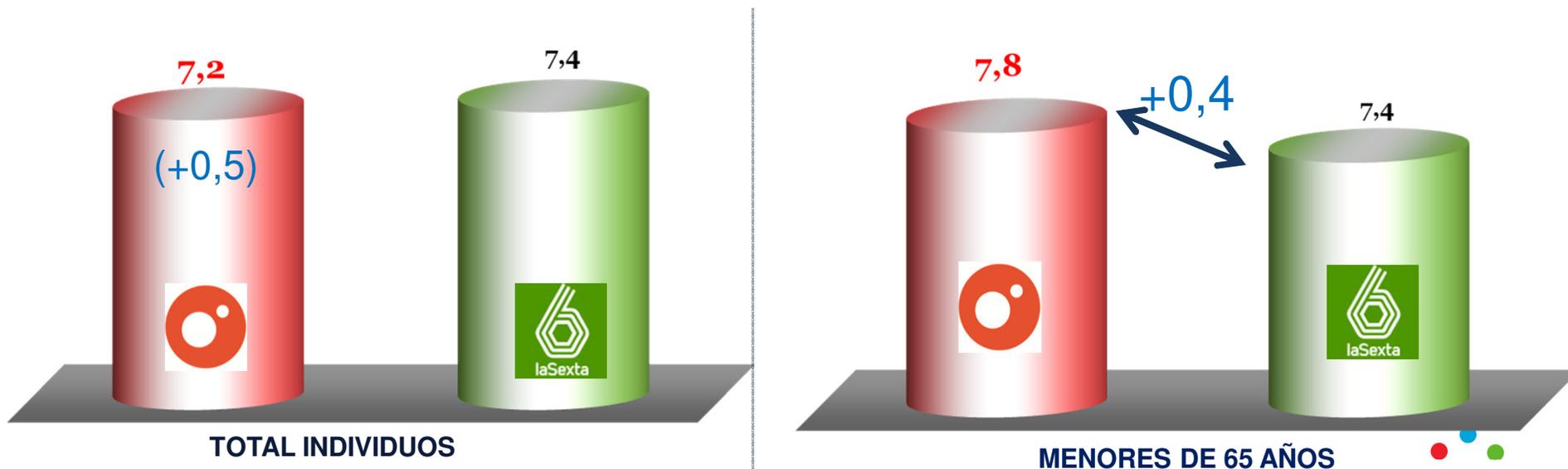


JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
MEDIASET España. 2016



Cuatro en 2015 registra un 7,2%, es el canal que más crece en el año (+5 décimas) y logra su dato máximo anual desde 2009.

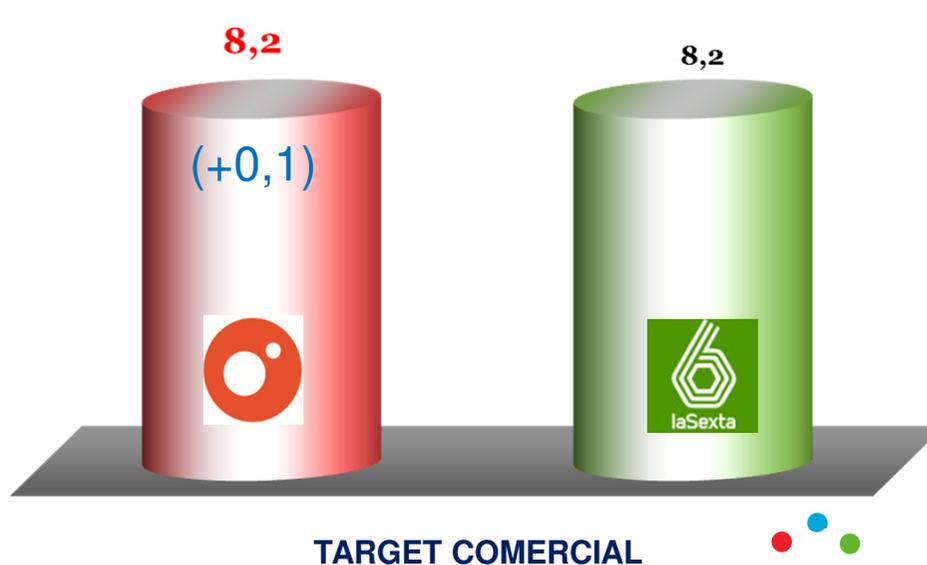
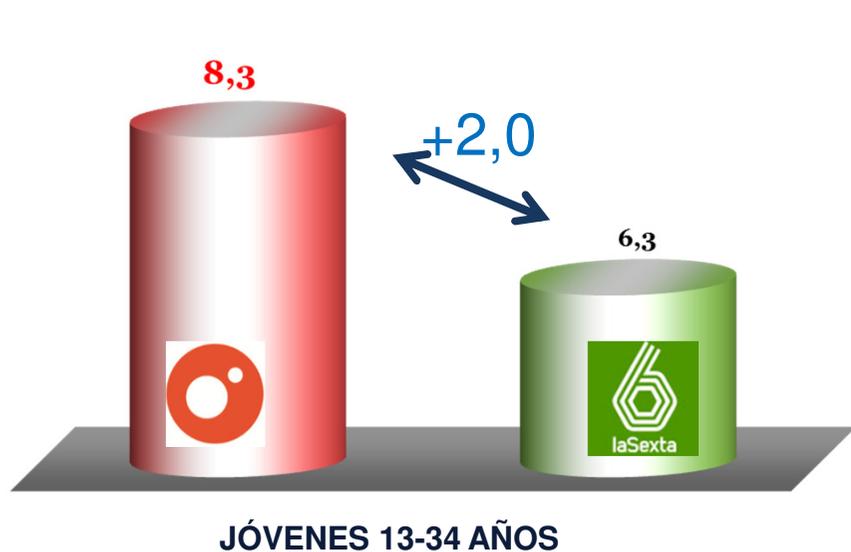
En espectadores menores de 65 años, Cuatro alcanza un 7,8%, 4 décimas por delante de La Sexta.



Datos 2015. Total día, Total individuos 4 y +; Menores 65 años. Total España.



Cuatro en espectadores 13-24 años, alcanza un 8,3%, 2 puntos por delante de La Sexta. En Target Comercial, Cuatro alcanza un 8,2%.



Datos 2015. Total día, Jóvenes 13-34 años ; target Comercial 16-59 años. Total España.



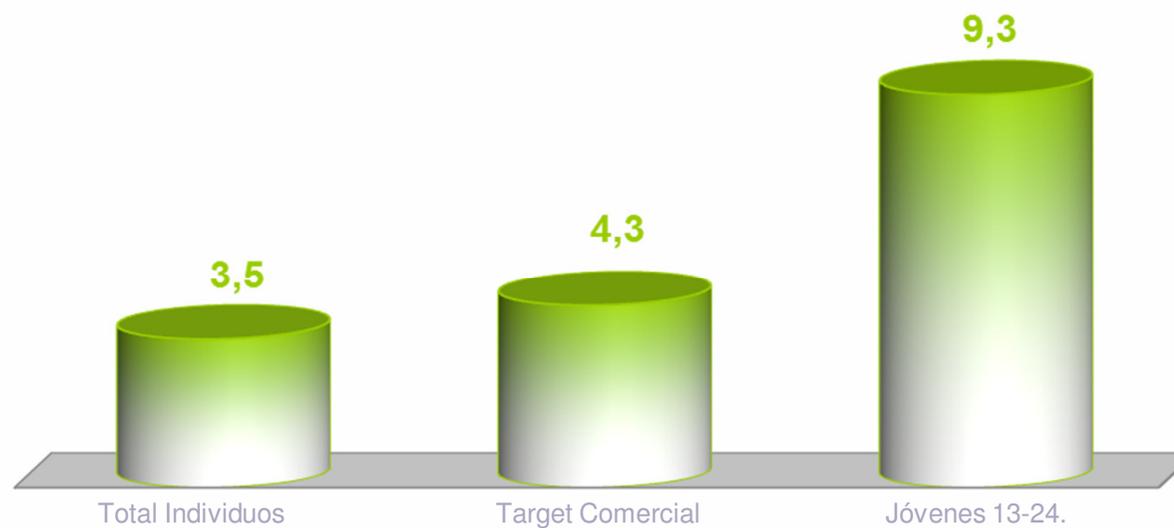
FDF en 2015, ocupa la primera posición entre los canales nacidos en digital y es líder durante 45 meses consecutivos.



Datos 2015. Total día, Total individuos 4 y +, Total España.



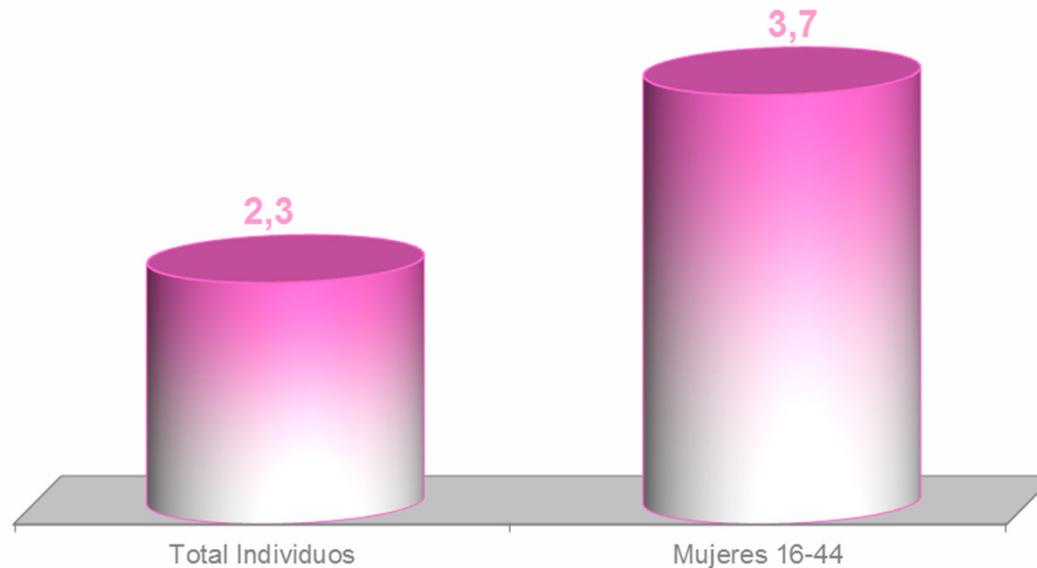
FDF logra en 2015 entre los jóvenes de 13 a 24 años un 9,3% de cuota.



Datos 2015. Total día, Total Individuos; T,C y Jóvenes 13-24, Total España.



Divinity registra el mejor dato de su historia en total individuos, un 2,3% y entre las mujeres 16 a 44 años, su target objetivo, logra en 2015 un 3,7%, también su dato anual más alto.



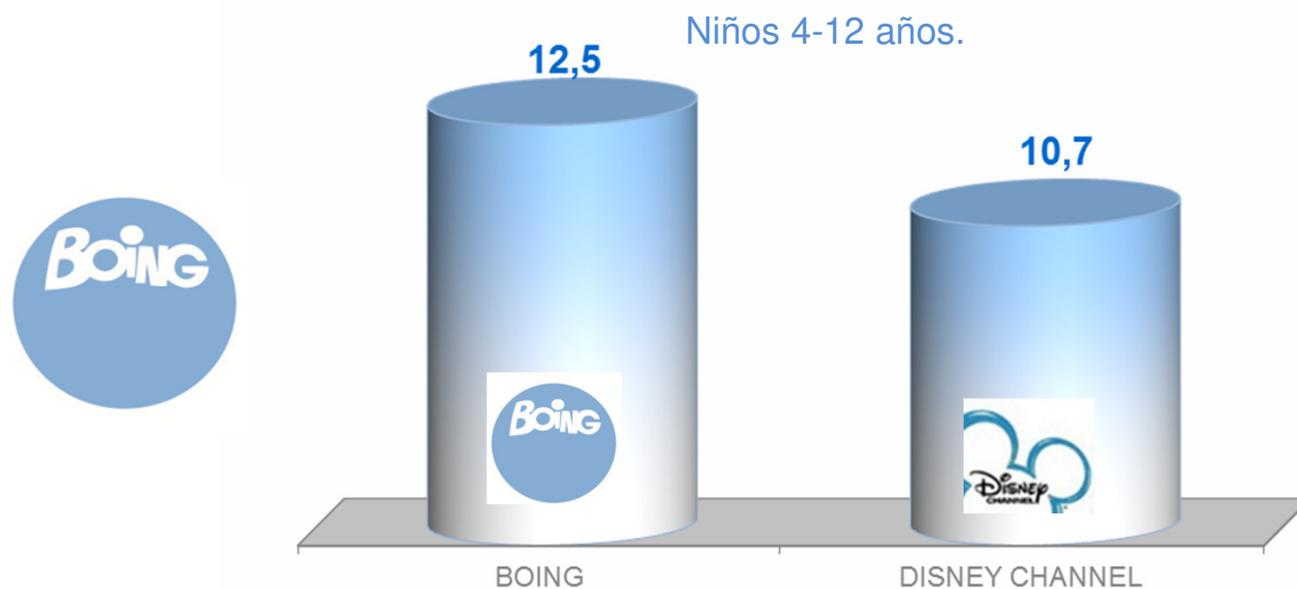
Datos 2015. Total día, Total Individuos y Mujeres 16-44, Total España.



JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
MEDIASET España. 2016



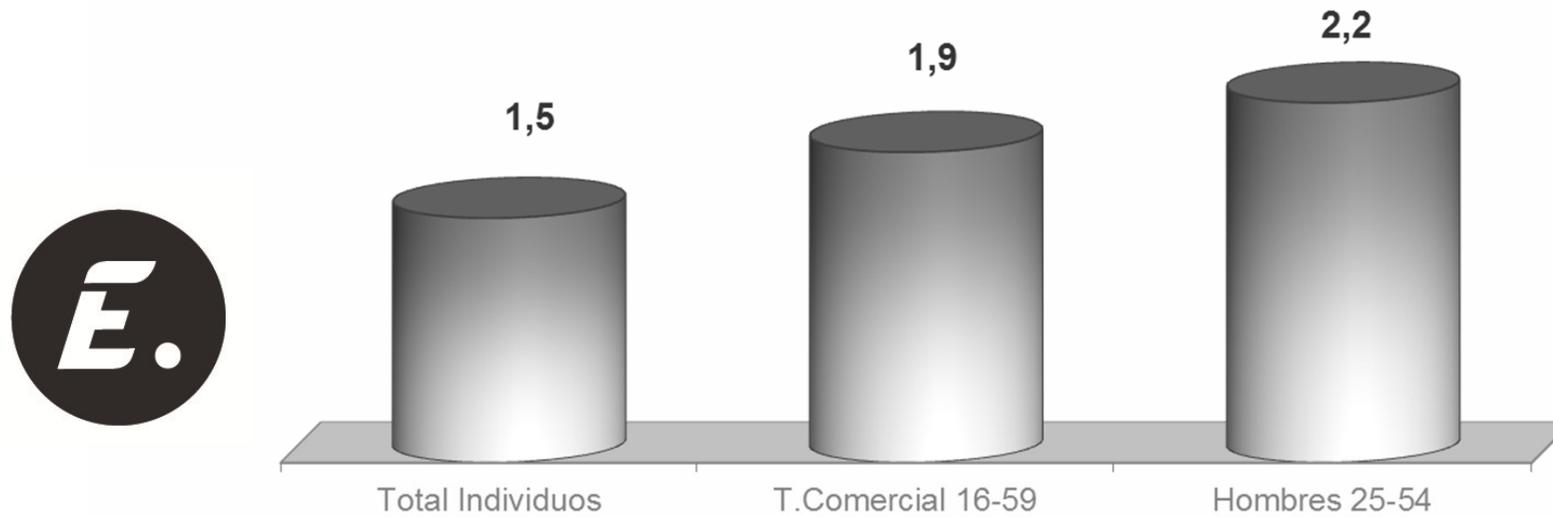
Boing, líder en niños entre las cadenas comerciales. En 2015 consigue un 12,5% en su target objetivo, niños 4-12 años.



Datos 2015. Total día, Niños 4-12, Total España.



Energy en 2015 logra en su core target los mejores datos: un 2,2%.



Datos 2015 . Total día. Total Individuos; TC 16-59 y Hombres 25-54, Total España.



La información imparcial, independiente y completa ha logrado y consolidado el liderazgo en informativos.



informativostelecinco

Líderes absolutos en 2015: 14,9%

* Datos 2015 sobremesa y noche, de lunes a domingo.



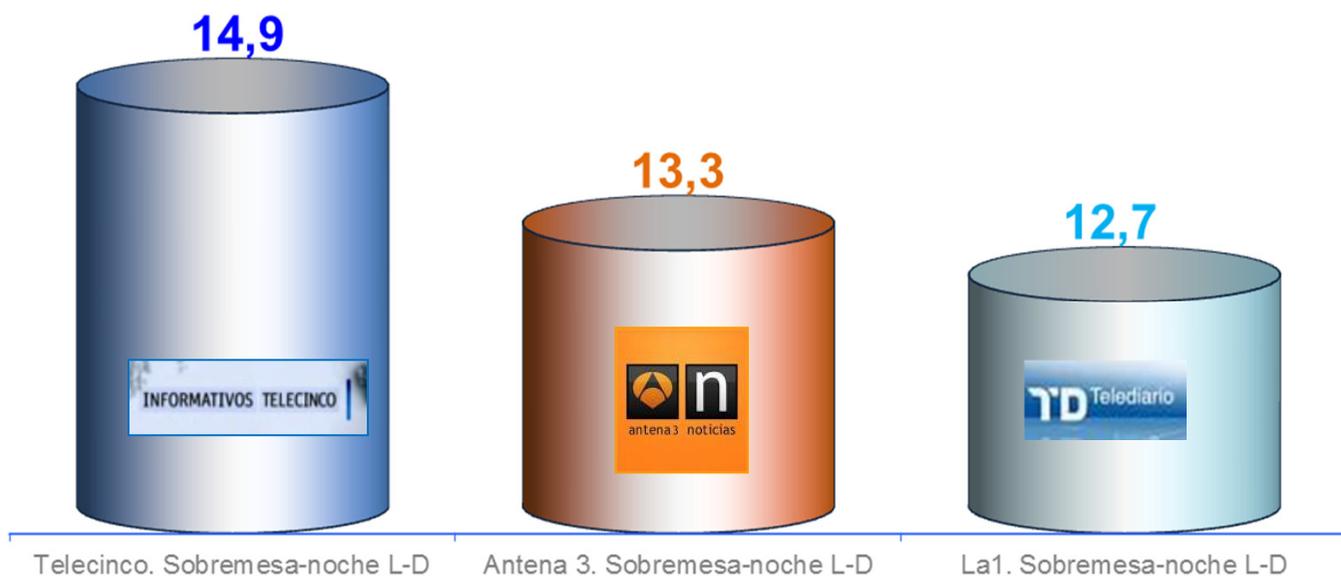
nCuatro



JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
MEDIASET España. 2016



Los informativos de Telecinco (sobremesa y noche, de lunes a domingo) son líderes absolutos con un 14,9% e incrementan su ventaja sobre sus competidores: 1,6 sobre Antena 3 y 2,2 sobre La 1.



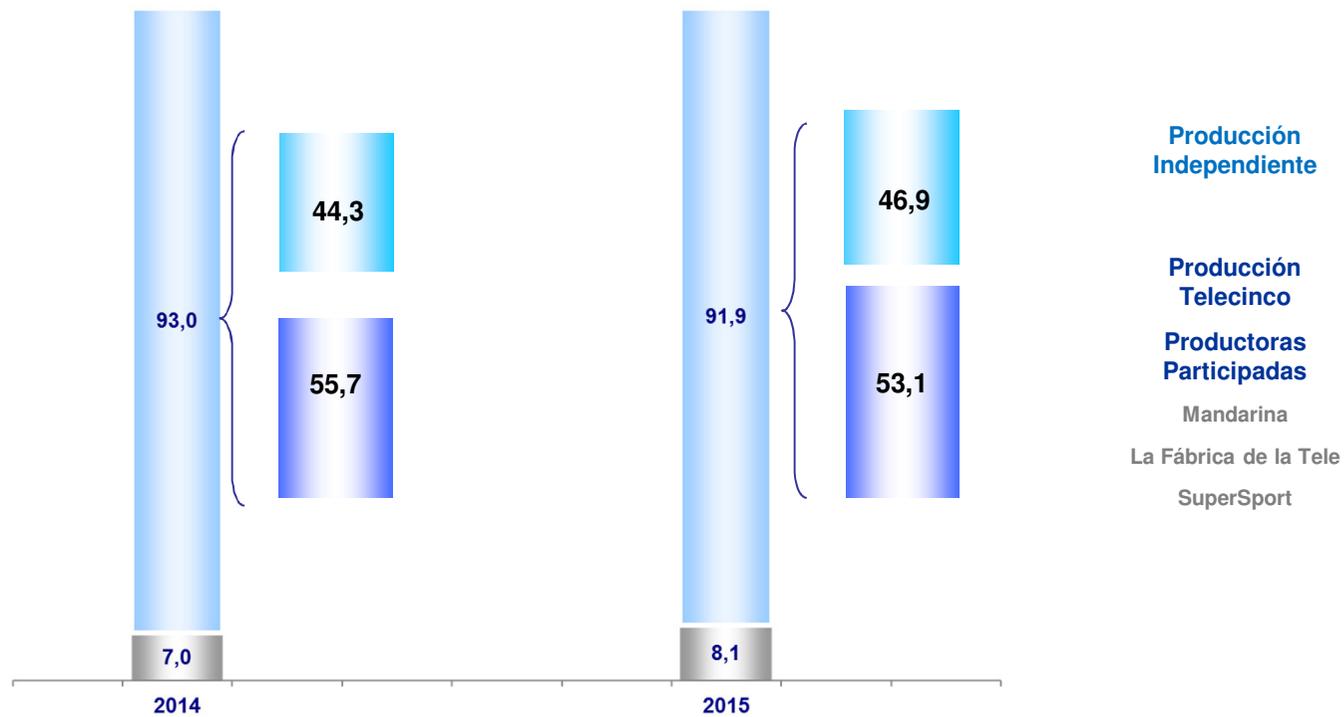


El informativo de Piqueras se consolida como EL INFORMATIVO MÁS VISTO DEL AÑO, con un 17,5% de media y 2.577.000 espectadores. Obtiene su record histórico de espectadores y el mejor dato en cuota de los últimos siete años.





La producción propia en Telecinco supone el 91,9% de la programación.



Datos 2014 y 2015. Total día, Total España.

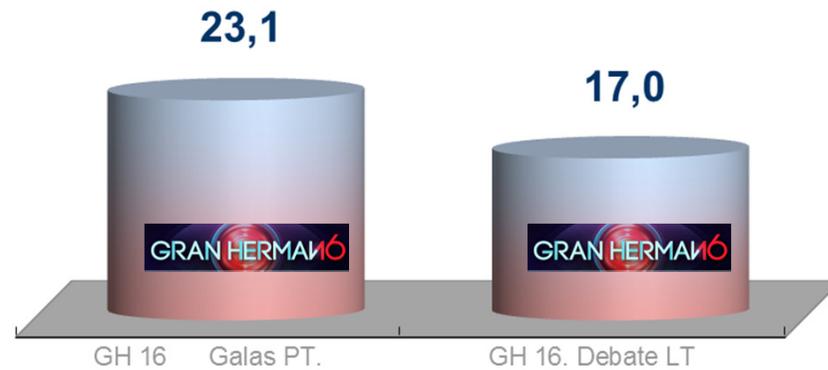
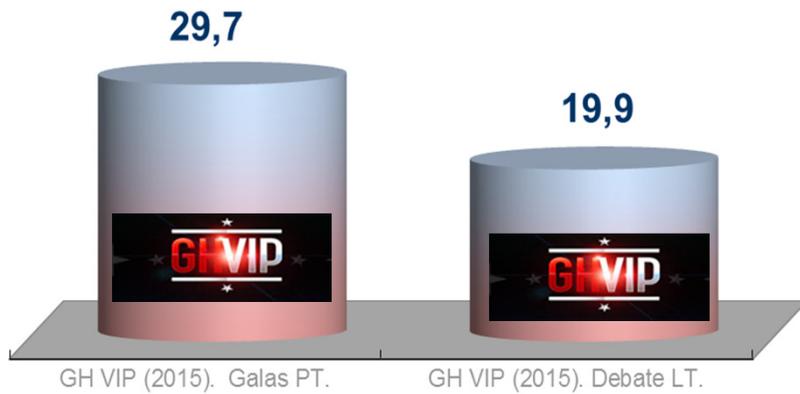


'La Voz KIDS' en su segunda edición, se sitúa como el programa de entretenimiento más visto de 2015, con más de cuatro millones de espectadores de media.





Los Realities, un modelo de programación circular que dota de personalidad a la cadena. Gran hermano VIP ha sido la edición más vista de Gran Hermano de los últimos 9 años.



Datos 2015. Total día, Total España.



'El Príncipe' se sitúa como la serie más vista del año 2015.

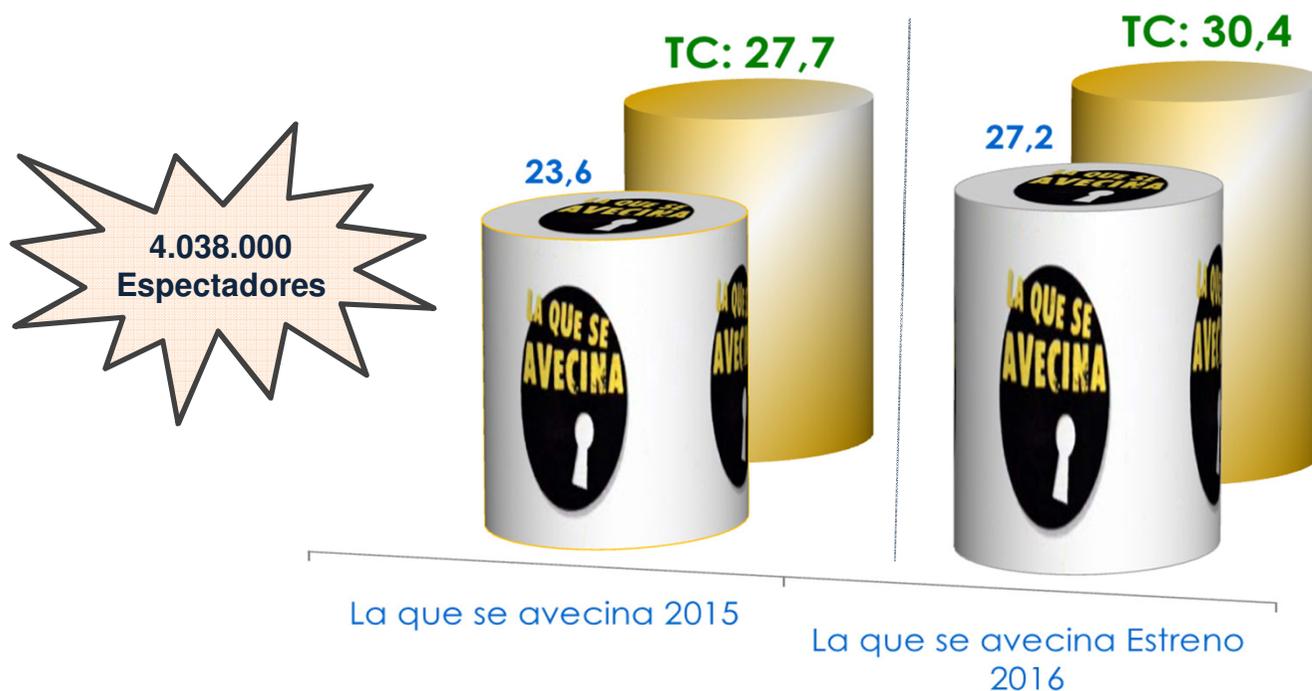
4.602.000
Espectadores



Datos 2015. Total día, Total España.



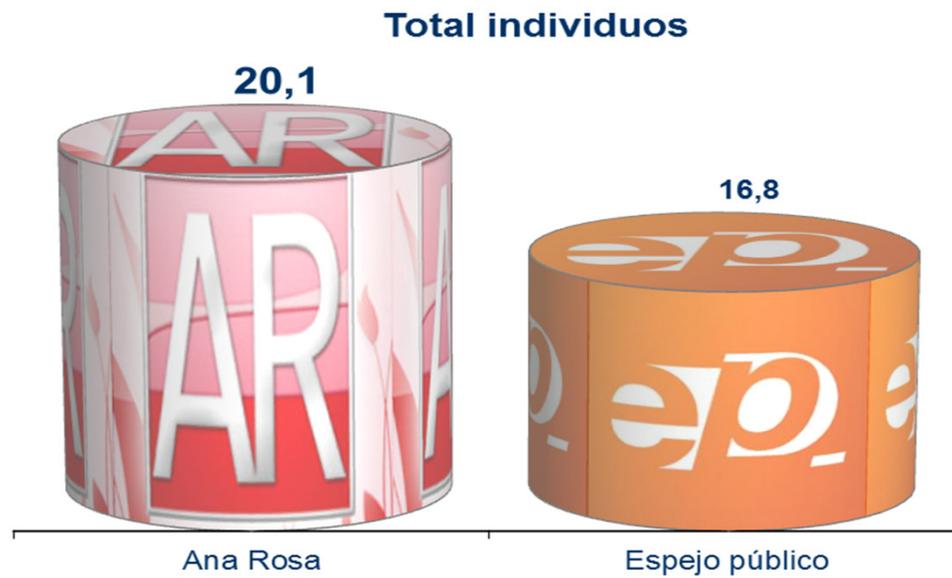
'La que se avecina' se mantiene en 2015 por encima del 27% en Target comercial.
El estreno de la novena temporada supera los **5 millones de espectadores** y se convierte en la emisión más vista en diferido de la Historia.



Datos 2015. Total día, Total España. / 05/04/2016: Estreno 9ª temporada. Consumo diferido hasta 11/04/16.



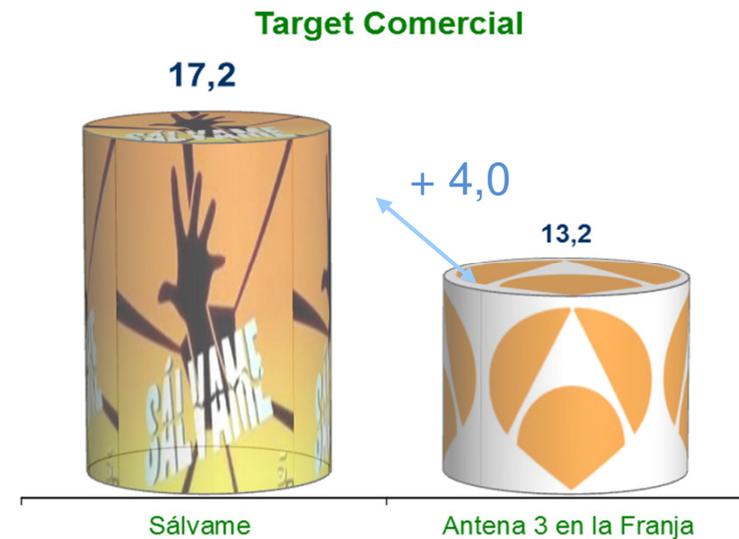
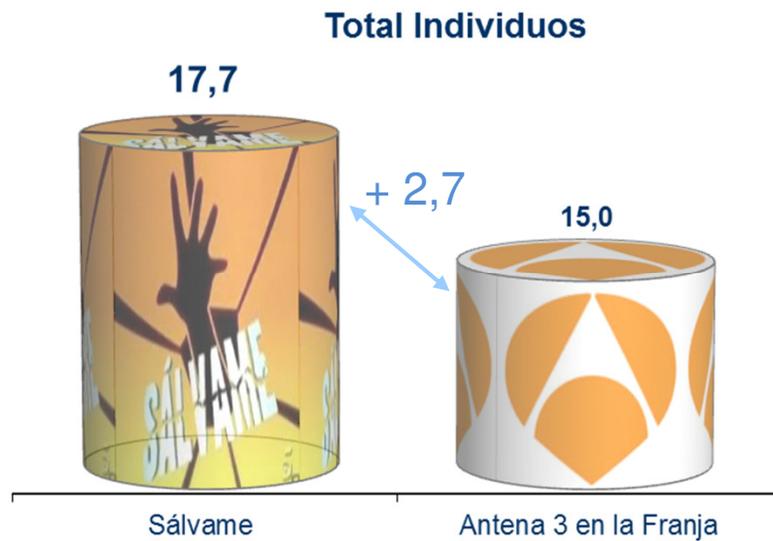
‘El programa de Ana Rosa’ se mantiene como primera opción de la mañana y conserva los públicos más atractivos.



Datos 2015. Total día, Total España.



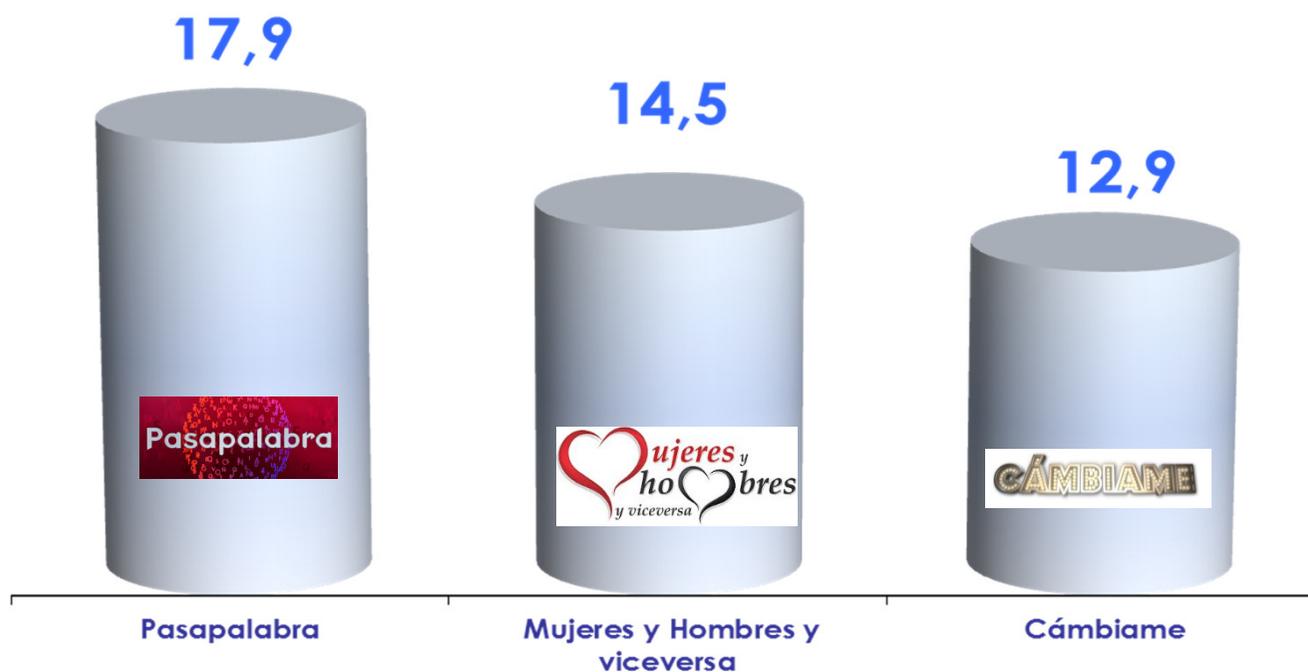
‘Sálvame’ (limón + naranja), es la oferta preferida por el público en la tarde, con una ventaja frente a Antena 3 de 2,7 puntos en Total Individuos y en cuatro puntos en Target Comercial.



Datos 2015. Franja Sálvame Naranja+limón. Total España.



Programas como 'Pasapalabra', 'Mujeres y hombres y viceversa' y 'cámbiame', otros grandes formatos de Day Time.



Datos 2015. Dato programa. Total España.



En 2015 Mediaset España ha contado con varios eventos deportivos.

- * Las Finales de la Copa del Rey y de la Supercopa, en Telecinco.
- * El Eurobasket 2015, en Mediaset: Cuatro, Telecinco y Energy.
- * La Final España-Lituania, emitida en Telecinco, consigue un 44,5% y 6.148.000 espectadores y es el partido de baloncesto más visto en la historia de la televisión.



EVENTO	FECHA	SHARE	MILES
FINAL COPA DEL REY / ATH.BILBAO-BARCELONA	30/05/2015	41,1	6.322
FINAL SUPERCOPA / ATH.BILBAO-BARCELONA	14/08/2015	30,0	3.583
FINAL SUPERCOPA / BARCELONA-ATH. BILBAO	17/08/2015	38,3	5.760

EUROBASKET 2015. MEDIASET ESPAÑA.

CUATRO	MEDIA PARTIDOS DE ESPAÑA	17,1	2.283
	MEDIA PARTIDOS SIN ESPAÑA	9,8	1.423
	MEDIA MUNDIAL BALONCESTO EN CUATRO	16,1	2.173
ENERGY	MEDIA EN ENERGY	1,5	180
TELECINCO	MEDIA EN TELE CINCO (FINAL)	44,5	6.148
MEDIASET	CUATRO + ENERGY + TELE CINCO (SOLO DIRECTOS)	8,5	1.075



Partidos amistosos de la Selección de fútbol en Telecinco y Sub-21 en Cuatro.



PARTIDOS AMISTOSOS SELECCIÓN 2015	SHARE	MILES
MEDIA PARTIDOS EN TELE CINCO. Selección Absoluta	25,8	4.303
MEDIA PARTIDOS EN CUATRO. Selección Sub-21	7,1	1.227



Datos 2015. Total día, Total España.



En 2015 Mediaset España ha retransmitido el mundial de Moto GP.

La categoría de Moto GP finaliza este 2015 con una media en sus emisiones en directo de 3.073.000 espectadores (30,4% de cuota) convirtiéndose en las más vistas de su historia.

La última carrera del mundial, el Gran premio de Valencia, se convierte en la carrera de Moto Gp más vista de todos los tiempos con un 53,5% y 5.903.000 espectadores.



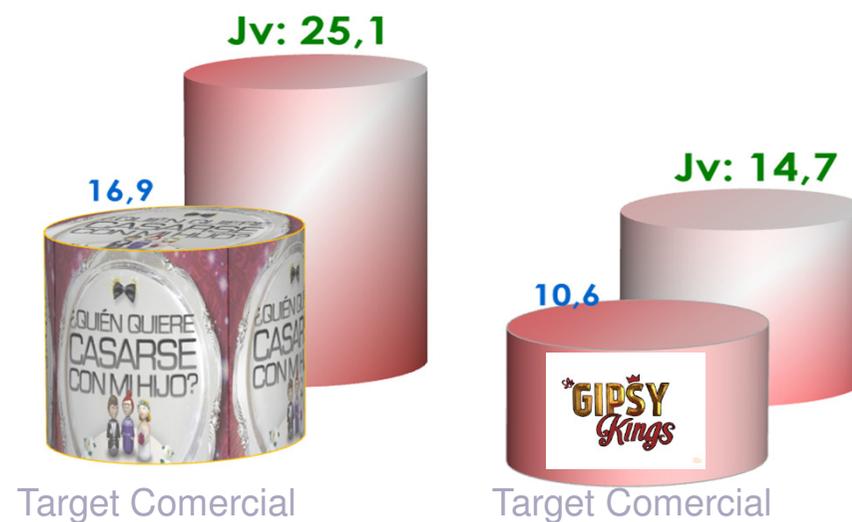
MOTOCICLISMO 2015	SHARE	MILES
GP VALENCIA (08/11/15)	53,5	5.903
MOTO GP (MEDIA 2015)	30,4	3.073



JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
MEDIASET España. 2016

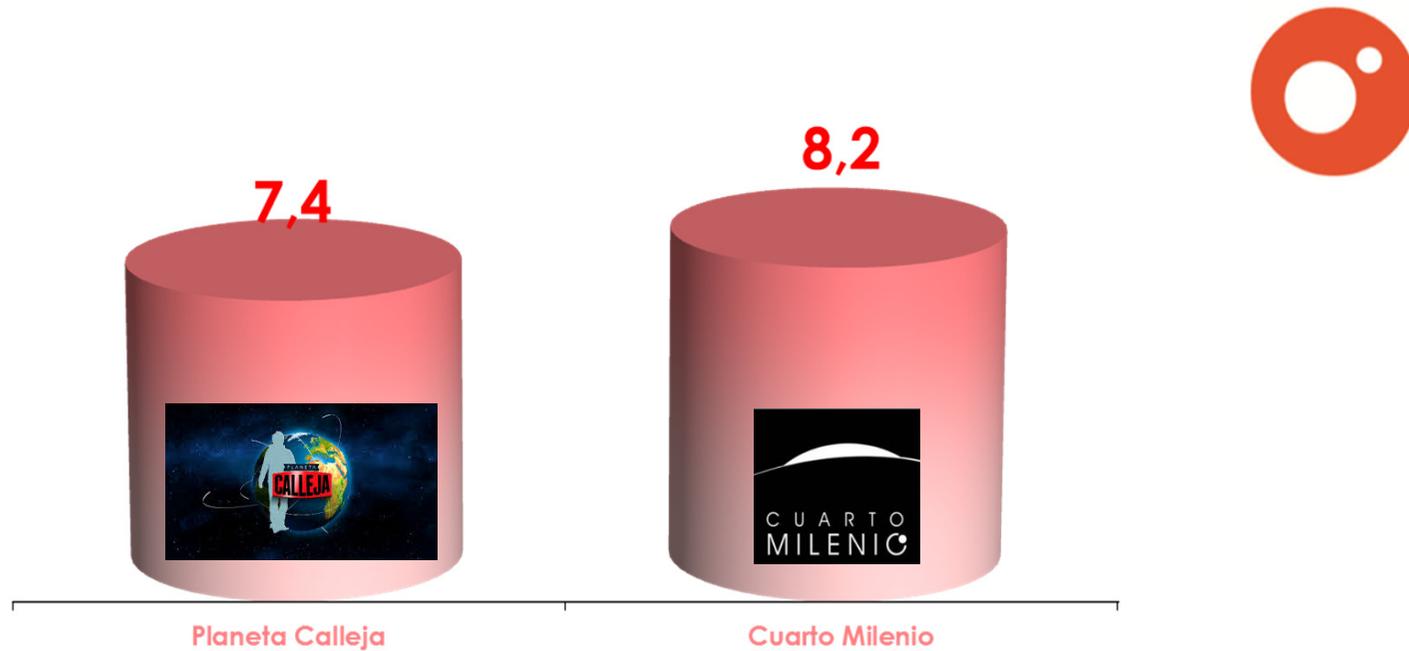


Los programas de Cuatro se ha ganado a los públicos más jóvenes.





Otros programas destacados que muestran el espíritu inquieto y viajero del espectador de Cuatro.



Datos 2015. Dato programa. Total España.

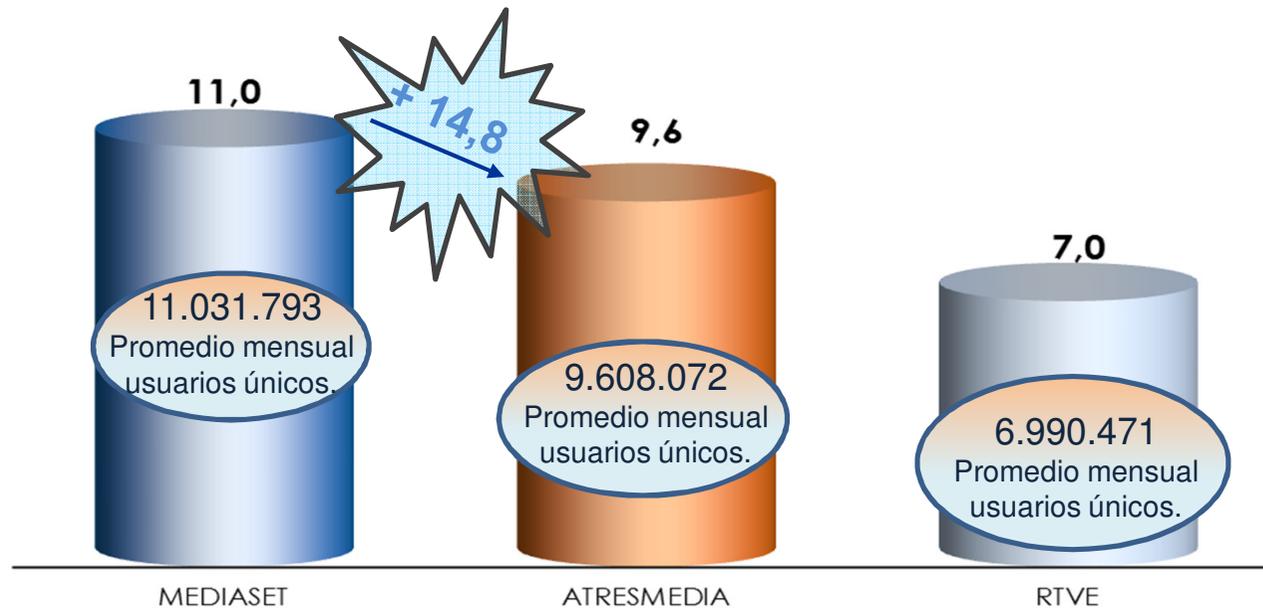


La información se ha consolidado en Cuatro en 'Las Mañanas de Cuatro' y 'Deportes Cuatro' continúa imbatible





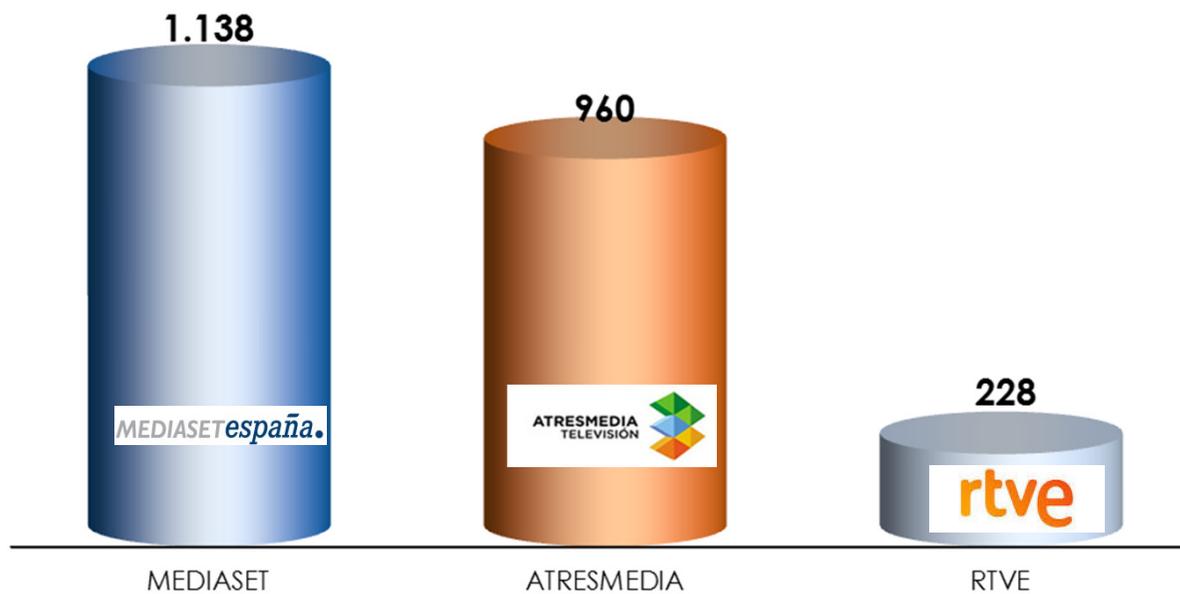
Mediaset registra en 2015 un promedio mensual de 11 millones usuarios únicos, supera en un 14,8% el resultado de Atresmedia.



*Datos 2015. Fuente: Mymetrix multiplataforma de Comscore.



En el consumo de vídeo online, Mediaset se sitúa como referente de los grupos audiovisuales **con 1.138 millones de vídeos servidos en 2015.**



*Datos 2015. Fuente: Videometrix de Comscore (solo PC)



Las apps del grupo acumulan más de **11 millones de descargas** de sus aplicaciones, un crecimiento del **42,5%** respecto a 2014.



La app de MYH... ¡ahora es gratis!

El piloto se trasladó a tu teléfono y te convierte en protagonista de tantas aventuras "amistosas" como quieras. Diseño renovado, nuevas funcionalidades, 100% estable... Todo lo puedes hacer directamente desde tu dispositivo móvil iOS o Android.

- Disponible en AppStore
- Disponible en Google Play
- ¡Tenemos app!

si te gusta cuatro, síguenos



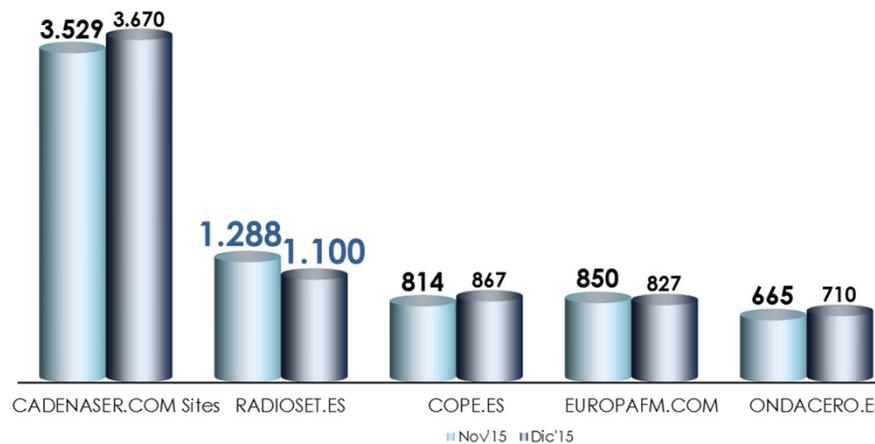
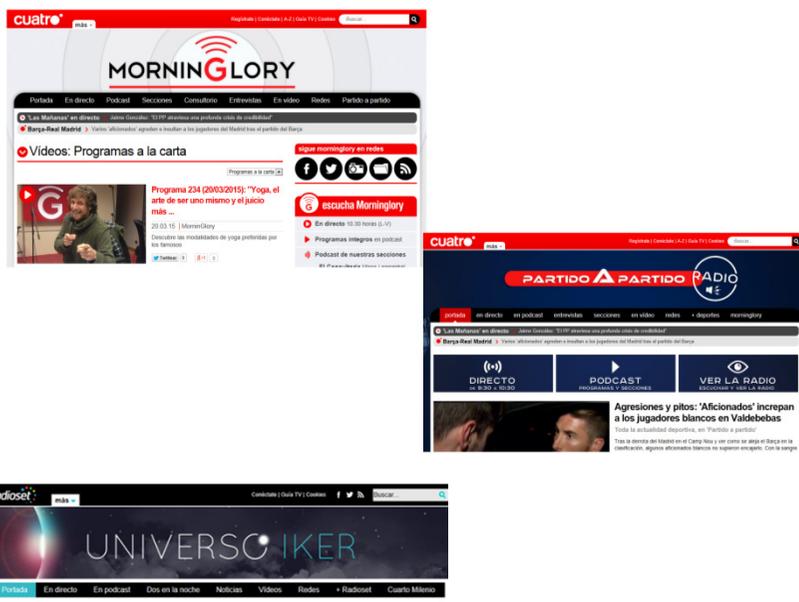
JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS MEDIASET España. 2016

*Datos 2015. Fuente: Comscore.



Radioset nace en septiembre '15 con 'MorninGlory' y 'Partido a Partido' y posteriormente, 'Universo Iker'.

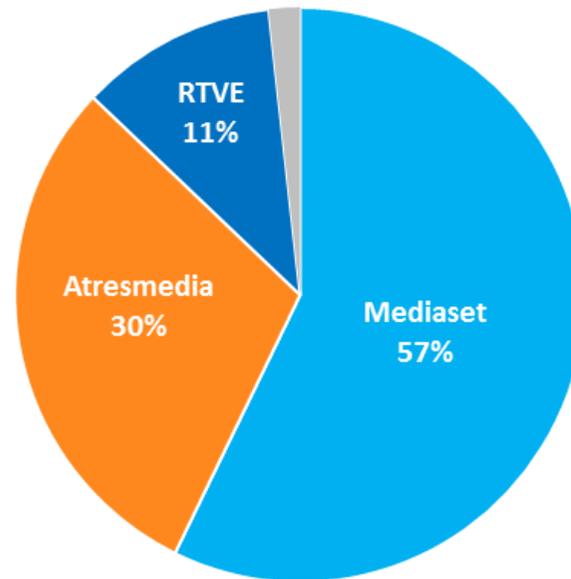
En noviembre y diciembre, sus dos primeros meses en Comscore. Radioset se sitúa en el segundo puesto de las webs de radio, tras las webs del grupo de la SER



*Datos 2015. Fuente: Comscore.



Mediaset, es el Grupo líder en impacto social en 2015 con el 57% de los comentarios de las redes sociales, 58 millones frente a 30 millones de Atresmedia.



Instagram



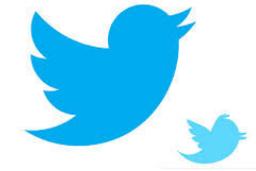
*Datos 2015. Fuente: Megamedia.



Gran Hermano 16 ha acumulado casi 17 Millones de comentarios entre el 13 de septiembre y el 27 de diciembre.

A lo largo de 2015 Telecinco y Cuatro han superado a Antena 3 y La Sexta en seguidores en Twitter

GH 16 es el programa que **más conversación ha generado este año (casi 6 Millones más que GH15)**



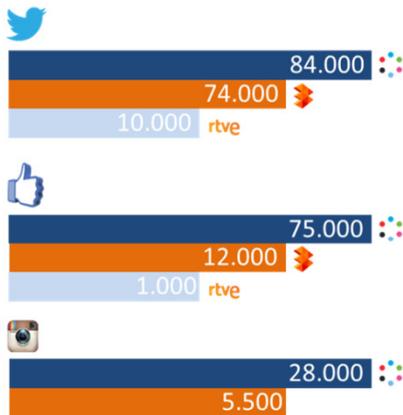
*Datos 2015. Fuente: Elaboración propia con datos de Twitter, Facebook e Instagram



Mediaset España cuenta con la División de Comunicación más seguida del sector en redes sociales.

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN MÁS SEGUIDO EN RRSS

*Datos: Enero 2016



EMPRESA DEL IBEX35 CON MAYOR IMPACTO EN RRSS

Las empresas del Ibx abrazan Twitter en su estrategia digital

La mayoría de las grandes compañías usan la red social como un canal de comunicación corporativa, aunque también hay perfiles de atención al cliente y de ofertas de empleo.

«No todas las redes sociales están igual de presentes. Las que realmente están operando el potencial de Twitter han conseguido mejorar considerablemente su imagen de marca», afirma Leticia Muñoz, responsable de Marketing de Mediaset por Iberia y Aeroméxico.

En España, son solo cuatro empresas del Ibx, la primera entre ellas es Twitter. ACS, Aeroméxico, OHL y Grifols son las únicas compañías del selectivo que no tienen perfil.

Las empresas que utilizan bien Twitter pueden tener un impacto directo en su imagen de marca.

pro de más acciones está operando en Twitter las 24 horas del día.

Twitter, como otras grandes redes sociales, contribuye a incrementar la exposición pública de las empresas. La mayoría de las compañías no tienen perfil en Twitter, pero sí en otras plataformas como LinkedIn o Facebook.

«El uso de Twitter es fundamental en la gestión de crisis. Por ejemplo, en empresas que sufren halos que afectan a millones de clientes», afirma a Facebook en España, un gestor en Iberia. Las redes sociales, así como otras «nuevas tecnologías» de hacer llegar a los clientes las nuevas propuestas de productos y servicios.

Además, Twitter, es el canal que en Twitter se puede ver en un grupo de usuarios, afirma Muñoz.

- #### Así usan la red social
- ACS, Aeroméxico, OHL y Grifols son las únicas compañías del Ibx sin Twitter.
 - BBVA, Mediaset, Iberia y Telefonía son las que mejor uso hacen, según un análisis de Sociabilis.
 - Iberia, Jazztel y Banco Sabadell son las que más interactúan.
 - Mediaset es la empresa cuyos tuits tienen más éxito.
 - Iberia es la empresa que más seguidores suma mensualmente a su cuenta, 4.432 de media desde 2008.

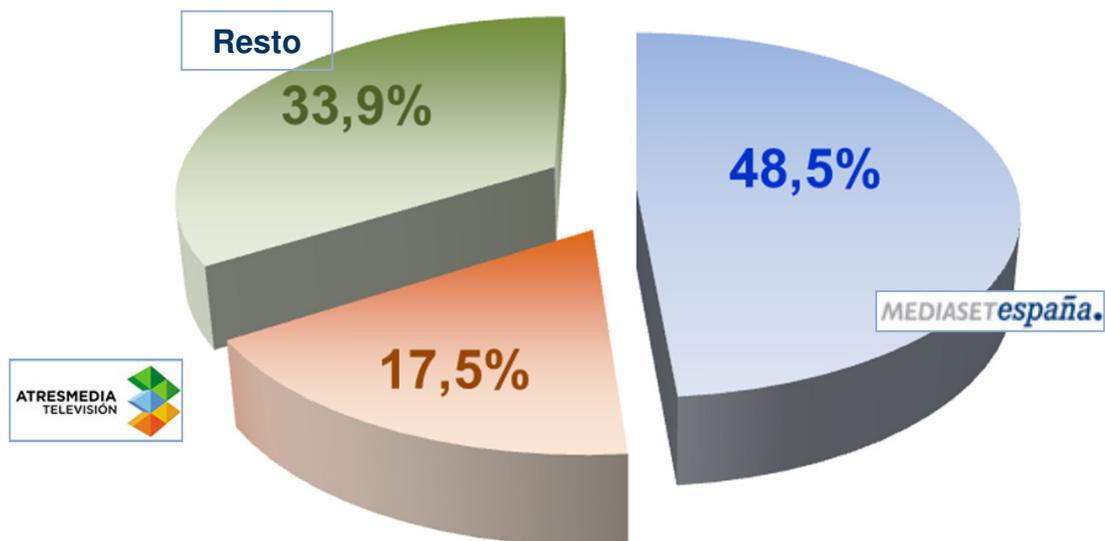
PUBLICACIONES EN DIFERENTES RRSS



*Datos Enero 201. Fuente: Elaboración propia con datos de Twitter, Facebook e Instagram.



La producción cinematográfica de Telecinco Cinema logra recaudar el 48,5% del total de la taquilla de las películas españolas.



TELECINCO
CINEMA

*Datos 2015. Fuente: Rentrak.

JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
MEDIASET *españa*. 2016



Destacan “**Ocho apellidos catalanes**”, la película más vista del 2015 y tercera de la historia del cine español, con una recaudación de 35 millones de euros.

“**Atrapa la bandera**”, segunda película española más vista del año, con más de 11 millones de euros recaudados y “**Regresión**” ha logrado 9 millones de euros recaudados.

35 Mill. €
Recaudación
total



11 Mill. €
Recaudación
total



9 Mill. €
Recaudación
total

TELECINCO
CINEMA

*Datos 2015-2016. Fuente: Rentrak.

JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
MEDIASET España. 2016



Entre los estrenos del 2016 destacan los títulos ya estrenados: “Cine años de perdón”, número 1 en su semana de estreno y “Kiki, el amor se hace”. En otoño se estrenará “Un monstruo viene a verme”.



TELECINCO
CINEMA



JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
MEDIASET España. 2016



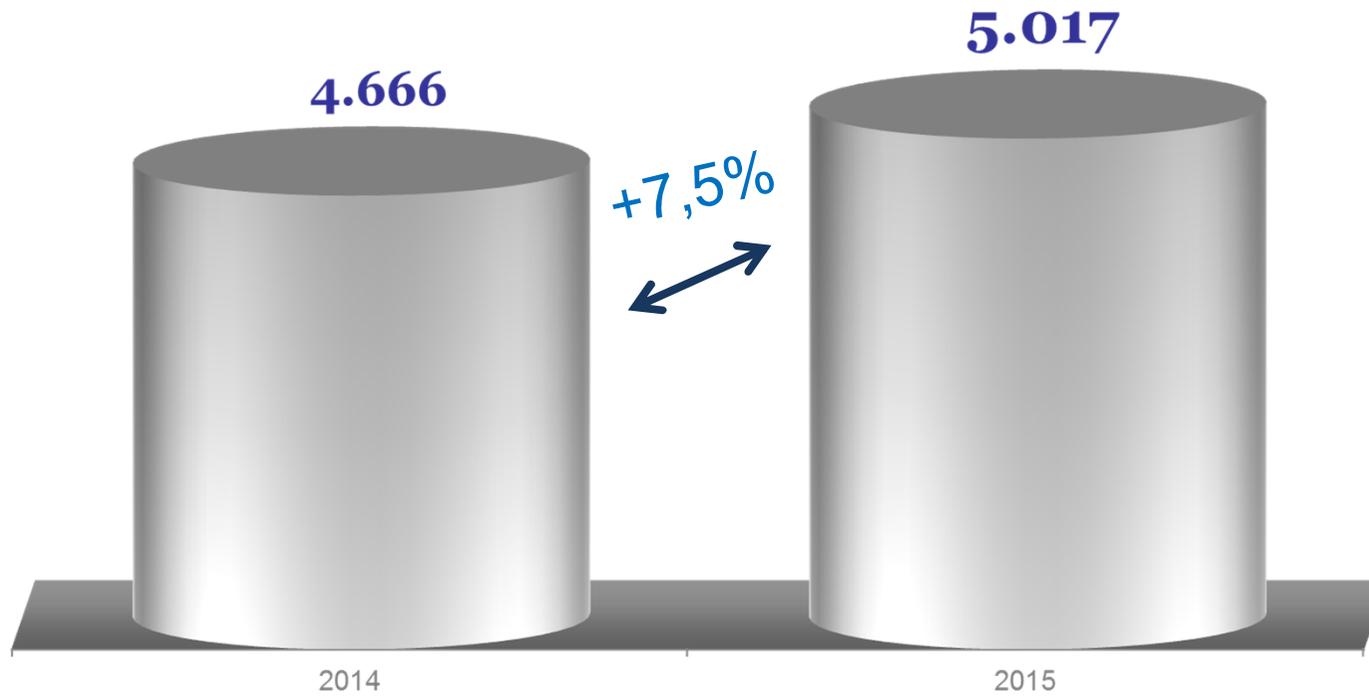
“12 Meses” ha continuado en 2015 con la campaña de igualdad #Doylacara. Junto a Oxfam Intermón ha mostrado el rostro de las “Avanzadoras” y también la importancia de la cooperación internacional de la mano de J.A.Bayona. 12 Meses se ha centrado en los niños más desfavorecidos con su campaña “Los Comprometidos”. Junto a Policía Nacional ha denunciado la explotación sexual a través de la campaña “con la trata no hay trato” y junto a Jesús Vázquez ha promovido la lucha contra el SIDA.

The infographic features several circular and rectangular elements:

- Top Left:** A circle with "12. MESES" and a photo of a colorful shanty town with the text "#SIMEIMPORTA 9 días en Haití Un cortometraje documental dirigido por J.A. Bayona". Logos for 12 Meses, Mediaset España, and Oxfam Intermón are present.
- Top Center:** A circle with "12. MESES" and the text "los comprometidos" above a logo with the text "los comprometidos" and the quote "En este equipo todos luchamos contra la pobreza infantil".
- Top Right:** A circle with "12. MESES" and a photo of a man with a "12. MESES" logo on his shirt.
- Middle Left:** A circle with "12. MESES" and the text "los comprometidos" above a logo with the text "los comprometidos" and the quote "En este equipo todos luchamos contra la pobreza infantil".
- Middle Center:** A circle with "12. MESES" and the text "Gracias a la campaña 'Los Comprometidos' se han recaudado 200,000 € para 11 ONG que trabajan por los niños más desfavorecidos."
- Middle Right:** A circle with "12. MESES" and the text "#DOYLACARA CON LA TRATA NO HAY TRATO En 2015 junto a Policía Nacional 12 Meses ha pedido la colaboración ciudadana para denunciar la situación de las víctimas de trata. Gracias a ella, la Policía ha liberado en 2015 a 783 mujeres y niñas víctimas de mafias."
- Bottom Left:** A circle with "12. MESES" and the text "#DOYLACARA por las AVANZADORAS" above a photo of a woman.
- Bottom Center:** A circle with "12. MESES" and the text "#DOYLACARA CON LA TRATA NO HAY TRATO #DENÚNCIALO 900 10 50 90" above a photo of a woman.
- Bottom Right:** A circle with "12. MESES" and a photo of a group of people, including a woman holding a sign that says "#DOYLACARA".



La inversión publicitaria en medios convencionales crece en 2015 un 7,5%

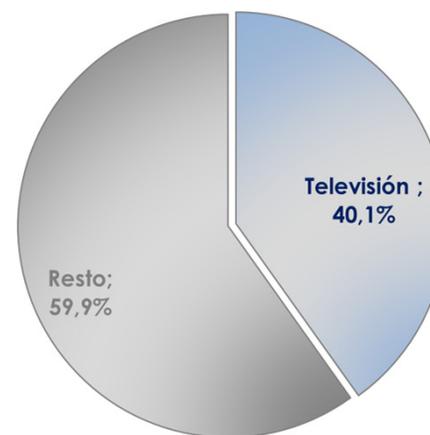
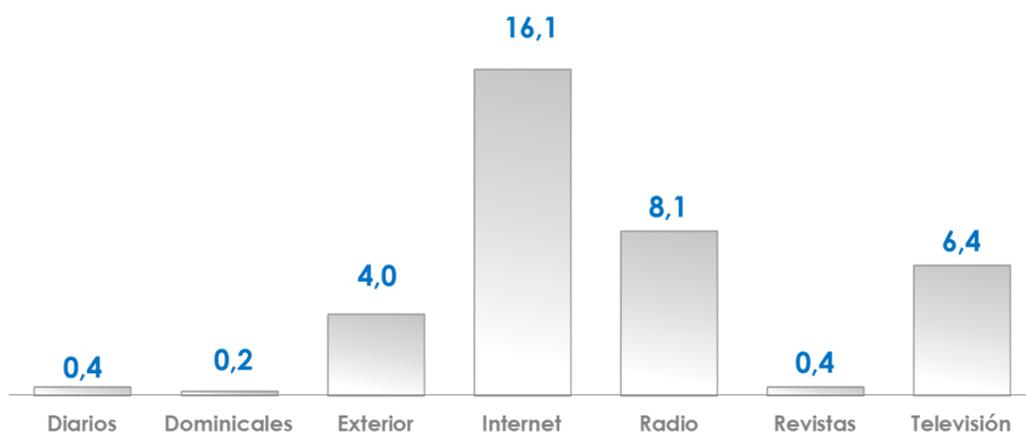


Año 2014-2015. Fuente: Infoadex
* Millones de Euros..



Todos los medios convencionales presentan un incremento.

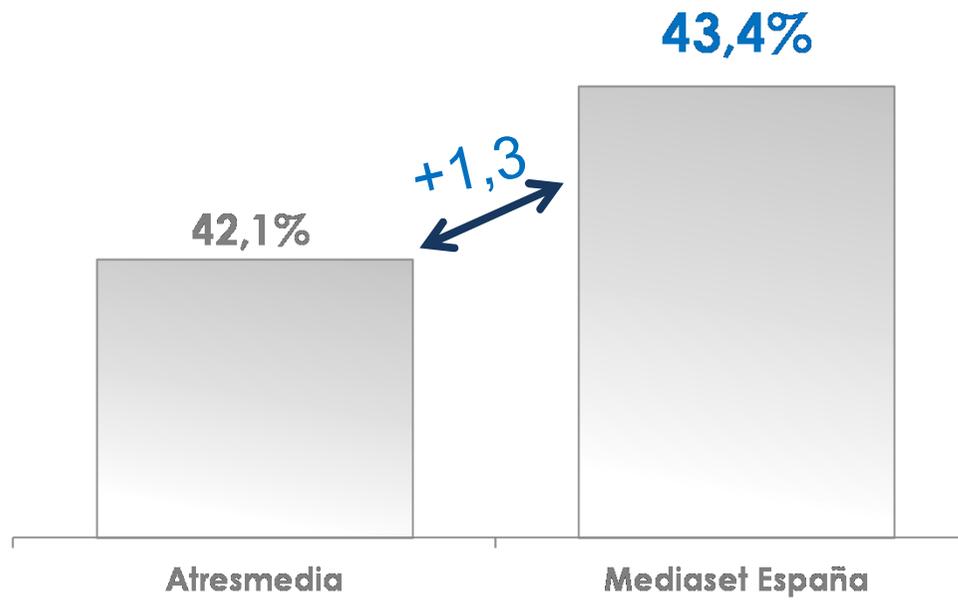
La Televisión ha logrado un crecimiento de la inversión publicitaria del 6,4% y conseguir el 40,1% del total de la inversión en medios convencionales. Es el primer medio por volumen de negocio: + 2.000 millones €.



Año 2015. Fuente: Infoadex.



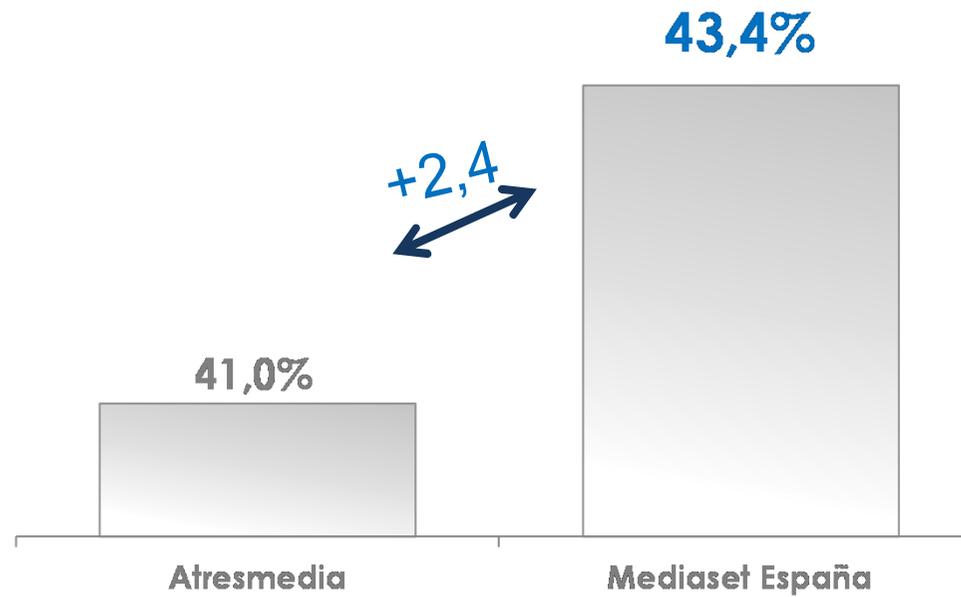
Mediaset España, medio de comunicación líder en inversión.



Fuente: Infoadex



En el último trimestre de 2015 se intensifica la ventaja en cuota de mercado.



Fuente: Infoadex
Último trimestre 2015



Nuestro portal de contenidos audiovisuales, Mitele, estrena App en HD, exclusiva para las Smart-TV de Samsung.





En el ámbito de edición y grafismo, las Salas se adecúan a la nueva etapa digital Multimedia y de contenidos multiformato.





La última tecnología 4G, similar a la empleada en smartphones, nos permite el envío de exteriores de manera más rápida y eficiente.





Proyección internacional: con “CincoMás” Nuevo Canal para Latinoamérica en Alta Definición.





Integración de los sistemas de Publicidad On Line con los de TV tradicional para dar soporte a la nueva realidad multiplataforma.





Implantación de la herramienta de Control de Calidad que mejora la gestión y los flujos de trabajo necesarios sobre los materiales antes de su emisión.





La remuneración del accionista es una prioridad de Mediaset España.

Desde nuestra salida a bolsa hemos distribuido a nuestros accionistas un total de 2.453,7* millones de euros entre reparto de dividendos y los planes de recompra de acciones.

Dividendo ordinario, por un total de 167,4* Mill.€ (0,50€ por acción, un pay-out de más del 100%).

Un total de
€2.453,7* Mill.€
desde la salida
a Bolsa



Dividendos



Plan de recompra
de acciones

Dividendo
ordinario de
167,4 Mill.€

Millones de euro

* Pendiente de aprobación de la Junta General de Accionistas

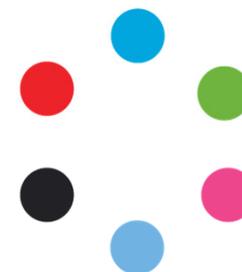




Abril 2016: Lanzamiento del nuevo canal de Mediaset España: BEMAD tv.







JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS
*MEDIASET*españa. 2016