

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS PRIMER SEMESTRE

Enero – Junio 2017

Madrid, 26 de julio 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. 2017 hechos relevantes
8. Contacta con nosotros

Conference Call / Web cast details

26 julio 2017 a las 18:30 CET (17:30 pm UK Time)

Teléfono desde España: +34 917 900 861
Teléfono desde UK: +44 (0) 203 043 2434
Teléfono desde USA: + 1 866 305 9104

Vía Webcast en el siguiente link:

<http://edge.media-server.com/m/p/w2op4qkz>

O a través de la página de Inversores:

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



PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	1S2017	1S2016	Var (%)
Total ingresos netos	508,5	521,6	-2,5%
Total costes operativos	340,5	361,6	-5,8%
EBITDA Adj. ⁽¹⁾	168,0	160,0	5,0%
Margen EBITDA	33,0%	30,7%	
EBIT	159,2	150,1	6,1%
Margen EBIT	31,3%	28,8%	
Beneficio neto	125,7	117,7	6,8%
BPA ⁽²⁾	0,38 €	0,35 €	
Posición financiera	117,9	65,4	52,4
Free Cash - Flow	138,9	130,0	8,9

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

(2) Se excluyen las acciones de autocartera a 30 de junio

Mediaset España registra en el primer semestre 2017 un **EBITDA** ajustado de **€168,0 millones** y un **EBIT** de **€159,2 millones** esto supone **incrementos del 5,0% y 6,1%** respectivamente, en comparación con el mismo periodo del 2016.

- El **Total Ingresos Netos** del primer semestre 2017 ascienden a **€508,5 millones**, con unos **ingresos netos de publicidad** de **€480,6 millones** y con **“Otros Ingresos”** por importe de **€28,0 millones**.
- Según **Infoadex**, el **mercado publicitario de TV** creció ligeramente en la **primera mitad del 2017 un 0,1%**, mientras que el **mercado publicitario total ha sido plano** en comparación con el mismo periodo 2016. **Mediaset España**, según **Infoadex**, lidera el mercado publicitario con una **cuota de mercado del 43,2%**.
- El **margen EBITDA** del periodo asciende a **33,0%**, un **crecimiento de 2,4 pp** respecto del mismo periodo 2016 (30,7%).
- El **Beneficio Neto** asciende a **€125,7 millones**, lo que supone un **incremento del 6,8%** respecto del mismo periodo 2016 (€117,7 millones).
- **Mediaset España** registra una **posición neta de caja**, a **30 de junio 2017** de **€117,9 millones**, y un **Free Cash Flow** de **€138,9 millones** (un **incremento de €8,9 millones** respecto del mismo periodo 2016).
- **Mediaset España** obtiene una audiencia en la **primera mitad del 2017 del 29,2% en 24 horas total individuos** y un **30,7% en target comercial**.
- En la **primera mitad 2017 Mediaset España** registra un promedio mensual de: **11,9 millones de usuarios únicos multiplataforma**, **180 millones de páginas vistas** y **71,1 millones de videos servidos** (fuente: ComScore, video solo PC).
- **Mediaset España** abonó un **dividendo ordinario** y **otro extraordinario** el 9 de mayo, un total de **€0,52/ acción** y un importe total de **€175,7 millones**.
- El total de **acciones propias adquiridas a 30 de junio 2017**, asciende a **2.210.810 títulos**, por un importe total de **€25,4 millones**, representativas del **0,66%** del capital social de la compañía.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

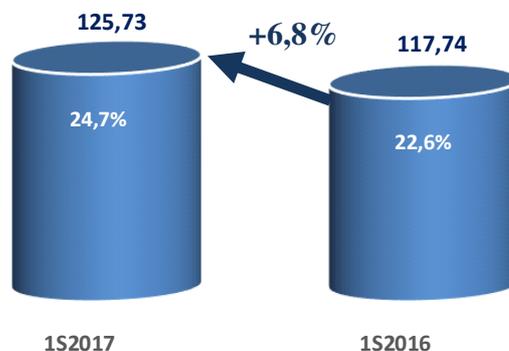
Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

	1S2017	1S2016	Var (%)
TOTAL INGRESOS NETOS	508,53	521,58	(2,5%)
Consumo de derechos	(74,39)	(92,57)	(19,6%)
Costes de personal	(52,44)	(51,94)	1,0%
Otros costes operativos	(213,66)	(217,08)	(1,6%)
TOTAL COSTES	(340,49)	(361,59)	(5,8%)
EBITDA ajustado	168,04	159,99	5,0%
Otras amortizaciones, provisiones	(4,81)	(5,87)	(18,0%)
Amortización PPA	(4,00)	(4,00)	-
EBIT	159,23	150,13	6,1%
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	0,98	0,96	2,4%
Resultado Financiero	(0,72)	(0,40)	-
Beneficio antes de impuestos	159,49	150,68	5,8%
Impuesto de Sociedades	(34,00)	(33,11)	2,7%
Minoritarios	0,24	0,17	-
Beneficio Neto	125,73	117,74	6,8%

El **beneficio neto del primer semestre 2017** asciende a **€125,73 millones**, un incremento del **6,8%** respecto del mismo periodo 2016 (€117,74 millones), lo que supone un **beneficio por acción** de **€0,38** (excluyendo autocartera).

El **beneficio neto** de *Mediaset España* se ha multiplicado por más de dos (**2,02x**) desde 2009 (€62,20 millones) y registra su **mejor dato** en el **primer semestre 2017** desde el **citado año**.

Beneficio Neto Ajustado (mill. €)
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos Netos (%)



1.1. Ingresos

Según **Infoadex**, el **mercado publicitario convencional** del **primer semestre 2017**, alcanzó **€2.089,50 millones**, lo que supone un **crecimiento plano (-0,9 millones)** respecto del mismo periodo 2016 (€2.090,4 millones). El **mercado publicitario de la televisión también se mantiene plano**, en el mismo periodo con un incremento de **€0,9 millones (+0,1%)** hasta los **€1.115,80 millones**. La televisión **confirma su liderazgo en los medios convencionales**, con una cuota del **53,4% sobre el total de la publicidad del mercado convencional**, un incremento de **+0,1pp** en comparación con el mismo periodo 2016.

Los operadores nacionales en abierto suponen un **90,8% del mercado publicitario de televisión**, (el 90,6% en mismo periodo 2016) mientras que el **pay TV supone el 4,3%** y las **televisiones locales el 4,9%**, en el periodo enero-junio 2017.

Según **Infoadex**, en la primera mitad 2017, **Mediaset España** obtuvo una **cuota de mercado del 43,2%** en comparación con el **mismo periodo 2016, 43,6%**, a pesar de la difícil comparativa con la **Euro2016**, la **cuota de mercado Mediaset España** se sitúa, en el periodo, **+0,9pp** por delante de su inmediato competidor (42,3%). Esta es la mayor diferencia obtenida en un primer semestre en los últimos tres años (2014 fue el anterior superior cuando **Mediaset España** tuvo el mundial de fútbol de Brasil).

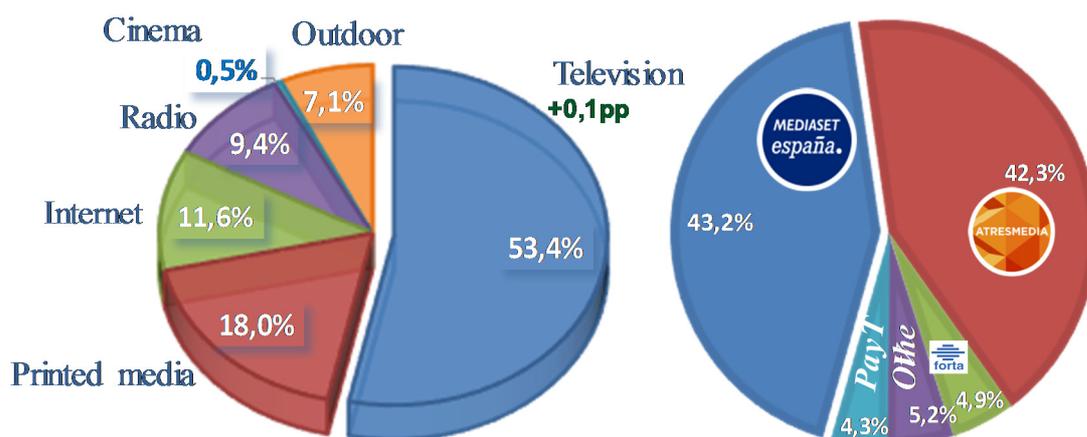


Tabla 2: Ingresos

	1S2017	1S2016	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	500,98	507,97	(1,4%)
- Medios Propios	491,10	491,21	(0,0%)
- Medios Ajenos	9,87	16,76	(41,1%)
Comisiones	(20,43)	(18,90)	8,1%
Ingresos netos de publicidad	480,55	489,08	(1,7%)
Otros ingresos	27,98	32,50	(13,9%)
TOTAL INGRESOS NETOS	508,53	521,58	(2,5%)

El **total de ingresos brutos de publicidad** en la primera mitad **2017** suman **€500,98 millones** en comparación con los €507,97 millones del mismo periodo 2016. El desglose de ingresos es el siguiente:

- Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, incluyen los **ingresos publicitarios** de internet, teletexto y los 7 canales en abierto que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY, ENERGY y BE MAD**. El total de estos ingresos en el primer semestre 2017, ascienden a **€491,10 millones**, lo que supone una **evolución plana** respecto de los ingresos del mismo periodo 2016 (€491,21 millones).

Mediaset España ha registrado un **excelente comportamiento** en los **ingresos publicitarios de medios propios** en la primera mitad 2017, a pesar de la **compleja comparativa** con la **Euro2016** y el **crecimiento plano** del mercado publicitario tv.

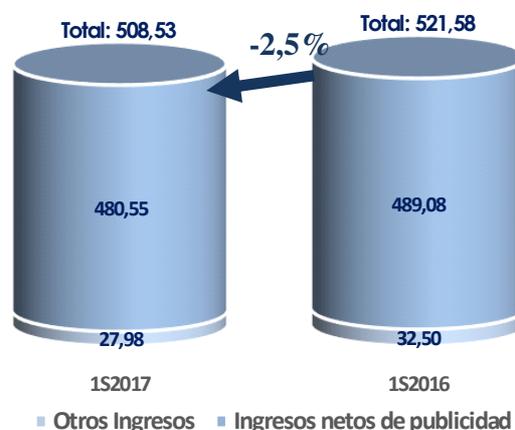
- Los **ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, incluyen la venta de publicidad de un **canal regional en abierto** así como **varios canales de pago, internet y e-walls**. Estos ingresos suman en el periodo **€9,87 millones**, en comparación con los **€16,76 millones del mismo periodo 2016**. La diferencia se debe a la **finalización de la explotación publicitaria** de algunos contratos de canales en abierto y de Pay Tv, así como un **ajuste one off positivo** en el segundo trimestre 2016.

Los **ingresos netos de publicidad**, son los ingresos brutos después de comisiones y alcanzan los **€480,55 millones en el primer semestre 2017**, en comparación a los **€489,08 millones del mismo periodo 2016**.

La línea de **otros ingresos** incluye los ingresos de: **Internet, venta de derechos y actividad cinematográfica** entre otros. En los meses de **enero a junio 2017**, estos ingresos fueron **€27,98 millones**, en comparación a los **€32,50 millones del mismo periodo 2016**. La diferencia se debe principalmente a **una menor actividad de cine**: un estreno en el periodo 2017 **“Es por tu bien”**, mientras que en el mismo periodo 2016 hubo dos estrenos **“Cien años de perdón” y “Kiki el amor se hace”**.

Total de ingresos netos, del primer semestre 2017 asciende a **€508,53 millones** en comparación con **€521,58 millones el mismo periodo 2016**.

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



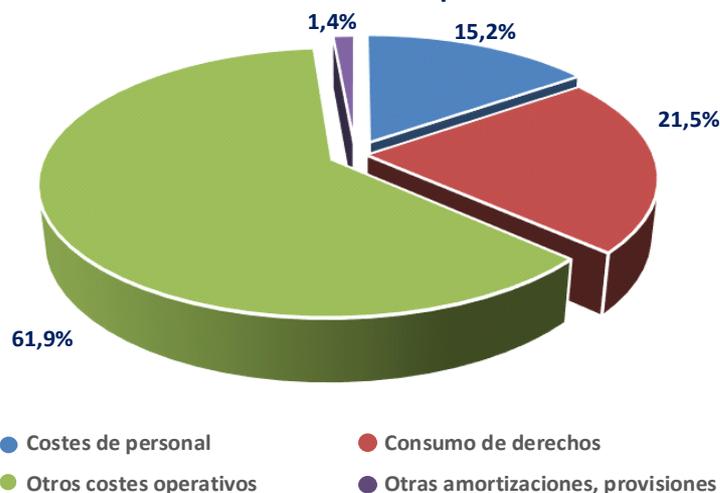
1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** del **primer semestre 2017 (€345,29 millones)** han disminuido €22,16 millones, **un 6%** en comparación con el mismo periodo 2016 (€367,45 millones). Los costes incluyen **ahorros**, de unos €20,00 millones, **en todas las áreas**, especialmente en **relación con la parrilla de programación**, gracias a **falta de eventos deportivos**, (el año pasado *Mediaset España* emitió 18 partidos de la Eurocopa2016 en el periodo) y a **nuestra estricta política de control de costes**. Nuestro modelo de **negocio** muestra una gran **flexibilidad** lo que permite de nuevo a la compañía **optimizar sus gastos en función de la audiencia obtenida y las condiciones del mercado**.

Tabla 3: Costes operativos

	1S2017	1S2016	Var (%)
Costes de personal	52,44	51,94	1,0%
Consumo de derechos	74,39	92,57	(19,6%)
Otros costes operativos	213,66	217,08	(1,6%)
Otras amortizaciones, provisiones	4,81	5,87	(18,0%)
Total Costes Operativos	345,29	367,45	(6,0%)
Amortización PPA	4,00	4,00	-
TOTAL COSTES	349,29	371,45	(6,0%)

Estructura de costes operativos



La base de costes de *Mediaset España* en el primer semestre 2017 (€345,29 millones) es un **31,2% inferior** a la del mismo periodo del 2010 (€507,38 millones). Esto **supone ahorros de €162,09 millones** a pesar de operar en la **actualidad dos canales más**.

millones €	1S2010	1S2011	1S2012	1S2013	1S2014	1S2015	1S2016	1S2017	Var.
Costes Operativos	507,38	421,86	437,98	375,87	383,90	363,55	367,45	345,29	-31,9%

* Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRs, del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro.

Contenido

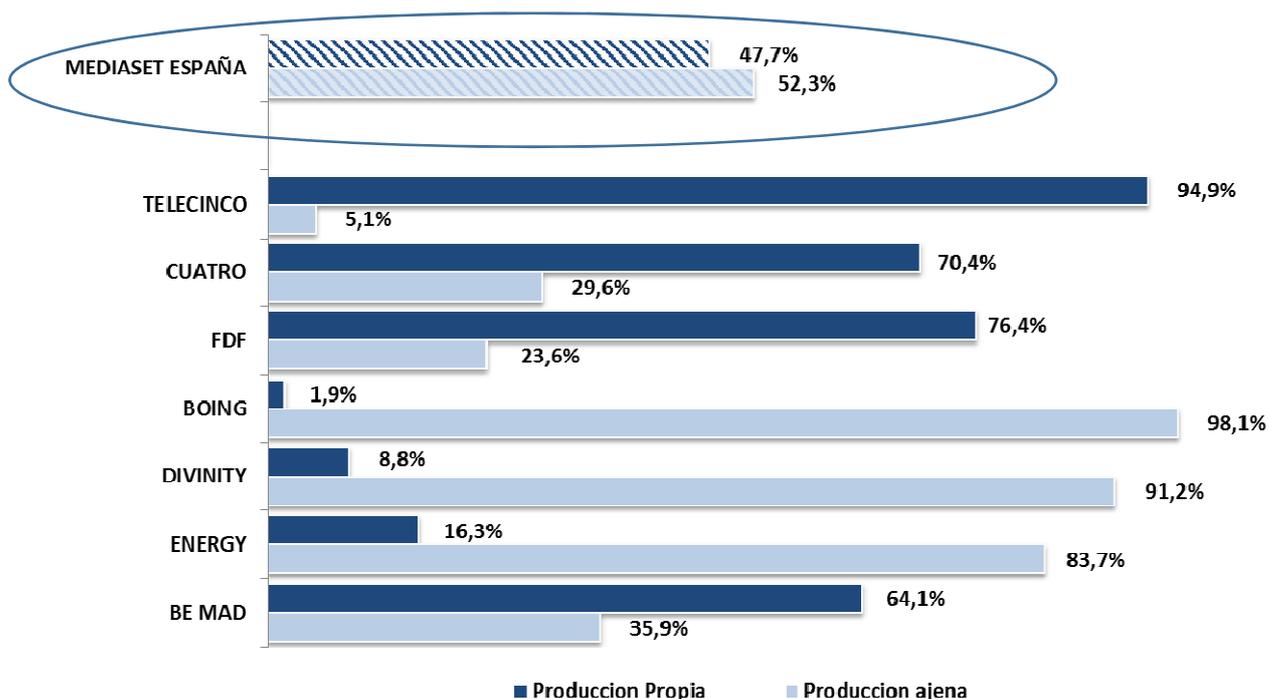
Mediaset España opera 7 canales en el **primer semestre 2017**. En este periodo, el **47,7%** de las horas de emisión se dedicaron a la **producción propia** y el **52,3%** a **producción externa**. Se trata de un incremento importante de **+4,6 pp** en las horas de producción propia en comparación con el **mismo periodo 2016 (43,1%)**, debido fundamentalmente a los canales **Be Mad** y **Cuatro**, donde el **consumo de producción propia** ha incrementado en **36,1pp** y **15,6pp** respectivamente.

El canal **TELECINCO**, ha dedicado el **94,9%** de las horas de emisión a la **producción propia**, mientras que el **5,1%** se asignó a la **producción externa**. Esto compara con el **93,6%** de la **producción propia** y el **6,4%** de la producción externa, del mismo periodo 2016.

CUATRO asignó un **70,4%** de su parrilla a la **producción propia**, lo que supone un incremento sustancial, de **+15,6 pp**, respecto del mismo periodo 2016 (54,8%), mientras que el **29,6%** de las horas de emisión fueron **producción externa** (45,2% en el mismo periodo 2016).

Los canales **Telecinco** y **Cuatro**, de forma conjunta, **destinan el 83,1%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, frente al **16,9%** de la producción externa. En el mismo periodo **2016**, el consumo conjunto de los canales fue del **75,0%** de **producción propia**, lo que supone un **incremento de 8,1pp** en el **primer semestre 2017** respecto del mismo periodo 2016.

En cuanto a los demás canales, la asignación ha sido la siguiente: **FACTORIA DE FICCION** dedicó un **76,4%** de **producción propia** frente a un **23,6%** de **producción externa**, **BOING** dedica la mayor parte de su parrilla a los **derechos a terceros**, un **98,1%**, **DIVINITY** presenta un **8,8%** de **producción propia** y **91,2%** de **derechos de terceros**, **ENERGY** dedica un **16,3%** de la parrilla a la **producción propia** y un **83,7%** a la **producción externa**, y **BE MAD**, asigna el **64,1%** de su parrilla a la **producción propia** y el **35,9%** a los **derechos a terceros**.



1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

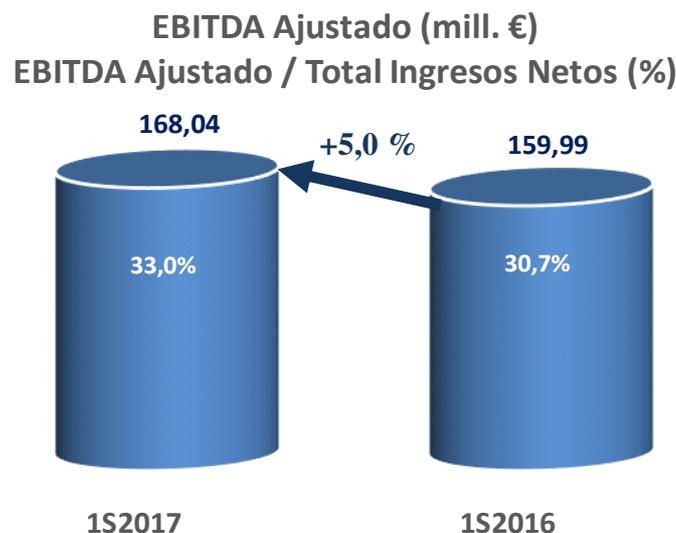
Mediaset España registra un **resultado bruto de explotación, EBITDA ajustado**, de **€168,04 millones** en la primera mitad **2017**, un **incremento de €8,05 millones, +5,0%**, en comparación con el **mismo periodo 2016** (€159,99 millones). **Mediaset España** consigue en el periodo un **mejor margen EBITDA ajustado, 33,0%, sobre los ingresos totales netos**, lo que supone una mejora de **+2,4pp** respecto del mismo periodo 2016 (30,7%), lo que demuestra de nuevo el foco de la compañía en la eficiencia.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€159,23 millones**, lo que se traduce en un incremento del **+6,1%** en comparación con el mismo periodo 2016 (€150,13 millones), y un margen del **31,3%** sobre el **total ingresos netos del primer semestre 2017, +2,5pp en comparación con** el mismo periodo 2016 (28,8%).

Mediaset España presenta su **segundo mejor resultado semestral** de los últimos 35 periodos, siendo el 1Q2017 mejor trimestre.

Tabla 4: Márgenes

	1S2017	1S2016
Total ingresos netos	508,53	521,58
EBITDA ajustado	168,04	159,99
Margen EBITDA Ajustado	33,0%	30,7%
EBIT	159,23	150,13
Margen EBIT	31,3%	28,8%
Beneficio Neto	125,73	117,74
Margen Beneficio Neto	24,7%	22,6%



1.4. Financieros, Resultado de Participadas

Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia¹, en el periodo enero a junio 2017, muestran un beneficio de €0,98 millones, en comparación con €0,96 millones del mismo periodo 2016.

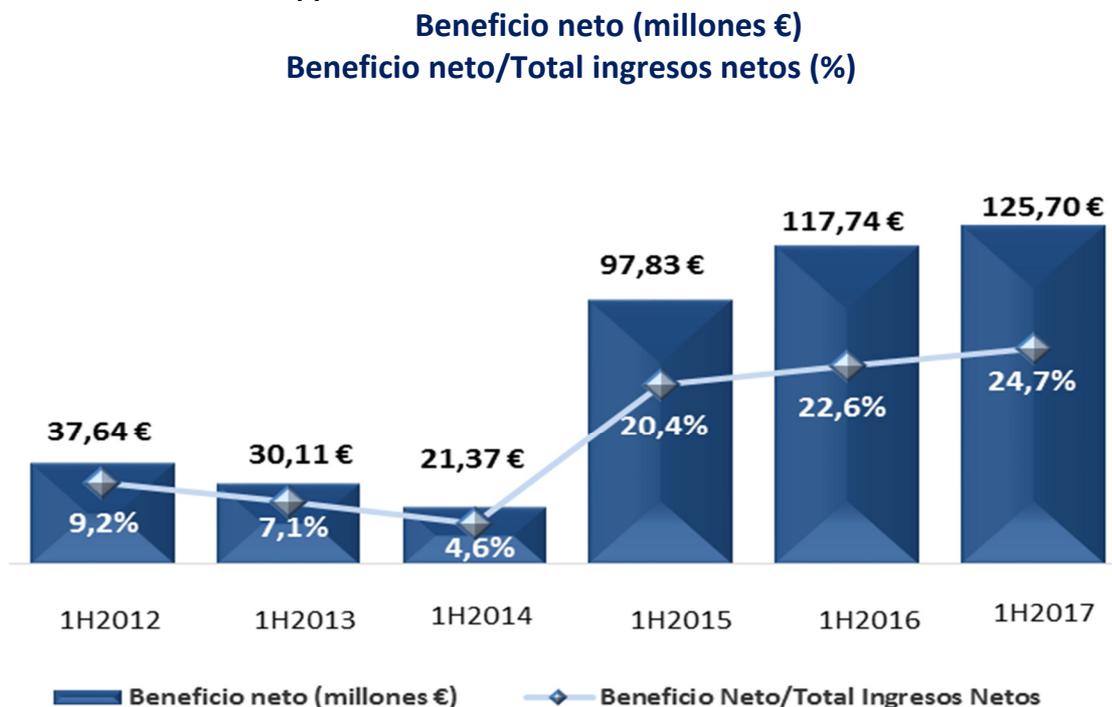
El resultado financiero, en el primer semestre 2017, supone un gasto de €0,72 millones.

1.5. Resultado del primer semestre 2017

El resultado antes de impuestos, del periodo enero-junio 2017, es €159,49 millones, en comparación con los €150,68 millones del mismo periodo 2016, un incremento de €8,81 millones en el periodo (+5,8%).

El resultado neto después de impuestos, suma en el periodo, €125,73 millones en comparación con los €117,74 millones del mismo periodo 2016, esto es €7,99 millones superior lo que representa un incremento del 6,8%.

Mediaset España incrementa su **margen del beneficio neto**, en la primera mitad 2017, hasta el **24,7%**, una subida de **+2,1pp** en comparación con el mismo periodo del 2016 (**22,6%**). Desde la primera mitad 2012, Mediaset España ha incrementado su margen del beneficio neto del primer semestre del año, en **+15.5pp**.



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. (participación indirecta 30%), Edica 8Tv S.A (34,7%), Aunia S.L (50% participación indirecta), Alea Media S.A (40%) y Melodía producciones S.L (40%).

2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** de los seis primeros meses **2017**, asciende a **€138,88 millones**, en comparación con los **€130,01 millones** del mismo periodo 2016, lo que supone un incremento de **€8,87 millones**.

Mediaset España incrementa su posición **netamente de caja** en los seis primeros meses **2017** en **€52,42 millones**, en comparación con el **mismo periodo 2016**, lo que sitúa la **posición neta de caja** al final del primer semestre 2017 en **€117,86 millones**, a pesar del **pago de dividendos** por **€175,72 millones** y la **compra de autocartera** por **€25,36 millones** en el periodo.

Mediaset España abonó **dividendos** a cuenta de **resultados del 2016** y reservas de libre disposición el **9 de mayo**, por importe de **€175,72 millones**, lo que representa un **pay-out** del **103%**, lo que pone de manifiesto la **prioridad de la compañía en relación a la remuneración del accionista**.

Como parte de la remuneración al accionista, **Mediaset España** lleva a cabo un **programa de recompra de acciones** propias que fue aprobado por el Consejo de Administración de la compañía en febrero y ratificado en JGA, por un **importe total de €100 millones**. El plan comenzó el 17 de mayo y hasta el 30 de junio, la compañía ha adquirido un total de **2.210.810 títulos**, un **0,66%** del **capital social**, que suponen una **inversión de €25,36 millones**.

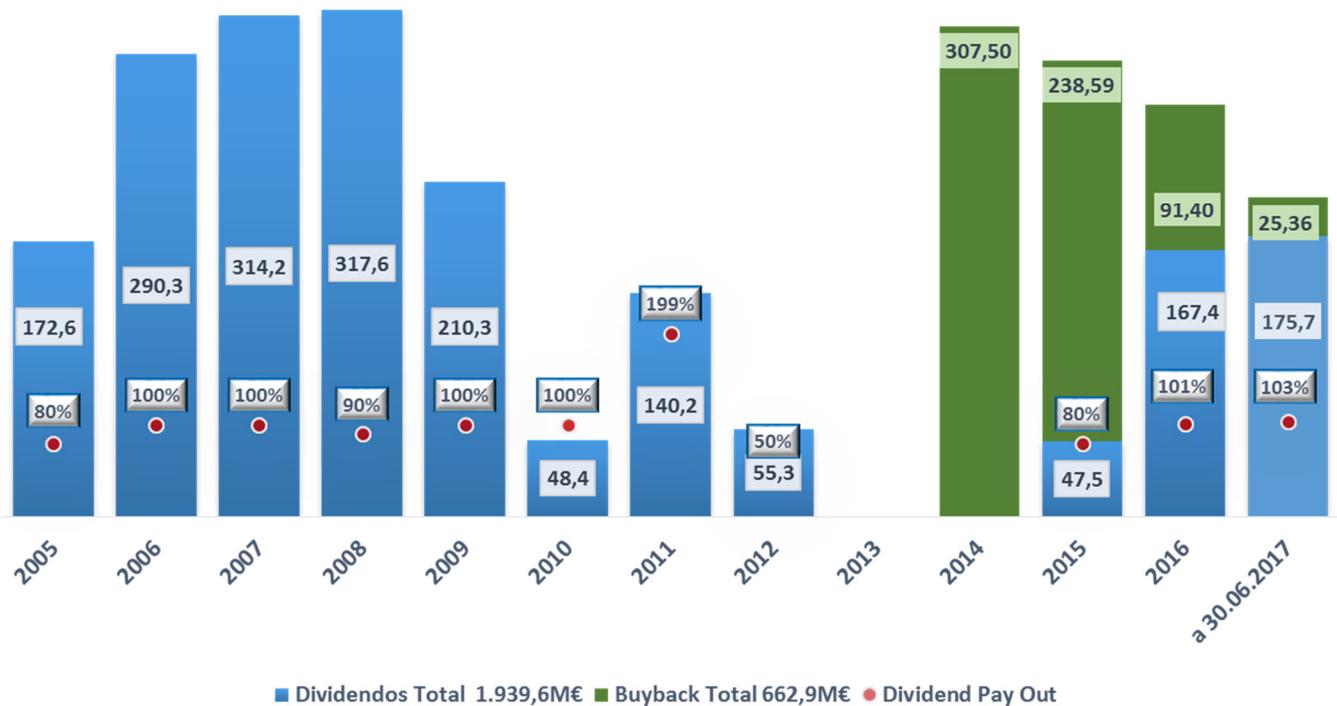
Tabla 5: Cash Flow

	1S2017	1S2016	Var (M€)
Beneficio Neto antes de minoritarios	125,49	117,57	7,93
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	83,39	101,45	(18,06)
- Consumo Derechos	74,39	92,57	(18,18)
- Amortizaciones	9,00	8,88	0,12
Provisiones	(0,82)	0,97	(1,79)
Otros	12,63	21,70	(9,08)
CASH FLOW OPERATIVO	220,69	241,69	(21,00)
Inversión en Derechos	(122,06)	(131,52)	9,46
Inversiones, otras	(5,87)	(5,12)	(0,75)
Variación Fondo de Maniobra	46,13	24,96	21,17
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	138,88	130,01	8,87
Compra acc. Propias	(25,36)	(91,40)	66,04
Movimientos Patrimonio	2,16	1,50	0,66
Inversiones/Desinversiones financieras	(1,40)	(1,34)	(0,06)
Dividendos cobrados	1,85	1,67	0,18
Pago de Dividendos	(175,72)	(167,40)	(8,32)
Variación Neta de Tesorería	(59,59)	(126,97)	67,38
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	177,45	192,41	(14,96)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	117,86	65,44	52,42

Mediaset España consigue una tasa de **conversión a caja del 82,7%**: Free Cash Flow (€138,88 millones) a EBITDA (€168,04 millones), poniendo de nuevo de manifiesto **la buena traslación del negocio de la compañía a caja**.

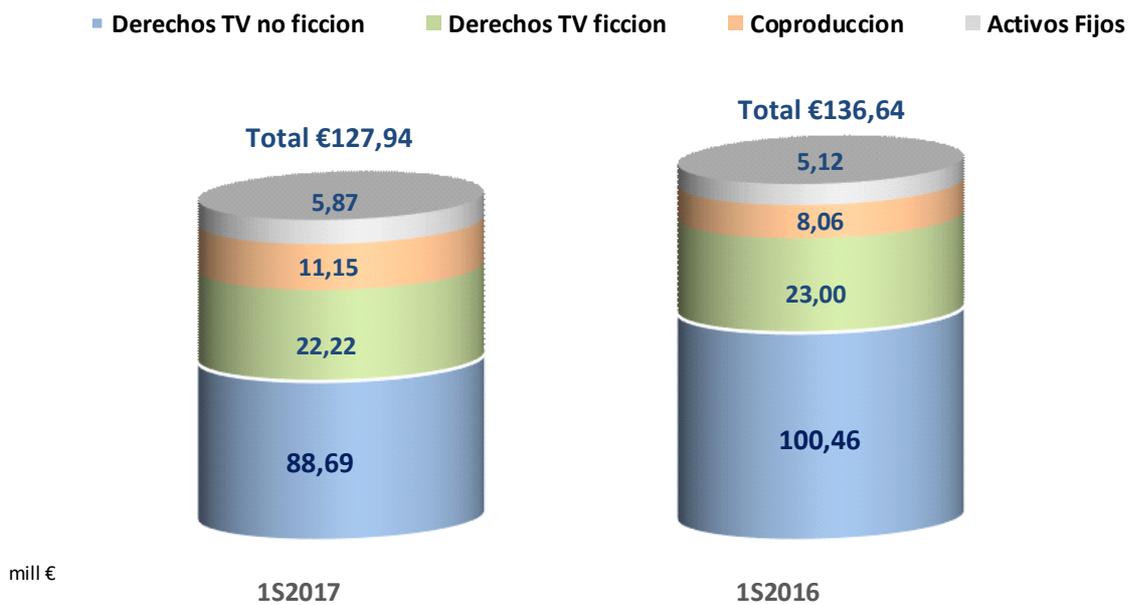
La remuneración de los accionistas de **Mediaset España**, **vía dividendos**, desde su salida a bolsa y hasta **el 30 de junio, asciende a €1.939,58 millones**, mientras que los programas de compra de autocartera llevados a cabo, hasta 30 de Junio 2017, implican una inversión de **€662,85 millones**.

La **combinación de ambas remuneraciones**, ha supuesto un total de **€2.602,43 millones**.



La inversión neta total, en el periodo enero a junio 2017 alcanza los **€127,94 millones** en comparación con la inversión del mismo periodo del 2016 de €136,64 millones.

En este periodo, **Mediaset España**, invirtió un total de **€88,69 millones** en derechos de terceros, **€22,22 millones** en series de ficción nacional, **€11,15 millones** en co-producciones/distribución cinematográficas y **€5,87 millones** en activos fijos tangibles e intangibles.



3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

	Junio 2017	Diciembre 2016
Inmovilizado	568,71	580,92
- Inm. Financiero	312,32	321,06
- Otro Inmovilizado	256,39	259,86
Derechos y Anticipos	219,03	171,90
- Terceros	164,02	132,45
- Ficción	28,76	20,58
- Coproducción / Distribución	26,26	18,87
Impuesto Anticipado	100,93	112,95
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	888,67	865,77
Activo corriente	235,39	243,67
Activo financiero y tesorería	133,22	193,26
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	368,61	436,93
TOTAL ACTIVO	1.257,28	1.302,70
FONDOS PROPIOS	909,86	983,29
Provisiones	9,38	9,15
Acreedores no corrientes	14,17	11,84
Pasivo financiero no corriente	7,62	13,66
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	31,18	34,66
Acreedores corrientes	308,50	282,59
Pasivo financiero corrientes	7,74	2,16
TOTAL PASIVO CORRIENTE	316,24	284,75
TOTAL PASIVO	1.257,28	1.302,70

Mediaset España presenta un adecuado equilibrio entre sus activos y pasivos corrientes, como demuestra el ratio de liquidez de **1,17x**.

La cifra de **derechos** del balance, muestra el **mix** para **atender de forma correcta las necesidades de programación** de la compañía.

Los **fondos propios disminuyen** en el primer semestre del año 2017, en **€73,43 millones**, lo que se debe al **pago del dividendo de €175,72**, el 9 de mayo, y la **compra de autocartera por importe de €25,36 millones**.

4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

4.1 Consumo Televisión

Semestre	1S Promedio Consumo			Espectadores TV ('000)
	Lineal	No Lineal	Total Consumo TV	
1S00	220		220	5.897
1S01	216		216	5.891
1S02	220		220	6.006
1S03	220		220	6.018
1S04	228		228	6.434
1S05	224		224	6.419
1S06	225		225	6.486
1S07	230		230	6.697
1S08	233		233	6.866
1S09	233		233	7.091
1S10	241		241	7.338
1S11	246		246	7.520
1S12	254		254	7.757
1S13	256		256	7.830
1S14	250		250	7.705
1S15	245	2	247	7.749
1S16	240	4	244	7.402
1S17	232	4	236	7.400

El promedio diario de consumo televisivo, lineal y no lineal, en la primera mitad 2017, fue de 236 minutos, tres horas y cincuenta y seis minutos por día y persona.

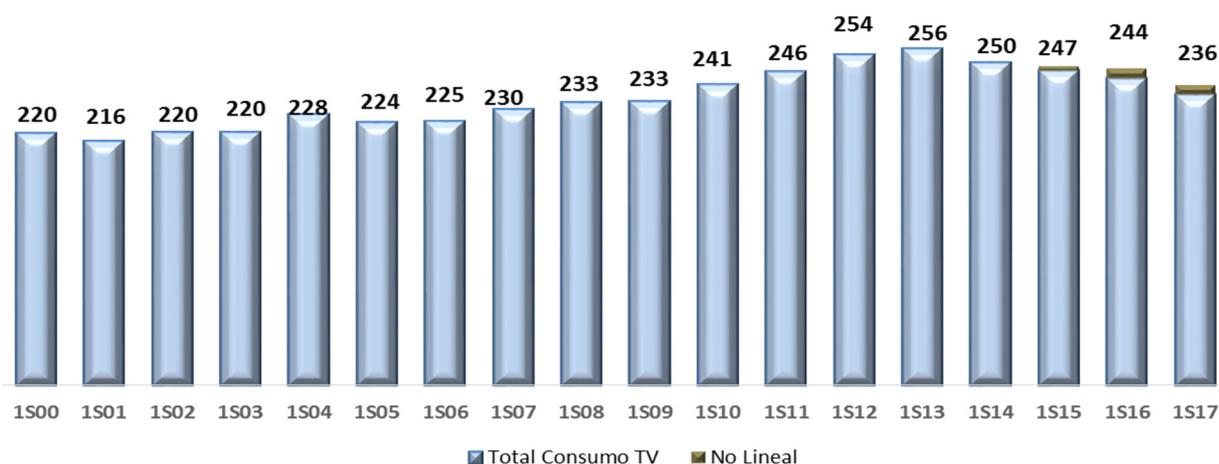
El consumo **lineal TV**, 232 minutos por persona/día, se mantiene elevado en comparación a los niveles pre-crisis, **(230 minutos por persona/día en 2007)** y supone un **98,3% del total** del promedio del consumo televisivo. El promedio diario de espectadores en el periodo fue de **7,4 millones**.

Desde **marzo 2017**, Kantar Media mide la audiencia de invitados (amigos, familia etc.. de visita en el hogar). El **consumo de televisión** se incrementa, incluyendo invitados, en un **5,8% en el primer semestre 2017**, principalmente en los targets más jóvenes. La cifra del cuadro de la izquierda **no incluye el consumo de invitados**.

El consumo **no lineal** de televisión en el **primer semestre 2017** es de **4 minutos**/por persona y día y representa en **1,7%** del promedio diario del consumo televisivo.

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

1T Consumo Audiovisual TV (minutos)



² Fuente: Kantar Media

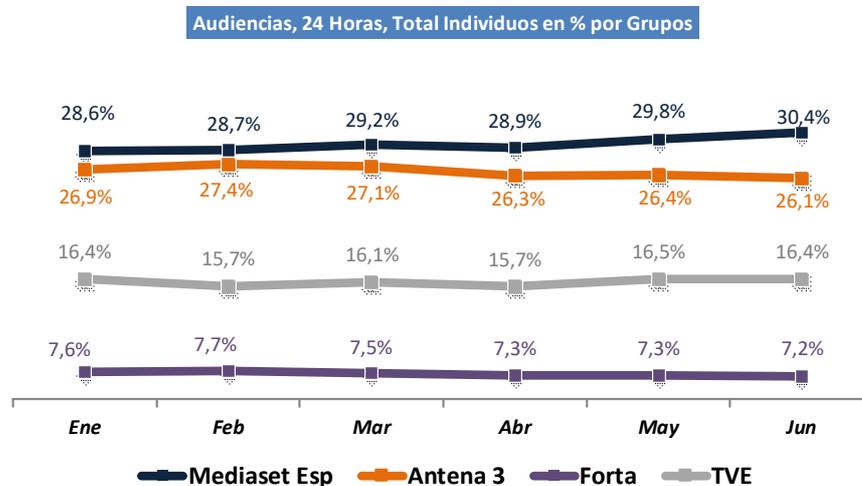
4.2. Audiencias grupo ³

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España 1S2017

	1S2017	1S2016
Total Individuos		
Total Día	29,2%	30,5%
PRIME TIME	28,7%	30,3%
DAY TIME	29,5%	30,6%
Taget Comercial [*]		
Total Día	30,7%	31,6%
PRIME TIME	29,3%	30,6%
DAY TIME	31,4%	32,2%

Mediaset España obtiene, en la primera mitad 2017, una audiencia del **29,2% en total individuos total día**, siendo el Grupo de medios más visto en el periodo, liderando audiencias de la primera mitad del año desde 2010. **Mediaset España** en el periodo **enero a junio 2017** obtiene una ventaja, en audiencia total día de **2.5pp** respecto de su inmediato competidor.

En relación a la audiencia en **target comercial**, **Mediaset España** alcanza en este periodo el **30,7% en total individuos total día** lo que la sitúa **0,8pp** por delante de su **inmediato competidor** (28,9%) liderando todos los targets, con **especial ventaja** en **niños y jóvenes 13-24 años** (35,2%) y **jóvenes 25-34 años** (32,8%).



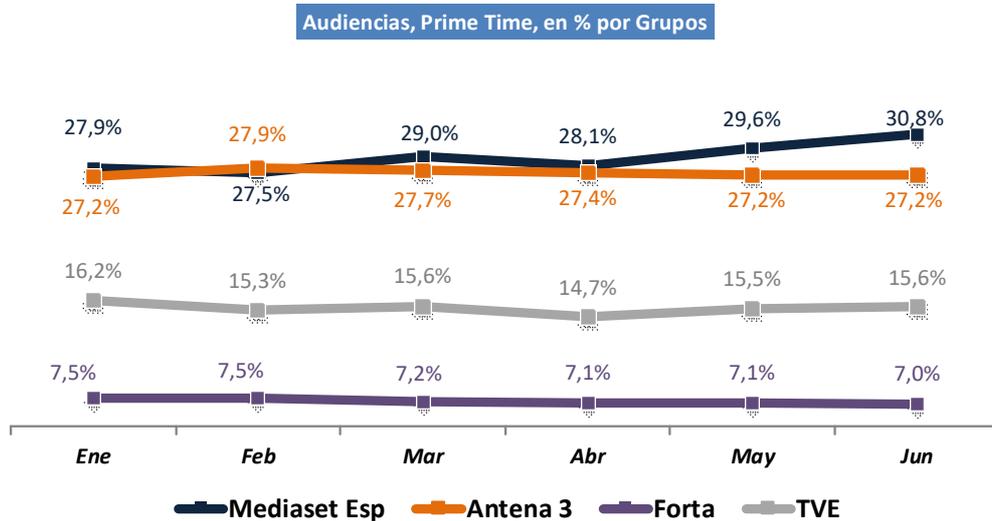
En **Prime Time**³, **Mediaset España** obtiene una audiencia en el periodo del **28,7% en Total Individuos** lo que supone una ventaja de **+1,3 pp** sobre su inmediato competidor liderando por tercera vez consecutiva en los primeros seis meses del año.

(*) **Target Comercial** 16-59 años: individuos 16-59 años en poblaciones de más de 10.000 habitantes de todos los niveles socioeconómicos excepto el E2. El nuevo target supone 20,6 millones de individuos.

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

En **target comercial**, **Mediaset España** registra una cuota del **29,3%**, en el periodo enero a junio 2017.

Mediaset España ha mostrado una **buena evolución en los seis primeros meses del año**, donde ha **incrementado** de forma continuada su **audiencia en total individuos**, como muestra el grafico abajo.



4.3. Audiencia de los canales principales

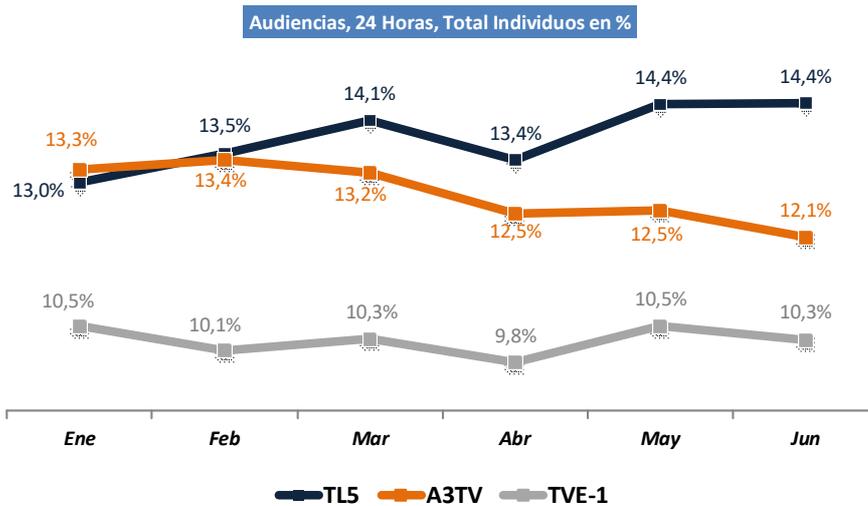
Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro 1S2017

	TL5		CUATRO	
	1S2017	1S2016	1S2017	1S2016
Total Individuos				
Total Día	13,8%	15,1%	6,2%	6,7%
PRIME TIME	14,0%	16,2%	6,4%	5,9%
DAY TIME	13,8%	14,6%	6,1%	7,0%
Target Comercial *				
Total Día	12,8%	14,1%	7,3%	7,8%
PRIME TIME	12,2%	14,6%	8,1%	7,4%
DAY TIME	13,0%	13,8%	6,9%	8,0%

En total día total individuos, el canal **Telecinco** registra una **audiencia, en total individuos total día del 13,8% y lidera con 0,9pp** por delante de su inmediato competidor.

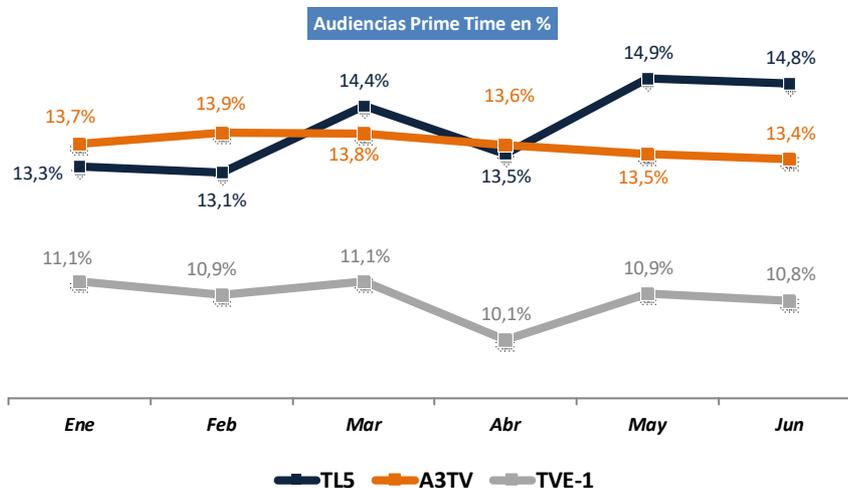
Telecinco lidera audiencias en la primera mitad del año desde **2014** y se sitúa a la cabeza en los siguientes **targets: mujeres con un 17,2%**, (+3,5pp sobre su inmediato competidor), **jóvenes 25-34 años con un 13,5%** (+1,7 pp) y los **mayores de 54 años 16,3%** (+2,8 pp).

(*) **Target Comercial** 16-59 años: individuos 16-59 años en poblaciones de más de 10.000 habitantes de todos los niveles socioeconómicos excepto el E2. El nuevo target supone 20,6 millones de individuos.



El canal **Telecinco**, consigue una audiencia en su **target comercial en los seis primeros meses del año del 12,8% en total día**, mismo registro que su inmediato competidor, pero liderando en casi todas las franjas horarias.

En "**prime time**" Telecinco, obtiene una audiencia del **14,0%**, y lidera el primer semestre desde 2012, con una ventaja en la primera mitad del 2017 de **+0,4pp** en comparación con su inmediato competidor, que emitió partidos de la Champion League en ese periodo.



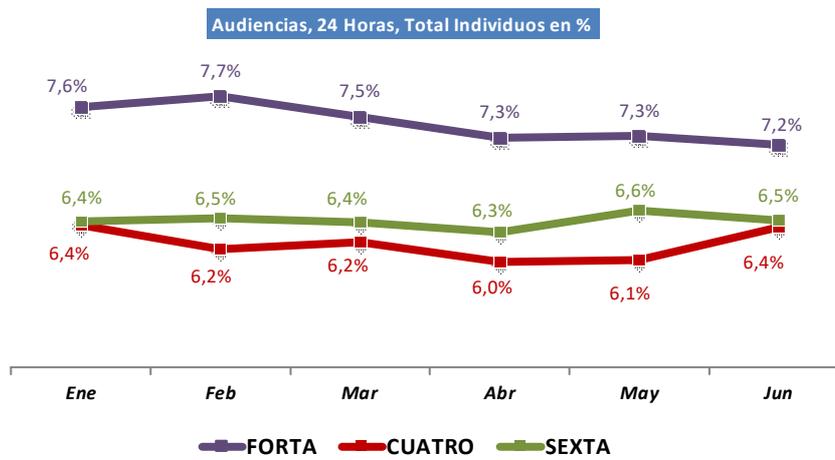
La audiencia en **Prime Time** del **target comercial de Telecinco** en el **primer semestre 2017**, es de **12,2%**.

Telecinco es el canal líder en entretenimiento, donde la **producción propia** se sitúa a la cabeza en las franjas de emisión. En **Prime Time** destacan: **Supervivientes** el programa de mayor éxito en el semestre con una audiencia del **25,6%** y **2,9 millones de espectadores**, **Got Talent** **20,9%** y **2,8 millones de espectadores** y **Mi Casa es la tuya** con **15,9%** y **2,4 millones de espectadores**. En la ficción destacan dos producciones: **Perdóname señor** (**19,0%** y **2,9 millones de espectadores**), y **Se quién eres** (**15,2%** y **2,4 millones de espectadores**), ambas liderando su franja.

Ocho apellidos catalanes, emitida en simulcast en Telecinco y Cuatro, es la película más vista en el semestre con un **33,9%** de audiencia y **5,1 millones** de espectadores.

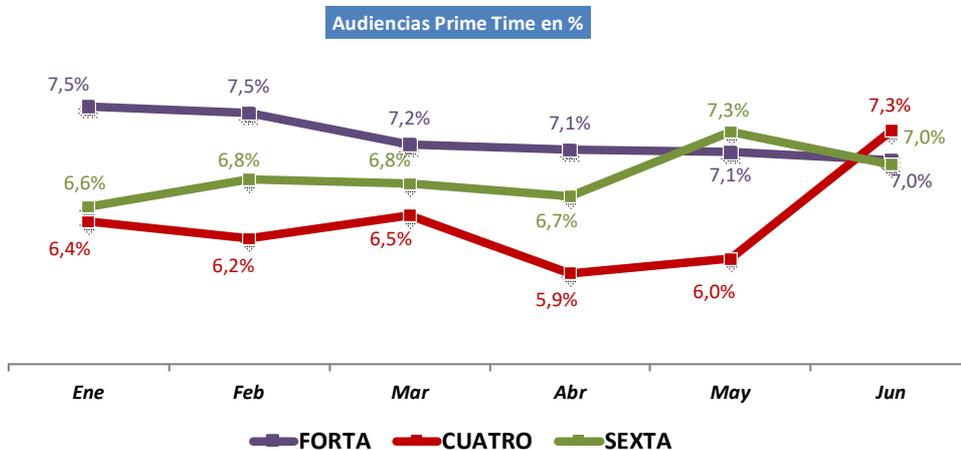
En total día Cuatro, consigue una cuota de audiencia del **6,2%** reduciendo la diferencia con su inmediato competidor, a su nivel mínimo en un semestre de los cuatro últimos años (**0,2pp**). **Cuatro** consigue una **excelente conversión (1,2x) a target comercial, 7,3 %**, lo que supone una ventaja de **+0,4pp** sobre su inmediato competidor (6,9%).

Cuatro es el **tercer canal** privado entre los espectadores menores de 55 años, donde registra una audiencia del 7,2% frente al 6,0% de su inmediato competidor. Cuatro se mantiene como el tercer canal para la franja de edad 13-34 con una audiencia del 7,4% frente al 6,5% de su inmediato competidor.



En Prime time, el canal **Cuatro** logra una audiencia del **6,4%**, que es la menor diferencia (0,2pp) con su inmediato competidor (6,3%) en los últimos 5 años, e **incrementa** su audiencia en **0,5pp** respecto del mismo periodo **2016**, lo que se compara con la reducción de **1,4 pp** de audiencia sufrida por su inmediato competidor.

Cuatro registra un **target comercial** en el periodo del **8,1%**, adelantando a su inmediato competidor (7,4) por 0,7pp. También incrementa su target comercial en comparación al mismo periodo 2016 (+0,7pp), mientras que su **inmediato competidor disminuye en 1,8pp** en el mismo periodo. Entre los formatos de más éxito del periodo se encuentran: El Xef, First Dates, Cuarto Milenio y Proyecto Bulling.



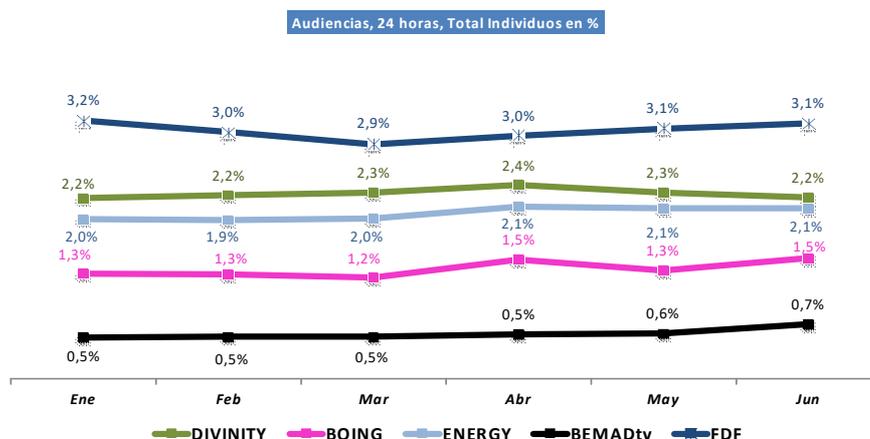
4.4. Audiencia canales targetizados

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación 1S2017

		1S2017	
		Total Individuos	Target Comercial *
DIVINITY			
	Total Día	2,3%	3,0%
	PRIME TIME	2,0%	2,3%
BOING			
	Total Día	1,3%	0,9%
	PRIME TIME	1,1%	0,8%
ENERGY			
	Total Día	2,0%	2,2%
	PRIME TIME	2,2%	2,3%
BEMADtv**			
	Total Día	0,5%	0,8%
	PRIME TIME	0,4%	0,6%
FDF			
	Total Día	3,0%	3,8%
	PRIME TIME	2,7%	3,1%

La audiencia **de los canales de nueva generación**, en la primera mitad 2017, asciende al **9,2%**, en **Total Día**, y consiguen un **Target Comercial del 10,7%**, esto es **+1,8pp y +1,4pp** por delante de su inmediato competidor (7,4% y 9,3% respectivamente).

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



(*) **Target Comercial** 16-59 años: individuos 16-59 años en poblaciones de más de 10.000 habitantes de todos los niveles socioeconómicos excepto el E2. El nuevo target supone 20,6 millones de individuos

(**) **Bemad** comienza emisiones 21 abril 2016.

5. Internet

En la primera mitad 2017, el **consumo de video por persona/día** (sólo PC) alcanzó **14,9 minutos persona/día** en el grupo total individuos y representa el 5,9% del promedio diario del consumo audiovisual. Este consumo alcanza **los 22,1 minutos persona/día** en el **grupo de 25-34 años**.

Mediaset España registró en el **primer semestre 2017** un promedio mensual de **11,9 millones de usuarios únicos** (multiplataforma), **180 millones de páginas vistas** y **71,1 millones de videos streamed**.

	Espectadores Únicos (000)	Páginas Vistas (millones) ⁽¹⁾	Videos (000) ⁽²⁾	Minutos de consumo (millones) ⁽³⁾
junio 2017	11.044	164	75.496	1.050
mayo 2017	11.836	188	87.377	1.217
abril 2017	11.636	181	85.328	1.221
marzo 2017	12.702	211	83.007	1.644
febrero 2017	12.235	174	65.049	1.303
enero 2017	12.006	159	30.358	1.050

Fuente: Comscore.

(1) Páginas Vistas Multiplataforma PC + Mobile (restated)

(3) Consumo Minutos Multiplataforma

(2) Video solo PC. Debido a una incidencia técnica, el total de videos de enero y febrero es inferior al dato real.

En la primera mitad 2017, **Mediaset España** confirma su liderazgo también en **internet**, donde se mantiene como el grupo de media con el **mayor número de videos streamed** en el periodo. También cuenta con el mejor **ratio Video/usuario único**, con **42 videos/usuario** así como un alto grado de fidelidad que se refleja en el elevado **promedio de consumo de 168 minutos/usuario**, muy por delante del segundo mejor registro de **154 minutos/usuario único**. (Fuente: Comscore).

En cuanto a **internet**, el site **Telecinco.es** registra en el **primer semestre 2017** un **promedio de 8,1 millones de usuarios únicos** (multiplataforma), muy por delante de su inmediato competidor, mientras que **Cuatro.es** obtiene para el mismo periodo **3,8 millones** de usuarios únicos (fuente ComScore PC+Movil).

A 30 Junio 2017, **Mediaset España** suman un total de **14,5 millones de descargas**, siendo las más populares: **Mitele con 6,6 millones** de descargas, **GH 3,5 millones** y **La Voz 1,8 millones**.

A final del primer semestre **2017**, **Mediaset España** dispone de casi **200 cuentas activas** en las redes sociales: **Facebook, Twitter e Instagram**. La compañía registró en el periodo **22,5 millones de comentarios**, lo que **representa un 58,9%** sobre el **total de los contenidos** relacionados con la televisión, un claro exponente de la gran popularidad de los contenidos de **Mediaset España** en las redes sociales.

Mitele app está presente en los **televisores Smart TVs** a través de acuerdos comerciales con los principales operadores del mercado. A **finales de junio 2017**, **Mitele** estaba presente en **más de 1,4 millón** de televisores conectados.

En los meses de **enero a junio 2017**, **Radioset** registra un promedio de casi **0,96 millones de visitantes únicos** y se encuentra entre **las tres radios digitales más populares** del territorio.

6. *Media for Equity*

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.

A finales de **Junio 2017**, **Ad4Ventures** 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 el primer semestre 2017**:

Fecha	Hecho relevante
26/06/2017	Recompra de acciones propias 19 junio -23 junio 2017
19/06/2017	Recompra de acciones propias 12 junio -16 junio 2017
12/06/2017	Recompra de acciones propias 5 junio -9 junio 2017.
05/06/2017	Recompra de acciones propias 29 mayo -2 junio 2017.
29/05/2017	Recompra de acciones propias 22-26 mayo 2017.
22/05/2017	Recompra de acciones propias 17-19 mayo 2017.
05/05/2017	Pago de dividendo ordinario y extraordinario.
27/04/2017	Informe Resultados 1T2017.
24/04/2017	Convocatoria y Agenda JGA.
24/03/2017	Convocatoria y Propuesta de acuerdos para la JGA.
24/02/2017	Informe Anual de Gobierno Corporativo.
24/02/2017	Informe Anual de Remuneraciones de los Consejeros.
23/02/2017	Información Financiera FY2016.
23/02/2017	Dividendo, Recompra de Acciones y Convocatoria de la Junta.

Más información disponible 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
Web Inversores: <http://www.mediaset.es/inversores/es/>

Email: inversores@mediaset.es

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