

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A.

Presentación de resultados 1er semestre 2016

(enero – junio)



MADRID
27 DE JUNIO DE 2016



1S16 HIGHLIGHTS

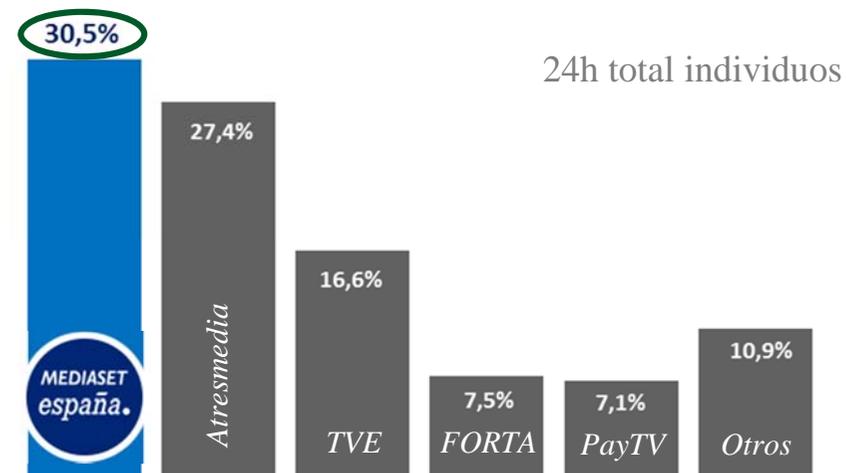
1S16 RESULTADOS FINANCIEROS

€ Millones	1S16	1S15	Var.
Total ingresos netos	521,6	478,5	9,0%
Total costes operativos	361,6	359,0	0,7%
EBITDA adj*	160,0	119,5	33,9%
Margen EBITDA	30,7%	25,0%	+5,7pp
EBIT	150,1	111,0	35,3%
Margen EBIT	28,8%	23,2%	+5,6pp
Beneficio neto	117,7	97,8	20,3%
BPA ajustado**	0,35 €	0,27 €	0,08 €
Free Cash Flow	130,0	105,1	24,9 €
Posición financiera	65,4	244,8	

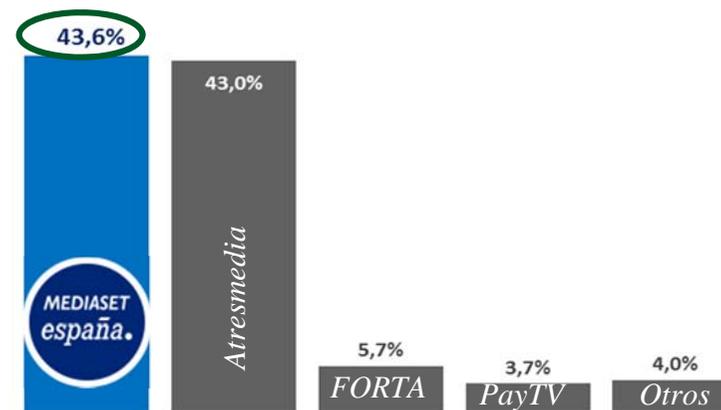
* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

** Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 30 de junio

1S16 CUOTA DE AUDIENCIA



1S16 CUOTA MERCADO PUBLICITARIO



Fuente: Kantar media e Infoadex

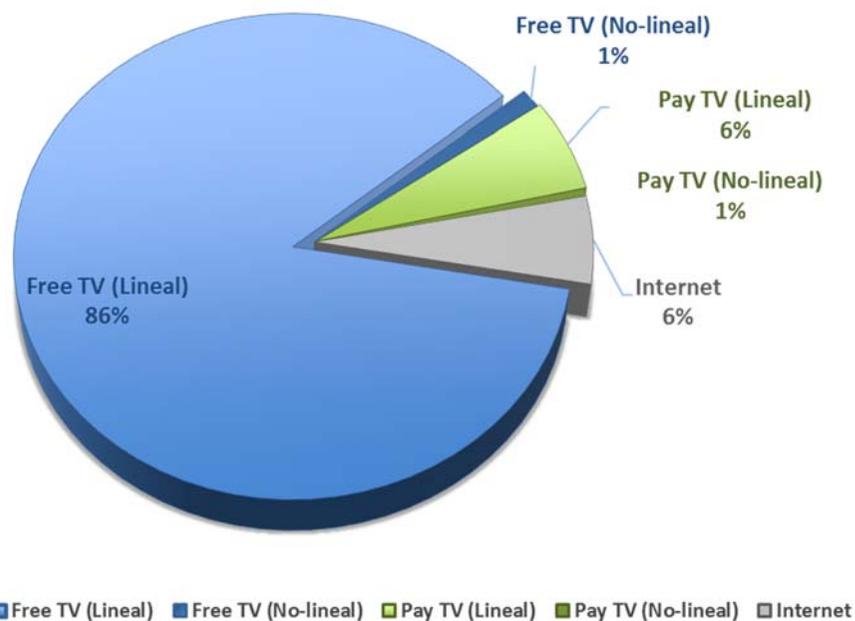


Televisión



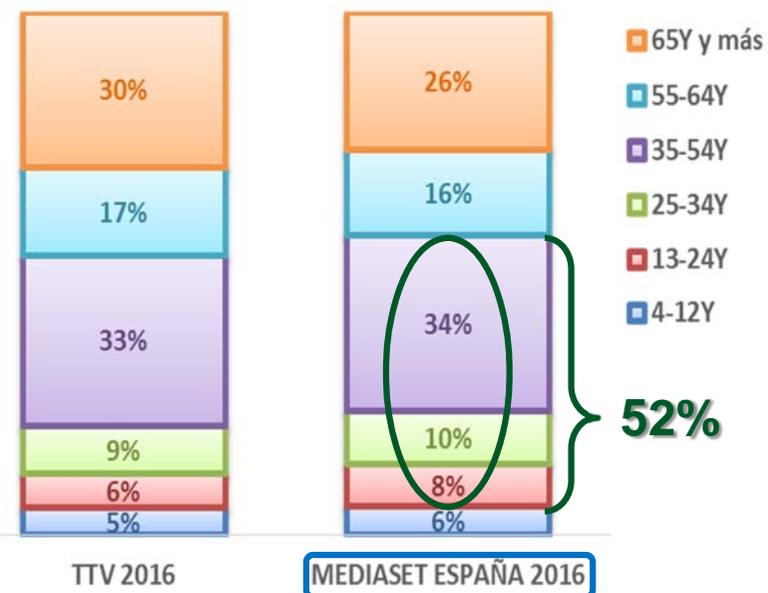
1S16 consumo audiovisual

Total consumo audiovisual (promedio de minutos por persona):
más del 87% del consumo es Free TV
 (Lineal+No-lineal+OTT)



Minutos por día	1S16
TOTAL	278
Free TV (lineal)	239
Free TV (no-lineal)	3,5
Pay TV (lineal)	17
Pay TV (no-lineal)	1,4
Internet video	16,2

Total consumo de TV por grupos de edades:



Fuente: Kantar media y ComScore
 (no incluye móviles)

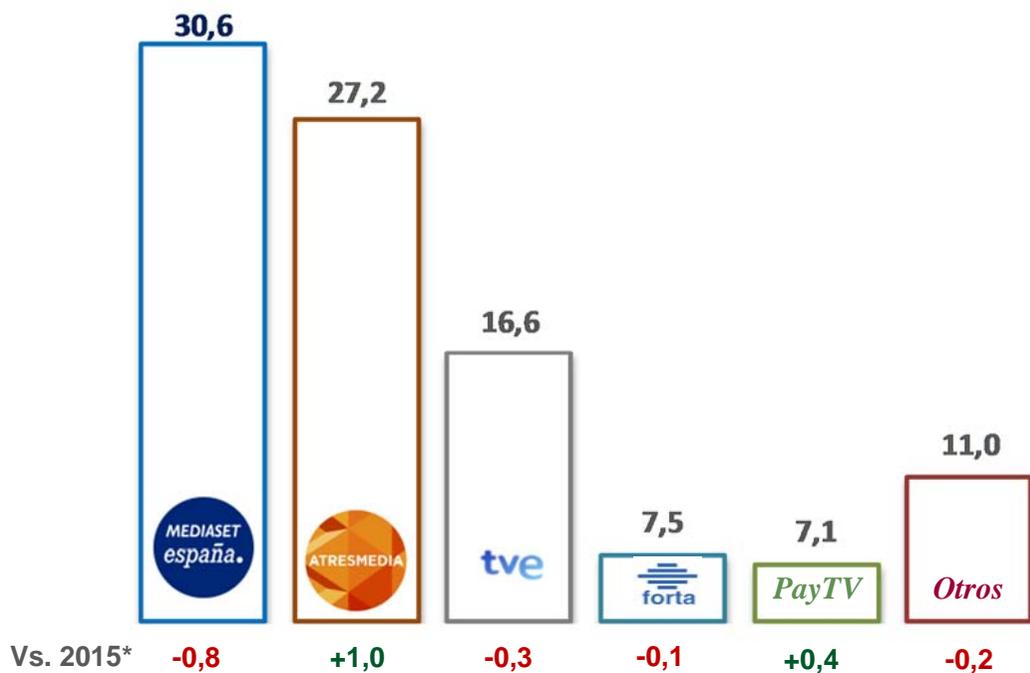


2016 audiencia*

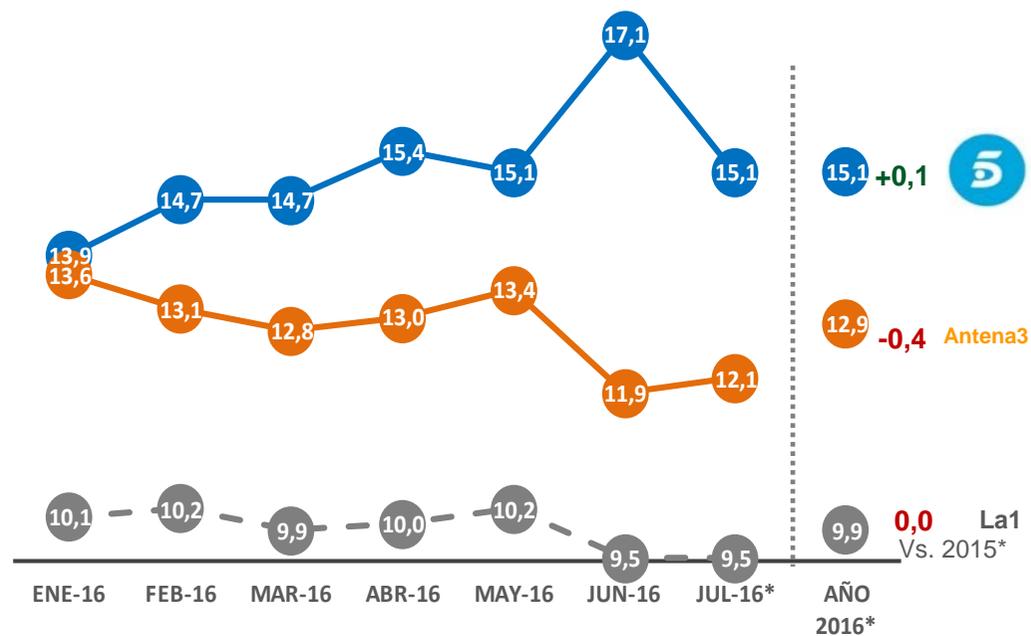
Al igual que su canal principal, Mediaset España es líder

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 – 25 de julio

2016: nace Be Mad, el nuevo canal HD

Mediaset España lanza su 7º canal

Posicionamiento de los canales de MES



Audiencia 2016 hasta la fecha* Canales targetizados

	Total individuos	Core target
Factoría de Ficción	3,1%	8,4%
Divinity	2,3%	3,5%
Energy	1,7%	2,0%
Boing	1,5%	12,7%
Be Mad**	0,5%	0,9%
TOTAL canales targetizados	8,8%	9,8%^a

Fuente: Kantar media

* promedio audiencia 1 de enero – 25 de julio

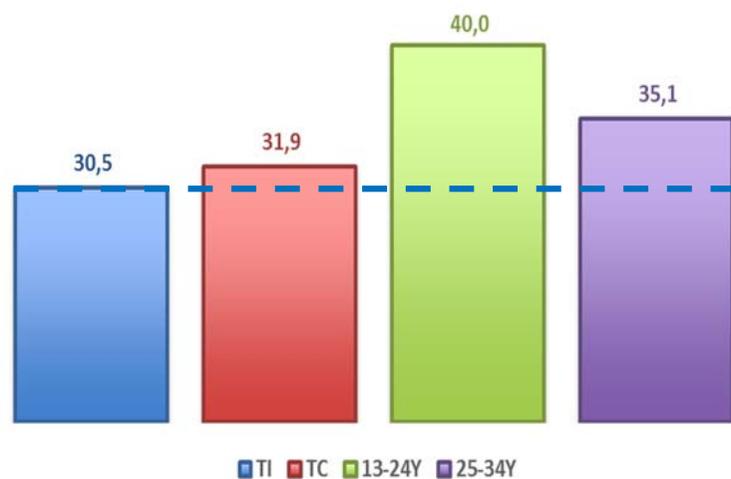
** promedio audiencia 22 de abril – 25 de julio

^a promedio 2016 (1/1-25/7/16) audiencia target comercial (16-59años)



Líderes entre todas las edades (en particular los "millennials")

Mediaset España audiencia 1S16*



Fuente: Kantar media
 * Promedio audiencia 1 de enero – 30 de junio 2016
 TI: Total individuos
 TC: Target comercial 16-59 años

Audiencia 1S16* prime time (22h30 – 0h30)

Total individuos

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
MEDIASETespaña.	29,6	33,4	29,2	34,6	33,6	29,8	31,3
ATRESMEDIA TELEVISIÓN	31,3	29,0	26,0	24,9	26,6	30,4	27,6
tve	14,4	15,1	22,1	18,2	14,9	14,2	16,5

13-24años

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
MEDIASETespaña.	36,5	44,8	36,1	40,5	36,4	37,7	38,0
ATRESMEDIA TELEVISIÓN	35,4	31,3	30,0	29,4	30,2	28,1	29,8
tve	8,8	7,9	15,7	12,4	9,9	11,0	12,2

25-34años

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
MEDIASETespaña.	34,9	40,8	33,0	38,1	36,2	34,4	36,3
ATRESMEDIA TELEVISIÓN	36,4	33,1	31,2	29,3	32,1	29,5	31,7
tve	8,6	8,2	17,0	13,8	10,0	11,4	11,9



EUROCOPA 2016

EUROCOPA 2016: un evento rentable desde bajo cualquier punto de vista



EUROCOPA 2016		
PARTIDOS	CUOTA	MILES

PARTIDOS ESPAÑA
PARTIDOS SIN ESPAÑA
TOTAL

4 **60,0%** **9.464**
19 **33,0%** **4.795**
23 **37,7%** **5.552**

EUROCOPA 2012		
PARTIDOS	CUOTA	MILES

6 **73,2%** **13.249**
25 **24,1%** **3.291**
31 **36,4%** **5.293**





Cine



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

Datos de taquilla 2016 hasta la fecha

Clasificación de las películas españolas más vistas en 2016 Taquilla bruta(€)

1	Cien años de perdón	6,7m
2	KIKI, el amor se hace	6,2m
4	Julieta	2,1m
3	El pregón	1,9m
5	Toro	1,7m

€ Millones



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

*Fuente: Rentrak a 26 de julio de 2016; únicamente películas estrenadas en 2016

Internet

2016: marcando nuevos récords

*Promedio mensual de
browsers únicos de Mediaset
España 1S16 (en millones)*



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



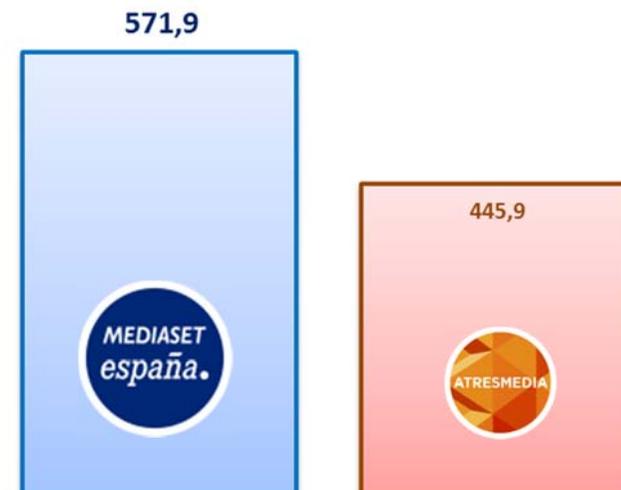
La OTT de Mediaset España



Mitele consigue un promedio mensual de 150,1 millones de vídeos servidos en el primer semestre de 2016.

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

*Millones de vídeos distribuidos en
1S16 en plataformas de TV*



*Millones de páginas visitadas en
1S16 en webs de TV*



Internet

1S16: Mediaset España es líder en duración de visitas

Videos vistos por compañía de medios

Minutos totales (millones)
Minutos por espectador único

1		570	239
2		291	123
3		252	131
4		142	46
5		138	43

Duración promedio de las visitas por compañía de medios

Minutos totales (millones)
Promedio de minutos por espectador único

1		1.473	71
2		1.108	104
3		973	53
4		901	48
5		681	61

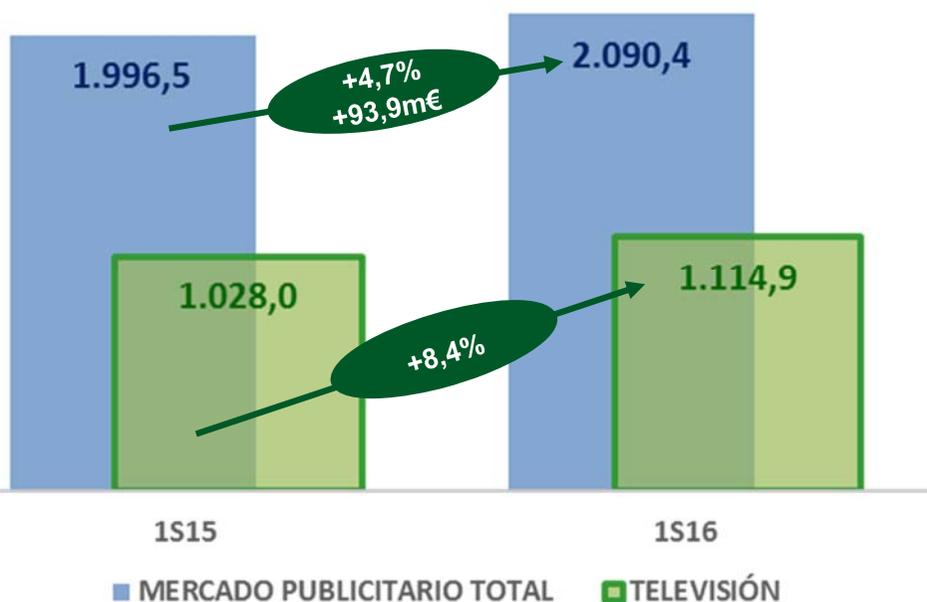
Fuente: Comscore y Omniture
 Datos: promedio enero – junio 2016



Publicidad

1S16 Total mercado convencional

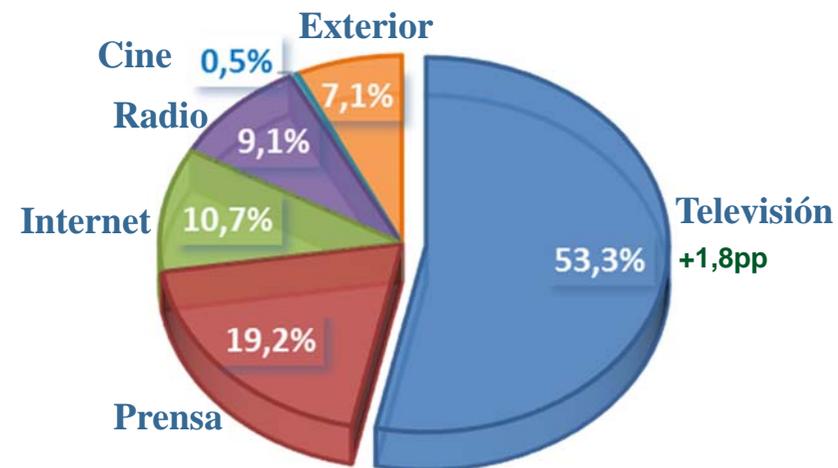
Evolución del mercado publicitario convencional



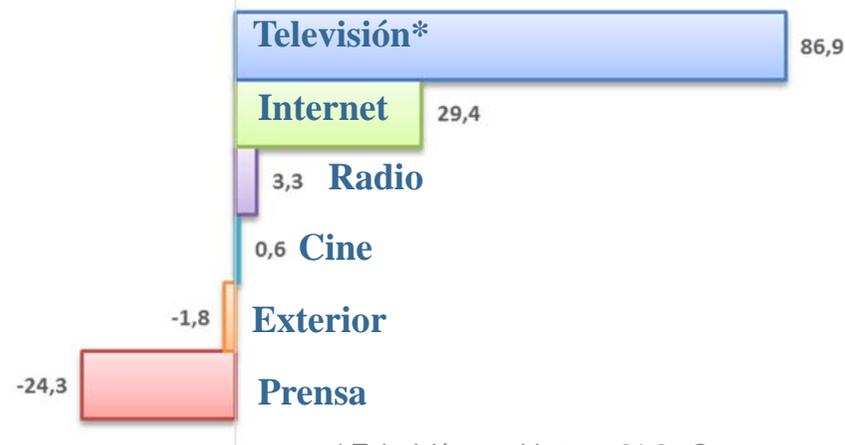
€ Millones

Fuente: Infoadex
Internet incluye solo formatos gráficos

Cuota de mercado por medio



Evolución por medio 1S16 vs. 1S15 (m€)

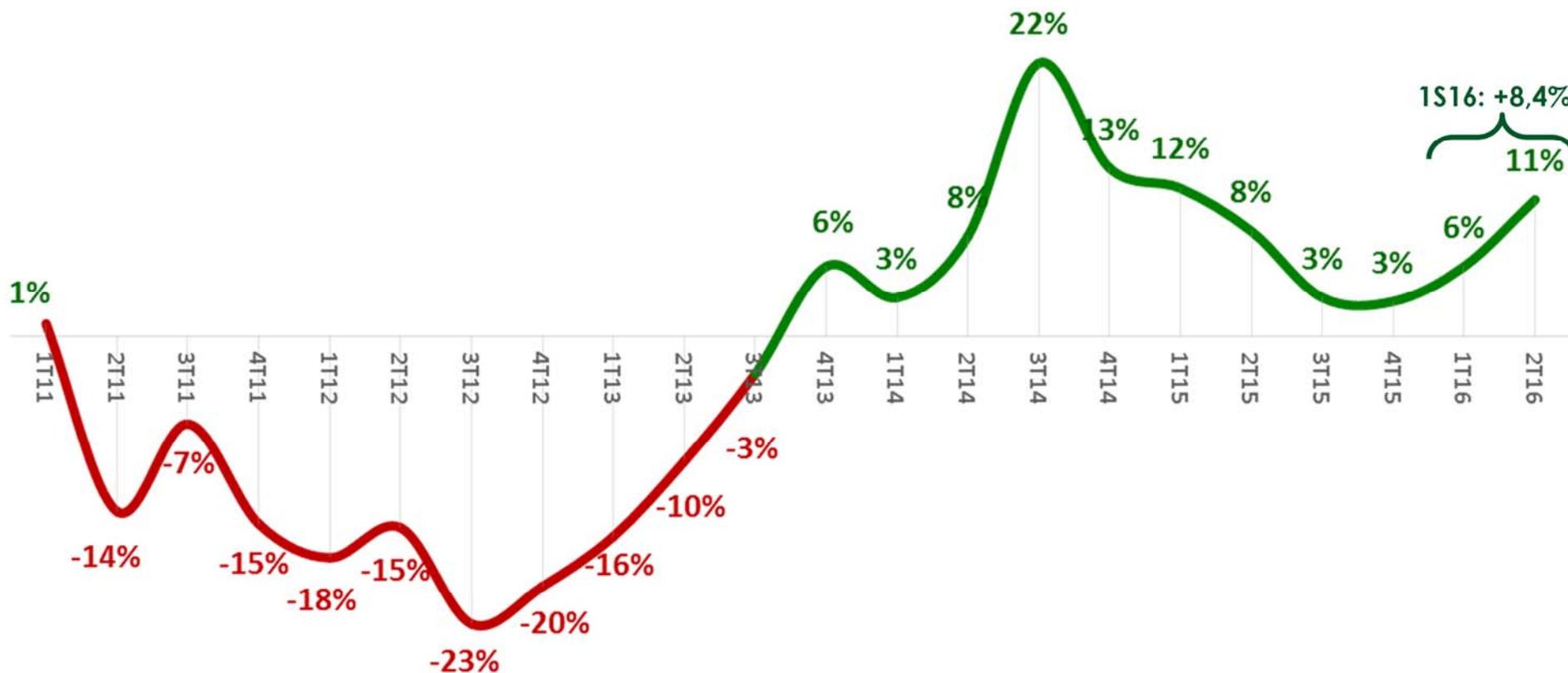


* Televisión en abierto= +81,6m€



Total Mercado publicitario TV

*Evolución del mercado por trimestres 2011-2016**



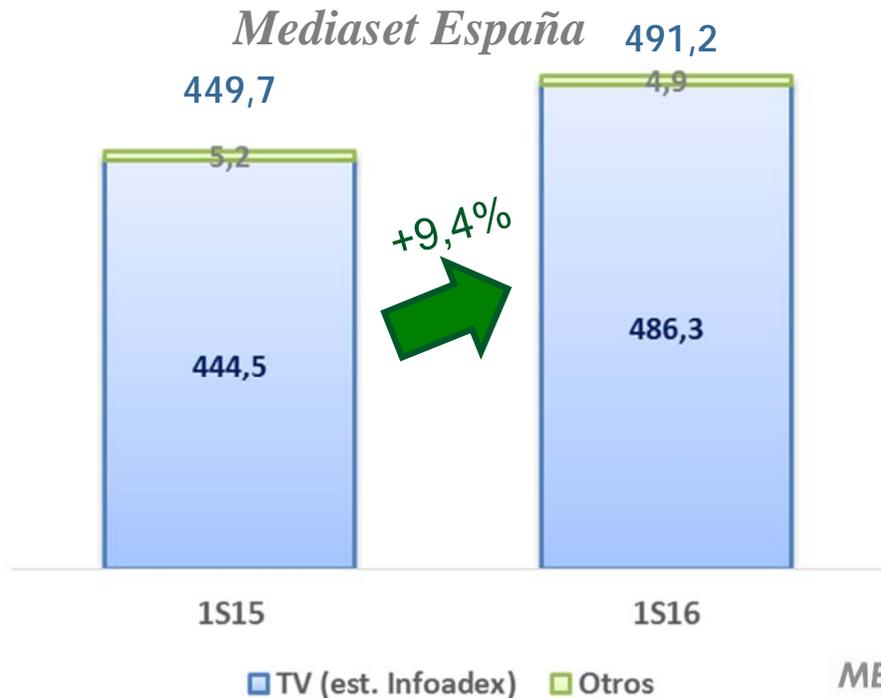
* Comparado con el mismo periodo del año anterior

Fuente: Infoadex



1S16 Ingresos publicitarios y cuota de mercado de MES

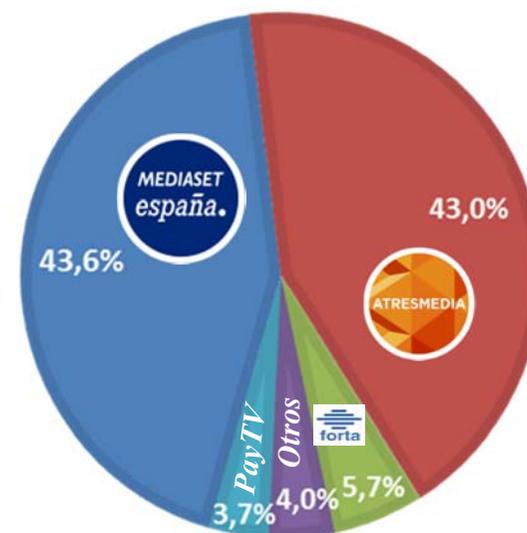
Ingresos publicitarios de los medios de Mediaset España



€ Millones

Fuente: Infoadex, Kantar media y Publiespaña

Cuota de mercado TV

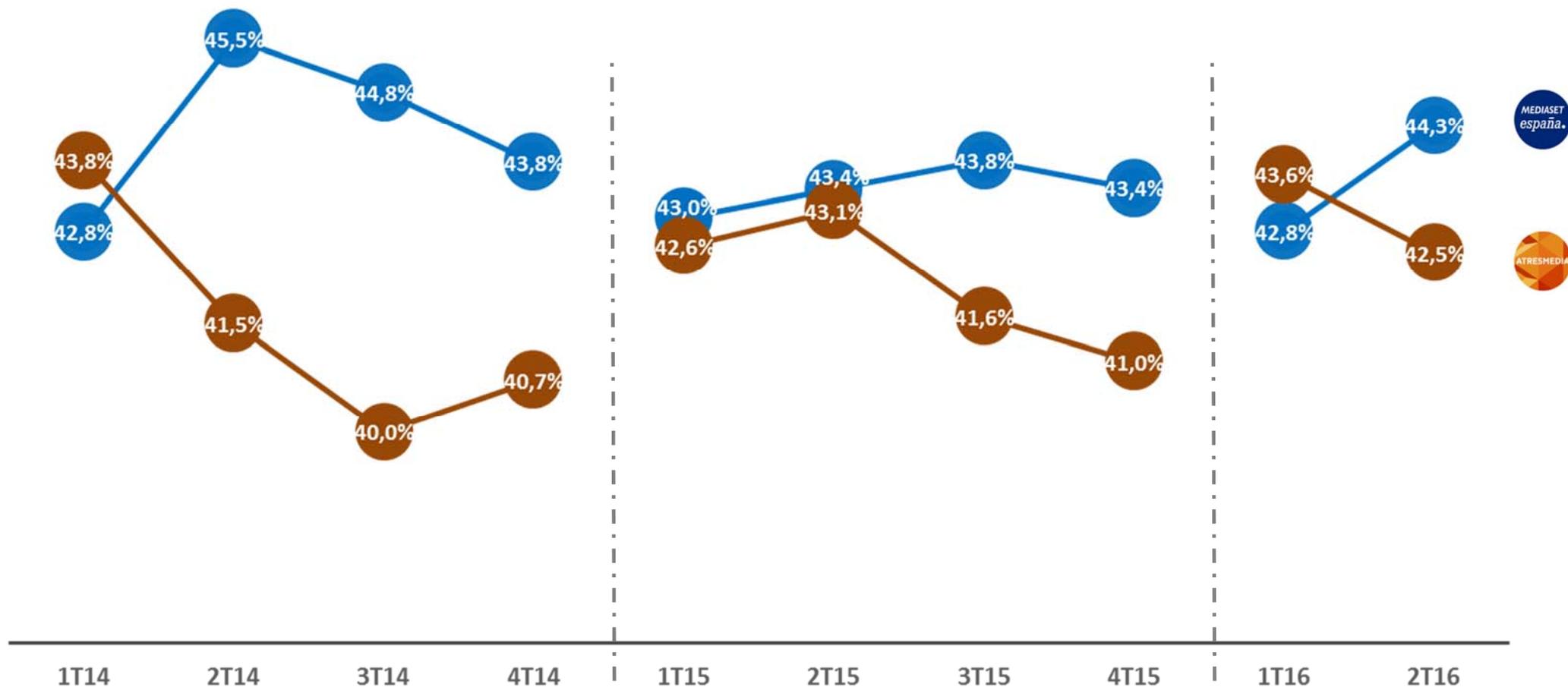


MEDIASET españa. Estrategia comercial TV

	Audiencia	Var %	Segundos	GRP (20'')	C/GRP's
1S16	30,5%	-3,2%	+13,2%	+4,4%	+4,3%
2T16	31,7%	+1,0%	+12,5%	+6,0%	+5,6%

2014-16 evolución cuota de mercado TV por trimestres

Mediaset España incrementa cada trimestre la diferencia con su competidor



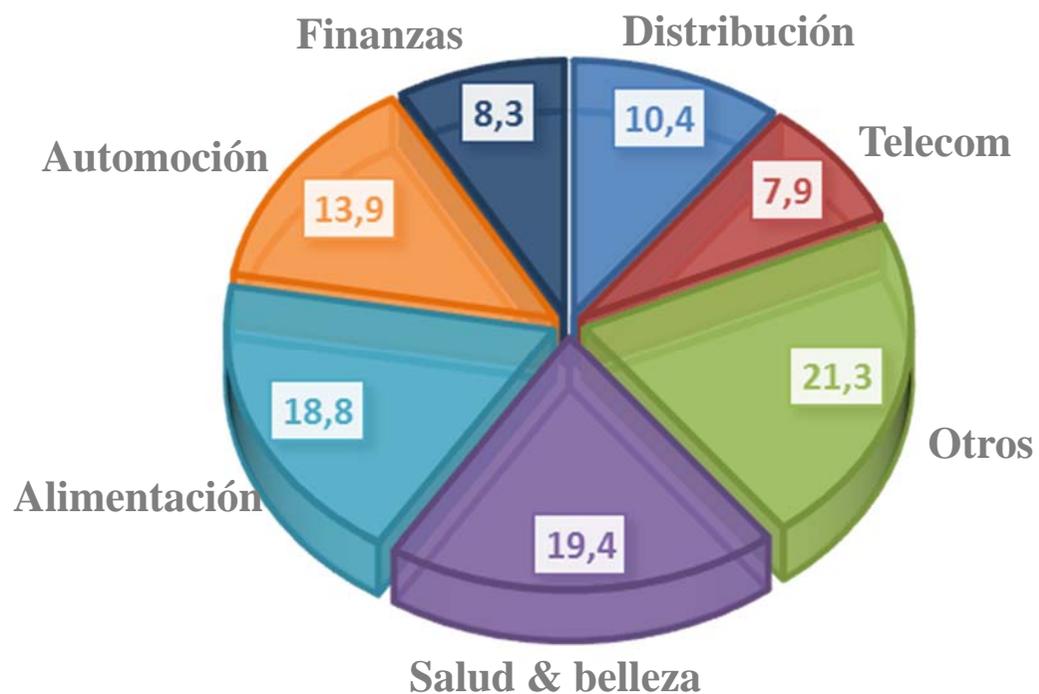
Fuente: Infoadex

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

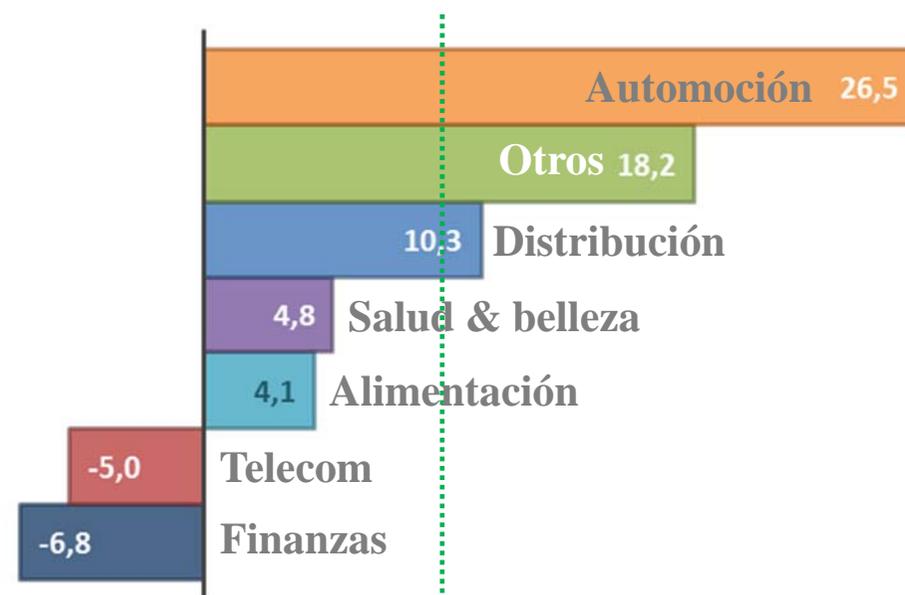


1S16 Mercado publicitario TV por sectores

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



*Evolución de sectores (%)
(1S16 vs. 1S15)*



1S16 Evolución mercado publicitario TV: +8,4%

Fuente: Infoadex



Resultados financieros

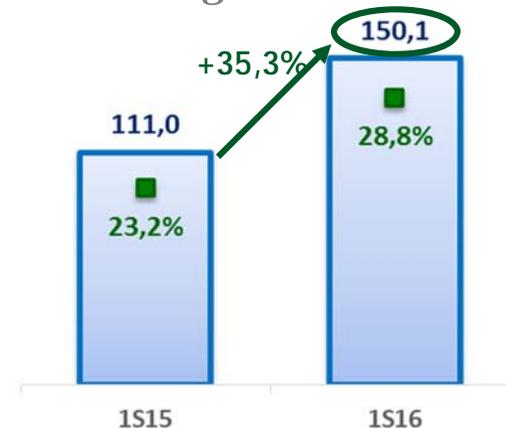


Resultados financieros consolidados 1S16

Mejorando los márgenes y la rentabilidad

€ Millones	1S16	1S15	VAR %
Ingresos netos de publicidad	489,1	454,0	7,7%
Otros ingresos	32,5	24,6	32,3%
Total ingresos netos	521,6	478,5	9,0%
Total costes operativos	361,6	359,0	0,7%
Personal	51,9	51,2	1,5%
Consumo derechos TV	92,6	84,0	10,2%
Otros costes operativos	217,1	223,8	-3,0%
EBITDA ajustado (1)	160,0	119,5	33,9%
Amortización PPA	4,0	4,0	-
Amortización y depreciación	5,9	4,6	28,8%
EBIT	150,1	111,0	35,3%
Beneficio Antes de Impuestos	150,7	127,5	18,2%
BENEFICIO NETO después de minoritarios	117,7	97,8	20,3%
BPA*	0,35 €	0,27 €	29,3%
EBITDA Adj/ Ingresos netos	30,7%	25,0%	+5,7pp
EBIT/ Ingresos netos	28,8%	23,2%	+5,6pp
Beneficio neto/ Ingresos netos	22,6%	20,4%	+2,1pp

Margen EBIT*

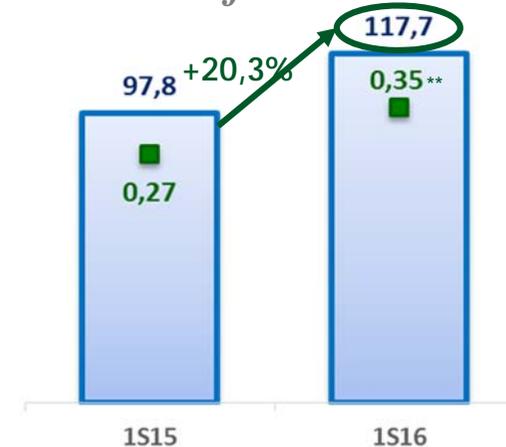


1S15

1S16

* EBIT/Total ingresos netos

Beneficio neto



1S15

1S16

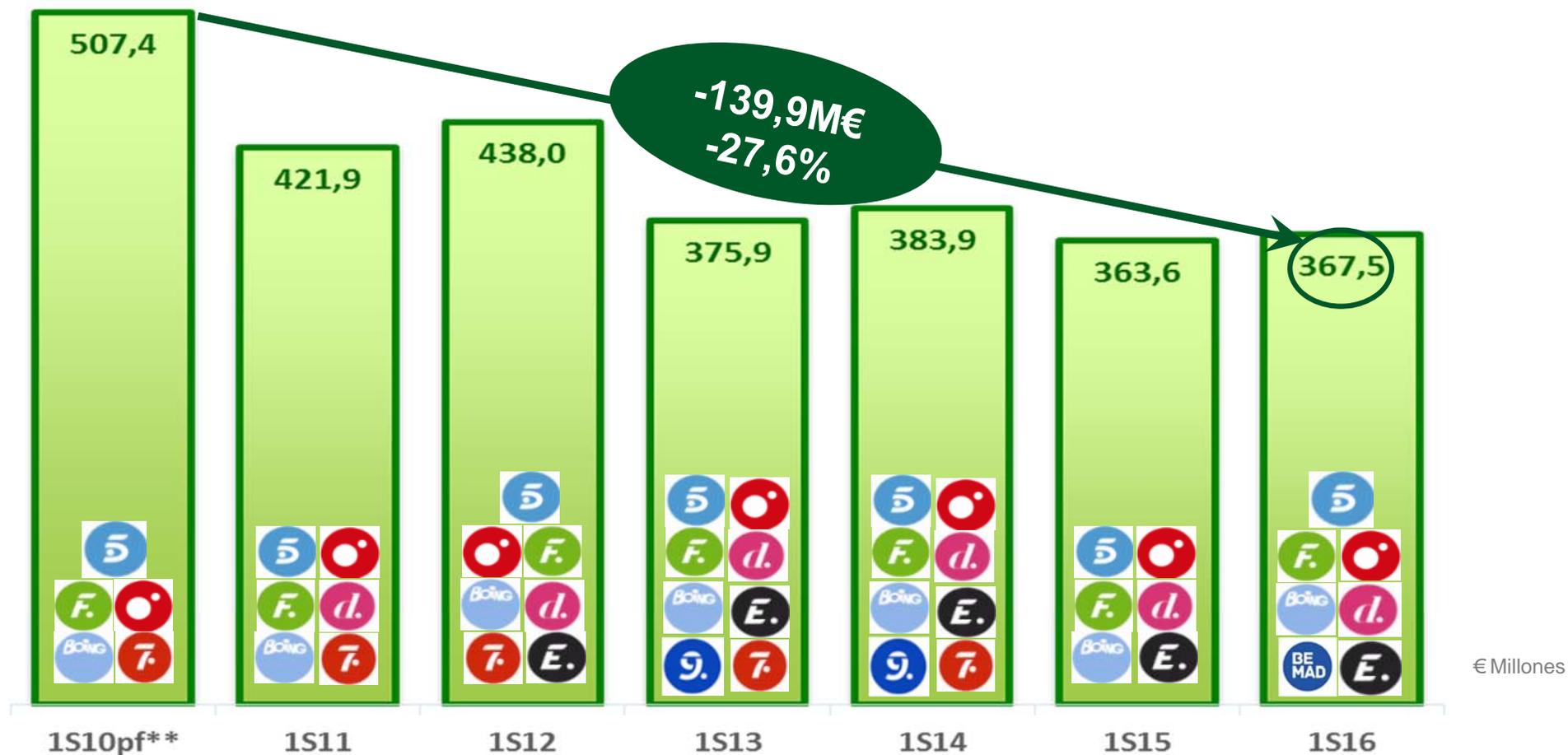
** BPA (€) ajustado excluyendo la autocartera a 30 de junio

(1) Después de consumo de derechos TV

* Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 30 de junio

Gestión de los recursos

Más de 140m€ de ahorro respecto a 6 años (-28%)



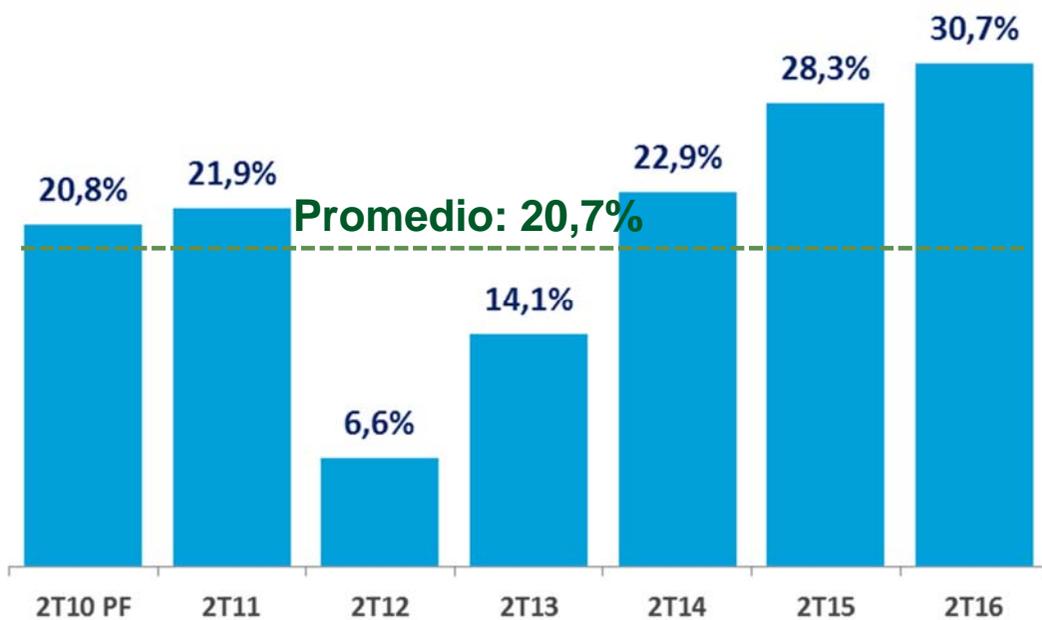
**Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Mediaset España y Grupo Sogecuatro



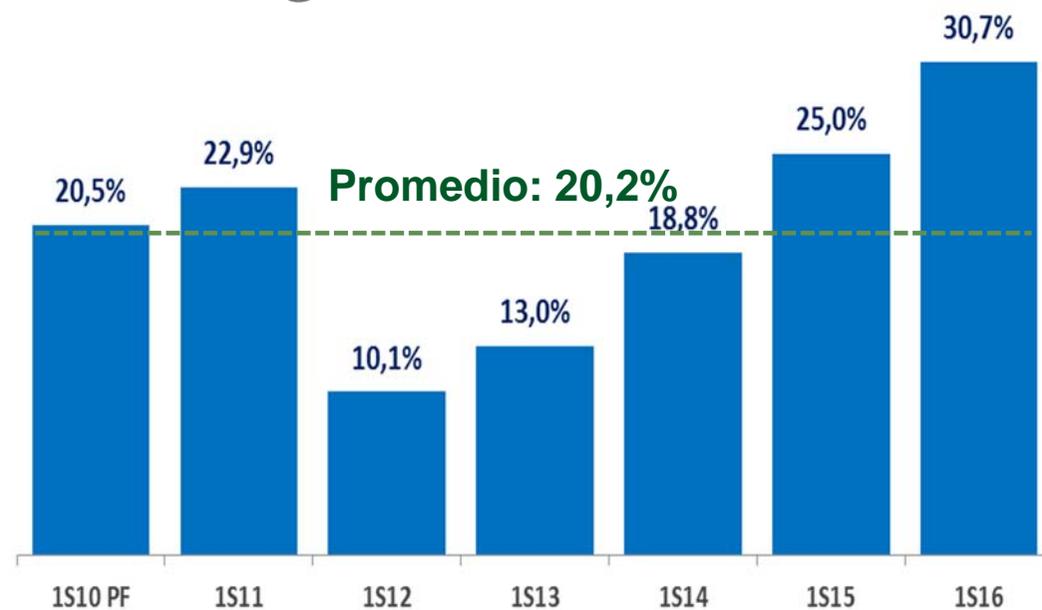
Una historia de crecimiento: 2010-2016

Volviendo a los niveles pre-crisis

Margen EBITDA 2T*



Margen EBITDA 1S*



* EBITDA/Total ingresos netos



Una historia de crecimiento: 2010-2016

Volviendo a los niveles pre-crisis

*Margen EBITDA**



* EBITDA/Total ingresos netos



Una historia de crecimiento: 2009-2016

Volviendo a los niveles pre-crisis

Beneficio neto 2T



Beneficio neto 1S



€ Millones

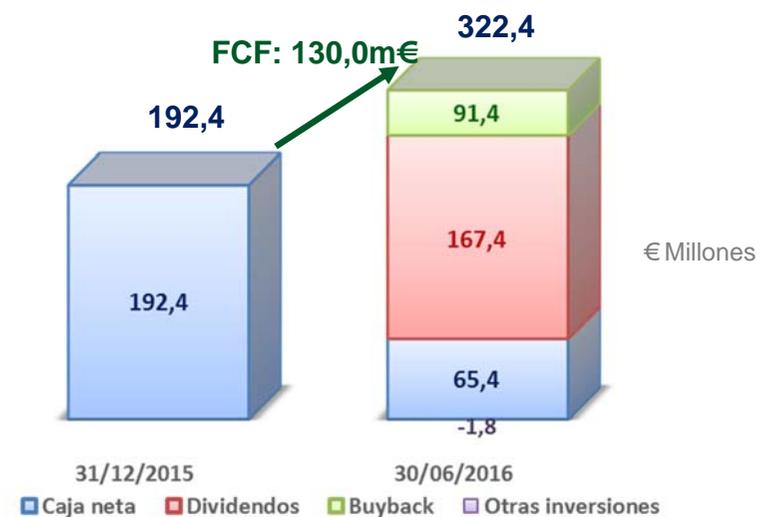
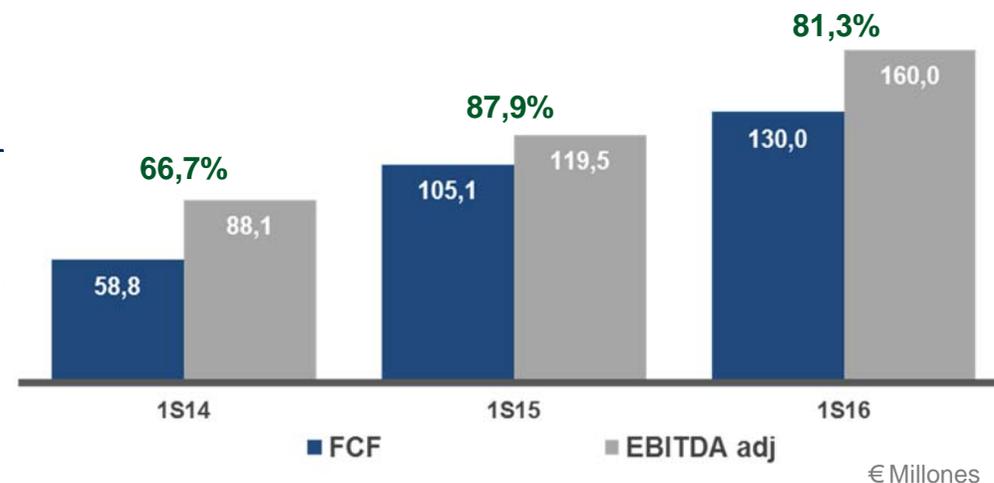


1S16 flujos de caja consolidados

Elevada generación de flujos de caja libre

Generación de flujos de caja libre

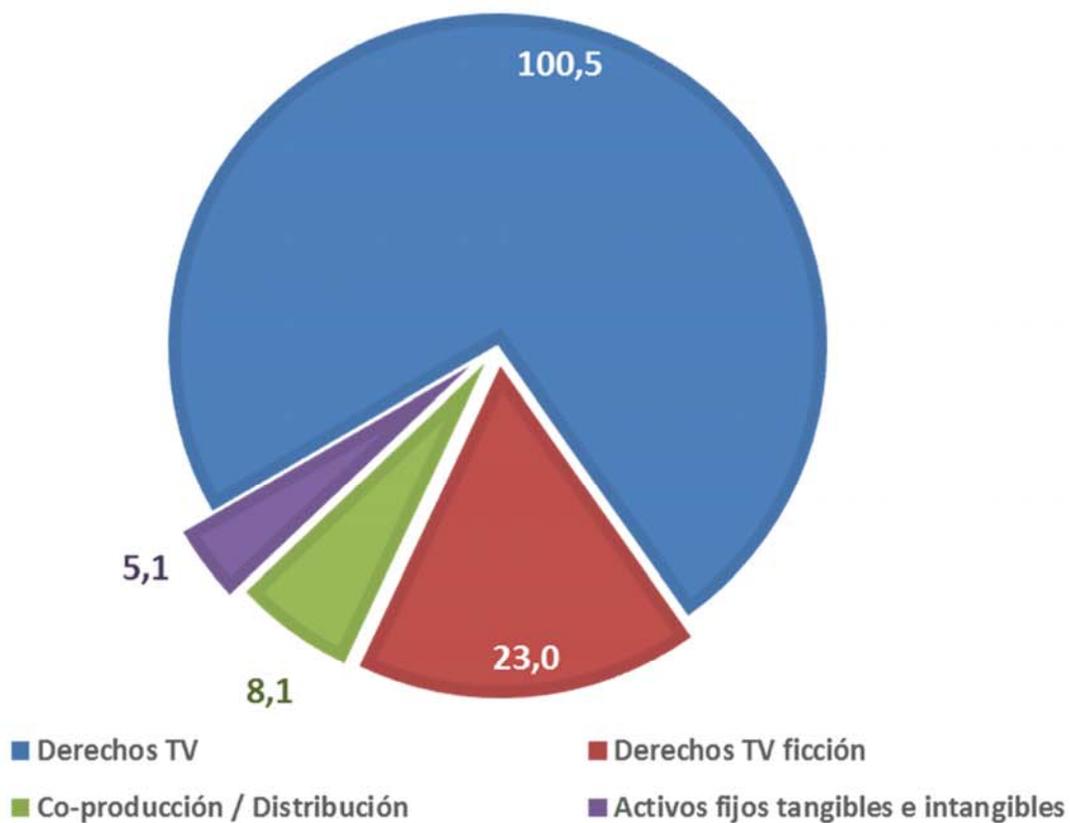
€ Millones	1S16	1S15	Dif. en € millones
Posición financiera neta inicial	192,4	265,7	-73,3
Cash flow libre	130,0	105,1	24,9
Cash flow operativo	241,7	211,3	30,4
Inversiones netas	-136,6	-123,2	-13,4
Variación fondo de maniobra	25,0	17,0	8,0
Movimiento patrimonio	1,5	-1,7	3,2
Inversiones financieras	-92,7	-78,6	-14,2
Dividendos cobrados	1,7	1,8	-0,1
Dividendos pagados	-167,4	-47,5	-119,9
Incremento neto de posición financiera	-127,0	-20,9	-106,1
Posición financiera neta final	65,4	244,8	-179,4
Cash flow libre operativo/EBIT	86,6%	142,5%	



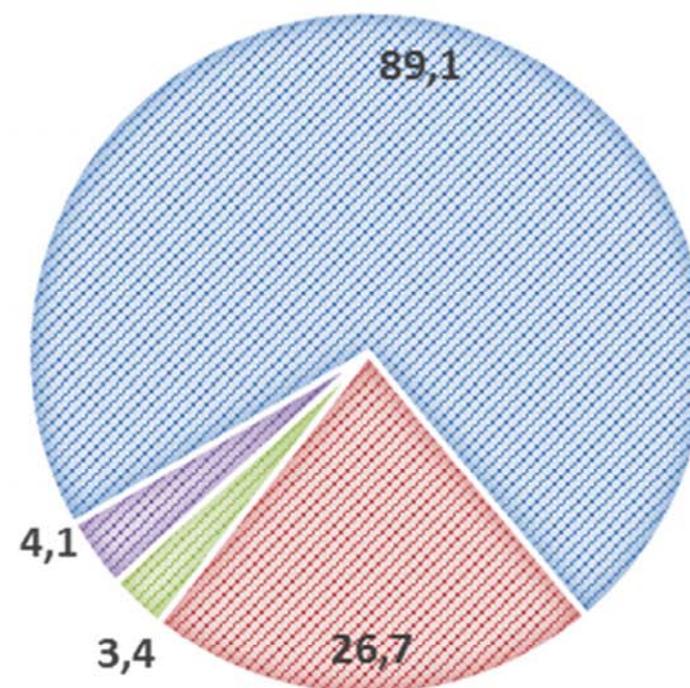
Total inversión neta

€ Millones

1S16: 136,6€



1S15: 123,2€





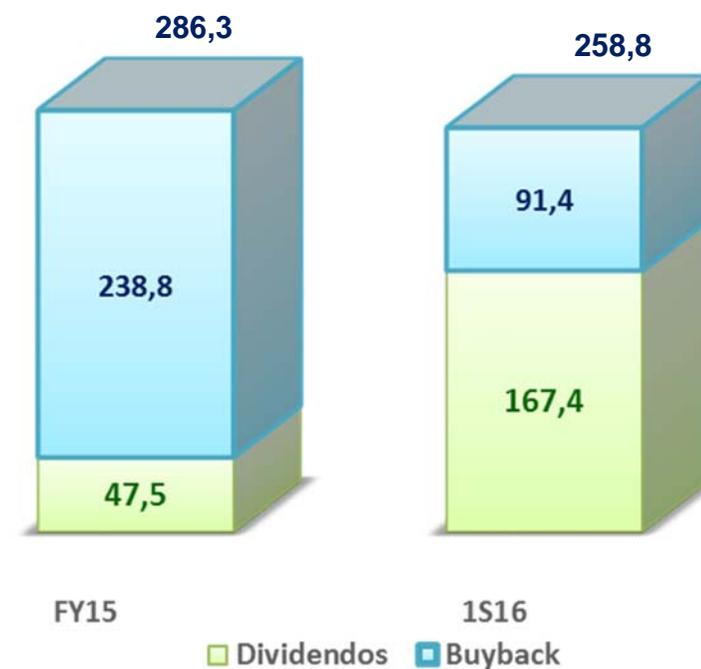
Balance

Balance sólido y elevada remuneración al accionista

€ Millones

	1S16	FY 2015
Inmovilizado	576,1	581,1
-Financiero	316,7	317,8
-No financiero	259,4	263,3
Derechos audiovisuales y anticipos	239,6	201,2
-Derechos de terceros	197,7	163,8
-Ficción	24,2	22,8
-Co-producción / distribución	17,6	14,6
Impuesto anticipado	113,6	134,5
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	929,2	916,9
Activo corriente	255,3	257,7
Activo financiero y tesorería	85,1	211,6
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	340,3	469,3
TOTAL ACTIVO	1.269,6	1.386,2
FONDOS PROPIOS	930,2	1.069,9
Provisiones	9,6	10,4
Acreedores no corrientes	8,8	8,5
Pasivo financiero no corriente	16,1	7,5
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	34,5	26,4
Acreedores corrientes	301,4	278,2
Pasivo financiero corriente	3,5	11,6
TOTAL PASIVO CORRIENTE	304,9	289,8
TOTAL PASIVO	1.269,6	1.386,2

Remuneración al accionista





Back-up

1S16 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (I)

€ Millones	1S16	1S15	Var %
Ingresos brutos de publicidad	508,0	473,2	7,3%
- Medios Mediaset España	491,2	449,7	9,2%
- Medios ajenos	16,8	23,5	-28,6%
Comisiones	-18,9	-19,2	-1,8%
Ingresos netos de publicidad	489,1	454,0	7,7%
Otros ingresos	32,5	24,6	32,3%
TOTAL INGRESOS NETOS	521,6	478,5	9,0%
Personal	51,9	51,2	1,5%
Consumo de derechos TV	92,6	84,0	10,2%
Otros costes operativos	217,1	223,8	-3,0%
<i>Total costes operativos (1)</i>	<i>361,6</i>	<i>359,0</i>	<i>0,7%</i>
EBITDA adj*	160,0	119,5	33,9%
EBITDA adj*/Total ingresos netos	30,7%	25,0%	+5,7pp

Margen EBITDA*



* EBITDA adj./Total ingresos netos

* Después de consumo de derechos



1S16 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (II)

€ Millones

	1S16	1S15	Var %
EBITDA adj*	160,0	119,5	33,9%
Amortización de PPA (2)	4,0	4,0	0,0%
Otras amortizaciones y depreciaciones (3)	5,9	4,6	28,8%
<i>Total Costes (1+2+3)</i>	<i>371,5</i>	<i>367,6</i>	<i>1,1%</i>
EBIT	150,1	111,0	35,3%
EBIT/Total ingresos netos	28,8%	23,2%	+5,6pp
Res. participadas y depr. activos financieros	1,0	16,2	
Resultados financieros	-0,4	0,3	
BAI	150,7	127,5	18,2%
Impuestos de sociedades	-33,1	-29,9	10,9%
Intereses minoritarios	0,2	0,2	-9,8%
Beneficio neto	117,7	97,8	20,3%
BPA**	0,35 €	0,27 €	29,3%
Beneficio neto/Total ingresos netos	22,6%	20,4%	+2,1pp

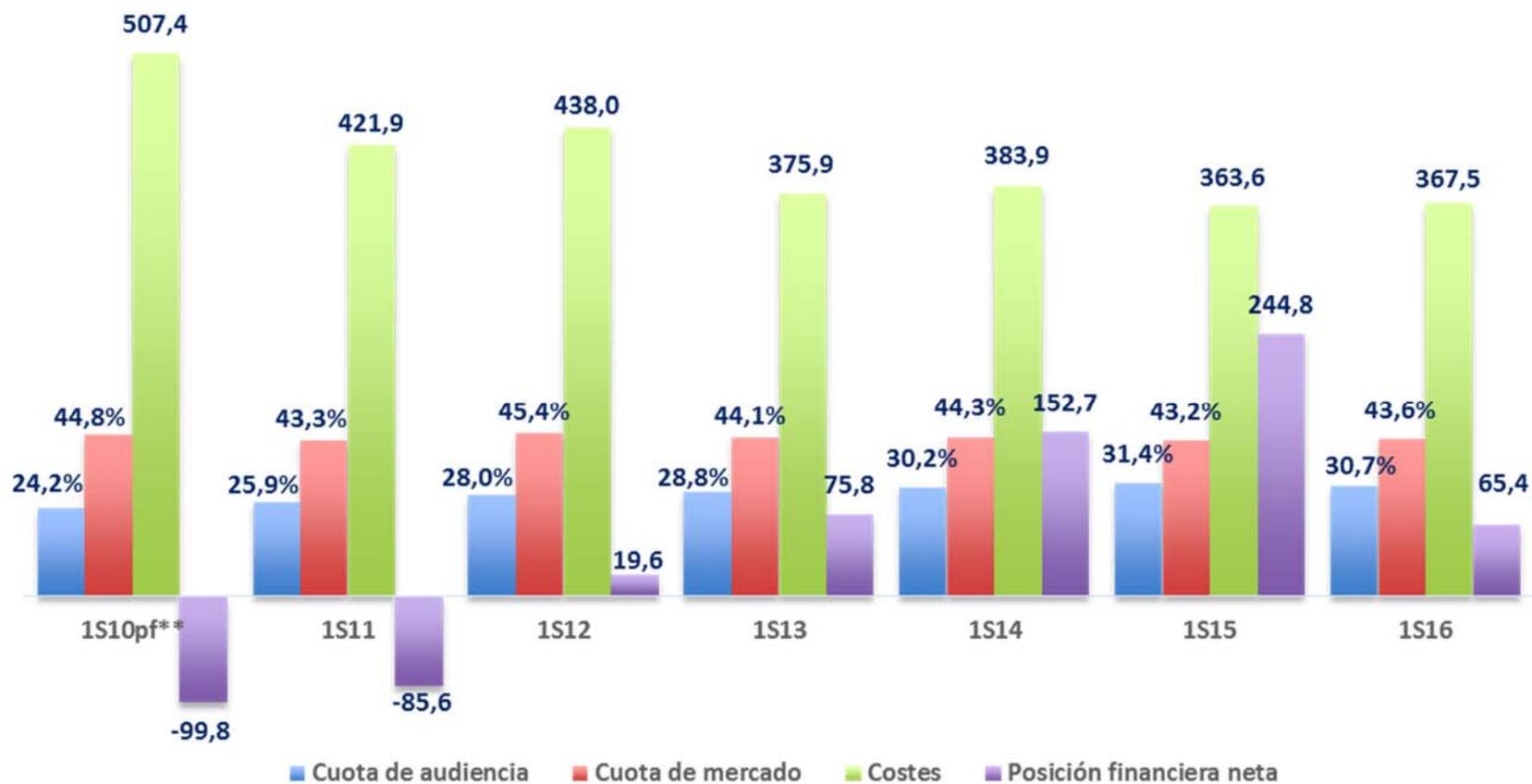


* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

** Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 30 de junio



El círculo virtuoso de Mediaset España

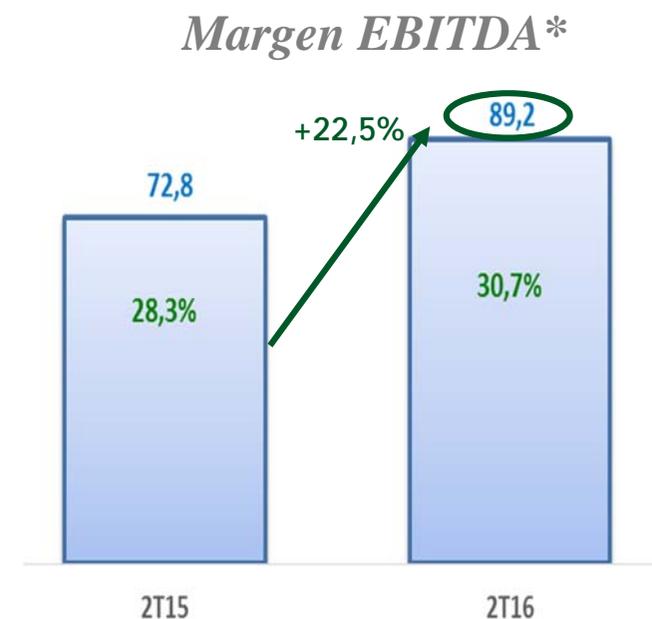


€ Millones

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

2T16 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (I)

€ Millones	2T16	2T15	Var %
Ingresos brutos de publicidad	285,7	256,7	11,3%
- Medios Mediaset España	275,8	245,1	12,5%
- Medios ajenos	10,0	11,5	-13,8%
Descuentos	-10,7	-10,4	2,8%
Ingresos netos de publicidad	275,0	246,2	11,7%
Otros ingresos	15,8	11,6	36,2%
TOTAL INGRESOS NETOS	290,8	257,8	12,8%
Personal	27,1	25,3	7,3%
Consumo de derechos TV	46,7	46,5	0,4%
Otros costes operativos	127,8	113,2	12,9%
<i>Total costes (1)</i>	<i>201,6</i>	<i>185,0</i>	<i>9,0%</i>
EBITDA adj*	89,2	72,8	22,5%
EBITDA adj*/Total ingresos netos	30,7%	28,3%	+2,4pp



* EBITDA adj./Total ingresos netos

* Después de consumo de derechos



2T16 cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas (II)

€ Millones	2T16	2T15	Var %
EBITDA adj*	89,2	72,8	22,5%
Amortización de PPA (2)	2,0	2,0	0,0%
Otras amortizaciones y depreciaciones (3)	2,7	2,0	34,1%
<i>Total Costes (1+2+3)</i>	<i>206,3</i>	<i>189,0</i>	<i>9,2%</i>
EBIT	84,6	68,9	22,8%
EBIT/Total ingresos netos	29,1%	26,7%	+2,4pp
Res. Participadas y depr. Activos financieros	1,8	11,3	
Resultados financieros	0,1	-0,3	
BAI	86,5	79,9	8,3%
Impuestos de sociedades	-19,0	-18,5	2,2%
Intereses minoritarios	0,1	0,1	
Beneficio neto	67,6	61,5	10,0%
BPA ajustado**	0,20 €	0,17 €	0,03 €
Beneficio neto/Total ingresos netos	23,2%	23,8%	



* EBIT/Total ingresos netos

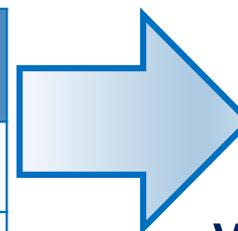
* EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

** Ajustado excluyendo las acciones propias de la compañía a 30 de junio



Ejecución de los planes de recompra de acciones

Año	Hecho	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€

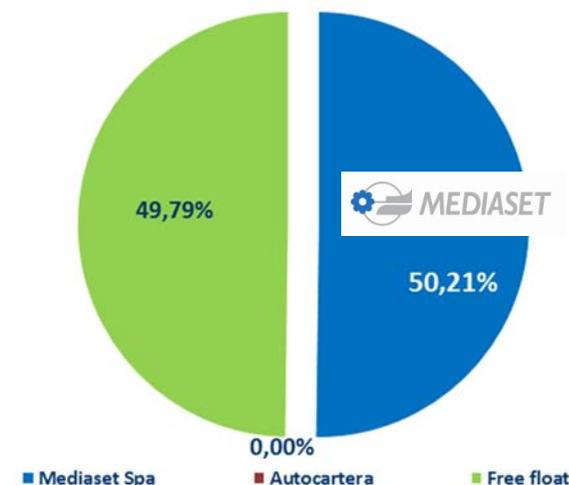


Inversión total en acciones propias: 689,9M€
(vs. 650M€ de planes anunciados)

**Valor a fecha de cancelación*:
808,6 M€**

Estructura accionarial después del 13 de abril de 2016

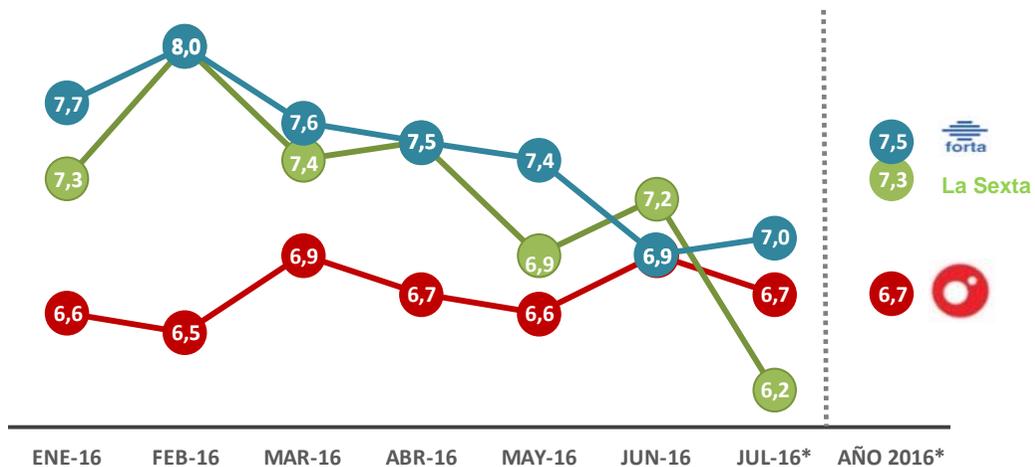
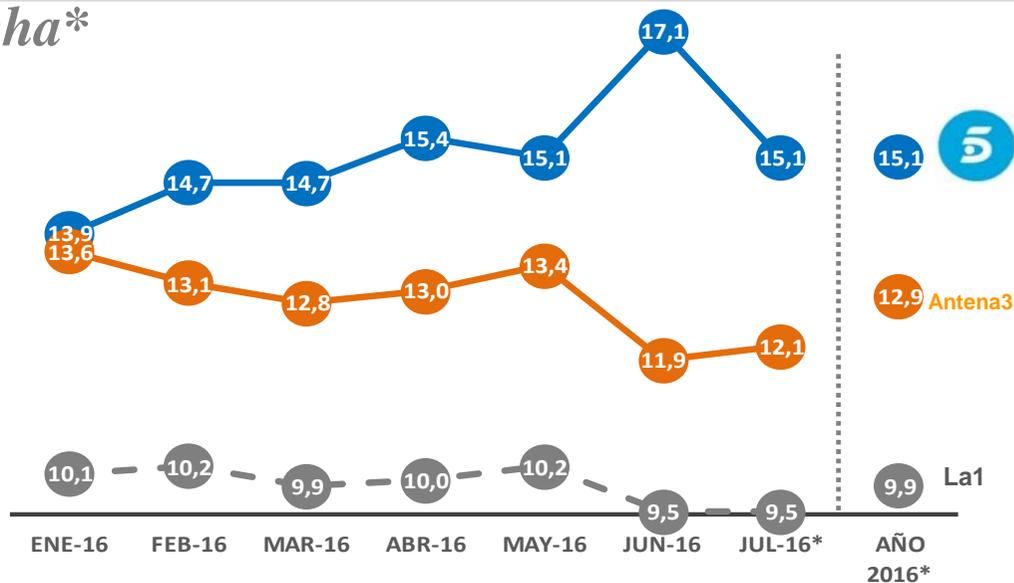
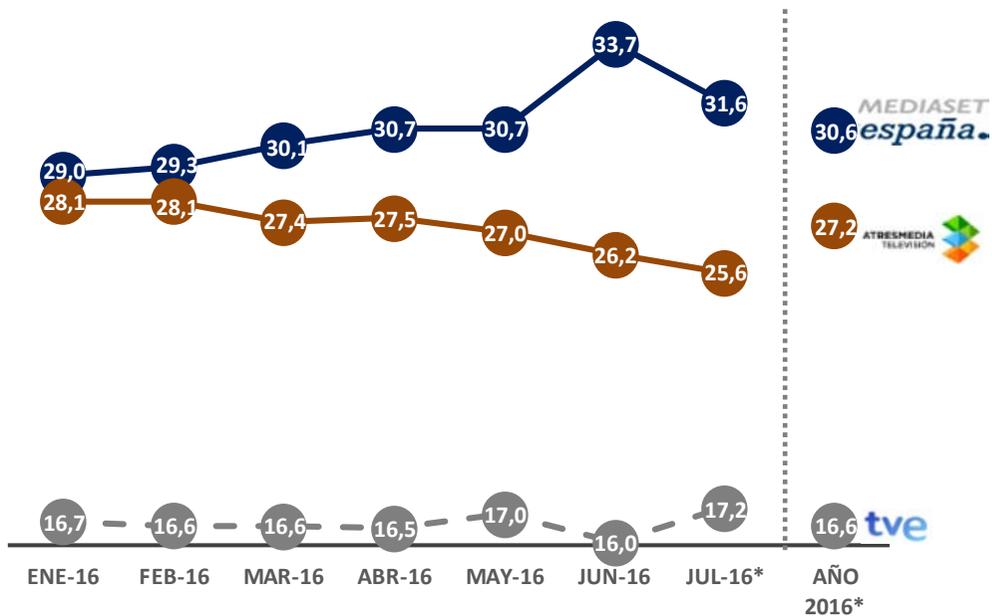
Año	Hecho	N. acciones
Pre 2015	acciones emitidas	406.861.426
2015	acciones canceladas en la JGA del 15 de abril de 2015	(40.686.142)
2016	acciones canceladas en la JGA del 13 de abril de 2016	(29.457.794)
Nuevo número de acciones	cancelación de 70.143.936 acciones	336.717.490



* Fecha de cancelación: fecha de la Junta General de Accionistas correspondiente (13 de abril de 2016 y 15 de abril de 2015)

2016 audiencia

24h total individuos hasta la fecha*



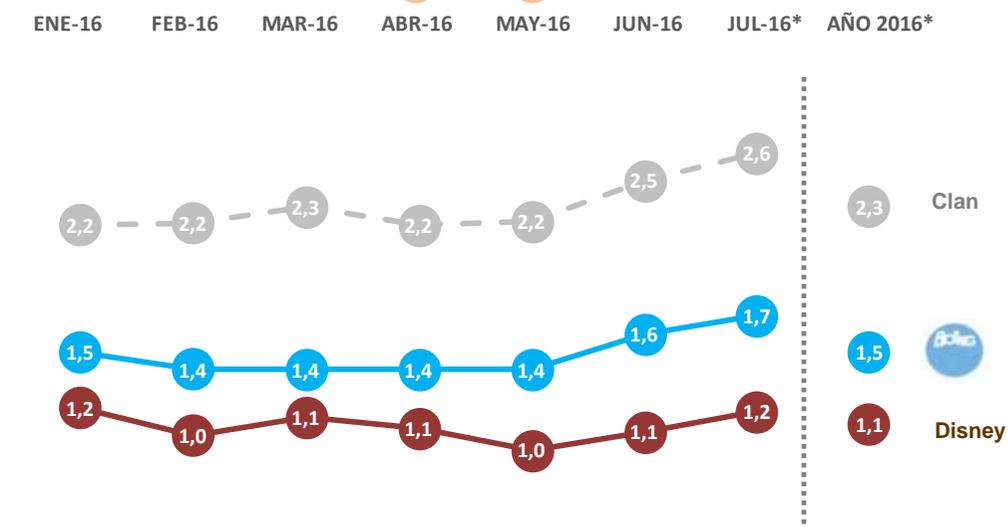
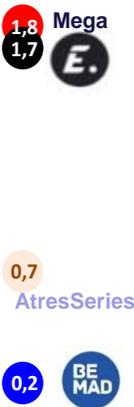
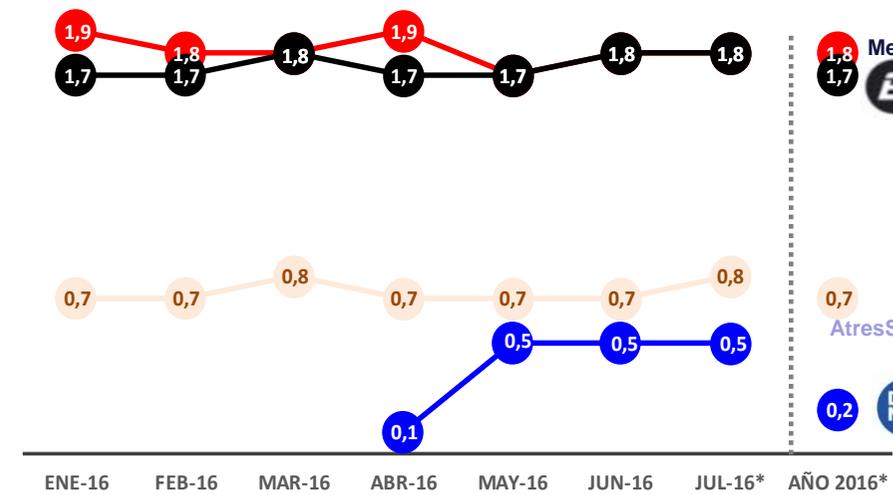
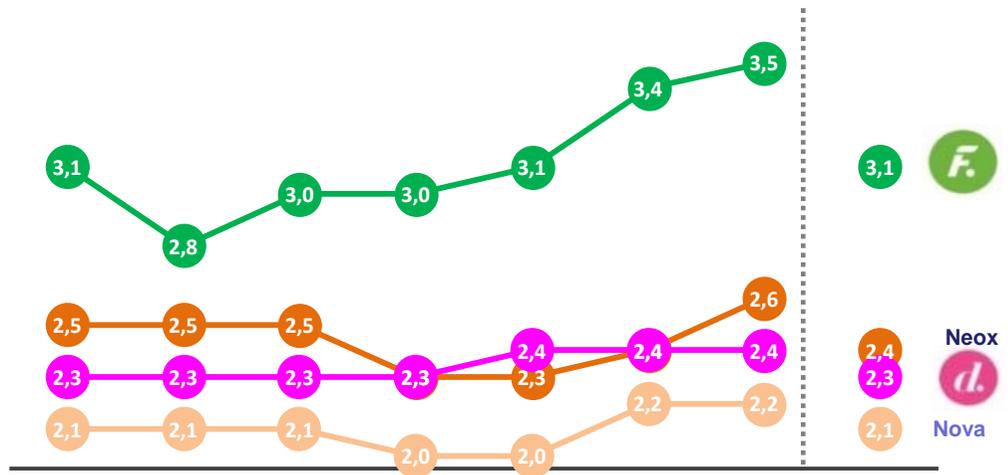
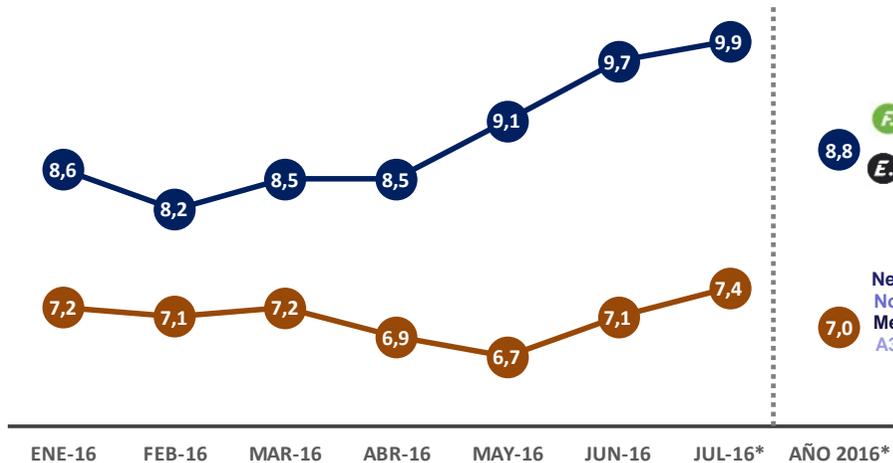
Fuente: Kantar media

* Promedio audiencia: 1/1-25/7/16



2016 audiencia

24h total individuos hasta la fecha*

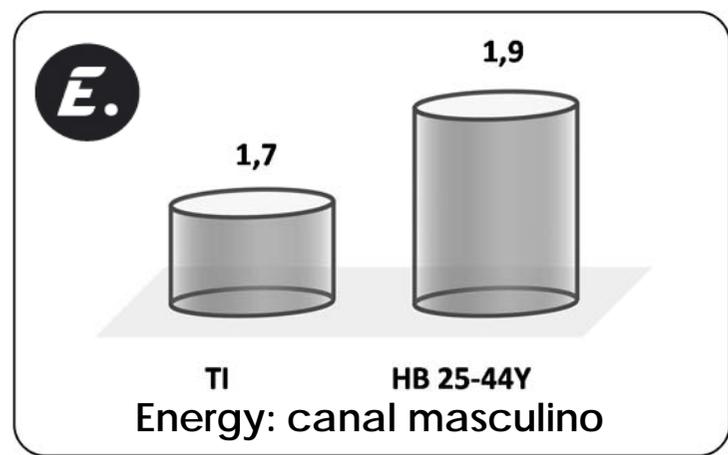
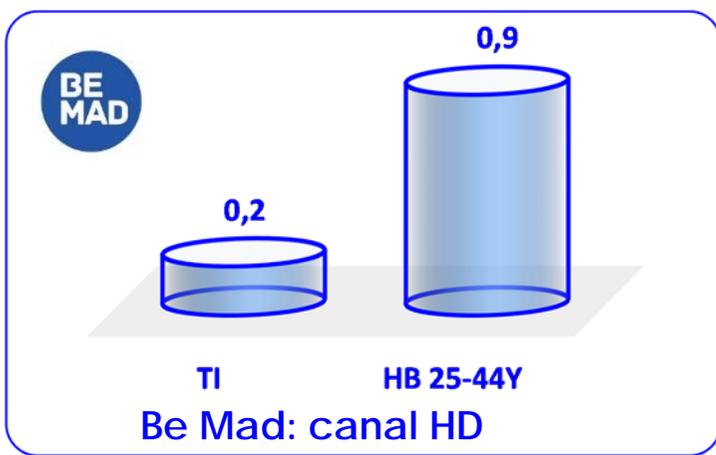
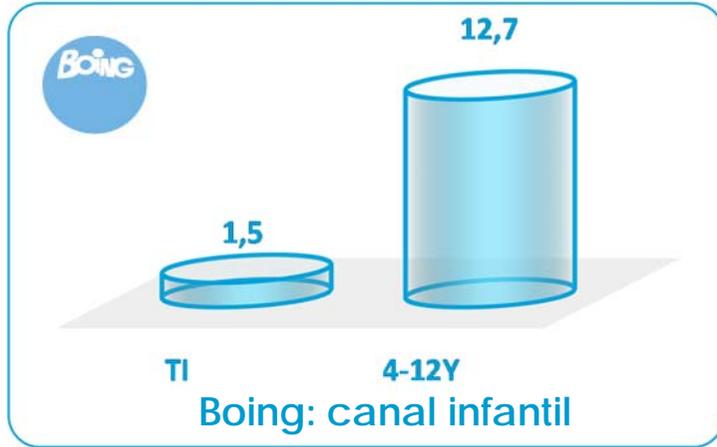
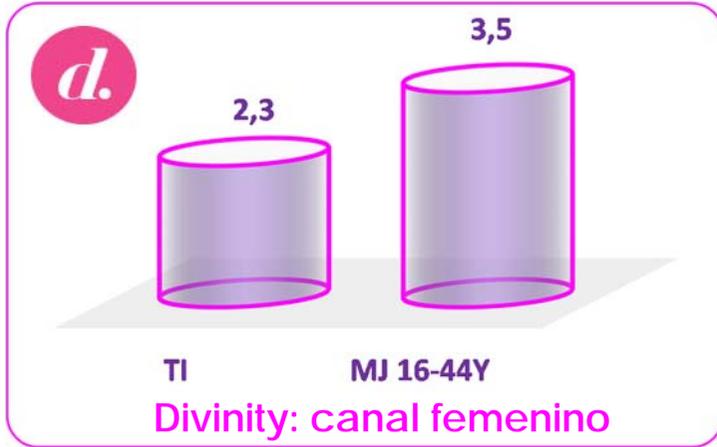
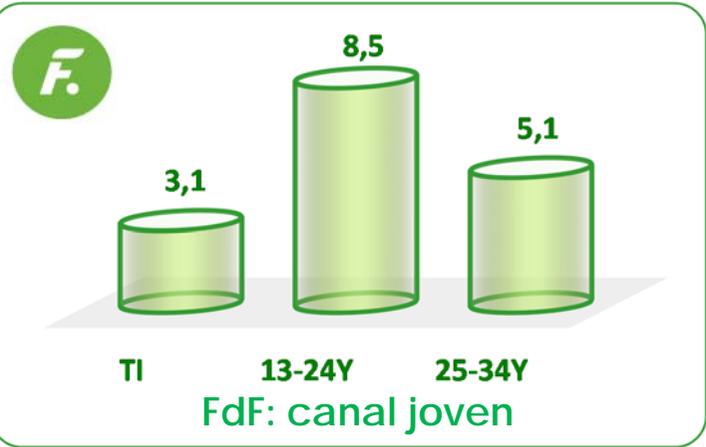


Fuente: Kantar media
* Promedio audiencia: 1/1-25/7/16



2016 audiencia, estrategia multicanal

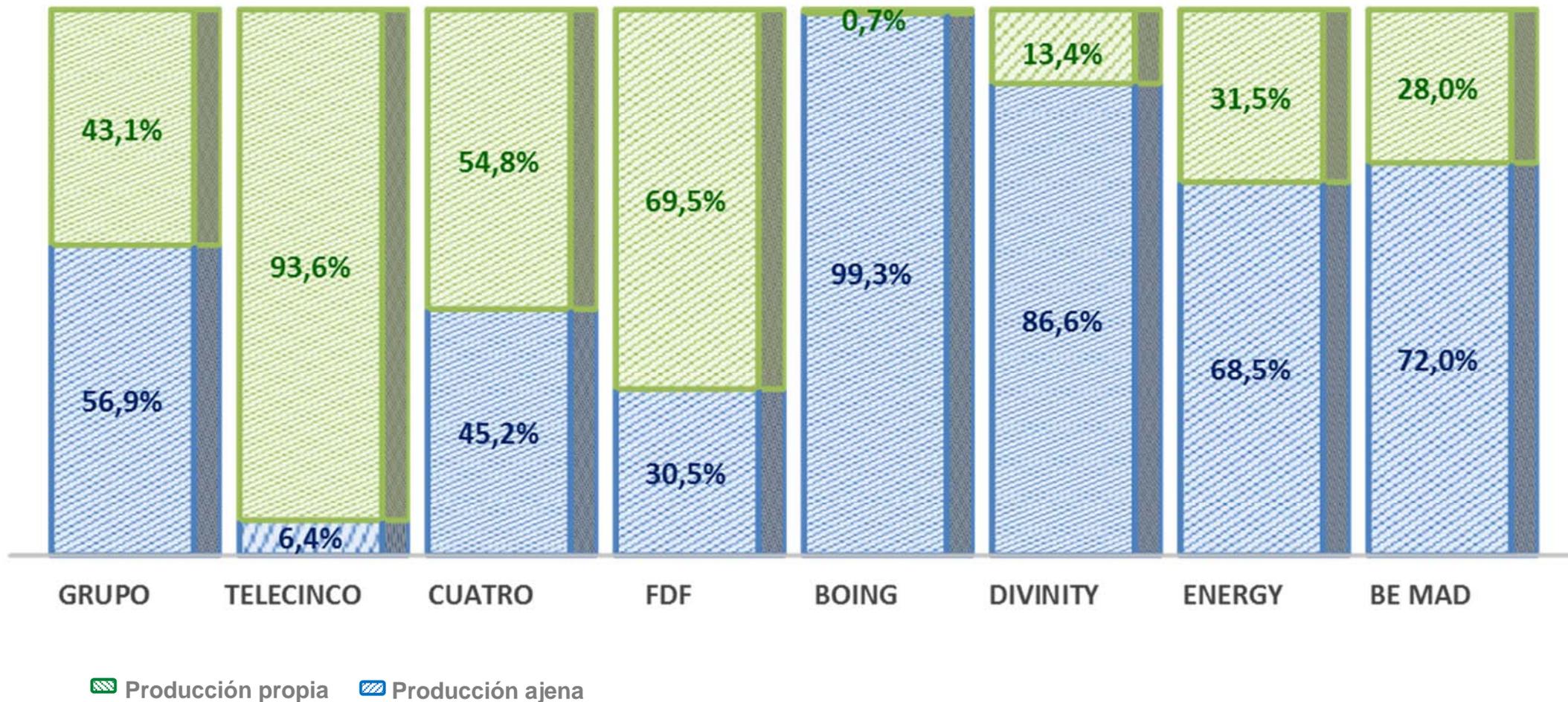
24h total individuos y audiencia target específico hasta la fecha*



Fuente: Kantar media
 * Promedio audiencia: 1/1-25/7/16

Mix de programación 1S16

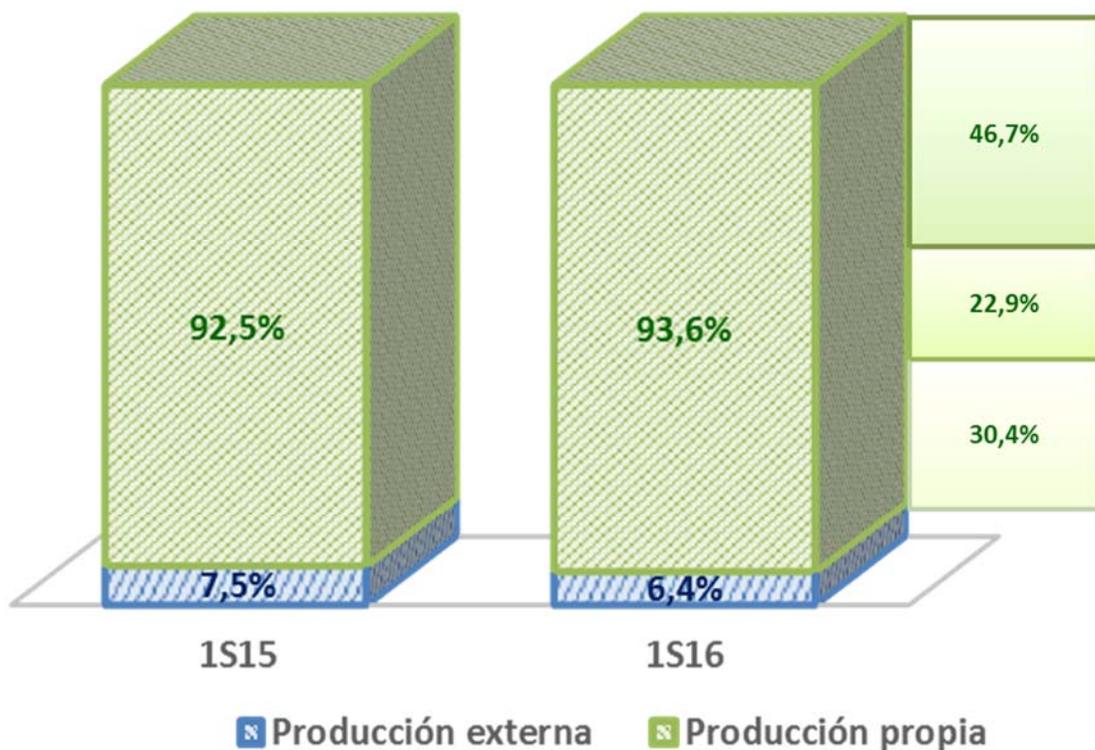
Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas





Mix de programación 1S16 de Telecinco

Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas

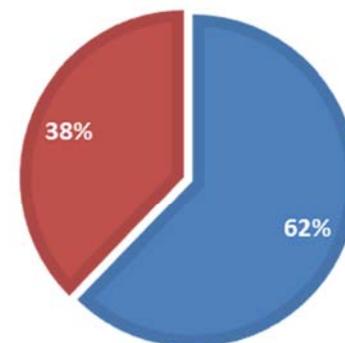


Producción con empresas independientes
(1S15: 48,1%)

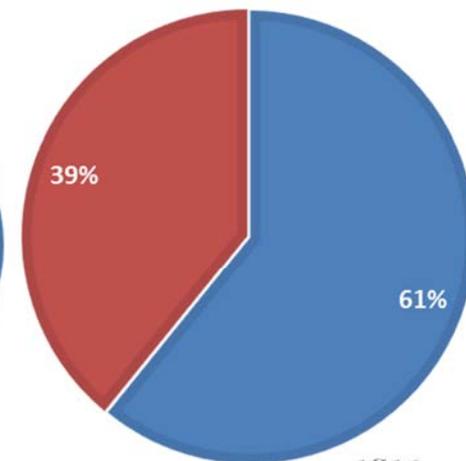
Producido por Mediaset España
(1S15: 23,4%)

Producción con empresas participadas:
(1S15: 28,5%)

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



1S15



1S16

■ Directo ■ Grabado



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