

[Consta logotipo corporativo de MEDIASET]

INFORME ANUAL
2016

[Constan logotipos corporativos de sociedades del Grupo Mediaset]

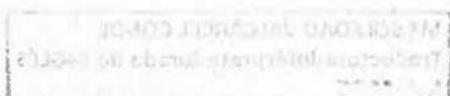
MEDIASET S.p.A. - via Paleocapa, 3 - 20121 Milán

Capital Social: 614 238 333,28 euros enteramente desembolsados

Código Fiscal, número de IVA y número de inscripción en el

Registro de Sociedades de Milán: 09032310154

Web: www.mediaset.it



Índice

Informe anual consolidado 2016

Informe de los consejeros sobre las operaciones

Consejos corporativos.....	1
Principales datos financieros.....	2
Informe de los consejeros sobre las operaciones	5
Tendencias económicas generales	4
Desarrollo en el marco legislativo, en el sector de la televisión	9
Acciones de Mediaset.....	10
Acontecimientos significativos y operaciones corporativas clave en el ejercicio	12
Las principales sociedades del Grupo	16
Perfil del Grupo y análisis del rendimiento, por segmento de negocio	17
Rendimiento consolidado por área geográfica y segmento de negocio	
<i>Resultados económicos</i>	53
<i>Balance y posición financiera</i>	65
Rendimiento de la sociedad matriz	
<i>Resultados económicos</i>	70
<i>Balance y posición financiera</i>	72
Conciliación entre el beneficio neto y el patrimonio neto consolidado y de la sociedad matriz.....	75
Divulgación de los principales riesgos e incertidumbres a los cuales se expone el grupo.....	76
Recursos humanos:	
<i>Grupo</i>	86
<i>Sociedad matriz</i>	94
El compromiso de la sociedad con el medio ambiente y la cultura	97
Información exigida por el artículo 2428 del Código Civil italiano	102
Otra información	107
Acontecimientos que tuvieron lugar después del 31 de diciembre de 2016.....	110
Previsiones para el ejercicio completo	111
Borrador de resoluciones.....	112

Grupo Mediaset

Informe anual consolidado 2016

Estados financieros consolidados

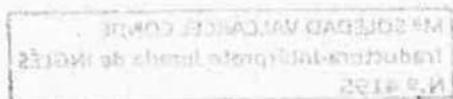
Estado de posición financiera consolidado	114
Estado de ingresos consolidado	116
Estado de ingresos globales consolidado	117
Estado de flujos de efectivo consolidado	118
Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado	119
ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO SEGÚN LA RESOLUCIÓN N.º 15519 DE LA CONSOB DE FECHA 27 DE JULIO DE 2006.....	120

Notas explicativas

Información general	123
Bases de presentación y políticas contables para la preparación de los estados financieros	123
Resumen de los principios contables y criterios de valoración.....	124
Información clave sobre el perímetro de consolidación	142
Combinaciones de negocios	148
Informes del segmento.....	152
Notas sobre los activos principales.....	159
Notas sobre el patrimonio neto y partidas del pasivo principales	178
Notas sobre las principales partidas de la cuenta de resultados	192
Estado de flujos de efectivo.....	201
Información sobre instrumentos financieros y políticas de gestión de riesgos.....	202
Pagos basados en acciones.....	219
Operaciones con partes vinculadas	222
Compromisos.....	224
Lista de inversiones de capital incluidas en los estados financieros consolidados del grupo a 31 de diciembre de 2016.....	225

Certificación de los Estados financieros anuales consolidados de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 154-bis del Decreto Legislativo 58/98..... 227

Informe de los auditores independientes 231



Mediaset s.p.a.
Informe anual 2016

Estados financieros

Estado de posición financiera	236
Cuenta de resultados	238
Estado de ingresos globales.....	239
Estado de flujos de efectivo.....	240
Estado de cambios en el patrimonio neto.....	241
Estado de posición financiera según el acuerdo de la consob n.º 15519 del 27 de julio de 2006	242
Cuenta de resultados según el acuerdo de la consob n.º 15519 del 27 de julio de 2006	244

Notas explicativas

Información general	246
Adopción de las normas internacionales de contabilidad.....	246
Base de presentación, políticas contables empleadas en la elaboración de los estados financieros y criterios de medición.....	246
Otra información	262
Notas sobre las principales partidas del activo	269
Notas sobre las principales partidas del patrimonio neto y pasivo.....	279
Notas sobre las partidas principales del estado de resultados	294
Compromisos y garantías de inversión.....	304
Divulgaciones sobre instrumentos financieros y políticas de gestión del riesgo	305
Apéndices	318

Informe de los auditores legales y de los auditores externos..... 323

Certificación de los estados financieros anuales de conformidad con el artículo 154 – bis del Decreto legislativo 58/98..... 343

Tablas resumen de los principales datos económicos y financieros de las sociedades incluidas en el ámbito de consolidación..... 347

Extracto de los acuerdos adoptados por la Junta de Accionistas.....361

Informe de retribuciones

Informe sobre gobierno corporativo y la estructura de propiedad de la Sociedad

[Consta logotipo corporativo del Grupo Mediaset]

Grupo MEDIASET

**Grupo MEDIASET
INFORME ANUAL 2016**

[Consta logotipo corporativo del Grupo Mediaset]

Grupo MEDIASET

Grupo MEDIASET

Informe anual consolidado 2016

Informe de los consejeros sobre las operaciones

CONSEJOS CORPORATIVOS

Consejo de administración

Presidente

Fedele Confalonieri

Vicepresidente y Consejero Delegado

Pier Silvio Berlusconi

Consejeros

Giuliano Adreani

Marina Berlusconi

Franco Bruni

Pasquale Cannatelli

Mauro Crippa

Bruno Ermolli

Marco Giordani

Fernando Napolitano

Gina Nieri

Michele Perini

Alessandra Piccinino

Niccolo' Querci

Stefano Sala

Carlo Secchi

Wanda Ternau

Comité ejecutivo

Fedele Confalonieri

Pier Silvio Berlusconi

Giuliano Adreani

Marco Giordani

Gina Nieri

Comité de riesgos y control

Carlo Secchi (Presidente)

Franco Bruni

Fernando Napolitano

Comité de retribuciones

Michele Perini (Presidente)

Bruno Ermolli

Fernando Napolitano

Comité de gobierno y nombramientos

Carlo Secchi (Presidente)

Michele Perini

Wanda Ternau

Comité de consejeros independientes para operaciones con partes vinculadas

Michele Perini (Presidente)

Alessandra Piccinino

Carlo Secchi

Consejo de auditores legales

Mauro Lonardo (Presidente)

Francesca Meneghel (*Auditora Regular*)

Ezio Maria Simonelli (*Auditor Regular*)

Massimo Gatto (*Auditor Suplente*)

Flavia Daunia Minutillo (*Auditora Suplente*)

Riccardo Perotta (*Auditor Suplente*)

Auditores independientes

EY S.p.A.

(anteriormente Reconta Ernst & Young S.p.A.)

Ingresos netos consolidados

en millones de euros

[*consta gráfico*]

EBIT

en millones de euros

[*consta gráfico*]

Resultado neto

en millones de euros

[*consta gráfico*]

Posición financiera neta

[*consta gráfico*]

Principales datos de la cuenta de resultados

En millones de euros

	2012	2013	2014	2015 (1)	2016
Ingresos netos consolidados	3720,7	3414,7	3414,4	3524,8	3667,0
Italia	2834,9	2588,5	2483,4	2554,2	2675,9
España	886,7	826,8	932,1	971,9	992,0
EBIT (2)	(235,4)	246,3	248,7	230,7	(189,2)
Italia	(284,0)	176,1	104,3	26,1	(413,6)
España	48,8	70,2	144,8	205,2	224,4
EBT	(287,4)	100,2	138,5	196,5	(274,4)
Resultado neto	(287,1)	8,9	23,7	3,8	(294,5)

Principales datos del balance y financieros

En millones de euros

	2012	2013	2014	2015 (1)	2016
Capital invertido neto (1)	4677,9	4436,7	3906,8	3806,8	3630,3
Total patrimonio neto	2965,1	2977,7	3045,5	2947,4	2535,9
Patrimonio neto del Grupo	2121,9	2119,9	2322,8	2293,8	1947,7
Patrimonio neto de intereses minoritarios	843,2	857,8	722,6	653,6	588,2
Posición financiera neta (2)	(1712,8)	(1459,0)	(861,3)	(859,4)	(1162,4)
Flujo de efectivo de explotación (2)	1333,0	1139,3	1226,5	1282,3	1279,0
Inversiones	718,9	549,4	1705,2	741,8	(721,8)
Dividendos pagados por la Sociedad matriz	113,6	-	-	22,7	22,7
Dividendos pagados por las Filiales	32,1	4,1	-	44,2	83,6

Personal (3)

	2012	2013	2014	2015	2016
Personal del Grupo Mediaset (plantilla)	5908	5693	5559	5484	5519
Italia	4573	4401	4299	4210	4245
España	1335	1292	1260	1274	1274
Personal de Grupo Mediaset (media)	6252	5882	5711	5680	5660
Italia	4892	4574	4437	4402	4385
España	1360	1308	1274	1278	1275

Principales indicadores

	2012	2013	2014	2015 (1)	2016
EBIT/ingresos netos	n.a.	7,2 %	7,3 %	6,6 %	n.a.
Italia	n.a.	6,8 %	4,2 %	1,0 %	n.a.
España	5,5 %	8,5 %	15,5 %	21,1 %	22,6 %
EBT/ingresos netos	n.a.	2,9 %	4,1 %	5,6 %	n.a.
Resultado neto/ingresos netos	n.a.	0,3 %	0,7 %	0,1 %	n.a.
ROI (4)	n.a.	4,7 %	4,7 %	4,4 %	n.a.
ROE (5)	n.a.	0,3 %	0,9 %	0,1 %	n.a.
Número de acciones (6)	1 136 402 064	1 136 402 064	1 136 402 064	1 136 402 064	1 136 402 064
BPA (euro)	n.a.	0,01	0,02	0,00	n.a.
Dividendo por acción (euro)	-	-	0,02	0,02	-

(1). Según lo previsto en la NIIF 3, párrafo 49, se han reformulado los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015.

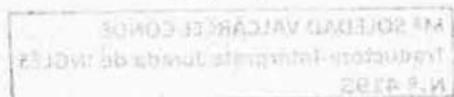
(2). Las cifras se refieren a los resultados económicos medios así como a los datos del balance y financieros. Sus criterios de reconocimiento relativos (de conformidad con la resolución de CONSOB número 6064293 de 28 de julio de 2006 y la recomendación de CESR de 3 de noviembre de 2005 con respecto a las mediciones GAAP) se describen en el Informe de los consejeros sobre las operaciones.

(3). Incluida la plantilla temporal y permanente

(4). EBIT del Grupo/capital neto medio invertido

(5). Resultado neto del Grupo/Patrimonio neto medio del Grupo.

(6). Datos al contado a 31/12, netos de autocartera.



Informe de los consejeros sobre las operaciones

Accionistas:

En 2016 se consolidó una mejora (aunque todavía ligera) en las tendencias macroeconómicas, en un entorno aún caracterizado por unos mercados financieros altamente volátiles y una inestabilidad geopolítica internacional prolongada. En particular, la economía de la Eurozona se benefició de la continuación de la política monetaria expansiva del BCE, sin sufrir grandes impactos por el Brexit.

En este escenario (y en un entorno competitivo cada vez más dinámico y complejo, caracterizado por una amplia variedad de participantes y plataformas de distribución, y un gran cambio en los métodos de producción, las ofertas y el acceso a los contenidos, impulsado por una sinergia cada vez mayor entre la televisión e Internet), el grupo Mediaset continuó buscando el objetivo de desarrollar su modelo de operador tradicional de televisión, mediante:

- el fortalecimiento de la posición de liderazgo en la publicidad *cross-media* desarrollada en los últimos años, mediante la diversificación en el sector de radio y el desarrollo de productos digitales para lograr y garantizar la complementariedad con el amplio alcance de su oferta de emisión de televisión, y para aprovechar cada vez más a las audiencias objetivo;
- el fortalecimiento de su priorización en el contenido de ocio original y los productos cinematográficos nacionales de producción propia, que en 2016 rompieron todos los récords de taquilla en términos de ingresos;
- la iniciación de la gradual transformación del modelo de negocio de televisión de pago, con vistas a reducir su dependencia en el contenido de fútbol y volver a centrarlo como proveedor de contenido de emisión de no fútbol, y en la apertura a otros operadores de la plataforma tecnológica única desarrollada por Premium.

En 2016, estas líneas de acción se vincularon a la consecución de un crecimiento significativo en los ingresos por las actividades ordinarias para todas las áreas de negocio principales del Grupo (incluso con unos costes más altos atribuibles únicamente a los derechos de retransmisión de televisión para los principales torneos de fútbol a nivel nacional e internacional, incluidos los tres años exclusivos para la Liga de Campeones), que estuvieron disponibles para el Grupo desde el segundo semestre del ejercicio financiero anterior y que, en línea con los planes comerciales, se esperaba que fueran a sustentar el inicio de un significativo crecimiento en las cifras de clientes y los ingresos de televisión de pago a partir del segundo semestre del año.

El **rendimiento consolidado y el flujo de efectivo libre** del ejercicio financiero se vieron afectados inevitablemente por los graves daños sufridos por Mediaset como resultado del incumplimiento por Vivendi de un acuerdo vinculante firmado el 8 de abril de 2016.

De hecho, con respecto al cumplimiento adecuado por Mediaset S.p.A de las obligaciones con arreglo a este acuerdo, se contrajeron unos **costes operativos extraordinarios de 54,3 millones de EUR** por cargos adicionales de la operación y la adquisición de contenidos de pago lineales no presupuestados solicitados por Vivendi en la etapa de gestión intermedia inicial, y los costes financieros de los contratos de cobertura financiera, y el reembolso anticipado de las líneas de crédito.

Asimismo, los datos que pueden observarse en la fecha de estos estados financieros consolidados (vinculados a la tendencia de los indicadores de rendimiento clave y los resultados financieros de las actividades de televisión de pago que empezaron a emerger a partir del tercer trimestre de 2016, como resultado de los impactos en las operaciones de la sociedad durante el periodo de gestión intermedio con Vivendi) hicieron que fuera necesario efectuar **rebajas en el**

valor y provisiones por 256,7 millones de EUR en total, para ajustar a los valores actuales los activos principales y los contratos relativos a esas actividades.

El impacto negativo general en el EBIT consolidado atribuible al incumplimiento de Vivendi, incluidas las pérdidas de explotación de 72 millones de EUR vinculadas a la inclusión de Mediaset Premium en el ámbito de consolidación también en el cuarto trimestre de 2016, totalizó 341,3 millones de EUR.

Asimismo, debe tenerse en cuenta que las sociedades pertenecientes al grupo RadioMediaset (antes Grupo Finelco) se consolidaron totalmente a partir del tercer trimestre de 2016, valoradas según su patrimonio hasta el 30 de junio. El proceso de reestructuración iniciado inmediatamente para estos negocios, antes de su adquisición a una pérdida histórica, ya ha permitido la consecución de un margen de explotación bruto positivo en el segundo semestre del año. En función del proceso de asignación del precio de compra por la contraprestación pagada por las adquisiciones, contabilizada al final del ejercicio financiero, se identificaron los activos intangibles con una vida útil final, y se revisaron las estimaciones de vida útil para los activos preexistentes.

Los resultados económicos financieros consolidados pueden resumirse de la manera siguiente:

- Los ingresos netos consolidados ascendieron a 3667,0 millones de EUR, una subida del 4,0 % con respecto al año anterior.
- El EBIT fue negativo, en -189,2 millones de EUR, en comparación con 230,7 millones de EUR contabilizados en el año anterior. Este resultado se vio afectado por las partidas no recurrentes (correspondientes principalmente a rebajas en el valor y provisiones como resultado de los procesos de deterioro, los costes extraordinarios vinculados al acuerdo de Vivendi) y una mayor amortización resultante de la revisión de la vida útil de las frecuencias de radio y otros activos identificados en función de la asignación contable de los valores reconocidos para combinaciones de negocios. Excluidas estas partidas, que ascienden a un total de 321,9 millones de EUR, el EBIT consolidado habría sido positivo en 132,8 millones de EUR.
- Los ingresos de actividades continuadas, netos de impuestos e intereses minoritarios, fueron negativos en -274,4 millones de EUR, frente a 196,5 millones de EUR a 31 de diciembre de 2015, y se vieron afectados, además de por las partidas de explotación no recurrentes, también por los gastos financieros extraordinarios de 41,7 millones de EUR vinculados a la formalización de contratos de cobertura y al reembolso anticipado de las líneas de crédito correspondientes al acuerdo con Vivendi, así como a una menor contribución de los invertidos que, en el mismo periodo de 2015, se habían beneficiado de unos ingresos significativos por las enajenaciones realizadas por Mediaset España.
- Los beneficios netos atribuibles al Grupo ascendieron a una pérdida de -294,5 millones de EUR, en comparación con un beneficio de 3,8 millones de EUR para 2015.
- La deuda financiera neta consolidada aumentó desde 859,4 millones de EUR a 1 de enero de 2016 hasta 1162,4 millones de EUR a 31 de diciembre de 2016. El cambio fue atribuible principalmente a la inversión de un total de 107,0 millones de EUR para incrementar la participación de control en Mediaset España y El Towers, efectuada por medio de los correspondientes planes de recompra de acciones propias; los impactos financieros por un total de 75,3 millones de EUR vinculados a la finalización de la adquisición del control de las operaciones de emisión de radio del grupo MediasetRadio (antes Grupo Finelco) y su consolidación completa a partir del 1 de Julio; los desembolsos de 55,2 millones de EUR en relación con las operaciones de fusiones y adquisiciones por parte del grupo El Towers; y el desembolso de un total de 106,1 millones de EUR en dividendos por Mediaset SpA y Mediaset España. El flujo de efectivo

libre de las actividades ordinarias italianas y españolas fue positivo en su conjunto, en **58,8 millones de EUR.**

- A 31 de diciembre de 2016, los **empleados** de las sociedades del Grupo Mediaset incluidos en el ámbito de consolidación eran 5519, un incremento de 35 unidades en comparación con el 31 de diciembre de 2015, un cambio que se debe únicamente a la adquisición de las actividades de emisión de radio;
- La matriz del grupo, **Mediaset S.p.A.**, cerró el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2016 con una pérdida en el año de 151,0 millones de EUR, en comparación con un beneficio de 50,4 millones de EUR en 2015.

Desglose del rendimiento consolidado por área geográfica:

En Italia:

- Los **ingresos netos consolidados** de las actividades del grupo en Italia ascendieron a 2675,9 millones de EUR, una subida del 4,8 % en comparación con 2015;
- Los **ingresos brutos por publicidad, para los medios mantenidos con arreglo a concesiones por el Grupo** (en relación con los canales de televisión gratuitos y de pago y el importe de las subconcesiones en webs y radios) ascendieron a 2086,9 millones de EUR en 2016, lo que representa un incremento de +4,1 % sobre 2015, +2,8 % en términos comparables, sin tomar en consideración la aportación de las estaciones de radio en los dos periodos con respecto a la adquisición de la sociedad Monradio (Radio 101) a partir del 30 de septiembre de 2015 y de las sociedades pertenecientes al grupo RadioMediaset consolidado a partir del tercer trimestre de 2016. El rendimiento de ingresos publicitarios mejoró constantemente durante el año, culminando en un crecimiento del 5 % en el trimestre final (+2,8 % en términos comparables). En 2016, según los datos publicados por Nielsen, el mercado publicitario logró un crecimiento del 1,7 % en comparación con 2015. El segmento de la televisión siguió manteniendo su lugar central en la elección de los inversores, con un crecimiento de +5,4 % y representando la mitad del total del gasto publicitario.
- En 2016, la audiencia total sobre el periodo de 24 horas fue de 10 millones de espectadores. Las cadenas de Mediaset mejoraron su cuota de audiencia en comparación con 2015, siguiendo con el liderazgo en la audiencia objetivo comercial, con el 33,5 % de cuota en la franja de primera hora de la tarde, y el 33,4 % sobre el periodo de 24 horas. Canale 5 fue la cadena italiana más vista por la audiencia objetivo comercial, tanto en la franja de primera hora de la tarde (16,1 %) como sobre el periodo de 24 horas (16 %);
- Los **ingresos principales para la televisión de pago**, obtenidos por la venta de suscripciones, tarjetas prepago e ingresos del servicio a demanda "Infinity" ascendieron a 619,8 millones de EUR, en comparación con 558,8 millones de EUR en 2015.
- Los ingresos de **El Towers** de clientes externos ascendieron a 72,0 millones de EUR, un incremento sobre los 64,3 millones de EUR de 2015.
- El **EBIT** de las operaciones italianas fue negativo, en -413,6 millones de EUR, frente a 26,1 millones de EUR en 2015, debido a los costes extraordinarios antedichos y los cargos por depreciación de 321,9 millones de EUR.
- El **resultado neto** fue una pérdida de -380,1 millones de EUR (-74,6 millones de EUR en 2015).

En España:

- Los ingresos netos consolidados del Grupo Mediaset España ascendieron a 992,0 millones de EUR, un incremento del 2,1 % sobre 2015.
- Los ingresos publicitarios brutos ascendieron a 962,9 millones de EUR, un incremento del 3,2 % en comparación con 2015. En un entorno macroeconómico de fuerte recuperación, Mediaset España mantuvo su liderazgo en su mercado de televisión, con una cuota del 43,3 %. En función de los datos de Infoadex, las inversiones publicitarias en televisión en España en 2016 aumentaron el 5,5 %.
- En 2016, la oferta general de televisión gratuita del Grupo Mediaset España (lo cual incluye, además de los canales generalistas Telecinco y Cuatro los canales temáticos Factoría de Ficción, Boing, Divinity, Energy y Be Mad (canal de HD lanzado el 21 de abril del año pasado)) logró una cuota de audiencia media en el periodo de 24 horas del 30,2 % de los telespectadores totales y el 31,7 % de la audiencia objetivo comercial.
- Los costes totales (gastos de personal, otros costes de explotación, amortización/depreciación y rebajas en el valor) ascendieron a 767,5 millones de EUR, un incremento del 0,1 % en comparación con el año anterior. En los últimos 6 años, las estrictas políticas de control y optimización de costes han logrado un ahorro acumulativo sobre los costes totales del 21,7 %, sin afectar a la calidad de la oferta de televisión.
- Como resultado del rendimiento antedicho, el EBIT llegó a 224,4 millones de EUR, en comparación con los 205,2 millones de EUR en 2015, correspondientes a una rentabilidad de explotación del 22,6 % en comparación con el 21,1 % del año anterior.
- El beneficio neto llegó a 171,0 millones de EUR en comparación con 166,2 millones de EUR del año anterior.

A la hora de definir los plazos para la aprobación del borrador de Estados financieros consolidados, Mediaset ejerció el derecho contemplado en el Artículo 2364, párrafo 2, del Código civil italiano, principalmente para proporcionar a los consejeros la mayor información posible y los datos de mercado necesarios para la planificación de los principales procesos de valoración compleja requeridos para la elaboración de los Estados financieros anuales, así como para garantizar la mejora en el rendimiento de todas las actividades contables vinculadas a los cambios en el ámbito de consolidación en 2016 (consumación de la cartera de negocio de radio de Mediaset).

Tendencias económicas generales

La economía global registró un crecimiento medio de alrededor de +2,8 % en 2016, en línea con las cifras del año anterior (3,1 %), más dinámico en los países emergentes.

Incluso con unas tendencias sólidas en consumo e inversión, el crecimiento del PIB en Estados Unidos se estancó en el 1,6 %, con una ralentización clara en el segundo semestre del año debido a una fuerte caída en las exportaciones. En el Reino Unido, el PIB creció el 1,8 % de un año a otro, contradiciendo a las previsiones negativas posteriores al Brexit. Por último, el crecimiento del PIB en la Eurozona se previó en el +1,7 %, creciendo a un ritmo moderado aunque gradualmente mayor, gracias a los componentes de demanda interna. En esta situación, el BCE anunció la ampliación, aunque por menos importe, del programa de flexibilización cuantitativa con el vencimiento fijado previamente de marzo de 2017. Sin embargo, sigue habiendo diferencias sustanciales entre las economías de diversos países de la Eurozona, creciendo Alemania a un ritmo del 1,8 % y Francia a un ritmo del 1,1 %. España siguió creciendo, a un ritmo del +3,2 %, gracias a la demanda interna, la inversión en sector inmobiliario y las condiciones de crédito favorables para los hogares y las empresas.

En 2016, el PIB de Italia creció +1,0 % al año, sobre la base de los datos preliminares, confirmando los signos moderados de recuperación mostrados durante 2015. La recuperación de la economía italiana continuó, aunque lentamente, debido principalmente a la contribución positiva de la demanda interna, así como el crecimiento en el gasto de los hogares, en el 1,3 %, y en el gasto del capital; la tendencia de estos indicadores se ha reducido en la última parte del año frente a un crecimiento de la exportación.

DESARROLLO EN EL MARCO LEGISLATIVO, EN EL SECTOR DE LA TELEVISIÓN

A continuación se indican los principales cambios en el marco legislativo en Italia en 2016.

Ayuda estatal para la compra de descodificadores digitales terrestres

Tal y como ya se indicó en los Estados financieros consolidados de 2015, mediante su sentencia de 11 de febrero de 2016 el Tribunal de Roma, aceptando el recurso presentado por Mediaset, canceló las medidas cautelares del Ministerio de desarrollo económico italiano para la devolución de la ayuda estatal para los descodificadores, ordenando también al Ministerio que reembolsara al importe pagado (6,0 EUR), más los intereses legales.

La sentencia del Tribunal se convirtió en *res judicata* y, el 20 de diciembre de 2016, el Ministerio reembolsó el importe de 6 561 976 EUR, incluidos los intereses.

Tasas de contribución por el uso de los derechos de retransmisión de las frecuencias de televisión digital terrestre

Con el Decreto de 4 de agosto de 2016 (publicado en el Boletín Oficial de la República italiana el 21 de septiembre), el Ministerio de desarrollo económico emitió los criterios para el cálculo de las tasas de contribución por el uso de los derechos de retransmisión de frecuencias de televisión digital pagaderos por los operadores de cadenas nacionales para 2014, 2015 y 2016.

El importe anual se estableció en 1 966 990 EUR para cada cadena (multiplex) propiedad del operador, a pagar el 31 de diciembre de cada año.

La contribución se descuenta para aquellos operadores que hayan transferido su capacidad de transmisión a terceros no pertenecientes al mismo grupo.

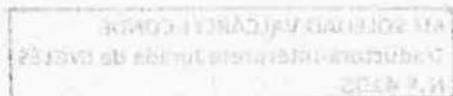
El importe del descuento varía en relación con la cantidad de capacidad transferida por cada multiplex (20 % de transferencia de capacidad, desde el 30 % al 50 %; 40 % para la transferencia de capacidad desde el 50 % al 75 %; 60 % para la transferencia de capacidades del 75 % al 100 %).

La compatibilidad de esta disposición con la legislación nacional y europea que rige las comunicaciones electrónicas es dudosa, teniendo en cuenta que el importe total de las tasas de contribución pagadas por los titulares de concesiones (ya liquidadas) sobre la base de distintos reglamentos, y sobre la base de un contexto tecnológico y de mercado que ya no existe, claramente no puede influir a la nueva estructura del sector de retransmisión resultante del cambio de la retransmisión pública desde el sistema analógico al terrestre digital.

El 21 de diciembre de 2016, Elettronica Industriale pagó las tasas de contribución calculadas sobre la base del Decreto ministerial italiano, como medida precautoria, presentando un recurso al respecto ante el Tribunal administrativo regional (TAR) de Lazio, Roma: el recurso se encuentra pendiente en la actualidad, y la fecha de la correspondiente vista aún no se ha anunciado.

Con respecto al método para el cálculo de la tasa de contribución pagadera por Elettronica Industriale S.p.A. en 2013, debe destacarse que, con la sentencia de 15 de febrero de 2016 el Tribunal administrativo regional (TAR) de Lazio, aceptando el recurso presentado por Mediaset, canceló la sentencia Agcom 568/13/CONS, así como las subsiguientes escrituras, incluida la solicitud realizada por el Ministerio para la complementación de la tasa de contribución pagada.

El procedimiento sigue pendiente en la etapa de recurso ante el Consejo de Estado italiano como resultado de un recurso presentado por el Fiscal General.



ACCIONES DE MEDIASET

Rendimiento en el mercado de acciones

En los primeros meses de 2016, el rendimiento del mercado de acciones italiano mostró una tendencia a la baja, influido por la bajada en las estimaciones del Fondo Monetario Internacional para el crecimiento económico mundial y, en particular, la ralentización en China, así como las dudas vinculadas con las fluctuaciones en el precio del petróleo. Tras un periodo de recuperación y de estabilidad relevante, en junio y en julio, el mercado experimentó otra fuerte caída, debido a la incertidumbre general causada por el resultado inesperado del referéndum del Brexit, afectando la crisis al sector bancario italiano (que se situó bajo una mayor vigilancia por parte del BCE) así como las tensiones debidas a los ataques terroristas en Europa. Las elecciones en Estados Unidos en noviembre y el referéndum constitucional en Italia en diciembre no generaron inestabilidad, y la Bolsa de Valores italiana reanudó su tendencia al alza en la última parte del año.

El FTSE MIB cerró el año con un rendimiento negativo de -7,23 %. En 2016, el índice alcanzó un mínimo de 15 103,58 el 27 de junio, y un máximo de 20 983,24 el 5 de enero, con una media de 17 446,20.

El rendimiento de las acciones de Mediaset coincidió con el del FTSE Mib en el año, pero se vio amplificado por las especulaciones vinculadas a la evolución del negocio de la televisión de pago. Las acciones cerraron 2016 con un rendimiento positivo (+11,87 %), superando al FTSE Mib en +20 %.

La tendencia del sector de medios se mantuvo sustancialmente estable durante 2016, mientras que la de los bonos del Estado se vio impulsada por las expectativas de una estabilidad política y económica y la recuperación del mercado publicitario en los países objetivo.

En particular, el mercado inglés fue naturalmente negativo, afectado más que otros por el efecto del Brexit, cerrando ITV el año con un claro rendimiento negativo (-23,50 %), seguido por Prosieben, que cerró 2016 con -20,67 %. Como resultado del Brexit, TF1 también tuvo un rendimiento negativo (-4,72 %), en contraste con M6 (+14,18 %), como resultado del distinto grado de riesgo atribuido al rendimiento de los ingresos publicitarios de las dos cadenas. Mediaset España, que finalizó 2016 con un rendimiento positivo (+14,69 %) se vio influida por las expectativas de crecimiento en los ingresos y la estabilidad proporcionada por los resultados de las elecciones políticas en junio.

En 2016, el precio medio de las acciones de Mediaset fue de 3,2 EUR, con un mínimo de 2,2 EUR registrado el 28 de noviembre, y un máximo de 4,6 EUR registrado el 21 de diciembre.

Precio de la acción de Mediaset	2016	2015	2014
Precio máximo (EUR)	4,6	4,9	4,3
	21 de diciembre	16 de julio	7 de abril
Precio mínimo (EUR)	2,2	3,2	2,5
	28 de noviembre	6 de enero	16 de octubre
Precio de apertura 1/1 (EUR)	3,7	3,4	3,5
Precio de cierre de 31/12 (EUR)	4,1	3,8	3,4
Volumen medio (m)	9,5	10,2	11,0
Volumen máximo (m)	140,0	46,9	31,6
	13 de diciembre	11 de noviembre	12 de noviembre
Volumen mínimo (m)	1,3	2,7	2,8
	30 de mayo	16 de diciembre	30 de diciembre
Número de acciones ordinarias (m)*	1136,4	1136,4	1136,4
Capitalización 31/12 (m EUR)*	4659,2	4354,7	3863,8

*Acciones propias no incluidas

Mediaset frente a los principales índices de mercado (2016)

[Consta gráfico que reza: Mediaset, FTSEMIB, Euro Stoxx Media]

Mediaset frente a otras grandes emisoras europeas (2016)

[Consta gráfico que reza: Mediaset, Antena 3, Prosieben, Itv, M6, TF1]

ACONTECIMIENTOS SIGNIFICATIVOS Y OPERACIONES CORPORATIVAS CLAVE EN EL EJERCICIO

La tabla siguiente muestra los acontecimientos y operaciones significativos en el año, desglosados por principales áreas del Grupo.

Contrato Mediaset-Vivendi

El **8 de abril de 2016**, Mediaset y Vivendi firmaron un acuerdo para la transmisión por Mediaset a Vivendi de una cantidad de la autocartera de Mediaset ya existente, equivalente al 3,50 % del capital social de Mediaset, a cambio de la transmisión por Vivendi a Mediaset de una cantidad de autocartera ya existente o de nueva emisión equivalente al 0,54 % del capital social de Vivendi y, al mismo tiempo, la transmisión por RTI a Vivendi del 100 % del capital social de Mediaset Premium, por Vivendi a RTI, de una cantidad de autocartera ya existente o de nueva emisión equivalente al 2,96 % del capital social de Vivendi.

Una vez consumadas las operaciones antedichas, Mediaset y RTI habrían sido propietarias, en total, del 3,5 % del capital social de Vivendi, mientras que Vivendi habría adquirido el 100 % de Mediaset Premium y el 3,5 % del capital social de Mediaset.

Con sujeción a las autorizaciones necesarias por parte de las autoridades europeas pertinentes, el contrato iba a suscribirse el 30 de septiembre de 2016.

El **25 de julio de 2016**, Vivendi notificó a Mediaset una propuesta para un plan de operación alternativo y su intención de no dar efecto a los compromisos asumidos mediante la firma del contrato de 8 de abril.

El **28 de julio**, el Consejo de Administración de Mediaset acordó rechazar la propuesta alternativa de Vivendi, que se consideró inaceptable puesto que no era compatible con el acuerdo vinculante ya firmado.

El **19 de agosto**, Mediaset presentó ante el Tribunal de Milán una solicitud de citación a Vivendi para la ejecución del contrato por orden del Tribunal y la compensación de los daños sufridos, estimados, hasta esa fecha, en 50 millones de EUR por cada mes de retraso en el cumplimiento por Vivendi, a partir del 25 de julio de 2016. La fecha de la primera vista se estableció para el 21 de marzo de 2017.

El **12 de diciembre de 2016**, Vivendi anunció que había adquirido una participación de capital en Mediaset del 3,5 % y que pretendía ampliar su participación al 10-20 % del capital social. El 19 de diciembre, el consejo de Vivendi adoptó un acuerdo para incrementar su inversión en Mediaset mediante la adquisición de acciones adicionales hasta una participación máxima del 30 % en el capital social y los derechos de voto.

El **20 de diciembre de 2016**, el Consejo de Administración de Mediaset, en vistas del riesgo de una paralización en las actividades de desarrollo de negocio de Mediaset debido a la adquisición por Vivendi de una participación superior al 10 % en su capital social (límite que establece una relación de asociación entre sociedades cotizadas), acordó presentar una **queja ante la AGCom** para comunicar la ilegalidad de la conducta de Vivendi vulnerando el reglamento industrial y, en particular, el Artículo 43, párrafo 11 de la Ley consolidada sobre medios, audiovisual y servicios de radio, así como el posible impedimento en la estrategia de desarrollo de Mediaset con vistas a la relación de propiedad recíproca con Telecom Italia 2, la titular de TLC, según lo determinado por la iniciativa de Vivendi.

El **22 de diciembre de 2016**, Vivendi informó que era titular del 28,8 % del capital social ordinario de Mediaset, equivalente al 29,94 % de las acciones en circulación con derechos de voto.

Actividades de emisión de radio

El 15 de abril de 2016, la Autoridad antimonopolio italiana autorizó la operación para el establecimiento de un nuevo grupo de estaciones de radio, con determinadas medidas compartidas por Mediaset. Como resultado de la autorización antedicha, RTI S.p.A., el 15 de septiembre de 2015, había adquirido (mediante la suscripción de una ampliación de capital reservada) acciones con derecho a voto equivalentes al 19 % del capital social y acciones sin derecho a voto convertibles en acciones ordinarias equivalentes al 50 % del capital social del holding RB1, propietario de las actividades de emisión de radio del Grupo Finelco. El 8 de junio de 2016, RTI S.p.A. adquirió una participación adicional del 3,1 % en RB1 S.p.A., llevando su participación accionarial a 30 de junio de 2016 hasta el 72,1 % del capital.

El 1 de julio de 2016, RTI S.p.A. ejerció la opción y convirtió los derechos en acciones ordinarias por un total del 50 % del capital social de RB1 S.p.A. (cuyo nombre cambió posteriormente al de Radiomediaset S.p.A.), asumiendo de esta forma una participación de control en la sociedad y en sus filiales, las emisoras de radio Radio 105 y Virgin Radio. En el tercer trimestre, las participaciones residuales en RB1 S.p.A. y sus filiales fueron adquiridas directamente a la familia Hazan. Como resultado de esta operación, Mediaset, a través de RTI, ha llegado a ser titular, directa e indirectamente, del 100 % del capital social de RB1 S.p.A. y sus filiales. La consumación de esta operación, junto con la compra en otoño de 2015, permitió la creación de "RadioMediaset", el grupo de emisión de radio líder en Italia en términos de audiencia e ingresos publicitarios, compuesto por las operaciones de emisión de radio del grupo Mediaset en R101, Radio 105 y Virgin Radio, y la asociación con Radio Monte Carlo. Las ventas publicitarias de RadioMediaset se gestionan exclusivamente por medio de la agencia publicitaria Mediamond, propiedad al 50 % de Mediaset y el 50 % de Mondadori, que en la actualidad tiene un total de 8 emisoras en su cartera: R101, Radio 105, Virgin Radio, Radio Monte Carlo, Radio Italia, Radio KissKiss, Radio Subasio, y Radio Norba.

La adquisición de las actividades de emisión de radio del Grupo RadioMediaset tiene la calificación de una combinación de negocios con arreglo a las disposiciones de la NIIF 3. La diferencia, equivalente a 59,8 millones de EUR, entre la contraprestación pagada y el valor neto en libros de los activos y pasivos adquiridos en la fecha de adquisición del control se asignó definitivamente, en la elaboración de estos estados financieros consolidados, a activos inmateriales pertenecientes a la marca comercial Radio 105 y las frecuencias de emisión de señal de radio.

Contrato Mediaset/Mediamond-Yahoo

El 2 de febrero de 2016, Yahoo y Mediaset sellaron un acuerdo exclusivo de tres años para la venta de publicidad en carteles, nativa y en vídeo, y marketing de contenido, en Yahoo.it. Esta asociación, que entra en vigor en el segundo trimestre de 2016, permitirá a Mediamond (la agencia publicitaria online del grupo Mediaset) posicionarse en el ranking Audiweb inmediatamente después de Google y Facebook, y llegar a 21,2 millones de personas mensualmente y a más de 5,3 millones diariamente. El acuerdo con Yahoo permitirá al Grupo desarrollar aún más su oferta con vistas a proporcionar y crear una gran cartera *cross-media* en todas las plataformas, aprovechando el alcance tecnológico de Yahoo y su amplia audiencia digital, y combinándolo con el reconocimiento de marca editorial de Mediamond.

Procedimiento de AGCM para la venta de los derechos de retransmisión de televisión para la Serie A 2015-2018

Mediante orden número 25462 de 13 de mayo de 2015, la Autoridad antimonopolio italiana ("ACGM") aprobó el inicio del procedimiento contra Lega Nazionale Professionisti Serie A, Infront Italy S.r.l., Sky Italia S.r.l., RTI – Reti Televisive Italiane S.p.A. y Mediaset Premium S.p.A. por una supuesta vulneración del Artículo 101, párrafo 1, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) con respecto al concurso celebrado en 2014 para la adjudicación de los

derechos de retransmisión de televisión para el campeonato de fútbol de la Serie A, para el periodo de tres años 2015-2018.

El **20 de abril de 2016**, la Autoridad finalizó el procedimiento, imponiendo una multa financiera de 51 419 247,25 EUR a RTI y Mediaset Premium.

Las otras partes involucradas en el procedimiento fueron multadas, respectivamente, con 4 millones de EUR para Sky, 9 millones de EUR para Infront, y 1,9 millones de EUR para Lega Nazionale Professionisti.

El **30 de mayo de 2016**, y en un recurso subsiguiente el 4 de julio, RTI y Mediaset Premium impugnaron la sentencia ante el Tribunal administrativo regional de Lazio. El **23 de diciembre de 2016**, la sección primera del Tribunal administrativo regional de Lazio anuló la multa de 51,4 millones de EUR impuesta a la sociedad.

El **18 de octubre de 2016**, el Tribunal Supremo italiano de casación absolvió al Presidente y Consejero Delegado de Mediaset de la acusación de fraude fiscal, revocando la sentencia del Tribunal de apelaciones de Milán de 17 de marzo de 2016. La anulación sin recurso de la sentencia del Tribunal de apelaciones hizo que fuera definitiva la sentencia en primera instancia emitida por el Tribunal de Milán el 8 de julio de 2014 (absolviendo al Presidente y Consejero Delegado adjunto "ya que la conducta en cuestión no es un delito").

EL TOWERS

La adquisición de pequeñas compañías que operan en el negocio de las torres continuó durante el año, según lo comunicado en la sección "Información clave relativa al ámbito de consolidación". Asimismo, durante el año, se efectuaron varias operaciones para la compra de contratos, torres, terrenos y derechos de superficie, por un importe total de 11,5 millones de EUR.

El **31 de mayo de 2016**, se constituyó EIT Radio S.r.l. una filial enteramente participada de El Towers S.p.A., que operará en el sector de *hosting* y sector auxiliar para operadores de emisión de radio y en cuyo sector se incorporarán las empresas a adquirir.

El **20 de julio de 2016**, se amplió el capital de Nettrotter S.r.l. en 1 millón de EUR, del cual 0,8 millones de EUR como prima de emisión de acciones, tras los pagos efectuados proporcionalmente por los accionistas El Towers S.p.A. y Thinktank 2000 S.L. La ampliación de capital depende del apoyo financiero de la sociedad durante la etapa de implementación de la red.

El Consejo de Administración de **26 de julio** acordó la aprobación de un plan de recompra de acciones ordinarias en autocartera, hasta el número máximo permitido por la Ley, como aplicación del acuerdo de la junta de accionistas de 21 de abril de 2016. El Plan dispone la compra máxima de 1 413 119 acciones, equivalente al 5 % del capital social. En función del precio medio en bolsa en los últimos 30 días (25 de junio de 2016 - 25 de julio de 2016), equivalente a 45,07 EUR por acción, el compromiso financiero teórico por la compra de las acciones objeto del plan sería equivalente a 63,7 millones de EUR. A 31 de diciembre de 2016, las acciones recompradas ascendían a 350 907, en total, equivalente al 1,24 % del capital social, por un gasto total de 15,6 millones de EUR.

Tras esta iniciativa de recompra, las acciones propias en autocartera en la misma fecha, incluidas aquellas ya presentes en el momento de inicio del plan de recompra, eran 413 433 en total, equivalentes al 1,46 % del capital social.

Como parte del plan antedicho de reapalancamiento, el **18 de noviembre de 2016** el Consejo de Administración de El Towers S.p.A. acordó proponer a la Junta de Accionistas la distribución de un dividendo extraordinario de 3,60 EUR por acción. Tras el acuerdo positivo de la Junta de

Accionistas de 12 de enero de 2017, el dividendo fue pagado posteriormente a los accionistas el 8 de febrero de 2017.

Mediaset España

El **20 de febrero de 2016**, el plan de recompra de acciones decidido por el Consejo de Administración de Mediaset España el 28 de octubre de 2016 se completó mediante la compra de 14 232 590 acciones, equivalentes al 3,89 % del capital social, por un desembolso total de 132,6 EUR, de los cuales 91,4 millones de EUR en el primer trimestre de 2016. Como resultado de estas compras, la participación del Grupo en Mediaset España aumentó desde el 48,76 % el 31 de diciembre de 2015 hasta el 50,21 %. El **13 de abril de 2016**, la Junta de Accionistas de Mediaset España Comunicación S.A. aprobó el acuerdo para la reducción del capital social por un importe de 14,7 millones de EUR mediante la cancelación de 29 457 794 acciones propias en cartera.

El **21 de abril de 2016**, el Grupo Mediaset España lanzó Be Mad TV, un nuevo canal en HD (cedido tras la adjudicación con éxito del concurso en octubre de 2015) que tiene como objetivo una audiencia de personas de 16 a 44 años, que mejora aún más la oferta, ya amplia, del Grupo, en canales de televisión generalistas y temáticos.

Plan de incentivos a medio y largo plazo

El **21 de junio de 2016**, el Consejo de Administración de Mediaset identificó a los destinatarios del Plan de incentivos y retención a medio y largo plazo para 2015-2017, establecido mediante acuerdo de la Junta de Accionistas de 29 de abril de 2015, y les cedió los derechos devengados para 2016, calculando el importe pertinente en función de los criterios indicados en las normas del Plan, aprobadas por el Consejo de Administración en la junta de 12 de mayo de 2015. Los derechos facultan a cada destinatario a la asignación libre de una acción ordinaria por cara derecho cedido, con sujeción a la consecución de los objetivos de rendimiento así como la existencia de una relación de empleo con la Sociedad al final del periodo de consolidación.

Ad4Ventures

Durante el año, el Grupo realizó inversiones de capital como parte del denominado negocio AD4Venture. En particular, el **4 de febrero de 2016** RTI S.p.A. y Advertisement 4Adventures SLU (grupo Mediaset España) adquirieron el 8,45 % y el 7,45 %, respectivamente, del capital social de Job Digital Network SL. El **25 de octubre de 2016**, la filial RTI S.p.A. adquirió el 16 % del capital social de Check Bonus S.r.l., y el **23 de diciembre de 2016** RTI S.p.A. y Advertisement 4Adventures SLU (Grupo Mediaset España) completaron la adquisición del 4,37 % y el 4,37 %, respectivamente, del capital social de Hundredrooms SL.

LAS PRINCIPALES SOCIEDADES DEL GRUPO

[Sigue organigrama con las sociedades que conforman el Grupo Mediaset cuya leyenda reza como sigue:
Sociedades consolidadas en base lineal.- Sociedades consolidadas utilizando el método de la participación]

PERFIL DEL GRUPO Y ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO, POR SEGMENTO DE NEGOCIO

Mediaset es un grupo multinacional de medios, que cotiza en la Bolsa de Valores de Milán desde 1996, operando principalmente en la industria televisiva en Italia y en España.

En Italia, Mediaset opera en dos áreas principales de negocio:

- **Operaciones integradas de televisión** consistentes en retransmisión de televisión comercial sobre tres de las mayores cadenas de interés general en Italia, y una amplia cartera de canales de televisión temáticos gratuitos y de pago (lineales, no lineales y OTTV), con una amplia variedad de contenido, incluido el contenido exclusivo, centrado en el fútbol, el cine, las series de televisión, los documentales y los canales de televisión para niños. En los últimos dos años, Mediaset también ha creado un segmento de emisión de radio, reuniendo tres de las mayores emisoras del país.

Servicios y gestión de infraestructura de cadenas a través de la participación del 40 % en **El Towers** (equivalente a una participación accionarial del 40,59 % a 31 de diciembre de 2016, neta de autocartera), el operador de torres independiente líder en Italia, que se dedica a la gestión de infraestructuras de red y la provisión de servicios de comunicaciones electrónicas para la retransmisión de televisión y radio y las transmisiones móviles. La sociedad, que cotiza en la Bolsa de Valores de Milán, fue creada en 2012 tras la fusión entre El Towers, una sociedad del Grupo Mediaset (que había absorbido a las operaciones de Tower en 2011) y la sociedad de terceros DMT.

En España, Mediaset es el principal accionista de **Mediaset España**, con una participación del 50,208 % a 31 de diciembre de 2016 (participación del 48,762 %, neta de autocartera). Mediaset España es la emisora de televisión comercial líder en España con dos grandes canales de interés general (Telecinco y Cuatro) y una gama de canales temáticos gratuitos. Mediaset España cotiza en la Bolsa de Valores de Madrid.

ITALIA

ACTIVIDADES DE TELEVISIÓN INTEGRADAS

Las plataformas de medios y distribución se están integrando cada vez más en respuesta a la evolución en el mercado publicitario. En el sector de la televisión, en particular, la competencia ha supuesto una proliferación de ofertas multicanal y multiplataforma, que ha influido en la publicidad tanto como las estrategias de producción y editoriales.

Para la publicidad, los distintos medios necesitan gestionarse conjuntamente para maximizar su alcance de espectadores y aprovechar el perfil de información de los diversos segmentos objetivos de audiencia. Las operaciones de producción y editoriales, por otro lado, requieren coordinación y sinergia para la planificación de contenido y la adquisición de estrategias.

En este entorno, el Grupo Mediaset ha desarrollado un modelo de contenido de televisión integrado gratuito/de pago, lineal/no lineal, que genera sinergias y aprovecha los conocimientos expertos obtenidos a lo largo de los años por la producción de programas de ocio, de noticias y de análisis, junto con la experiencia exclusiva desarrollada por las Filiales Medusa y Taodue en la distribución de películas y la producción de películas y series de televisión, además de la adquisición de contenido deportivo, de cine y series de televisión, a terceros.

Junto con este modelo, se encuentra el desarrollo de las actividades web, cada vez más orientadas al video gratuito online, basado en la televisión (con la capacidad de retransmitir y amplificar el contenido y de suministrar, además de lanzar, productos originales) y la oferta de pago de *streaming* de vídeo a demanda.

En 2016, el modelo integrado de televisión se mejoró aún más mediante inversiones significativas en contenidos exclusivos y nuevas tecnologías de retransmisión, y el lanzamiento de una nueva vía de desarrollo dirigida a emisoras de radio.

El modelo integrado de televisión se compone de las siguientes actividades principales:

- **Producción de contenidos y adquisición de terceros;**
- **Distribución de contenido** en formato lineal y no lineal, y gratuito y de pago por visión;
- **Otras actividades:** operaciones de emisión de radio, producción y distribución de películas, telecompra, retransmisión, licencias y *merchandising*, y concesiones de publicidad en el extranjero gestionadas por la filial Publieurope.

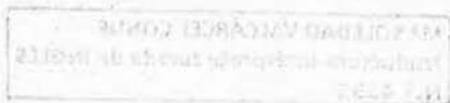
PRODUCCIÓN Y ADQUISICIÓN DE CONTENIDOS**Producciones**

En 2016, RTI S.p.A. produjo 342 programas de televisión.

La tabla siguiente muestra el número de producciones realizadas en 2016, por tipo, dividido por canales de interés general, canales temáticos, canales semigeneralistas y canales de televisión de pago.

Tipos	Número de producciones propias					
	2016			2015		
	Prime Time	Day Time	Total	Prime Time	Day Time	Total
Películas	-	-	-	-	-	-
Ficción	7	2	9	6	-	6
Dibujos animados	-	-	-	-	-	-
Noticias	11	33	44	10	34	44
Deportes	2	11	13	3	11	14
Entretenimiento	44	77	121	37	77	114
Educación	2	5	7	4	5	9
Teletienda	6	17	23	9	18	27
Promoción	-	12	12	-	7	7
Total cadenas generalistas	72	157	229	69	152	221
Películas	-	-	-	-	-	-
Ficción	-	-	-	-	-	-
Dibujos animados	-	-	-	-	-	-
Noticias	-	2	2	-	11	11
Deportes	-	3	3	-	5	5
Entretenimiento	3	39	42	2	38	40
Educación	-	2	2	-	1	1
Teletienda	-	1	1	-	3	3
Promoción	-	5	5	-	5	5
Total multicanal	3	52	55	2	63	65
Películas	-	-	-	-	-	-
Ficción	-	-	-	-	1	1
Dibujos animados	-	-	-	-	-	-
Noticias	-	-	-	-	1	1
Deportes	7	35	42	6	20	26
Entretenimiento	-	10	10	-	9	9
Educación	-	-	-	-	-	-
Teletienda	-	-	-	-	-	-
Promoción	-	6	6	-	7	7
Total cadenas de televisión de pago	7	51	58	6	38	44
TOTAL	82	260	342	77	253	330

En 2016, se produjo un total de 16 750 horas de tiempo final del programa, en comparación con 15 142 horas en 2015, según lo indicado en la tabla siguiente:



Tipos	Horas de productos acabados			
	2016	Peso porcentual	2015	Peso porcentual
Películas	-	-	-	-
Ficción	96	0,6 %	72	0,5 %
Dibujos animados	-	-	-	-
Noticias	3793	22,6 %	3635	24,0 %
Deportes	391	2,3 %	525	3,5 %
Entretenimiento	2537	15,1 %	2382	15,7 %
Educación	60	0,4 %	113	0,7 %
Teletienda	59	0,4 %	122	0,8 %
Promoción	34	0,2 %	33	0,2 %
Total cadenas generalistas	6969	41,6 %	6883	45,5 %
Películas	-	-	-	-
Ficción	-	-	-	-
Dibujos animados	-	-	-	-
Noticias	3761	22,5 %	3088	20,4 %
Deportes	161	1,0 %	342	2,3 %
Entretenimiento	369	2,2 %	557	3,7 %
Educación	12	0,1 %	6	-
Teletienda	12	0,1 %	-	-
Promoción	8	-	9	0,1 %
Total multicanal	4322	25,8 %	4002	26,4 %
Películas	-	-	-	-
Ficción	-	-	1	-
Dibujos animados	-	-	-	-
Noticias	-	-	3	-
Deportes	5418	32,3 %	4213	27,8 %
Entretenimiento	29	0,2 %	23	0,2 %
Educación	-	-	-	-
Teletienda	-	-	-	-
Promoción	12	0,1 %	18	0,1 %
Total canales de televisión de pago	5459	32,6 %	4257	28,1 %
TOTAL	16 750	100,0 %	15 142	100,0 %

Producciones de entretenimiento

En 2016, Mediaset trabajó por el objetivo de reforzar aún más su oferta de entretenimiento, mediante la consolidación de producciones históricas que siguen garantizando el liderazgo de Mediaset en el género, e intentando al mismo tiempo probar y proponer nuevos productos en las tres cadenas de interés general y en las cadenas temáticas gratuitas.

En particular, se ha iniciado una nueva fase de inversión, centrada en la producción propia, así como en los formatos internacionales, que ha aportado nuevos títulos que ya se están ofreciendo de nuevo en 2017.

Continúa la gran variedad de géneros y tipos, por audiencia objetivo y por segmentos de costes, y se fortalece por medio de la fructífera colaboración con el titular de la concesión, que ha aportado productos financiados total o parcialmente por el mercado.

Prime Time en Canale5 e Italia Uno: El entretenimiento de Canale 5 mantiene su liderazgo en el objetivo comercial, constantemente por encima del 25 %, sobrepasando muchos títulos incluso el 30 %.

Además de la audiencia joven, en las tardes del sábado nuestro entretenimiento también abarca a grupos de edad más maduros, lo que supone un liderazgo también en términos de audiencia total. *C'è posta per te*, en su 15ª temporada alcanza el 26,3 % (mujeres el 30 %), *Amici* logra de media el 25,7 %, superando al 50 % en mujeres de menos de 25. *Tu sí que vales* confirma su efectividad, acercándose a una cuota del 25 %.

En los programas *reality*, el mejor rendimiento es el relativo a la audiencia más joven, con la horquilla 15-34 constantemente por encima del 30 %.

Los programas de *reality* con VIP reafirman su posición, con *Isola dei Famosi*, con un 23,5 % de media, y la primera edición de *Grande Fratello* con famosos, que alcanza el 24 %.

Temptation Island, el reality sin estudio o VIP, alcanza el 20 %.

En términos de entretenimiento y comedia, Canale 5 emitió una nueva temporada de *Ciao Darwin*, con el 30 %, y una edición final de *Zelig*, con el 17 %.

En Italia 1, *Colorado* es el claro líder de la audiencia joven, junto con dos tardes especiales con programas de Pucci y Pintus, todos al 13 % en las edades de 15-34.

La diversión y la investigación de *Le Iene*, que se retransmite dos veces por semana, confirmó su energía, con una media del 12,3 % (18,65 % en el segmento 15-34).

Además de los títulos establecidos, Canale 5 logró una gran innovación con las 15 noches de las nuevas producciones que debutaron con resultados excelentes: *Little big show* (debut con el 18,5 %), *Pequenos Gigantes*, formato con la productora Fascino (19,1 %) y dos productos de Fascino, *House Party* (24 %) y *Selfie* (21,2 %).

Nuevas producciones también para Italia 1: con *Flight 616* y *Bring The noise*, al 13 % para 15/34.

Buenos resultados también en las producciones musicales, con distintas fórmulas objetivo para cada una de las tres cadenas, con los niveles de audiencia superando siempre los objetivos de cada cadena.

Eventos: en Canale 5 se celebraron conciertos de Bocelli, mientras que Amóroso y Nannini estuvieron en Italia 1, y Rete 4 dedicó una tarde a Mogol.

La colaboración con Radio Italia llevó a Italia 1 los conciertos de Radio Italia Live desde Piazza del Duomo (10,3 %) en la horquilla de 15 a 34, y la franja de noche con conciertos de Fronte del Palco.

Programas daytime: además de los programas de infoentretenimiento establecidos de la cadena (*Mattino Cinque, Pomeriggio Cinque, Domenica Cinque* y *Verissimo*), en el *daytime* cabe destacar lo siguiente:

Forum y *Uomini e donne* (25,9 %), programas de largo recorrido que mantienen a Canale 5 como la cadena top para los televidentes de la mañana y la tarde.

Al inicio de la noche, *Caduta Libera* confirmó su posición con el 20,25 % y más de 5,5 millones de contactos.

Acceso y horario nocturno: la oferta satírica de Canale 5 sigue atrayendo y entreteniéndolo: *Striscia la Notizia* logra más del 21,5 % con 5 millones de telespectadores, casi siempre sobrepasando a su competidor de la RAI.

Después del prime time, junto con *Matrix* y *Grand Hotel Chiambretti*, está la vuelta de Costanzo con *L'intervista*, que aporta tres millones de telespectadores a la franja nocturna de Canale 5.

En Italia 1, dos nuevas ofertas divertidas, ambas renovadas en 2017: *Emigratis*, programa de producción interna con máximos del 30 % en hombres de menos de 25, y *Gogglebox*, formato inglés de éxito con el 20 % en hombres y mujeres de menos de 25.

Contenido de marca: de conformidad con los principios de autonomía editorial de la emisora y orientación regulatoria sobre colocación de productos, el número de horas de la programación que están financiadas parcial o totalmente ha crecido en todas las cadenas y en todas las franjas horarias.

Esto ha permitido insertar operaciones comerciales incluso en los títulos más importantes, sin ningún impacto sobre la calidad o el rendimiento.

En los canales de interés general, en *prime time* (de *Amici* a *Gf*, de *Zelig* a *Le Iene...*), en *daytime* (*Forum*, *Uomini e donne*), y en el *late night* (*Top Dj*, *Gogglebox*, *Italian Pro surfer...*).

En los canales temáticos, en La5 (*A colazione*, *Mamme al via...*), Italia2 (*Giù in 60 secondi*) e Iris (*Le strade dell'emozione*).

Noticias y producciones deportivas

En 2016, el modelo de sistema integrado se consolidó aún más para las noticias y los deportes en las cadenas de Mediaset y las plataformas multimedia.

El sistema se basa en diversos componentes:

Retransmisiones de noticias por televisión: *Tg5*, líder en la audiencia objetivo comercial (15/64) en las ediciones de noticias por la mañana (19,5 %), la mañana (cuota del 20,6 %), la tarde (18,97 %) y la noche (20,1 %); *Studio Aperto*, que cubre con éxito a las audiencias jóvenes (15/34 de Italia 1 tanto por la tarde (cuota del 17,5 %) como por las noches (cuota del 8,2 %); *Tg4* captura a la audiencia típica de Rete 4 (más de 55), con una cuota del 7,3 % de su objetivo a las 11.30 horas y la cuota del 4,9 % a las 18.55 horas. *Tg4* también produce la programación de acceso de Rete 4 con *Dalla Vostra parte*, que logró el 7,5 % de más de 55 años.

Entretenimiento informativo y análisis periodístico, por Videonews: *daytime* de Canale 5 con *Mattino 5*, *Pomeriggio 5*, *Verissimo* y *Domenica Live*, que respectivamente lograron el 13,6 %, el 18,7 %, el 18,9 % y el 16,6 % de la audiencia objetivo comercial; última hora de la tarde en Canale 5, con *Supercinema*, *Top Secret*, *X-style* y sobre todo *Matrix*, que en 2016 pasó de una a tres ediciones semanales, y que logró el 7,7 % del objetivo comercial en "noticias duras", presentado por Nicola Porro y el 9,1 % de la edición del viernes presentada por Piero Chiambretti. El *prime time* de Rete 4 con *Quarto Grado*, *Quinta Colonna* y la *Strada dei miracoli* (respectivamente con una cuota del 10,6 %, el 7,8 % y el 7,2 % para más de 55 años) y, desde primavera *Terzo Indizio*,

una derivación de *Quarto Grado* (5,7 % para más de 55 años); el programa de última hora de la tarde de Rete 4, con nuevos programas de éxito como *Il Presidente* y *Il labirinto*, así como los informes especiales ya bien establecidos de *Terra!* y *Confessione Reporter*.

La cita semanal en Canale 5 con *Le frontiere dello spirito* que alcanza a más de 300 000 espectadores medios.

La información deportiva en los canales generalistas y gratuitos: alrededor de 500 horas de nuevos programas y secciones para complementar la programación de la Liga de Campeones. Además del éxito de *Tiki Taka* en la franja de por la noche de Italia 1, gestionado por Videonews, hubo un total de 320 horas de producto original producido por Motorsports Newsroom: retransmisión de Superbike en Italia 1 (en *simulcast* con Italia 2 y Premium) y 72 horas de motocross, emitidas principalmente en Premium e Italia 2. Asimismo, los canales de Premium albergaron un programa (*Grand Premium*) con 30 episodios semanales y 50 acontecimientos varios del motor (Tourist trophy, Supermotard, Trial, Speedway, Sidecar, Rally raid y Enduro), así como el Campeonato Mundial de Rallies, por un total de 100 horas.

Cobertura periódica de eventos en los canales de pago Premium Calcio: más de 2800 horas de programación dedicada al campeonato de fútbol italiano y las copas europeas, junto con alrededor de 300 horas de secciones y programas vinculados.

El sistema de todo noticias de *Tgcom24*, en sus diversas formas, incluida la cadena de televisión (disponible en DTT canal 51 y SKY 509), las "últimas noticias" en los canales gratuitos generalista y temático, y en las principales estaciones de radio nacionales, la web *Tgcom24.it*, apps para teléfonos móviles y tabletas, y perfiles oficiales en redes sociales (Facebook y Twitter). También es importante mencionar el rendimiento de las noticias y deportes multimedia, tal y como se muestra en el indicador de los vídeos mostrados en la web y móviles en *Tgcom24.it* (19,7 millones de media al mes) y *SportMediaset.it* (4,7 millones de media al mes). La oferta multimedia de *TGcom24* es seguida por una media de alrededor de 24,4 millones de usuarios únicos al mes. Desde octubre de 2016, siguiendo una estrategia de sinergia, se han agregado las encuestas de tráfico de web y móviles para *Tgcom24*, *SportMediaset* y *Meteo.it*. En el frente móvil, la App *Tgcom24* superó los 5,2 millones de descargas, un incremento del 10 % en comparación con 2015. *TgCom24* tiene un gran seguimiento en las redes sociales, donde la página oficial de Facebook tiene más de 1,7 millones de seguidores (una subida del 24,5 % en comparación con 2015) y el perfil oficial de Twitter tiene 860 000 seguidores (un incremento del 26,7 % en comparación con 2015).

La consolidación del número de horas de **producciones propias** (en 2016 ascendió a más de 13 600 horas de retransmisión de producciones propias: alrededor de 7600 horas de noticias de producción propia y alrededor de 6000 horas de retransmisión de deportes de producción propia) es el resultado de cambios profundos, tanto organizativos como tecnológicos, que se basan en dos pilares organizativos y tecnológicos: la agencia interna *Mediaset News* y el sistema de producción digital *Dalet*.

La agencia *News Mediaset*. Establecida en marzo de 2010, la agencia *News Mediaset* reúne a cerca de 110 periodistas de diversas publicaciones de *Mediaset*. La agencia proporciona un flujo constante de noticias para *Tgcom24* y suministra contenido a las tres cadenas de noticias de televisión nacionales (*Tg5*, *Tg4* y *Studio Aperto*) y al infoentretenimiento. También proporciona contenido para diversos medios, tanto web como aplicaciones móviles. Las cuatro redacciones (*Tg5*, *Tg4*, *Studio Aperto* y *Tgcom24*) tienen un personal total de alrededor de 100 periodistas. En 2016, *Mediaset* se centró más en la calidad de la producción y en una mayor satisfacción de los clientes internos; produjo más de 45 000 contenidos para televisión, además de 900 elementos de últimas noticias para canales de televisión generalistas y temáticos gratuitos. Una parte considerable del contenido multimedia también se produjo: más de 14 000 vídeos,

alrededor de 9200 fotogalerías y más de 1000 alertas de noticias por SMS, que proporcionan contenido para nuevas plataformas de medios.

Introducido por primera vez en las redacciones en 2011, con vistas a integrar todos los programas de comunicación de noticias en un único entorno digital, el sistema Dalet se encuentra hoy en día en pleno funcionamiento en los centros de producción de noticias de Milán, y en las redacciones regionales. En 2015, la tecnología Dalet se amplió al centro de producción de Roma Palatino, y a TG5; el sistema está sincronizado con uno de Milán, y permite a los usuarios acceder al mismo contenido desde Roma y Milán. La digitalización de TG5 ha reducido el uso de instalaciones de posproducción y los costes de producción. La extensión del sistema digital ha hecho que los periodistas sean aún más autónomos en la búsqueda de materiales de vídeo, liberando recursos que se utilizan de manera más efectiva en material de archivo descriptivo. También en 2015, la tecnología Dalet se introdujo para la producción de Premium Sports, proporcionando a los periodistas una total autonomía en la creación de contenidos; de nuevo, vemos una reducción en los costes para las instalaciones de posproducción y una optimización de la descripción del contenido del vídeo. Gracias a la tecnología compartida, el sistema permite un intercambio en tiempo real de los servicios y del contenido sin ninguna transferencia física de materiales, facilitando sinergias entre publicaciones. Por último, la actualización Galaxy en el sistema Dalet se desarrolló durante 2016, y se está lanzando a principios de 2017.

El resultado de estas dos innovaciones de procesos (la primera organizativa y la segunda tecnológica) ha permitido una mejora significativa en la productividad en comparación con 2011, el año en el cual se introdujo el sistema de producción Dalet: frente a una reducción del coste total (alrededor del 10 %) de la información en noticias, las producciones propias se han doblado con creces, desde 3767 a 7596.

Tgcom24 es un sistema *cross-media* que es único en Italia, en el que participan las siguientes plataformas de distribución: Rete TV (Canale 51 DTT y 509 SKY), Web-Móvil, Radio, TV Mediaset gratuita.

En la actualidad, el canal tiene un total de tres millones de contactos en un día medio, y está añadiendo elementos a su programación, gracias al rendimiento del nuevo estudio multipropósito, con un significativo incremento en producciones originales. En particular, además de las noticias habituales, actualizaciones, análisis en vivo en el estudio, y las principales ediciones de noticias de Mediaset Tg, en 2016 se presentaron nuevos programas y formatos que mejoraron la oferta de contenido, como por ejemplo *Il giallo della settimana*, *Italiani brava gente*, *Stasera al cinema*, *Buone notizie dalla radio*, *Zerovirgola*, *La versione di Lilin*, *Prima serata*, *Stanze vaticane*.

Desde octubre, gracias al sistema todo noticias de Mediaset, se ha "creado" un verdadero estudio de televisión dedicado a los jóvenes, dentro de la "Ciudad de los niños y los jóvenes" en el puerto viejo de Génova. Los jóvenes aspirantes a periodistas crean y gestionan *Tg dei Ragazzi*, un pequeño programa de 15 minutos, semanalmente. Incluye presentación, entrevistas, informes y noticias desde su punto de vista, pero también una gran cantidad de trabajo *upstream*, como grabación, edición, dirección y la gestión completa del estudio.

Desde diciembre, las noticias económicas y financieras también se producen enteramente de manera interna, dando lugar a una nueva cita diaria: *TgEconomy*.

En lo que respecta a los nuevos medios, la web TGcom24.it totalizó alrededor de 6400 millones de visionados de páginas en 2016, y en el segmento móvil, la app TgCom24 superó los 5,2 millones de descargas, tal y como ya se ha indicado, con un incremento del 10 % sobre 2015. La marca logró grandes resultados también en las plataformas sociales: en 2016 se pudo comprobar un incremento de alrededor del 25 % en el número de fans y seguidores de Facebook y Twitter.

En 2016, se fortaleció la asociación con radios para la distribución de últimas noticias: los clips de noticias de TGCOM24 son retransmitidos por 7 radios al mismo tiempo (Radio 105, Virgin Radio, R101, Radio Monte Carlo, Radio Kiss, Radio Subasio, Radio Norba) en cinco franjas de horas de máxima audiencia, alcanzando una audiencia potencial de 12 millones de oyentes diariamente.

Las historias de últimas noticias de TgCom24 también se retransmiten en los canales gratuitos de Mediaset (canales de interés general y temáticos) y llegan a aproximadamente 6 millones de *hits* al día durante la semana, y 8 millones de *hits* al día en los fines de semana, durante los cuales aumenta el número de noticias distribuidas.

En 2016, el uso de la marca Meteo.it se consolidó para las previsiones meteorológicas en todas las redes de televisión del Grupo Mediaset, en la web, en tablet y en aplicaciones para *smartphones*. Los indicadores para meteo.it revelan la popularidad entre los usuarios de Internet: alrededor de 1000 millones y 100 millones de páginas vistas al año y alrededor de 500 000 navegadores únicos de media. Debemos destacar que la nueva app dedicada, que se ha descargado más de 9 millones de veces, ha desarrollado un nuevo modelo de ingresos potenciales a través de la denominada "publicidad nativa".

En 2016, el **modelo de producción** de Mediaset evolucionó mediante la concentración de operaciones en dos centros de producción en propiedad (Cologno Monzese y Roma Palatino). Históricamente, las noticias de Mediaset se desarrollaban en Milano 2, Cologno Monzese y Roma Palatino. Milano 2 era un emplazamiento de producción arrendado, con una infraestructura bien desarrollada. Como parte del plan multianual, entre julio y octubre, alrededor de 280 empleados (periodistas y personal técnico/de producción) fueron trasladados. Como resultado de ello, Studio 4 del centro de producción de Cologno alberga ahora tanto a TG4 como a *Studio Aperto* (un caso único de un estudio compartido por dos retransmisiones de noticias nacionales), y un nuevo estudio (número 15) se ha creado para TGCom24. Las redacciones se han albergado en nuevos espacios tecnológicamente avanzados en el edificio de Viale Europa 44.

En 2016, los programas retransmitidos en las televisiones de interés general, desarrollados en colaboración con terceros y en sinergia con Publitalia (incluidos Supercinema, X-Style, Cotto e mangiato Menù, Confessione Reporter, Smart Touch, The Winner) ampliaron su alcance a asociaciones internacionales e institucionales. En septiembre de 2016 se inició una cooperación activa con el Parlamento Europeo para un periodo de 3 años. La asociación se logró sobre la base de un proyecto de edición compartido con la institución, y proporciona financiación pública para implementar las iniciativas de edición.

El proceso de formación en el sistema Dalet se inició en 2011, y durante 2016 participaron 280 personas (166 periodistas y 114 empleados técnicos y de producción). La totalidad del personal de la redacción de las publicaciones periodistas y la agencia Mediaset News pueden usar ahora el nuevo sistema digital en su totalidad: para visualizar y seleccionar imágenes, editar, y tareas de locución, así como programación y emisión de informes de noticias.

En 2016, el uso de Net Videoboxes (conocidos como Totems) se consolidó aún más en 9 redacciones regionales. Esto permite el establecimiento de enlaces audio-vídeo, sin la necesidad de personal técnico, ayudando a los periodistas a operar más independientemente.

Durante 2016, el uso de Videoboxes también se consolidó en las oficinas editoriales extranjeras en Londres, Bruselas, Jerusalén y Nueva York (que se ha trasladado al prestigioso edificio Reuters). Los periodistas tienen acceso con base web al mismo sistema digital utilizado en los centros de producción de Milán y de Roma. Esto ha permitido una mejor integración del trabajo, y por lo tanto un uso más efectivo de los recursos.

El uso de unidades de campo (conocidas como *Zainetti*) también se ha convertido en sistemático y ha mejorado gracias al ancho de banda. Estas unidades permiten el establecimiento de enlaces de audio y de vídeo muy rápidamente, con un alto grado de flexibilidad y efectividad en los costes, incrementando significativamente la cobertura de eventos excepcionales en toda Italia. La redacción de Nueva York también ha adquirido dos unidades de campo dedicadas.

Un estudio de televisión de tres cámaras conectado a una sala de control a través de la web también puede utilizarse para un evento previsto. El uso de Internet como medio de transmisión hace posible reducir los costes de satélite y por lo tanto poder gestionar más ubicaciones al mismo coste.

Por último, el equipo de producción de filmación se mejoró aún más con cámaras montadas en drones. Estas cámaras con control remoto pueden grabar vídeo de alta definición, desde ángulos que no podrían obtenerse utilizando equipo de filmación convencional. Esto nos ha permitido mejorar significativamente la calidad de la retransmisión de noticias en vídeo.

Producciones de ficción

RTI S.p.A. posee los conocimientos expertos y la organización para seleccionar proyectos y desarrollar la producción de series de ficción muy populares. Estos productos se encargan a grandes socios nacionales y, en algunos casos, se venden en el extranjero o se aprovechan a través del canal de web, contribuyendo de esta forma a cubrir los costes de producción.

En 2016, se confirmaron las secuelas de las producciones antiguas, y se desarrollaron producciones con perfiles editoriales renovados.

RTI confirmó su elección de grabar producciones de ficción siempre que sea posible en Italia, evitando la externalización, e invirtiendo en la experiencia profesional de la industria de producción italiana.

En 2016, RTI continuó la relación de producción con su filial Taodue S.r.l., productor italiano líder de contenido de ficción. Taodue S.r.l. desarrolló contenido audiovisual de manera exclusiva para RTI, para su uso principalmente para televisión y cine.

En 2016, además, RTI continuó su relación de producción con ARES Film S.r.l, una sociedad especializada en la producción de ficción doméstica.

El planteamiento de producción que favorece a las series de largo recorrido, también supuso el desarrollo de la secuela de *Tre Rose di Eva*, ahora en su 4ª temporada, producida por Endemol, que en sus ediciones anteriores logró un éxito consolidado en términos de audiencia, y la producción de la secuela de *Furore*, ahora en su segunda temporada, desarrollada por Ares Film, así como la ejecución de proyectos editoriales nuevos y renovados, como por ejemplo: *Amore pensaci tu*, producida por Publispei, *Immaturi*, serie de televisión de la película de gran éxito con el mismo nombre, realizada por Lotus, y *Per amore di mia figlia*, proyecto de televisión con G. Morandi, producido por Lux.

Con respecto a la relación de producción con la sociedad matriz Taodue S.r.l., se implementaron en 2016 dos nuevos proyectos: *Rosy Abate*, y la secuela de la serie de éxito de televisión *Ultimo*, ahora en su quinta temporada.

La película *Chiamami Francesco* ("llámame Francisco") dirigida por D. Luchetti acerca de la vida del Papa Bergoglio, se estrenó en cines italianos en diciembre de 2015. La película, distribuida por Medusa Film, logró unos ingresos brutos de alrededor de 4,0 millones de EUR en taquilla. El proyecto también supuso la creación de dos episodios de televisión retransmitidos posteriormente en las cadenas de RTI.

La miniserie se retransmitió durante 2016, y obtuvo una excelente audiencia en *prime time* en Canale 5.

Adquisición de contenidos**Adquisición de derechos de retransmisión (películas, series de televisión)**

La filial RTI S.p.A. es propietaria y gestora de la biblioteca de derechos de retransmisión de televisión del grupo Mediaset para Italia, y es responsable de la adquisición, desarrollo y producción de derechos para retransmisión en canales de televisión gratuitos y de pago en Italia.

En la tabla siguiente se proporciona un desglose de los derechos de retransmisión de televisión adquiridos para la retransmisión en canales de televisión gratuitos y de pago, por el Grupo Mediaset, a 31 de diciembre de 2016:

Desglose de la biblioteca de derechos de televisión a 31 de diciembre de 2016	Televisión gratuita		Televisión de pago	
	Número de títulos	Episodios	Número de títulos	Episodios
Películas	3418	3418	2743	2743
Telefilm	806	14886	478	8539
Telenovelas	53	5210	-	-
Miniseries	267	1068	57	302
Soap	8	1419	5	595
Películas de televisión	646	676	184	209
Documentales	209	1282	50	605
Otros (musicales, variedades, cortos, documentales, etc.)	127	309	233	532
Total	5534	28 268	3750	13 525

La biblioteca de derechos de retransmisión de televisión está ampliándose constantemente mediante adquisiciones a:

- **Grandes estudios cinematográficos americanos.** RTI S.p.A. tiene acuerdos con los principales productores y distribuidores de Estados Unidos (Universal, Warner Bros. International, Twentieth Century Fox, Paramount y Sony), para la adquisición de derechos por una duración media de cinco años. En particular, existen acuerdos estratégicos de varios años, con Warner Bros International Television Distribution Inc. y Universal, que sobre la base de los acuerdos de volumen firmados en 2015, garantizan que el Grupo tenga acceso exclusivo para Italia, para todas las plataformas y ventanas de explotación, tanto en modo de pago lineal (gratuito/de pago) como no lineal (SvoD, a demanda), a películas y series de televisión distribuidas por las dos principales productoras de Estados Unidos, para los periodos 2016-2020 y 2016-2018, que conjuntamente abarcan a entre el 40 % y el 50 % de su producción global. En 2016, se firmaron nuevos acuerdos con varios *Majors* para producciones de películas y series multiplataforma, disponibles y bajo contrato en 2017. De esta forma, el grupo ha logrado derechos SvoD sobre nuevas series para Italia como *Prisoners of War*, *Ash vs. Evil Dead*, *Girlfriends Experience*, *Powers*, y *Helix*.
- **Productores de televisión internacionales:** RTI S.p.A. tiene acuerdos de larga duración y significativos con productores de Estados Unidos y europeos para la adquisición de derechos de televisión sobre producciones muy populares (películas de televisión, telenovelas, miniseries y series de televisión). El hecho de que estas obras sean mayoritariamente series, producidas por temporadas, supone que exista una relación a largo plazo entre el productor/usuario, y permite que las televisiones mantengan las audiencias.

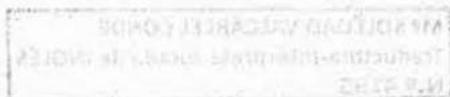
- *Productores/distribuidores cinematográficos italianos*: los operadores nacionales proporcionan paquetes compuestos tanto de derechos de retransmisión de televisión, para películas de producción propia (que, junto con los productos europeos, son particularmente significativos también en vistas del cumplimiento de las cuotas de retransmisión e inversión establecidas por el reglamento de retransmisión de televisión) como de derechos de retransmisión para películas internacionales.

En 2016, se adquirieron a Eagle Pictures las películas y las bibliotecas actuales, con arreglo a un acuerdo de tres años para el suministro de productos cinematográficos, firmado en 2015.

Se han suscrito acuerdos en curso para la adquisición de derechos de retransmisión para televisión gratuita y de pago con la filial Medusa Film S.p.A., un participante principal en el mercado de distribución cinematográfica en Italia. En 2015, la Sociedad firmó un gran acuerdo de tres años con Eagle Pictures, para el suministro de productos cinematográficos.

En 2016, RTI S.p.A. intentó fortalecer aún más su biblioteca de derechos de retransmisión de televisión gratuita y de pago. Entre los diversos acuerdos firmados y los proyectos desarrollados se incluyen:

- Adquisición para cadenas de televisión gratuita, en virtud de acuerdos existentes, de disponibilidad de películas, como por ejemplo: *Interstellar, San Andreas, 50 Shades of Gray, Fast & Furious 7, The Theory of Everything, The Hunger Games: Mockingjay Part I, Matrimonio al Sud y Natale al Sud.*
- Adquisición para cadenas de televisión gratuita, en virtud de acuerdos existentes, de disponibilidad de películas: *American Sniper, La Scuola Più Bella del Mondo, Lucy, The Expendables 3, Magic in the Moonlight, Penguins of Madagascar, Rio 2, X-Men: Days of Future Past;*
- Adquisición para cadenas de televisión de pago, de disponibilidad de películas, como por ejemplo: *Everest, The Hunger Games: Mockingjay Part II, Minions, Steve Jobs, Black Mass, The Intern, Magic Mike XXL, Pan;*
- La adquisición de disponibilidad de series de televisión gratuita y de televisión de pago, de estreno: *Riverdale, Training Day, Will&Grace, Chicago Justice;*
- La adquisición de derechos de televisión gratuita y de pago para nuevos episodios de las series de televisión de más éxito, como por ejemplo: *Chicago Med, Shades of Blue, Mr Robot, Blindspot, DC'S Legends of Tomorrow, Lethal Weapon, The Goldbergs;*
- La adquisición de derechos de televisión gratuita y de pago para nuevos episodios de las series de televisión de más éxito, como por ejemplo: *Law & Order: Special Victims Unit, Royal Pains, Suits, Chicago Fire, Chicago PD, The Night Shift, The Big Bang Theory, The Last Ship, Arrow, Flash, Under Suspicion, Deadbeat;*
- La adquisición de derechos de televisión gratuita para nuevos episodios de las series de televisión de más éxito, como por ejemplo: *Downton Abbey, Bones, Simpsons, White Collar, CSI*
- La adquisición de derechos de retransmisión de televisión de pago para nuevos episodios de las series: *Orange is The New Black*
- La disponibilidad de títulos cinematográficos propiedad de las filiales Medusa Film (incluidos derechos de televisión gratuita sobre producciones tales como *Il Ricco il Povero e il Maggiordomo, Andiamo a Quel Paese, Sapore di Te*, y *Soap Opera* y derechos de televisión de pago sobre títulos tales como *Ma che Bella Sorpresa* y *Youth*) y Taodue



Film (derechos de televisión gratuita y de pago sobre las películas *Chiamatemi Francesco* y *Quo Vado?*).

Adquisición de derechos de retransmisión de eventos deportivos

Sobre la base de los acuerdos de licencia suscritos el año pasado y en los años anteriores, en la fecha de este informe el Grupo es titular de los derechos de explotación relativos a los siguientes grandes acontecimientos deportivos:

Campeonato de la liga de la Serie A para las temporadas 2015/2018, asignado el 27 de junio de 2014 en relación con la licitación convocada el 19 de mayo de 2014 por la Lega Nazionale Professionisti Serie A y los subsiguientes acuerdos exclusivos de sublicencia entre RTI y SKY, para cada una de las tres temporadas, para uso exclusivo de la plataforma de televisión de pago terrestre digital del Grupo, y el uso no exclusivo de las plataformas IPTV, Web y móvil para todos los partidos en vivo de los nueve principales equipos italianos del campeonato de liga de la Serie A, además del servicio Premium en vivo y los resúmenes de todos los partidos.

La licencia exclusiva para la temporada 2015-2018 para todos los derechos de retransmisión de imágenes de archivo, sesiones de entrenamiento y derechos de paquete de medios, para los 15 equipos de la Serie A, que se utilizarán sobre la plataforma de televisión digital terrestre gratuita y de pago, con arreglo al acuerdo firmado el 3 de marzo de 2015 entre RTI e Infront Italy Srl. (contrato cedido posteriormente a Mediaset Premium).

Los derechos de retransmisión para las temporadas 2015-2018 de la Serie A para el paquete C, en relación con derechos exclusivos auxiliares sobre el contenido extra y entrevistas que pueden utilizarse como material adicional, y en relación con los derechos de retransmisión del paquete B ya adjudicados, cedidos a Mediaset Premium por LNP el 22 de mayo de 2015.

La licencia no exclusiva sobre todos los derechos de retransmisión de imágenes de archivo, sesiones de entrenamiento y entrevistas a utilizar sobre la plataforma de televisión digital terrestre gratuita y de pago, para Juventus, para las temporadas 2015/2018, con arreglo al acuerdo firmado el 4 de septiembre de 2015 entre Juventus FC y Mediaset Premium.

Derechos no exclusivos para el paquete de televisión nacional, incluidos los resúmenes de la Serie A, la Copa de Italia y la Supercopa de Italia, para las temporadas de fútbol 2015-2018, en televisión gratuita y/o de pago, restringido a cinco canales, con arreglo al acuerdo firmado el 26 de septiembre de 2015 entre Mediaset Premium y LNP Serie A.

Liga de Campeones de la UEFA para las temporadas 2015/2018: cedida por la UEFA el 10 de febrero de 2014 al final de una licitación abierta a todos los operadores en relación con los derechos exclusivos de retransmisión para Italia sobre todas las plataformas para todos los partidos en vivo y los resúmenes. Para estos tres años, Mediaset tiene los derechos exclusivos de la retransmisión en vivo de todos los partidos en televisión de pago y un partido en vivo por jornada, y todos los partidos en retransmisión diferida en televisión gratuita, además de los resúmenes y el *streaming* en vivo de los partidos sobre todos los dispositivos fijos y móviles.

Derechos de retransmisión para la Uefa Youth League, en la plataforma de televisión digital terrestre gratuita, de pago y PPV, para las tres temporadas 2015-2018.

Derechos exclusivos para las tres temporadas 2015-2018, para la retransmisión de un total de tres horas de programas cada semana del "Arsenal Channel", incluidas las retransmisiones en diferido de los partidos del Arsenal en la Premier League, retransmisiones de grabaciones de cualquier partido del Club en la Liga de Campeones, y otros partidos de la FA Cup y materiales de archivo; los derechos se ejercerán sobre la plataforma digital terrestre gratuita y/o de pago, incluidos los derechos de Internet simulcast y móviles.

Derechos exclusivos para las tres temporadas 2015-2018, para la retransmisión en vivo de 10 partidos de la primera división francesa (Ligue 1) a la semana, más los resúmenes, y los partidos de la Coupe de Ligue (mínimo 10 por temporada), más resúmenes semanales y programas de archivo, sobre la plataforma digital terrestre gratuita y/o de pago, incluidos los derechos de Internet y móviles;

Derechos exclusivos sobre las tres temporadas 15-18 para la retransmisión en vivo de los partidos de la Premier Football League escocesa (55 partidos por temporada), más los resúmenes, exclusivamente sobre plataforma de televisión digital terrestre de pago, incluidos los derechos de Internet.

Tres años (en concreto 2016-2018) del Superbike Event compuesto por Superbike (WSBK), Supersport World Championship (SSP), Superstock 1000 FIM CUP, European Superstock Championship 600, con derechos de explotación vinculados para televisión digital terrestre gratuita y de pago (derechos exclusivos) y plataformas IPTV gratuita, web y telefonía móvil (derechos no exclusivos), tanto a través de canales institucionales gratuitos (Italia 1 e Italia 2) como a través de plataforma de pago.

Las temporadas 2015-2016-2017 en relación con los derechos de retransmisión audiovisual de la US National Football League, divididos en 16 partidos de la temporada regular, los play-offs, la Super Bowl y la Pro Bowl, de manera exclusiva en idioma italiano, sobre televisión digital terrestre gratuita y de pago, en base no exclusiva a través de IPTV y gratuitamente en la web.

El evento de la Copa América para las temporadas 2016-2017, para los derechos de retransmisión de la serie mundial de la Copa América Louis Vuitton, a ejercer de manera exclusiva en italiano en televisión digital terrestre gratuita y de pago y de manera no exclusiva sobre IPTV y gratuitamente en la web.

El 12 de abril de 2016, AC Milan Spa y RTI Spa firmaron un contrato para la adquisición de los derechos de retransmisión exclusivos a ejercer hasta el 30 de junio de 2017, en relación con partidos amistosos, el Trofeo Luigi Berlusconi y si las condiciones se produjeran, los partidos de clasificación y preliminares de la Europa League, a ejercer en vivo y/o grabado en televisión digital terrestre gratuita y de pago, así como los derechos de radio no exclusivos vinculados.

DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO LINEAL Y NO LINEAL, GRATUITO Y DE PAGO POR VISIÓN

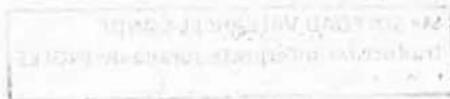
Oferta lineal gratuita y de pago

La oferta gratuita lineal y de pago por visión del Grupo Mediaset se compone en la actualidad de 11 canales que abarcan todos los principales objetivos de publicidad, incluidos los tres grandes canales de interés general (Canale 5, Italia 1 y Rete 4), y los canales temáticos y semigeneralistas Boing, Cartoonito, Iris, La 5, Mediaset Extra, Italia 2, Top Crime y TgCom 24, y R101TV.

Los **canales de interés general** del Grupo (en concreto, Canale 5, Italia 1 y Rete 4) están controlados por RTI S.p.A., que es responsable de la creación y desarrollo de las programaciones, la producción de contenido original y la adquisición de derechos de televisión. La oferta general de los canales de Mediaset está diseñada para atraer audiencias de entre 15 y 64 años, que es la audiencia objetivo de mayor interés para los publicistas, y un segmento en el cual Mediaset es un sólido líder de mercado.

Canale 5 es el principal canal del Grupo y está dirigido a la familia italiana moderna.

Italia 1 se el canal italiano líder para jóvenes telespectadores.



Rete 4 tiene como objetivo de su programación a una audiencia más madura, en términos de edad y de ingresos.

La oferta multicanal gratuita incluye los canales siguientes:

Boing, lanzada el 20 de noviembre de 2004, fue el primer canal italiano gratuito para niños. El canal se creó como empresa conjunta entre RTI S.p.A., que es titular del 51 % del capital social de Boing S.p.A., y Turner Broadcasting Systems Europe Limited, una sociedad del Grupo Time Warner Group, que es propietaria de los derechos de algunos de los dibujos animados más populares del mundo. Pese a la creciente competencia, el canal ha aprovechado su sólida posición mediante la promoción y el impulso de la fama y el atractivo de la marca.

Cartoonito, lanzada el 22 de agosto de 2011, es un canal dirigido a los niños en edad preescolar (hasta 6 años de edad). Al igual que Boing, se trata de una empresa conjunta entre Mediaset y Turner Broadcasting Systems Europe Limited. Cartoonito se dirige a una audiencia más específica que Boing.

Iris es un canal temático que se centra en películas de calidad. Además de todos los grandes clásicos cinematográficos, también retransmite programas acerca de noticias cinematográficas, estrellas de cine y los principales festivales cinematográficos.

La 5 tiene programas dirigidos a una audiencia femenina moderna.

Mediaset Extra es un canal temático que retransmite una selección de los mejores programas de entretenimiento de Mediaset, tanto actuales como pasados. El canal también vuelve a retransmitir los programas más interesantes que se han visto en los canales de Mediaset en el día anterior, en una franja horaria distinta.

Italia 2 se dirige a los telespectadores masculinos más jóvenes, con series de televisión, telenovelas, dibujos animados de culto y programas deportivos y musicales, además de la cobertura deportiva en vivo de eventos como las carreras de motociclismo del Campeonato Mundial.

Top Crime es el canal dedicado al género dramático de investigación y policía, lanzado en junio de 2013.

TgCom24 es el canal todo noticias de Mediaset. Retransmite gratuitamente, 24 horas al día, también se encuentra online en TgCom24.it, y se puede ver en los *smartphones* y en las tabletas a través de aplicaciones gratuitas.

R101TV es el canal musical temático afiliado a R101, con una programación de vídeos musicales y conciertos ya retransmitidos por Italia 1.

Mediaset Premium, canal de pago por visión lineal lanzado en 2005, propone a clientes y suscriptores cine, series de televisión, fútbol en directo, programas para niños y canales documentales, y además contenido individual a demanda a través del servicio Premium Play.

La oferta de televisión lineal gratuita y de pago del Grupo se proporciona a través de multiplexes digitales propiedad de la filial Elettronica Industriale, que gestiona el tráfico de contribución hacia y desde los diversos centros de producción de la sociedad holding R.T.I. SpA y la afiliada Mediaset Premium SpA.

El compromiso de la Sociedad de mejorar la cobertura multiplex y la calidad de la señal de televisión fue sustancial y supuso la presentación de alrededor de 67 solicitudes de autorización para la instalación de nuevos equipos, modificar las antenas o cambiar la potencia de retransmisión a Ayuntamientos y el Ministerio. El 88 % de los cambios fueron autorizados e implementados durante el año. El proceso de autorización para el resto de los cambios sigue en curso y se espera que se complete con éxito a principios de 2017.

Programación y cuota de audiencia

Las tablas siguientes muestran los detalles de la programación para 2016 y 2015, para los distintos tipos de ofertas (generalista, multicanal, y televisión de pago), desglosados por principales géneros de televisión atribuibles a producciones propias y derechos adquiridos.

En particular, en 2016 cada una de las cadenas generalistas retransmitió 8784 horas de programación, para un total de 26 352 horas de tiempo de emisión. Un total de 47,2 % de estos programas fueron originalmente producciones propias.

Programación de los canales de Mediaset - Horas de emisión 2015

Tipos	Canales generalistas		Multicanal		Canales de televisión de pago		Total canales de Mediaset	
Películas	4250	16,2 %	8232	11,7 %	45787	28,4 %	58 269	22,6 %
Ficción	8874	33,8 %	21 929	31,3 %	46522	28,9 %	77 325	30,0 %
Dibujos animados	811	3,1 %	16 882	24,1 %	17931	11,1 %	35 624	13,8 %
Total derechos de televisión	13 935	53,0 %	47 043	67,1 %	110 240	68,4 %	171 218	66,5 %
Noticias	5753	21,9 %	9381	13,4 %	2685	1,7 %	17 819	6,9 %
Deportes	809	3,1 %	1802	2,6 %	19 015	11,8 %	21 626	8,4 %
Entretenimiento	4653	17,7 %	8278	11,8 %	10 685	6,6 %	23 616	9,2 %
Educación	210	0,8 %	2131	3,0 %	18 466	11,5 %	20 807	8,1 %
Teletienda	920	3,5 %	1445	2,1 %	-	-	2365	0,9 %
Total producciones propias	12 345	47,0 %	23 037	32,9 %	50 851	31,6 %	86 233	33,5 %
Total	26 280	100,0 %	70 080	100,0 %	161 091	100,0 %	257 451	100,0 %

Programación de los canales de Mediaset - Horas de emisión 2016

Tipos	Canales generalistas		Multicanal		Canales de televisión de pago		Total canales de Mediaset	
Películas	4185	15,9 %	8368	10,6 %	48 607	34,2 %	61 160	24,7 %
Ficción	8726	33,1 %	22 998	29,1 %	43 962	30,9 %	75 686	30,6 %
Dibujos animados	1008	3,8 %	17 128	21,7 %	15 568	11,0 %	33 704	13,6 %
Total derechos de televisión	13 919	52,8 %	48 494	61,3 %	108 137	76,1 %	170 550	68,9 %
Noticias	5877	22,3 %	9166	11,6 %	2771	1,9 %	17 814	7,2 %
Deportes	639	2,4 %	1510	1,9 %	18 306	12,9 %	20 455	8,3 %
Entretenimiento	4868	18,5 %	17 505	22,1 %	9356	6,6 %	31 729	12,8 %
Educación	224	0,9 %	828	1,0 %	3561	2,5 %	4613	1,9 %
Teletienda	825	3,1 %	1553	2,0 %	-	-	2378	1,0 %
Total producciones propias	12 433	47,2 %	30 562	38,7 %	33 994	23,9 %	76 989	31,1 %
Total	26 352	100,0 %	79 056	100,0 %	142 131	100,0 %	247 539	100,0 %

En 2016, los datos de audiencia total para Mediaset en el periodo de 24 horas superaron a los 10 millones de espectadores de media.

Total de tendencia de audiencia – 24 horas

[Consta gráfico]

Los canales de Mediaset cerraron 2016 con una cuota de audiencia del 31,8 % en la franja del *prime time*, una cuota del 31,6 % sobre el periodo de 24 horas y una cuota del 31,9 % de telespectadores *daytime*.

Mediaset confirmó de nuevo su liderazgo en la audiencia en el segmento objetivo comercial del periodo de 24 horas y en *daytime*. Para este segmento objetivo, Canale 5 atrajo al número más alto de telespectadores en todas las franjas de tiempo, e Italia Uno siguió siendo el tercer canal.

Cabe destacar el sólido rendimiento de los canales gratuitos y de pago multicanal, que juntos han subido la cuota de audiencia total de Mediaset en 6 puntos, y su cuota de audiencia objetivo comercial en 7 puntos en todas las franjas horarias.

Boing se confirmó como el canal más popular para niños entre 4 y 14 años de edad, mientras que Iris reunió al público masculino de más de 55 años de edad.

2016	Telespectadores			Objetivo comercial		
	24 horas	Prime time	Day Time	24 horas	Prime time	Day Time
[Constan logotipos de cadenas de televisión]	15,6 %	15,0 %	15,9 %	16,0%	16,1 %	16,2 %
	5,2 %	5,5 %	5,2 %	7,0 %	7,0 %	7,2 %
	4,1 %	4,4 %	4,2 %	3,3 %	3,3 %	3,3 %
TOTAL CANALES GENERALISTAS	24,9 %	24,9 %	25,3 %	26,3 %	26,4 %	26,0 %
[Constan logotipos de cadenas de televisión]						
TOTAL MULTICANAL Y PREMIUM CALCIO	6,7 %	6,9 %	6,6 %	7,1 %	7,1 %	7,0 %
[Consta logotipo de MEDIASET]	31,6 %	31,8 %	31,9 %	33,4 %	33,5 %	33,7 %

Programación en temporada alta.

Las programaciones de primavera y otoño de Mediaset lograron una cuota de audiencia total del 33,2 % en la franja *prime time*: el 32,9 % en el periodo de 24 horas y el 33,2 % en la franja *daytime* para todos los telespectadores. Para la audiencia objetivo comercial, lideró en todas las franjas horarias, tanto en términos de canales de interés general como en productor total.

[Consta gráfico que reza: Primavera - otoño 2016. Porcentaje de cuota de objetivo comercial 15-64 años - 24 horas – *daytime* - *prime time* – Mediaset - RAI]

[Consta gráfico que reza: Primavera - otoño 2016. Porcentaje de cuota de objetivo individual - 24 horas – daytime - prime time – Mediaset - RAI]

Ingresos y mercado publicitario

El Grupo Mediaset opera a través de dos agencias de ventas publicitarias enteramente participadas, en Italia: Publitalia '80, la empresa de ventas que sirve exclusivamente a las cadenas gratuitas de Mediaset; y Digitalia '08, empresa de ventas especializada en la venta de espacio publicitario en la plataforma de televisión de pago.

El Grupo también es propietario de una participación del 50 % en Mediamond, que vende espacio publicitario en las webs y las radios del Grupo Mediaset, y en las webs de Mondadori.

En 2016, Publitalia adquirió 285 nuevos clientes, generando nuevos ingresos que representaron el 4,5 % del total. Los 10 primeros grupos generaron el 20,9 % de las comisiones de agencia, una subida del 4,0 % en comparación con el año anterior.

Mercado publicitario italiano

El año finalizó con un crecimiento del 1,7 % en el mercado publicitario lo cual, en términos monetarios, supuso un gasto de mercado adicional de 105,4 millones de EUR. Las ventas publicitarias, por lo tanto, aumentaron hasta 6400 millones de EUR. Neto del correo directo, que está en baja, el mercado creció el 2 %, es decir, +119 millones.

Con respecto a la televisión, 2016 se dividió en tres partes, debido a la presencia de dos factores clave: eventos deportivos (Campeonato de fútbol europeo y Olimpiadas) y la emergencia de los dos canales semigeneralistas Tv8 y Nove lanzados en septiembre de 2015.

- Enero-mayo +6,1 %: el mercado creció gracias a los resultados positivos de todos los productores; Sky y Discovery, sin embargo, se beneficiaron de cifras no comparables para Tv8 y Nove.
- Junio-agosto +12,6 %: los acontecimientos deportivos supusieron 63 millones de EUR de inversión adicional para el mercado de televisión (33 millones de EUR para RAI y 30 millones de EUR para Sky), y las cifras no comparables de Tv8 y Nove respaldaron el crecimiento de Sky y Discovery también en este trimestre.
- Septiembre-diciembre +1,6 %: este es el trimestre en el que todos los participantes se encontraron a un mismo nivel. Mediaset destacó por su excelente rendimiento de +2,9 %, significativamente mejor que el mercado.

Rai, después del sólido crecimiento vinculado a los eventos deportivos, finalizó el periodo en -5,4 %.

En total en el año, cabe destacar el rendimiento de Mediaset en términos absolutos: con 60 millones de EUR, es el productor que ha logrado el crecimiento más alto. Este resultado impulsa la cuota de mercado en tres décimas, alcanzando el 35,5 %.

La Stampa cierra estos 12 meses en -5,6 %, con una pérdida más profunda en el segmento de Diarios (-6,7 %) que en Periódicos (-4,0 %), con una caída en el segundo semestre.

Un año positivo para radio (+2,3 %), subiendo durante todos los trimestres salvo el segundo. Internet se encuentra en -2,3 %, con un rendimiento menor en todos los meses salvo febrero y diciembre. Con respecto a los demás medios, 2016 fue un año de buenos resultados para Cine (+6,9 % y Go TV (+3,4 %)), mientras que cayeron los segmentos de Carteles (-4,3 %) y Tránsito (-2,6 %).

Medios	2016 m. de EUR	Cuota porcentual	2015 m. de EUR	Cuota porcentual	% de cambio
Prensa	1150	18,9 %	1218	20,4 %	-5,6 %
Televisión	3843	63,1 %	3647	61,1 %	5,4 %
Radio	385	6,3 %	376	6,3 %	2,3 %
Exterior	87	1,4 %	91	1,5 %	-4,3 %
Cine	20	0,3 %	19	0,3 %	6,9 %
Internet	458	7,5 %	469	7,9 %	-2,3 %
Tránsito	131	2,2 %	134	2,3 %	-2,6 %
TV exterior	16	0,3 %	16	0,3 %	3,4 %
Total mercado (área clásica)*	6089	100,0 %	5970	100,0 %	2,0 %

(*). Sin incluir el correo electrónico ni la publicidad en Internet para las cifras FCP-Assointernet.

Oferta de televisión de pago lineal

Mediaset Premium es el canal de servicio de televisión de pago en la televisión terrestre digital que complementa la oferta gratuita de Mediaset. Mediaset Premium se compone de tres paquetes principales: series de televisión, cine, y fútbol.

Premium Play es el servicio máximo incluido en la suscripción a Mediaset Premium. Play contiene una biblioteca de más de 6000 elementos de contenido en Cine, Fútbol, Series, Documentales, Niños e Infinity, además de un servicio de recuperación de los canales gratuitos. Play está disponible en Smart Cam Wi-Fi, televisiones conectadas y descodificadores, consolas, tabletas, ordenadores personales y *smartphones*.

Para ocupar un lugar en el futuro de la televisión con la oferta más completa en el mercado OTT, existe Premium Online, la nueva suscripción Premium accesible a través de Internet, que le permite visionar en *streaming* el mejor contenido lineal y no lineal de Premium e Infinity, donde quiera y cuando quiera. Premium Online le permite ver sus programas favoritos allí donde esté y en cualquier momento, a través de televisión, PC, consola de juegos, tableta o *smartphone*. Mediaset Premium firmó un acuerdo exclusivo con TIM para la oferta de Premium Online.

Mediaset Premium se confirma como la referencia para la oferta más completa de televisión de pago para contenido de fútbol en Italia, gracias a los derechos exclusivos sobre la Liga de Campeones y los derechos sobre los principales ocho equipos TIM de la Serie A, hasta la temporada 2017-2018. La oferta también incluye la retransmisión de los estrenos de películas de Premium Cinema, así como series y comedias de situación gracias a los acuerdos firmados con Warner Bros (hasta 2020) y Universal (hasta 2018).

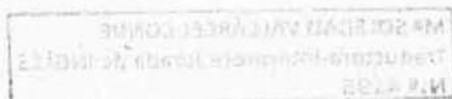
En 2016, Mediaset Premium logró dos éxitos en la retransmisión de grandes eventos deportivos con la tecnología 4K. Como distribuidor exclusivo de contenido de medios para la UEFA, suministró exclusivamente los servicios de señal y sala de control a más de 200 países enlazados en vivo para la final de la "Liga de Campeones de la UEFA 2015-2016" Real Madrid-Atlético de Madrid, que se celebró en San Siro. Premium también ofreció el primer partido de la serie A TIM en retransmisión en vivo 4K: el derbi entre el Milán y el Inter.

Todos estos resultados deben ponerse en el contexto de un escenario macroeconómico y de mercado caracterizado por una crisis constante que ha supuesto que Mediaset firmara un acuerdo para desarrollar nuevos proyectos industriales a nivel internacional con el grupo francés Vivendi el 8 de abril. Vivendi, posteriormente, no cumplió el acuerdo antes de la finalización del verano, pese a su naturaleza vinculante.

Las tendencias comerciales se vieron afectadas principalmente por la paralización efectiva en el proceso de toma de decisiones que se produjo durante el periodo de "gestión intermedia" dispuesto contractualmente por los acuerdos firmados entre Mediaset y Vivendi. Esta situación supuso retrasos en la elaboración y presentación de ofertas comerciales, garantizando el proceso de adquisición de nuevos clientes.

Después del 30 de octubre, cuando Vivendi anunció la resolución de la denominada "gestión intermedia" para Mediaset Premium, se produjo una normalización gradual de los procesos. Esto hizo posible desarrollar iniciativas para las ofertas de Navidad y enfrentarse a la fase crucial de la temporada de Liga de Campeones.

Todo esto permitió la consolidación a final de año de la tendencia de crecimiento en la base de clientes, que de nuevo superó la marca de los dos millones, mientras que los ingresos vieron una ARPU incremental.



Oferta gratuita no lineal

RTI S.p.A. opera en el sector de la edición digital y *cross-media* a través de su Departamento digital comercial, que pretende crear servicios y contenido diseñados para el acceso no lineal en todas las principales plataformas digitales (dispositivos de sobremesa, dispositivos móviles y portátiles, tabletas, televisiones inteligentes, ...), promocionando iniciativas de extensión digital para programas gratuitos (radio y televisión).

Entre todo el conjunto de activos de Internet gestionados por RTI Digital Comercial, aproximadamente se generaron 12 900 millones de páginas multimedia en 2016. La mayor parte de estas páginas se visionaron confortablemente desde dispositivos móviles y aplicaciones dedicadas, cuyo desarrollo recibió una atención particular en los últimos años (fuente: Shinystat).

La oferta de productos se divide en dos áreas temáticas principales:

- **Entretenimiento:** la plataforma de consumo electivo para este polo es **Mediaset On Demand** (www.mediaset.it) que hace posible volver a ver una gran parte del contenido retransmitido por los canales gratuitos de Mediaset, tanto en su totalidad (episodios completos) como en modo clip (miles de extractos de programas de televisión), así como programas desarrollados especialmente para Internet (vídeo chats, series web).
- **Información:** este área incluye las noticias y la información general, el infoentretenimiento, la información meteorológica, y la información deportiva: los diversos contenidos se producen mediante varios equipos editoriales y se retransmiten a la audiencia de Internet mediante las páginas de las marcas correspondientes (Sportmediaset, Meteo, etc.).

Con respecto a Internet, la audiencia del segmento de información se resume bajo TGCOM24. El importe total en un mes medio de 2016 alcanza a 24,5 millones de dispositivos únicos al mes (fuente: Shinystat). Este resultado le sitúa firmemente en tercer lugar en el mercado italiano de información digital, de conformidad con la clasificación de Audiweb.

En lo que respecta al área de noticias e información general, las noticias se cubren en tiempo real directamente a través del contenido de noticias producido por la redacción de TGCOM24, alcanzando la audiencia a través de una amplia variedad de plataformas:

- Canal de televisión de todo noticias (en televisión digital terrestre, satélite, en *streaming* en vivo en ordenadores, tablet y smartphones)
- Sitio web, web y móvil, www.tgcom24.it
- Aplicaciones para *smartphones* y tablet, dedicadas a dispositivos móviles y los diversos sistemas operativos móviles (Apple, Android, Windows y BlackBerry)
- Teletexto (Mediavideo)

Con respecto a la plataforma móvil, las aplicaciones de información de Mediaset en su conjunto han alcanzado una posición de liderazgo absoluto en el entorno informativo italiano: la aplicación de noticias de Tgcom24, por sí misma, ha superado ahora de hecho las 5,2 millones de descargas (fuente: App Annie), mientras que la aplicación para meteo.it, el servicio de retransmisión meteorológica de Mediaset en los canales de interés general, así como en la web dedicada www.meteo.it, alcanzó 9 millones de descargas acumulativas (fuente: App Annie). Las noticias deportivas en la web fueron seguidas por una media de 6 millones de dispositivos únicos en 2016 (fuente: Shinystat). La aplicación gratuita que Sportmediaset facilita al público ha alcanzado unas cifras totales de 3,3 millones de descargas (fuente: App Annie).

En el ámbito del entretenimiento, Mediaset On Demand (www.mediaset.it) tiene una importancia estratégica y publicitaria significativa. Tal y como ya se ha mencionado, la web alberga la mayoría del contenido de televisión retransmitido en el día anterior, tanto en clips cortos para programas fundamentales de la programación, como episodios completos. En 2016, la oferta digital se fortaleció aún más con *simulcast*, la retransmisión en vivo de los canales gratuitos de Mediaset (Canale 5, Italia 1, Rete 4, la 5, etc.) con un modelo que sustituye a la publicidad en televisión mediante anuncios digitales. Esta combinación de televisión e Internet ha hecho posible lograr uno resultados de tráfico excelentes, con cerca de 800 millones de vídeos entregados (fuente: Shynistat).

Mediaset.it es el principal portal de vídeo italiano, garantizando unos formatos publicitarios altamente lucrativos para Publitalia (a través de la filial Mediamond) como por ejemplo los anuncios previos al inicio de todos los vídeos, los anuncios intermedios (pausas publicitarias dentro de los episodios completos), así como la publicidad a la medida de las diversas páginas principales.

Existen acuerdos de distribución con el grupo Italia online (que reagrupa a los dos mayores portales de Internet italianos: Libero y Virgilio) y con Microsoft (msn.it). Estos acuerdos permiten la entrega del contenido de vídeo de Mediaset dentro de los portales de los mismos grupos, incorporando el reproductor de Mediaset. Esto ayuda a exponer a las marca de Mediaset a las audiencias objetivo que no sean televidentes, además de incrementar los ingresos publicitarios de Publitalia.

El servicio de teletexto (Mediavideo), activo desde 1997, es un periódico multimedia en televisión disponible tanto en televisión analógica como digital.

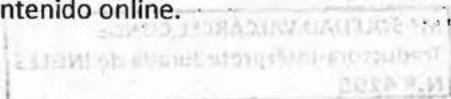
El reposicionamiento de la oferta digital para Radio 105, Virgin Radio y R101 se inició en septiembre.

RTI Business Digital también está actuando cada vez más en el área de dispositivos móviles, con el objetivo de aportar contenido innovador y servicio a *smartphones* y tabletas, mediante:

- **ampliación de marca**, encaminada a aprovechar las marcas y/o formatos que las audiencias de televisión ya conocen (por ejemplo, el juego multimedia para programas como *Caduta Libera*, etc.), App Tg5, vídeos de noticias y *streaming* en vivo por TGCOM24.
- **interactividad**, encaminada a crear oportunidades interactivas entre el usuario y los programas de televisión (por ejemplo, votos multiplataforma). El Departamento digital comercial, para respaldar la marca de televisión, continuó teniendo como objetivo el mundo "social", garantizando la presencia de los programas más relevantes en la programación, también en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.), haciendo de esta forma que la Sociedad sea uno de los reproductores de medios europeos más capaz de comprometer a su audiencia de televisión.

En lo que respecta a la presencia en las redes sociales, las páginas de Mediaset en Facebook tienen más de 33 millones de fans en total, con más de 6 millones de seguidores en los perfiles de Twitter, y más de 5 millones de seguidores en los perfiles de Instagram. Las actividades en las redes sociales pueden resumirse de la manera siguiente:

- Promoción e impulso para los programas de televisión, mediante operaciones editoriales en sinergia con los programas de televisión, con el objeto de fomentar que los usuarios vean la televisión
- Promoción e impulso mediante enlaces directos a los activos online de Mediaset (Mediaset.it, webs de los programas de televisión, etc.) con el objeto de incrementar el uso del contenido online.



Oferta de pago no lineal – Infinity

En 2013, el Grupo Mediaset lanzó Infinity: un servicio innovador de contenido de pago que ofrece a sus clientes la capacidad de acceder en *streaming* desde un catálogo de títulos que incluyen miles de películas, series de televisión, programas de ficción y programas de televisión.

A través de Infinity, el Grupo Mediaset pretende capturar un nuevo tipo de audiencia con las necesidades más típicas del mundo de Internet, en comparación con la televisión tradicional. Con este objetivo en mente, se han identificado cuatro principios alrededor de los cuales se ha creado la totalidad de la propuesta comercial de Infinity: miles de elementos de contenido siempre disponibles; una oferta comercial simple y clara, y sin limitaciones; disponible en una amplia variedad de dispositivos conectados; y capaz de satisfacer incluso a los clientes más sofisticados tecnológicamente mediante características de valor añadido.

Miles de elementos de contenido siempre disponibles: Infinity proporciona a sus clientes un catálogo actualizado constantemente de películas, series de televisión, programas de ficción y programas de televisión. Durante 2016, el catálogo de contenido se ha mejorado aún más mediante nuevos lanzamientos importantes e iniciativas que incluyen: *Mariottide* la primera serie de producción propia de Infinity, y la llegada de series de televisión por primera vez a Italia, como por ejemplo *Ash vs. Evil Dead*, *Animal Kingdom* y *The Girlfriend Experience*. Teniendo en cuenta el gran éxito del año anterior, en 2016 se repitió la iniciativa Infinity Première, que ofrece a los clientes de Infinity el acceso a distintos estrenos de películas cada semana, incluso antes de su retransmisión prevista en televisión. Durante el año, se amplió la gama de contenido en calidad 4K. En noviembre, también se publicó el contenido en calidad HDR y tuvo un gran éxito entre los clientes de Infinity equipados con el dispositivo correspondiente.

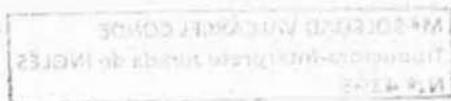
Una oferta comercial simple y clara, y sin limitaciones: Infinity se ofrece a un precio mensual de 7,99 EUR. Los clientes que desean suscribirse a la oferta pueden hacerlo de manera completamente autónoma, por Internet. Existe un periodo de reflexión de 1 mes para todos los nuevos clientes. El cliente puede suspender o reanudar el pago del precio mensual, sin penalización, en cualquier momento. Esta oferta de venta es típica de los servicios de máximo nivel, y pretende atraer a clientes que no tienen tendencia a suscribirse a los contratos de suscripción tradicionales, debido a las limitaciones que imponen. Durante 2016, se lanzaron varias iniciativas de asociación conforme a las cuales se ofrece Infinity junto con otros productos y servicios prestados por sociedades socias. En 2016, algunas iniciativas de este tipo fueron Che Banca, Meridiana y UnipolSai, y la renovación con Samsung y Paypal.

Disponible en una amplia variedad de dispositivos conectados: en la actualidad, Infinity se encuentra disponible en más de 1000 modelos de dispositivos distintos, incluidos los siguientes: PC, Mac, tablet Android, iPad, smart TV, Smartphone, Playstation, XBOX y descodificadores digitales terrestres. En 2016, en particular, se añadieron PS Vita y PS4 Pro, y Samsung Tizen, Mediacom, Hisense y LG Smart TV.

Capaz de satisfacer incluso a los clientes más sofisticados tecnológicamente, a través de características de valor añadido: una gama de características disponible en Infinity que pretende enriquecer la experiencia de usuario de los clientes. El contenido se encuentra disponible en alta definición, con subtítulos y audio tanto en italiano como en el idioma original. Infinity también ofrece un motor de recomendaciones para el contenido que, analizando los hábitos del consumidor, ofrece a cada cliente un contenido que siempre es nuevo y en línea con sus preferencias. Por último, el interfaz de Infinity en televisiones conectadas se renovó completamente en julio.

OTRAS OPERACIONES

Operaciones de emisión de radio



En 2016, el Grupo Mediaset finalizó el establecimiento de su propio sector de radio comercial, compuesto por R101, Radio 105 y Virgin Radio Italy, mediante la adquisición de las estaciones de radio del Grupo Finelco (ahora Radio Mediaset).

R101: en 2016 se produjo una redefinición de su formato editorial, junto con una revisión en profundidad del catálogo musical. Esto le permitió consolidar su posición sólida y puramente musical, claramente clasificada como una emisora musical, con un objetivo puramente "adulto".

La música desempeña un papel dominante en toda su programación.

El elemento distintivo en comparación con las demás emisoras musicales es la absoluta centralidad de la calidad y la sofisticación de las canciones que reproduce. Los tipos de canciones reproducidas se eligen muy cuidadosamente, decantándose con las atmósferas internacional y urbana.

Se produjo un fortalecimiento de la franja del programa de la mañana, que incluye el popular *La Banda di R101*, el programa estrella de la emisora, presentado por Cristiano Militello, Paolo Dini y Lester, con un gran éxito de audiencia y un seguimiento significativo en los medios sociales.

El mundo de R101 representa un sistema genuinamente integrado que se centra en la música y el entretenimiento en cualquier canal que un consumidor desee utilizar, aceptando todo tipo de medios y puntos de vista distintos (televisión, radio, digital y eventos).

En 2016 se desarrolló un gran plan de comunicación, con el objetivo dual de incrementar la visibilidad de la marca y de fortalecer el posicionamiento musical de la emisora.

Se puso en práctica durante el año una gran campaña publicitaria. Empleó a los canales del Grupo y medios externos para promocionar el posicionamiento musical internacional de la emisora de radio, con enlaces con grandes artistas internacionales como por ejemplo Sting, Lady Gaga, Bruno Mars y muchos más.

En lo que respecta a la gran música en vivo, R101 fue la emisora de radio oficial de los conciertos italianos de algunas de las mayores estrellas musicales internacionales, como Adele y Beyonce.

La cobertura se ha mejorado aún más: la radio participó activamente en varios eventos de campo importantes, como por ejemplo Uefa Champions Festival en Piazza Duomo en Milán, la Fuorisalone en la universidad de Milán, GQ Freak Out Music&Style Festival y la Social Media Week de Roma.

Asimismo, en 2016 la asociación de televisión con el programa de Canale 5 *Grande Fratello Vip* se confirmó y se fortaleció aún más: el perfil de R101 creció en televisión, al administrar la sala social de *Grande Fratello*, y en la radio con una retransmisión de edición especial desde los estudios de radio de Milán en las noches de los lunes.

R101 fue también la primera radio en Italia que empezó una colaboración con Shazam para el lanzamiento de una nueva canción de la joven cantante Joan Thiele: esta iniciativa, que supuso la activación de contenidos exclusivos para oyentes mediante el uso de Shazam en sus teléfonos móviles, produjo excelentes resultados en términos de audiencia.

R101 es de nuevo una emisora muy activa en el frente digital, con un conjunto de iniciativas especiales encaminadas a hacer participar al oyente. Entre ellas se incluyen las Listening Parties, acontecimientos populares organizados en Twitter con los fans de un artista.

En el transcurso del año, se lanzó finalmente la nueva aplicación de R101, y se activaron las nuevas radios web, incluidas R101 Urban Night y R101 Hipster, esta última dedicada exclusivamente al mundo de la música *indie*.

Desde un punto de vista tecnológico, se lanzó un proyecto para la consolidación y optimización de las frecuencias en propiedad, junto con el mantenimiento constante del equipo y los sistemas de transmisión.

El proceso de inventario del equipo y de registro requerido por AGCOM se completó en diciembre.

Estas actividades lograron excelentes resultados en las cifras de audiencia: de hecho, la emisora de radio finalizó 2016 con 1752 millones de oyentes en un día medio, una subida del 9 % en comparación con 2015.

Radio 105 es un programa de radio con contenido de entretenimiento y música, líder indiscutible en el objetivo de "jóvenes adultos".

Impulsa a una comunidad de "oyentes fans" que sienten que desempeñan un papel activo en la vida de la emisora; esto supone su liderazgo absoluto en términos de TSL (tiempo de escucha), que llegó a un máximo histórico de 153 minutos al día por oyente.

La programación de Radio 105 incluye a 5 de los 15 programas más oídos en Italia.

En el primero y en el segundo puesto de la clasificación se encuentran: *Tutto Esaurito*, el programa de la mañana con "Captain" Marco Galli y su equipo, y *Lo Zoo di 105*, el programa más irreverente de Italia con Marco Mazzoli y su equipo.

Además de estas gemas, la emisora de radio experimenta constantemente con nuevos formatos y presentadores.

La vocación de Radio 105 es aunar las pasiones de sus oyentes, para descubrir nuevas vías de entretenimiento, e investigar para descubrir nuevas tendencias, especialmente las más innovadoras.

En 2016 se desarrolló un gran plan de acción, con el objetivo dual de incrementar la visibilidad de la marca y de fortalecer el posicionamiento de la emisora.

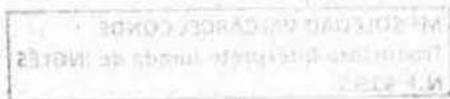
En julio se inició un plan de comunicación en los canales de televisión del grupo y en medios externos, para promocionar los programas de Radio 105: *Tutto Esaurito* y *Lo Zoo di 105* fueron los dos primeros asuntos creativos a planificar e implementar.

Las actividades de campo y el contacto directo con las personas son claves para Radio 105. Los eventos siempre se seleccionan en línea con el perfil de la emisora.

Radio 105 ha participado activamente en importantes eventos como por ejemplo Casa Sanremo durante el festival de Sanremo; The Colour Run, "the most fun 5km on the planet"; Wired Next Fest, el festival de innovación celebrado en Milán y en Florencia; Red Bull Flugtag, la carrera aérea más disparatado del mundo; la Milan Games Week, el evento de videojuegos italiano que reúne a los millenials, y muchos otros eventos en todo el país.

Radio 105 también es la radio oficial de AC Milan, con visibilidad en las líneas de banda, el ocio musical y una mascota que anima en el descanso de cada partido en casa de ese prestigioso club.

En línea con sus características distintivas, Radio 105 pretende ser una parte activa de muchos programas de televisión: *Isola dei Famosi*, *TOPDJ*, *Colorado*, *Bring the Noise* y *Zelig* son solo unos pocos ejemplos de los programas con los cuales se han desarrollado actividades de promoción mutua.



Desde un punto de vista musical, Radio 105 tiene un perfil pop, urbano y de baile, con algunos rasgos relacionados con el mundo de la música electrónica y los clubs.

Esto se refleja en claras elecciones en términos de cobertura de grandes eventos musicales en vivo: Radio 105 fue la estación de radio oficial de los conciertos italianos de Justin Bieber, Marco Mengoni, Jack Savoretti, Sfera Ebbasta, y el Nameless Festival.

Todas las iniciativas de Radio 105 se desarrollan desde una perspectiva nativa *cross-media*. De hecho, la emisora actúa para su comunidad como un sistema al cual se puede acceder desde distintos puntos de contacto (radio, web, aplicación, redes sociales).

El plan de marketing de 2016 obtuvo excelentes resultados en cifras de oyentes: de hecho, la emisora finalizó 2016 con 4 730 000 oyentes de media al día, una subida del 5 % en comparación con 2015, y con 685 000 oyentes en un cuarto de hora medio, una subida del 10 % en comparación con 2015.

Virgin Radio Italy, junto con Radio 105 y R101, es una de las emisoras que opera Mediaset en el sector de radio comercial en Italia.

Virgin Radio es un verdadero *Lovemark* internacional: su sólido posicionamiento en MÚSICA ROCK sitúa a la programación musical en su núcleo, con canciones cuidadosamente seleccionadas y el equilibrio adecuado de canciones actuales y clásicas.

La programación de la emisora disfruta de algunos de los mejores talentos en el mundo de la música rock en Italia: DJ Ringo, Paola Maugeri, Dr. Feelgood, Massimo Cotto, Andrea Rock y Giulia Salvi son solo algunos de los nombres que iluminan la programación diaria de Virgin Radio. El cartel también se reforzó desde septiembre de 2016 mediante el añadido de Beppe Severgnini: trabajando junto con Dr. Feelgood y Massimo Cotto, de 8 a 9, para presentar *Rock&Talk*. Otro impulso proviene de la presencia de Paola Maugeri, voz histórica de Virgin Radio, que ahora presenta una franja completa, de 9 a 11.

La música en vivo es uno de los pilares del posicionamiento de la emisora: en 2016, Virgin Radio fue la radio oficial de los conciertos italianos de algunas de las estrellas de rock internacional más grandes del mundo, como por ejemplo Red Hot Chili Peppers, The Who, Bruce Springsteen y Offspring.

Los conciertos no son la única forma de mantener una presencia local, que también se logra mediante una amplia variedad de actividades en el campo relacionado con la audiencia objetivo de la emisora: Virgin Radio ha participado activamente en eventos importantes, Superbike, EICMA, Motorbike Show, Sky Vinyl Night y "Game of Thrones Darkness Night". Por último, la asociación con el programa de televisión "Lord of Bikes", presentado por DJ Ringo, fue confirmada y mejorada.

Virgin Radio también es muy activa en el frente digital, con una comunidad muy grande en su web, en los medios sociales, y en la aplicación móvil de la emisora.

La actividad realizada logró excelentes resultados también en las cifras de oyentes: la emisora finalizó 2016 con 2 369 000 oyentes al día de media, una subida del 2 % en comparación con 2015 y con 685 000 oyentes en un cuarto de hora medio, confirmando la cifra del año anterior.

Distribución de películas.

Medusa Film S.p.A. es una de las empresas líderes en la distribución de películas en Italia. La compañía produce y distribuye películas italianas y extranjeras en Italia, en todo el ciclo de vida del producto: desde los estrenos en cine a la venta de derechos de televisión en todas las diversas formas.

En términos de participación en la venta de entradas de cine, Medusa Film, con una cuota de mercado del 15 % en 2016 (fuente: Cinetel) fue la segunda en la clasificación de distribuidores, por debajo de un gran distribuidor americano (Warner, con el 18 %).

De nuevo, la sociedad destacó en el cine italiano: los 2 dos primeros grandes éxitos de taquilla en el año fueron producidos por Medusa, con ingresos de alrededor de 83 millones de EUR en total.

La película que obtuvo los mayores ingresos brutos fue *Quo vado?* (65,4 millones de EUR) que batió todos los récords, aprovechando la veteranía de Checco Zalone; *Perfetti sconosciuti*, la película premiada de Paolo Genovese superó los 17 millones de EUR, con ventas de exportación a docenas de países y *remakes* en los principales mercados internacionales. Las siguientes tres películas con los mejores ingresos brutos de Medusa (*Un Natale al sud*, 3 millones, *Now you see me 2*, 2,9 millones y *Escape from Reumah Park*, 2,9 millones), confirman el éxito de una estrategia editorial centrada en el género de "comedia" tradicional y productos extranjeros dirigidos al público en general.

En 2016, los ingresos totales por taquilla ascendieron a 662 millones de EUR, equivalente a 105 millones de entradas de cine, en comparación con los 637 millones de EUR y 99 millones de entradas de cine vendidos en el año anterior.

2015 fue un año que se caracterizó por un buen crecimiento (+10,8 %) y en 2016 el mercado cinematográfico continuó una tendencia positiva (+3,9 % en ingresos y +6,1 % en asistencia).

El número de películas distribuidas en el año creció hasta 554 frente a las 480 del año anterior. El incremento en términos de ingresos, sin embargo, se debe principalmente a la presencia de la película destacada del año, *Quo vado?*, que ella sola representó el 10 % de la totalidad del mercado, impulsando la cuota del cine italiano desde el 21 al 29 %. Aunque la cuota de mercado del producto de Estados Unidos cayó desde el 61 % de 2015 al 56 % en 2016, el cine americano es el líder absoluto, con 15 éxitos consecutivos en la lista de las películas más populares, después de las primeras dos posiciones ocupadas por Medusa Film.

Los éxitos de *Quo vado?* y *Perfetti sconosciuti* son la prueba de que el cine italiano es un componente significativo del mercado (históricamente alrededor del 25 %). Medusa desempeña un papel fundamental en esta situación. Esto demuestra la posición estratégica correcta de la sociedad, que siempre ha sido un punto de referencia para el cine nacional.

Media4Commerce

Media4Commerce SpA utiliza un modelo de negocio basado en la plataforma comercial multicanal. Las operaciones durante el año se centraron en el negocio principal de la sociedad, dedicado a la selección y compra de artículos, el desarrollo de los canales de compras en casa y servicios al cliente, y la gestión de operaciones para respaldar las actividades comerciales.

Con efecto a partir del 1 de abril, la sociedad adquirió a la sociedad matriz RTI SpA la unidad de negocio de "Licencias y merchandising". Su propósito consiste en consolidar en una sola entidad todas las actividades de marketing de productos, a través de una única plataforma de ventas, mejorando el modelo de negocio de televisión de respuesta directa, con productos organizados en cestas cada vez más completas, optimizadas y seleccionadas por marca.

Durante 2016, la sociedad aprovechó su experiencia en ventas y en las plataformas de logística para empezar a explorar nuevos segmentos del mercado de comercio electrónico, ofreciendo productos estrechamente relacionados con el contenido de vídeo. En el verano, las ventas empezaron en el sector de las tiendas de mascotas, a través de la web www.tuozoo.it, junto con una retransmisión de programa diario en La 5 y una franja específica.

Las actividades comerciales se organizaron en tres marcas específicas:

- Mediashopping, que sigue siendo el negocio principal, en el cual se concentran los productos de marketing directo;
- Fivestore, el área que ofrece productos que comercializan las marcas de contenido de televisión (antes la unidad de negocio de RTI SpA). La actividad de *merchandising* supone la creación de productos de edición (revistas y DVD) y mercancía (coleccionable) basados en las marcas de éxito de los productos de televisión de RTI SpA. La actividad de concesión de licencias es doble: licencia de las marcas de RTI SpA a sociedades que producen artículos (licenciatarario), generando ingresos de la explotación de la marca; estipulando contratos para la compra de marcas a sus propietarios (licenciadores) y licenciando estas marcas a sociedades que producen artículos (licenciarios), generando ingresos;
- Tuozoo, encaminada a comercializar productos de mascotas, en su fase de inicio en 2016, a través de la web www.tuozoo.it y un programa diario en La 5.

Los productos de cada marca se distribuyen mediante la maximización del uso de las herramientas multicanal, como por ejemplo los centros de llamadas, la web, las televentas para las ventas de empresa a consumidor, y los supermercados así como los quioscos en lo que respecta a las ventas de empresa a empresa.

Con respecto a la logística, continuó la asociación con la sociedad Geodis, que gestiona el almacén en (Latina). La distribución y entrega de productos de empresa a consumidor se dividió entre los proveedores, introduciendo a GLS junto con el establecido SDA (Gruppo Poste Italiane), mientras que el canal de distribución de empresa a empresa se confía principalmente a Bartolini. La distribución entregó un total de 523 000 productos.

Publicidad internacional

Publieurope Ltd. es la empresa del Grupo Mediaset responsable de gestionar la estrategia del Grupo en el mercado publicitario europeo. Su misión consiste en aumentar los ingresos del Grupo mediante ventas publicitarias a inversores internacionales.

En concreto, este objetivo se busca mediante:

- Enlace constante con las sedes de empresas multinacionales;
- Compras de nuevas licencias y nuevos productos en otros países.

Esas actividades se realizan desde las oficinas en Londres, Múnich, París y Lausana, y en cooperación con socios situados en Milán (Publitalia '80) y Madrid (Publiespaña y Publimedia Gestión).

La cartera de productos de Publieurope se ha ampliado y ha crecido con mayor variación a lo largo de los años, garantizando una oferta comercial en múltiples medios, compuesta por:

- Todas las cadenas de televisión italianas y españolas del Grupo;
- Las revistas y las webs de Internet gestionadas por Mediamond, el agente de ventas que gestiona las ventas del espacio publicitario en los activos web de Mediaset y las revistas de Mondadori;
- Los canales de televisión tradicionales y temáticos así como las webs del grupo alemán ProSiebenSat1;

- El Grupo SBS de canales de televisión comercial que retransmiten en Flandes (Bélgica) y en los Países Bajos;
- Todas las cadenas de televisión y webs del grupo británico Channel4;
- Los canales de televisión, las webs y las emisoras de radio del Grupo francés TF1;
- Los diversos medios explotados por Rotana Media Services, un grupo de medios que trabaja en Oriente Medio y en el norte de África.

En 2016, la cartera de productos se mejoró con dos nuevas ofertas:

- Las 8 emisoras de radio cuya publicidad se confía a Mediamond, que utiliza a Pubieurope para clientes extranjeros, la prensa y las webs de Internet;
- Los sistemas publicitarios situados en edificios prestigiosos en las principales ciudades italianas y en Londres.

Como Pubieurope actúa como una empresa de ventas de publicidad, su contribución a los beneficios del Grupo tiene que considerarse en términos de ingresos de comisión generados, que totalizaron más de 200 millones de EUR, de los cuales alrededor de 170 millones de EUR fueron relativos a los medios del grupo.

EL TOWERS

El Grupo El Towers es uno de los operadores más grandes de redes de comunicaciones electrónicas en Italia, que sirve a cadenas de televisión y radio y proveedores de telecomunicaciones móviles con arreglo a acuerdos a largo plazo.

En particular, el Grupo presta *hosting* en su infraestructura ("torres" o "estaciones" de transmisión), así como diversos servicios vinculados como por ejemplo la asistencia técnica, el mantenimiento ordinario y extraordinario, logística y planificación.

Asimismo, a través de sus centros operativos y de sus infraestructuras de red, el grupo ofrece un servicio de gestión para el denominado "tráfico de contribución" a las producciones de televisión del grupo Mediaset y otros operadores nacionales activos en la producción de eventos deportivos y noticias.

El negocio principal no está sujeto a variaciones temporales, y no está vinculado estrechamente a ciclos económicos, puesto que los contratos de *hosting* en las estaciones de transmisión son a largo plazo, y el servicio ofrecido es particularmente fundamental para los clientes, puesto que es esencial para la transmisión de la señal.

A este respecto, cabe destacar que, teniendo en cuenta la crisis continua en la economía italiana en los últimos años, el Grupo ha podido incrementar constantemente la rentabilidad, gracias a la realización de varias adquisiciones y a la contención de los gastos de explotación.

Con referencia al rendimiento comercial orgánico, los resultados logrados en el año anterior se consolidaron en 2016, con una buena evolución en particular para los servicios de *hosting* a clientes que operan con Wimax y LTE Broadband Wireless.

Con referencia a las actividades de crecimiento por medio de vías externas, se completaron en 2016 distintas adquisiciones de sociedades y activos, de manera que el número de webs gestionadas a 31 de diciembre era superior a 3300.

A nivel internacional, las fusiones y adquisiciones en el sector resultaron ser bastante dinámicas, con una serie de operaciones que tuvieron como comprador principal Cellnex-Telecom y

American Tower. Con referencia al mercado italiano de telecomunicaciones móviles, el evento más importante del periodo fue el proceso de combinación entre los operadores nacionales tercero y cuarto, que dio lugar a la nueva Wind Tre, que opera como nueva entidad y que ahora es primer operador nacional, mientras que se interrumpió el proceso de venta de Inwit S.p.A. por Telecom Italia Group.

Durante 2016, la sociedad ha implementado una serie de acciones encaminadas a diversificar el negocio, que hoy en día sigue concentrado en operadores de televisión. Desde este punto de vista, se produjo la constitución de la sociedad EIT Radio S.r.l., con el objetivo principal de desarrollar actividades de servicios en beneficio de los operadores de radio nacionales y regionales.

A través de la sociedad Nettrotter S.r.l., El Towers opera en el sector del Internet de las cosas con la tecnología Sigfox (presente en 31 países de todo el mundo, y que abarca en términos de población a más de 480 millones de personas) con el objetivo de completar el plan de implementación de red, para mediados de 2017, y prestar una amplia variedad de servicios a potenciales clientes,

ESPAÑA

Mediaset tiene una participación de control en Mediaset España Comunicación S.A., la sociedad holding el grupo televisivo español propietario de la cadena de televisión Telecinco, que inició sus retransmisiones en 1990.

Mediaset España es la cadena líder en España en términos de telespectadores y cuota publicitaria, y uno de los grupos más rentables del sector en Europa.

La empresa cotiza en los mercados de valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. Se incluyó por primera vez en el Ibex 35 el 3 de enero de 2005, donde sigue siendo una de las 30 mayores empresas de España.

La misión del Grupo Mediaset España consiste en consolidar su liderazgo en el mercado de televisión comercial en España. Su planteamiento estratégico refleja el del Grupo Mediaset en Italia, operando como un grupo integrado de retransmisión en las siguientes áreas principales:

- Publicidad (Publiespaña)
- Publicidad en medios no televisivos, tanto propiedad del Grupo como de terceros
- Retransmisión de televisión de interés general (Telecinco, Cuatro)
- Retransmisión multicanal: canales temáticos gratuitos (Divinity, Factoría de Ficción, Boing, Energy, y desde el 21 de abril Be Mad, una nueva HD)
- Internet (a través de la sociedad Conecta 5)

El mercado publicitario

El mercado publicitario de televisión en España es el quinto mayor en Europa y únicamente se encuentra detrás del de Italia en términos de cuota de televisión, de toda la publicidad en medios principales. De conformidad con los datos de Infoadex, el porcentaje de ese mercado en 2016 se mantuvo en el 40,5 %.

En 2016, los datos macroeconómicos para la economía española (una de las que más se vio afectada por la crisis mundial en los últimos años) confirmaron su recuperación, con una de las tasas de crecimiento más sólidas en la Unión Europea (+3,2 % en comparación con el año anterior). En este entorno de recuperación económica, las inversiones publicitarias también se beneficiaron de una mejora en las condiciones, particularmente debido a un incremento en la demanda interna. En 2016, el total de la inversión publicitaria creció el 4,3 %, mientras que la inversión publicitaria en televisión aumentó el 5,5 %. La cuota de mercado del Grupo Mediaset España fue del 43,3 %, en línea con el año anterior, pero con una ventaja de 1,3 puntos porcentuales adicionales sobre el principal competidor privado.

Medios	2016, millones de EUR	Cuota, en porcentaje	2015, millones de EUR	Cuota, en porcentaje	enCambio, en porcentaje
Prensa	651	13,0 %	697	13,9 %	-6,6 %
Televisión	1912	36,5 %	1805	36,0 %	5,9 %
Televisión local	129	2,5 %	134	2,7 %	-
Revistas	252	4,8 %	255	5,1 %	-1,1 %
Radio	458	8,7 %	454	9,1 %	0,9 %
Exteriores	321	6,1 %	327	6,5 %	-1,8 %
Cine	23	0,4 %	22	0,4 %	2,7 %
Canales temáticos	81	1,6 %	72	1,4 %	-
Internet	1408	26,9 %	1250	24,9 %	12,6 %
Total mercado	5235	100,0 %	5016	100,0 %	4,4 %

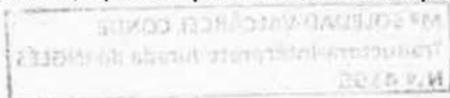
Otros participantes en el mercado nacional en 2016, además de Mediaset España, son los siguientes:

- El Grupo Atresmedia (establecido en 2012 con la fusión de Antena 3 y Sexta);
- Una federación de emisoras locales independientes, que opera bajo la denominación La Forta;
- La plataforma de televisión de pago por satélite digital Movistar Fusion y la televisión por cable Vodafone

Retransmisión y cuota de audiencia

Con respecto a las cifras de espectadores, el Grupo Mediaset España continuó siendo el líder en términos de espectadores totales sobre el periodo de 24 horas, con una cuota del 30,2 %, con una diferencia de 3,1 puntos porcentuales frente a su principal competidor, el Grupo Atresmedia.

Con respecto a la audiencia objetivo comercial, el Grupo Mediaset España logró una cuota del 31,7 %, con 1,8 puntos porcentuales más que su principal competidor.



En lo que respecta al principal canal, en 2016 Telecinco logró una cuota de audiencia del 14,4 % de todos los telespectadores, sobre el periodo de 24 horas, ocupando el lugar del canal más visto en España por sexto año consecutivo. También capturó una media del 13,8 % del objetivo comercial.

Con respecto al *prime time*, Telecinco fue líder en el total de todos los telespectadores, con una media de 15,4 %, el mejor resultado de los últimos siete años.

Cuatro fue el tercer canal más visto por los millenials (de 13 a 34 años) y alcanzó una cuota de audiencia del 6,5 % de la cuota media para todos los telespectadores en el periodo de 24 horas, y el 7,6 % para la audiencia de objetivo comercial. Con respecto al *prime time*, el canal Cuatro logró una cuota media del 6,2 % de espectadores totales y el 7,8 % de la audiencia objetivo comercial.

Los canales FDF, Divinity y Energy siguieron logrando unos excelentes resultados en términos de cifras de telespectadores en 2016.

Los resultados para la audiencia objetivo comercial se detallan a continuación:

- Boing, el canal temático dedicado a los niños de 4 a 12 años, logró una cuota de audiencia del 12,6 %;
- FDF logró una cuota del 8,9 % en la audiencia objetivo comercial (rango de edad de 13-24);
- Divinity, un canal dedicado a la audiencia femenina, logró una cuota del 3,5 % de su audiencia objetivo comercial (rango de edad de 16-44);
- Energy, un canal dedicado a la audiencia masculina, logró una cuota del 2,0 % de la audiencia objetivo comercial (hombres entre 25 y 44 años de edad).
- Be Mad, un canal lanzado el 21 de abril de 2016, logró el 0,5 % de su audiencia objetivo comercial (hombres entre 25 y 54 años de edad).

Cuota de audiencia 2016 [Consta logotipos de cadenas de televisión]	Telespectadores			Objetivo comercial		
	24 horas	Prime time	Day Time	24 ore	Prime time	Day Time
	14,4 %	15,4 %	14,0 %	13,8 %	14,3 %	13,6 %
	6,5 %	6,2 %	6,7 %	7,6 %	7,8 %	7,5 %
TOTAL CANALES GENERALISTAS	21,0 %	21,6 %	20,7 %	21,4 %	22,1 %	21,1 %
[Consta logotipos de cadenas de televisión]						
TOTAL MULTICANAL	9,2 %	8,5 %	9,6 %	10,3 %	9,0 %	10,9 %
[Consta logotipo de MEDIASET ESPAÑA]	30,2 %	30,1 %	30,2 %	31,7 %	31,1 %	32,0 %

[Consta gráfico que reza: 2016 – 24 horas – Telespectadores – Mediaset Esp. – Atresmedia – TVE - Otros]

[Consta gráfico que reza: 2016 – 24 horas – Porcentaje de cuota – Telespectadores – Telecinco – Antena 3 – Cuatro – TVE-1]

Tal y como se muestra en la tabla siguiente, en 2016 Mediaset España dedicó un tiempo de retransmisión significativo en las cadenas de interés general Telecinco y Cuatro a sus producciones internas, que representaron el 75,9 % de la programación (72,5 % en 2015), dejando únicamente el 24,1 % del tiempo de emisión a las adquisiciones y producciones externas (27,4 % en 2015).

Programación de Mediaset España - Horas de emisión 2016

Tipos	Canales generalistas		Multicanal		Total cadenas de Mediaset	
Películas	1528	8,7 %	1867	4,5 %	3395	5,8 %
Ficción	2709	15,4 %	19857	48,2 %	22 566	38,4 %
Dibujos animados	-	-	8276	20,1 %	8276	14,1 %
Total derechos de televisión	4237	24,1 %	30 000	72,8 %	34 237	58,3 %
Noticias	2254	12,8 %	207	0,5 %	2461	4,2 %
Deportes	192	1,1 %	44	0,1 %	236	0,4 %
Entretenimiento	3208	18,3 %	3510	8,5 %	6718	11,4 %
Educación	7675	43,7 %	7478	18,1 %	15 153	25,8 %
Teletienda	-	-	-	-	-	-
Total producción propia	13 329	75,9 %	11 239	27,2 %	24 568	41,8 %
Total	17 566	100,0 %	41 239	100,0 %	58 805	100,0 %

Programación de Mediaset España - Horas de emisión 2015

Tipos	Canales generalistas		Multicanal		Total cadenas de Mediaset	
Películas	1375	7,8 %	1581	4,5 %	2956	5,6 %
Ficción	3425	19,5 %	13 285	37,9 %	16 710	31,8 %
Dibujos animados	14	0,1 %	8143	23,2 %	8158	15,5 %
Total derechos de televisión	4815	27,4 %	23 009	65,6 %	27 824	52,9 %
Noticias	2253	12,9 %	414	1,2 %	2667	5,1 %
Deportes	201	1,1 %	84	0,2 %	285	0,5 %
Entretenimiento	2897	16,5 %	4654	13,3 %	7551	14,4 %
Educación	7355	42,0 %	6879	19,6 %	14 233	27,1 %
Teletienda	-	-	-	-	-	-
Total producción propia	12 706	72,5 %	12 031	34,3 %	24 736	47,1 %
Total	17 520	99,9 %	35 040	100,0 %	52 560	100,0 %

Retransmisión multicanal

El Centro de Retransmisión de Mediaset España es una plataforma digital enteramente equipada para retransmitir y recibir transmisiones audiovisuales vía satélite, fibra óptica, la red móvil y ADSL.

En 2016, el Grupo Mediaset España continuó consolidando su estrategia de diversificación multicanal. De hecho, además de Telecinco y Cuatro, las cadenas generalistas del Grupo Mediaset España, la oferta se completa mediante canales temáticos muy establecidos:

- Energy, canal temático con contenido deportivo, dirigido a una audiencia masculina joven;
- FDF (Factoría de Ficción), con series de ficción españolas e internacionales;

- Boing, dedicado al ocio de los niños;
- Divinity, cuyo objetivo es una audiencia femenina joven;
- Be Mad, lanzado el 21 de abril del año pasado, cuyo objetivo es una audiencia masculina (hombres entre 25 y 54 años).

Inversiones en derechos de retransmisión de televisión

En 2016, Mediaset España continuó invirtiendo en derechos de retransmisión de televisión. La política de inversión se centró no solo en adquirir series de ficción españolas, sino que también proporciona un flujo de contenido de alta calidad al canal principal y a los nuevos canales digitales, con vistas a crear su biblioteca de derechos de televisión y defender en un futuro la cuota de audiencia, y con ella sus ingresos de publicidad del Grupo en España.

Las emisoras de televisión españolas tienen que invertir por Ley al menos el 3 % de sus ingresos de explotación en producciones de películas españolas y europeas. En Mediaset España, esta obligación legal se ha tomado como una oportunidad de negocio, y a través de la filial **Telecinco Cinema SAU** el grupo ha estado produciendo películas de calidad durante varios años. De nuevo en 2016, los guiones y la producción de películas siguieron siendo la priorización del grupo, con el propósito de igualar e incluso mejorar los éxitos del pasado.

El año 2016 también puede considerarse otro año excepcional en términos de producción cinematográfica. Tres nuevas películas en distintos géneros: *Cien años de perdón*, thriller coproducido con Francia y Argentina que, con una recaudación en taquilla de 6,6 millones de EUR, fue la película española más importante en términos de cifras de audiencia; *Kiki el amor se hace*, una comedia que fue la sorpresa de esta temporada cinematográfica, con una recaudación en taquilla de 6,2 millones de EUR; *Un monstruo viene a verme*, que logró un éxito extraordinario de crítica y de audiencia, superando incluso a producciones extranjeras como *Finding Dory*. Por último, el documental *Omega*, que fue nominado para el premio Goya en la categoría de documentales.

Internet

El Grupo Mediaset España considera que su negocio de Internet es un factor estratégico de éxito, con vistas también a la diversificación del negocio tanto en la actualidad como en un futuro.

En 2016, Mediaset España consolidó su liderazgo en términos de consumo de vídeos digitales, según las cifras de Comscore. Las webs del Grupo lograron el primer lugar, por segundo año consecutivo, en términos de vídeo/minutos consumidos.

En 2016, Mediaset España lanzó la retransmisión en vivo del canal Boing tanto en Mitele como en Internet.

Telecinco.es, con 7,6 millones de usuarios mensuales en 11 meses, fue la web más visitada de las emisoras de televisión en 2016.

En 2016, las cifras mostraron de nuevo un incremento en la interactividad con la audiencia, con la descarga de la aplicación "Mitele" (televisión vía web) en *smartphones* y *tablets*, mejorando de esta forma la oferta de contenido no lineal específico para programas de cine, deportivos y de entretenimiento. 2016 fue un año clave para esta plataforma, particularmente por el importante proceso de cambio que sufrió en lo que respecta a la tecnología, el diseño de la web y la mejora de las aplicaciones (móvil, tablet y SMART TV) y los contenidos.

PRINCIPALES INVERSIONES DE CAPITAL Y EMPRESAS CONJUNTAS

Mediamond S.p.A. es una empresa conjunta a partes iguales entre Publitalia'80 y Mondadori Pubblicità. Mediamond es la empresa de venta publicitaria del Grupo Mediaset especializada en vender espacio publicitario en las webs de televisión y vídeo del Grupo, y las webs vinculadas a las publicaciones del Grupo Mondadori, así como espacio en webs de terceros

Boing S.p.A. es una empresa conjunta entre R.T.I. S.p.A. (51 %) y Turner Broadcasting System Europe (49 %), que produce y gestiona los dos canales infantiles gratuitos Boing y Cartoonito, que se emiten respectivamente desde 2004 y 2011 en la plataforma digital terrestre.

Fascino Produzione Gestione Teatro Srl, es una empresa conjunta a partes iguales entre RTI S.p.A. y Maria De Filippi. Gracias a la contribución artística y creativa exclusiva de la socia, desarrolla, planifica y ejecuta programas de televisión que se muestran principalmente durante la franja *prime time* y *daytime* de Canale 5, *C'è Posta per te*, *Amici*, *Uomini e Donne*.

Tivù Srl, una sociedad constituida en 2008 y propiedad de RTI S.p.A., Rai Radiotelevisione Italiana S.p.A. (cada una con un 48,16 %), La7 Srl (3,49 %) y otros socios, que desarrolla actividades promocionales y de comunicación planificada para usuarios de la plataforma gratuita terrestre y por satélite digital, y en particular gestiona los servicios vinculados a la plataforma de satélite para la oferta de televisión digital gratuita denominada "TivùSat", que complementa a la plataforma terrestre digital para usuarios de determinadas regiones y provincias autónomas a las cuales no llega esta señal.

Nessma S.A. es una empresa propiedad al 34,12 % de la filial Mediaset Investment S.A., que gestiona la retransmisión del canal de televisión gratuita por satélite del mismo nombre en Túnez y en otros países del norte de África.

Pegaso Televisión Inc.: es una sociedad propiedad al 43,7 % de Mediaset España Communication S.A., que controla las actividades de Caribevision Network, un canal de televisión dirigido a las audiencias de habla española en Estados Unidos y en Puerto Rico.

RENDIMIENTO CONSOLIDADO POR ÁREA GEOGRÁFICA Y SEGMENTO DE NEGOCIO

En esta sección, proporcionamos un desglose de la cuenta de resultados consolidada, el balance y el estado de flujo de efectivo, para mostrar la contribución al rendimiento del Grupo de las dos áreas de negocio geográficas, Italia y España. Para cada área geográfica, se comunican los ingresos y el rendimiento de explotación, desglosados por segmento comercial.

La cifra de ingresos, de balance y de flujo de efectivo que se muestran a continuación han sido reformuladas, con respecto a los estados financieros del Grupo, con el objeto de destacar las sumas intermedias consideradas más significativas para comprender el rendimiento del Grupo y de las unidades comerciales individuales. Aunque no lo requiere la Ley, los criterios adoptados a la hora de elaborar las sumas y las notas que refieren al lector a las partidas del correspondiente estado financiero legal se han divulgado de conformidad con las orientaciones proporcionadas por la comunicación de Consob número 6064293 de 28 de julio de 2006 y la Recomendación de CESR sobre mediciones de rendimiento alternativas (o mediciones no GAAP) de fecha 3 de noviembre de 2005 (CESR/05-178b).

Rendimiento del Grupo

La cuenta de resultados consolidada que se muestra a continuación muestra las sumas intermedias que componen los beneficios antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA) y los beneficios antes de intereses e impuestos (EBIT).

El EBITDA mide la diferencia entre los ingresos netos consolidados y los costes de explotación, incluidos los costes de naturaleza no monetaria relativos a la amortización, la depreciación y las rebajas en el valor (netos de cualesquiera revaluaciones) de activos corrientes y no corrientes.

El EBIT se mide deduciendo del EBITDA los costes de naturaleza no monetaria relativos a amortización, depreciación y rebajas en el valor (netos de cualesquiera revaluaciones) de activos corrientes y no corrientes.

(valores en millones de EUR)

GRUPO MEDIASET

<i>Cuenta de resultados</i>	2016	2015
Total ingresos netos consolidados	3667,0	3524,8
Gastos de personal	(540,2)	(520,5)
Compras, servicios, otros costes	(1954,8)	(1638,4)
Costes de explotación	(2495,0)	(2158,9)
EBITDA	1171,9	1356,9
Amortización de derechos	(1220,4)	(997,3)
Otra amortización y depreciación	(140,7)	(137,9)
Amortización y depreciación	(1361,2)	(1135,1)
EBIT	(189,2)	(230,7)
Ingresos/(pérdidas) financieros	(87,7)	(49,3)
Ingresos/(gastos) de inversiones de capital	2,4	15,0
EBT	(274,5)	196,5
Impuesto sobre las ganancias	47,9	(86,4)
Resultado neto de actividades continuadas	(226,5)	110,1
Beneficio neto de actividades interrumpidas	-	-
Intereses minoritarios en el resultado neto	(68,0)	(106,3)
Resultado neto del Grupo	(294,5)	3,8

La tabla siguiente muestra las principales cifras de la cuenta de resultados del Grupo, indicadas como porcentaje de los ingresos netos consolidados.

GRUPO MEDIASET	2016	2015
Total ingresos netos consolidados	100,0 %	100,0 %
Costes de explotación	-68,0 %	-61,2 %
EBITDA	32,0 %	38,8 %
Amortización y depreciación	-37,1 %	-32,2 %
EBIT	-5,2 %	6,5 %
EBT	-7,5 %	5,6 %
Resultado neto del Grupo	-8,0 %	0,1 %

A continuación nos fijamos en el desglose de la cuenta de resultados por área geográfica, para comunicar la contribución al rendimiento de las actividades italianas y españolas del Grupo. A estos efectos, las cuentas de resultados de las dos unidades de negocio se indican netas de cualesquiera dividendos recibidos por Mediaset España.

Desglose por área geográfica: Italia

Lo siguiente es una cuenta de resultados condensada del negocio nacional del Grupo Mediaset:

(valores en millones de EUR)

ITALIA	2016	2015
Cuenta de resultados		
Ingresos netos consolidados	2675,9	2554,2
Gastos de personal	(434,3)	(415,5)
Compras, servicios, otros costes	(1511,1)	(1199,9)
Costes de explotación	(1945,4)	(1615,4)
EBITDA	730,5	938,8
Amortización de derechos	(1015,3)	(792,3)
Otra amortización y depreciación	(128,8)	(120,4)
Amortización y depreciación	(1144,0)	(912,7)
EBIT	(413,6)	26,1
Ingresos/(pérdidas) financieros	(87,5)	(49,4)
Ingresos/(gastos) de inversiones de capital	0,9	1,1
EBT	(500,2)	(22,1)
Impuestos sobre las ganancias	103,1	33,5
Resultado neto de actividades continuadas	(397,1)	(55,6)
Resultado neto de actividades interrumpidas	-	-
Intereses minoritarios en el resultado neto	17,0	(18,9)
Resultado neto	(380,1)	(74,6)

La tabla siguiente muestra las principales cifras de la cuenta de resultados indicadas como porcentaje de los ingresos netos consolidados

ITALIA	2016	2015
Total ingresos netos consolidados	100,0 %	100,0 %
Costes de explotación	-72,7 %	-63,2 %
EBITDA	27,3 %	36,8 %
Amortización y depreciación	-37,9 %	-31,0 %
EBIT	-15,5 %	1,0 %
EBT	-18,7 %	-0,9 %
Resultado neto del Grupo	-14,2 %	-2,9 %

A continuación comunicamos el rendimiento de las actividades italianas del Grupo, desglosadas por segmentos de negocio, que se corresponden con los niveles a los cuales la dirección realiza sus decisiones estratégicas para la asignación de recursos y la evaluación de resultados.

- **Actividades de televisión integradas**, incluida la retransmisión de televisión gratuita y de pago, y actividades accesorias consistentes en emisión de radio, operaciones, edición de web, Teletienda, edición, licencia y fabricación, y producción y distribución de películas.
- **El Towers**, que incluye operaciones de *hosting*, mantenimiento y gestión en relación con las redes de telecomunicaciones de radio, de televisión e inalámbricas administradas por la sociedad cotizada El Towers SpA, la entidad corporativa resultante de la fusión al inicio de 2012 del negocio de Tower del Grupo Mediaset y DMT.

La tabla siguiente muestra el desglose de ingresos y el EBIT por segmento de negocio, para los dos periodos objeto de análisis.

ITALIA

Ingresos	2016	2015
Actividades de televisión integradas	2603,9	2490,0
El Towers	252,7	244,4
Eliminaciones	(180,7)	(180,2)
Total	2675,9	2554,2
ITALIA		
Resultados de explotación	2016	2015
Actividades de televisión integradas	(489,1)	(46,9)
El Towers	75,5	73,0
Total	(413,6)	26,1

A continuación se comunican las cuentas de resultados para las dos áreas identificadas.

ITALIA

Actividades de televisión integradas

<i>Cuenta de resultados</i>	2016	2015	Cambio	% de cambio
Ingresos brutos por publicidad	2086,9	2004,9	82,0	4,1 %
Descuentos de agencia	(301,0)	(292,9)	(8,1)	-2,8 %
Total ingresos netos publicitarios	1785,9	1712,0	73,9	4,3 %
Ingresos de suscripciones/tarjetas prepago	619,8	558,8	61,0	10,9 %
Otros ingresos/eliminaciones	198,2	219,2	(21,0)	-9,6 %
Total ingresos	2603,9	2490,0	113,9	4,6 %
Gastos de personal	391,3	373,3	18,0	4,8 %
Costes de explotación	1424,1	1113,9	310,2	27,8 %
Amortización de derechos de televisión y películas	1015,3	792,3	222,9	28,1 %
Otra amortización y rebajas en el valor	84,7	80,4	4,3	5,4 %
Costes intersegmento	177,7	176,9	0,8	0,4 %
Total costes	3093,0	2536,8	556,2	21,9 %
Resultados de explotación	(489,1)	(46,9)	(442,2)	n.s.

Tal y como se ha mencionado más arriba, en 2016 los ingresos brutos por publicidad (+4,1 % teniendo en cuenta el total de los medios explotados, +2,8 % excluida la contribución de los ingresos de radio) tanto en los ingresos principales de televisión de pago realizados por los suscriptores como en los ingresos de prepago y a demanda de la oferta "Infinity".

La disminución en "otros ingresos" estuvo relacionada con los ingresos reconocidos en los ejercicios financieros anteriores, de acuerdos de cooperación y desarrollo de contenido digital, firmados en el último trimestre de 2015. Este total incluye unos ingresos más altos generados por la actividad de distribución de películas, gracias al rendimiento excepcional de taquilla de las películas italianas de producción propia estrenadas en la primera parte del año.

Los costes generales de la actividad de televisión en Italia (incluidos los costes de personal, las compras, los servicios y otros costes, depreciación/amortización y rebajas en el valor de los derechos de retransmisión y otros activos fijos) se vieron afectados en gran medida por los costes y cargos excepcionales y por rebajas en el valor por un total de 321,9 millones de EUR, incluyendo:

- una rebaja en el valor, por valor de 256,7 millones de EUR, en los activos de la unidad de negocio de televisión de pago, como parte de la medición del valor recuperable realizada para la elaboración de los estados financieros. En concreto, 113,0 millones de EUR se refirieron a ajustes en el valor en los activos intangibles para los derechos de retransmisión de televisión (incluidos en la partida "Amortización y rebajas en el valor de derechos de retransmisión") y 123,6 millones de EUR en provisiones por contratos (incluidos en la partida "Compras, servicios y otros costes");
- 12,6 millones de EUR en costes extraordinarias por gastos auxiliares y la compra de contenido de retransmisión (incluidos en la partida "Compras, servicios y otros costes") en relación con la ejecución de los compromisos asumidos por medio del acuerdo con Vivendi firmado el 8 de abril de 2016;

- 4 millones de EUR en amortización en relación con el nuevo segmento de emisión de radio, en relación con el valor más alto de los activos intangibles identificados a través del proceso de asignación del precio de compra en la fecha en la que se adquirió el control sobre las emisoras de RadioMediaset (Virgin Radio y Radios Studio 105) y en la revisión de la vida útil de los derechos de usuario sobre las frecuencias de emisión;
- 48,6 millones de EUR en costes de reestructuración y plan de incentivos para el personal, y provisiones asignadas en relación con la valoración de los compromisos contractuales relativos a las producciones de televisión.

Neto de estos componentes, el cambio en los costes de televisión reflejó exclusivamente los costes más altos de los derechos de televisión de pago para los eventos deportivos de la nueva temporada 2016-2017, los impactos resultantes del cambio en el ámbito de consolidación en los dos años vinculados a la adquisición de Monradio (tercer trimestre de 2015) y RadioMediaset (segundo semestre de 2016), que completan la oferta de radio del grupo, y unos costes más altos por las producciones de películas distribuidas en la primera parte del año.

Los *costes intersegmento* se refieren al uso de la infraestructura de red y a la asistencia, mantenimiento, logística y servicios de ingeniería prestados por El Towers a la filial Elettronica Industriale, reconocidos netos de repercusión de los costes por servicios prestados por el segmento de actividades de televisión.

(Valores en millones de EUR)

	2016	2015	Cambio, en millones de EUR	% de cambio
El Towers				
Ingresos frente a terceros	72,0	64,3	7,7	12,1 %
Ingresos intersegmento	180,7	180,2	0,6	0,3 %
Total ingresos	252,7	244,4	8,3	3,4 %
Gastos de personal	43,0	42,2	0,9	2,1 %
Costes de explotación	87,0	86,0	1,0	1,2 %
Amortización y depreciación	44,1	40,0	4,1	10,2 %
Costes intersegmento	3,0	3,3	(0,2)	-7,4 %
Total costes	177,2	171,5	5,7	3,3 %
Resultado de explotación	75,5	73,0	2,6	3,5 %
% de los ingresos totales	29,9 %	29,8 %		

Pese a la crisis económica actual para los principales clientes de El Towers (especialmente para los operadores de televisión local), la sociedad logró mejorar sus resultados de explotación en 2016.

En concreto, un incremento en los ingresos en comparación con 2015 (principalmente como resultado de la aportación de las sociedades de reciente adquisición) junto con una reducción en los costes operativos, supuso un incremento en el EBIT más que proporcional.

Los ingresos del Grupo El Towers incluyen tanto los ingresos intersegmento en relación con el uso de su infraestructura de transmisión, la provisión de asistencia, mantenimiento, logística y planificación, así como servicios auxiliares, a la filial Elettronica Industriale S.p.A., así como contratos de *hosting*, mantenimiento y logística con otras emisoras y proveedores de telecomunicaciones inalámbricas.

Los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 fueron reformulados para reflejar los efectos del proceso de asignación del precio en la fecha de adquisición, equivalente a 0,7 millones de EUR de costes en relación con amortización de los activos asignados a las relaciones con clientes.

Desglose por área geográfica: España

Lo siguiente es una cuenta de resultados resumida del negocio español del Grupo; las cifras son las del Grupo Mediaset España (cifras consolidadas).

(Valores en millones de euros)

ESPAÑA		
Cuenta de resultados	2016	2015
Total ingresos netos consolidados	992,0	971,9
Gastos de personal	(105.9)	(105.0)
Compras, servicios, otros costes	(444.3)	(439.1)
Costes de explotación	(550,2)	(544,1)
EBITDA	441,8	427,8
Amortización de derechos	(205.5)	(205.2)
Otra amortización y depreciación	(11.9)	(17.5)
Amortización y depreciación	(217,4)	(222,6)
EBIT	224,4	205,2
Ingresos/(pérdidas) financieros	(0.1)	0.1
Ingresos/(gastos) de inversiones de capital	1.5	13.9
EBT	225,8	219,1
Impuestos sobre las ganancias	(55.1)	(53.2)
Beneficio neto de actividades continuadas	170,7	166,0
Beneficio neto de actividades interrumpidas	-	-
Intereses minoritarios en el beneficio neto	0.3	0.2
Beneficio neto	171,0	166,2

La tabla siguiente muestra los principales datos de la cuenta de resultados como porcentaje de los ingresos netos consolidados de las actividades españolas.

ESPAÑA	2016	2015
Total ingresos netos consolidados	100,0 %	100,0 %
Costes de explotación	-55,5 %	-56,0 %
EBITDA	44,5 %	44,0 %
Amortización y depreciación	-21,9 %	-22,9 %
EBIT	22,6 %	21,1 %
EBT	22,8 %	22,5 %
Resultado neto del Grupo	17,2 %	17,1 %
Tipo de impuestos (% del EBT)	-24,4 %	-24,3 %

La tabla siguiente proporciona el desglose de los ingresos y costes del Grupo Mediaset España mostrando las partidas más significativas:

(Valores en millones de EUR)

ESPAÑA	2016	2015	Cambio en millones de EUR	% de cambio	de
Ingresos consolidados					
Ingresos brutos por publicidad	962,9	933,3	29,7	3,2 %	
Descuentos de agencia	(36,0)	(35,3)	(0,7)	2,0 %	
Ingresos netos por publicidad	926,9	898,0	28,9	3,2 %	
Otros ingresos	65,1	74,0	(8,9)	-12,0 %	
Total ingresos netos consolidados	992,0	971,9	20,0	2,1 %	

La partida "otros ingresos" se refiere principalmente a los ingresos de la distribución de coproducciones cinematográficas y actividades de *merchandising*. La caída de 8,9 millones de EUR en comparación con 2015 se debió a la distinta contribución a lo largo de dos años de las actividades de distribución de películas, que en 2015 se beneficiaron del éxito de la película "Ocho apellidos catalanes".

	2016	2015	Cambio en millones de EUR	% de cambio
Costes de explotación	767,5	766,8	0,8	0,7 %
Gastos de personal	105,9	105,0	0,8	0,8 %
Compras, servicios, otros costes	444,3	439,1	5,2	1,2 %
Amortización de derechos de televisión y películas	205,5	205,2	0,3	0,1 %
Otra amortización y depreciación	11,9	17,5	(5,6)	-31,8 %

Los **costes totales** del Grupo Mediaset España crecieron 0,8 millones de EUR en comparación con el ejercicio financiero anterior; un incremento muy limitado teniendo cuenta que, en 2016,

los costes de los partidos más importantes del campeonato de fútbol europeo Euro 2016 se contabilizaron en las cuentas, y se lanzó el nuevo canal Be Mad HD.

Estas políticas de optimización de costes han supuesto una reducción de 209,9 millones de EUR (-21,7 %) en los costes de explotación en los últimos seis años, sin afectar a la calidad del producto de televisión.

El 31 de diciembre de 2016, el EBIT del negocio español del Grupo totalizó 224,4 millones de EUR, en comparación con 205,2 millones de EUR en 2015.

Otros componentes de la cuenta de resultados para el Grupo Mediaset en su conjunto se muestran a continuación.

	2016	2015	Cambio en millones de EUR
(Ingresos)/pérdidas financieros	(87,7)	(49,3)	(38,3)

El cambio en los gastos financieros en 2016 con respecto al año anterior se debió principalmente al reembolso anticipado de líneas de crédito y los costes de operaciones de cobertura vinculados a la transacción Mediaset Premium-Vivendi, por un total de 41,7 millones de EUR.

	2016	2015	Cambio en millones de EUR
Resultado de inversiones de capital	2,4	15,0	(12,6)

Los *ingresos/(gastos) de inversiones de capital* incluyen los ingresos por la medición según la participación de las inversiones en las que el Grupo tiene una influencia significativa sobre el invertido, los ajustes de valor en los activos financieros vinculados con esas inversiones o con otras inversiones de capital, y las ganancias/pérdidas generadas de la enajenación de tales activos.

El cambio en la partida en los dos años se vio impulsado principalmente por el cambio en los ingresos (que ascienden a 2,4 millones de EUR en 2016, frente a 10 millones de EUR en 2015) recibidos por Mediaset España por el ajuste en el precio en relación con la venta a Telefónica del 22 % de la participación accionarial mantenida en Digital Plus (DTS) en el tercer trimestre de 2014.

	2016	2015
EBT	(274,4)	196,5
Impuestos sobre las ganancias	47,9	(86,4)
Tipo impositivo (%)	n.s.	44,0 %
Beneficio neto de actividades interrumpidas	-	-
Intereses minoritarios en el resultado neto	(68,0)	(106,3)
Resultado neto del Grupo	(294,5)	3,8

El tipo impositivo del Grupo en 2016 se vio afectado por el efecto combinado de las distintas bases tributarias en las dos principales áreas geográficas de actividad comercial del grupo.

El cálculo del *tipo impositivo consolidado* en 2015 reflejó el ajuste de los activos de impuestos diferidos netos en Italia tras la reducción en el tipo del impuesto IRES (impuesto de sociedades) desde el 27,5 % al 24 %, con efecto a partir del 1 de enero de 2017, introducido mediante la Ley

de estabilidad para el año 2016 (Ley italiana número 208 de 28 de diciembre de 2015). Este ajuste supuso el reconocimiento de los cargos netos por un total de 22,7 millones de EUR. Neto de este componente, el tipo impositivo consolidado habría sido del 32,4 % en 2015.

Los *intereses minoritarios* se refieren a la parte de los beneficios consolidados netos de Mediaset España, El Towers y Mediaset Premium (11,1 %) y, a partir del último trimestre de 2015, Monradio (20 %). En 2016, la participación de capital mantenida por el Grupo en Mediaset España aumentó desde el 48,76 % al 50,208 %, y la participación de capital mantenida en El Towers ascendió desde el 40,089 % al 40,594 %, como resultado de los planes de recompra de acciones implementados por las filiales.

Balance y posición financiera

El balance del Grupo y su desglose por zona geográfica se comunican a continuación en forma abreviada, reformulados para mostrar los dos principales agregados: **Capital invertido neto** y **Posición financiera neta**, esta última consistente en la Deuda financiera total menos el Efectivo y otros equivalentes de efectivo, y Otros activos financieros. Los detalles de las partidas que componen la Posición financiera neta se proporcionan en la Nota 5.9.

Las tablas siguientes difieren por lo tanto en su disposición del balance legal, que distingue principalmente los activos y pasivos corrientes de los no corrientes.

Las Inversiones de capital y Otros activos financieros incluyen los activos reconocidos en el Estado consolidado de posición financiera como Inversiones de capital en asociadas y empresas conjuntas, y Otros activos financieros reconocidos en el estado consolidado de posición financiera como inversiones de capital y cuentas a cobrar financieras no corrientes (excluyendo por lo tanto los derivados de cobertura, que se incluyen en el Capital circulante neto y Otros activos/pasivos).

El Capital circulante neto y Otros activos/pasivos incluyen los activos corrientes (aparte del efectivo y los equivalentes de efectivo y los activos financieros corrientes incluidos en la Posición financiera neta), los activos y pasivos de impuestos diferidos, los activos no corrientes mantenidos para la venta, las provisiones por riesgos y cargos, los acreedores comerciales y los impuestos pagaderos.

El balance a 31 de diciembre de 2015 ha sido reformulado en comparación con el estado presentado en el Informe anual de 2015, para reflejar el recálculo de los importes de Fondo de comercio y otros activos tangibles e intangibles, tras la finalización del proceso de asignación de precio de compra realizada por el Grupo El Towers el año pasado.

A 31 de diciembre de 2016, el balance incluye los activos y pasivos adquiridos como resultado de las combinaciones de negocios, según lo indicado a continuación en la nota "Combinaciones de negocios". En concreto, el incremento en activos tangibles e intangibles se debe a las frecuencias de radio contabilizadas como consecuencia de la consolidación línea a línea de RadioMediaset; mientras que el incremento en el fondo de comercio se debe principalmente a la asignación del precio de compra (tanto provisional como definitiva) en relación con la combinación de negocios realizada por El Towers en 2016.

(Valores en millones de EUR)

GRUPO MEDIASET

Resumen de balance	31/12/2016	31/12/2015
Derechos de televisión y películas	1629,7	2205,9
Fondo de comercio	964,7	938,4
Otros activos no corrientes tangibles e intangibles	1296,4	1216,8
Inversiones de capital y otros activos financieros	92,7	105,7
Capital neto circulante y otros activos/(pasivos)	(193,6)	(570,9)
Planes de prestaciones posteriores al empleo	(91,8)	(89,1)
Capital invertido neto	3698,3	3806,8
Patrimonio neto del Grupo	1947,7	2293,8
Intereses minoritarios	588,2	653,6
Total patrimonio neto	2535,9	2947,4
Posición financiera neta	1162,4	859,4

El desglose del balance por zona geográfica (Italia y España) se muestra a continuación.

(Valores en millones de EUR)

Resumen de balance (desglose geográfico)	Italia		España	
	31/12/2016	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2015
Derechos de televisión y cinematográficos	1476,8	2017,9	154,1	189,0
Fondo de comercio	313,5	287,2	288,1	288,1
Otros activos no corrientes tangibles e intangibles	1018,8	941,2	277,7	275,5
Inversiones de capital y otros activos financieros	1012,5	1028,7	32,9	29,7
Capital neto circulante y otros activos/(pasivos)	(246,9)	(666,4)	53,1	95,1
Planes de prestaciones posteriores al empleo	(91,8)	(89,1)	-	-
Capital invertido neto	3482,9	3519,5	805,9	877,5
Patrimonio neto del Grupo	2040,4	2358,1	975,4	1061,7
Intereses minoritarios	102,7	109,6	7,9	8,2
Total patrimonio neto	2143,1	2467,7	983,3	1069,9
Posición financiera neta	1339,8	1051,8	(177,4)	(192,4)

En la tabla siguiente, el balance resumido del Grupo a 31 de diciembre de 2015 se desglosa para mostrar los efectos de la consolidación línea por línea de Mediaset España.

Resumen de balance (desglose geográfico)	Italia	España	Eliminaciones/ Ajustes	Grupo Mediaset
Derechos de televisión y cinematográficos	1476,8	154,1	(1,1)	1629,7

Fondo de comercio	313,5	288,1	363,2	964,7
Otros activos no corrientes tangibles e intangibles	1018,8	277,7	-	1296,4
Inversiones de capital y otros activos financieros	1012,5	32,9	(952,7)	92,7
Capital neto circulante y otros activos/(pasivos)	(246,9)	53,1	0,2	(193,6)
Planes de prestaciones posteriores al empleo	(91,8)	-	-	(91,8)
Capital invertido neto	3482,9	805,9	(590,5)	3698,3
Patrimonio neto del Grupo	2040,4	975,4	(1068,1)	1947,7
Intereses minoritarios	102,7	7,9	477,6	588,2
Total patrimonio neto	2143,1	983,3	(590,5)	2535,9
Posición financiera neta	1339,8	(177,4)	-	1162,4

La tabla siguiente es un resumen del *estado de flujo de efectivo* desglosado por área geográfica, que muestra los flujos de efectivo sobre los dos periodos. Al contrario que la disposición de la norma NIC 7 que se utiliza para elaborar el estado legal de flujos de efectivo, la tabla muestra los cambios en la posición financiera neta, que se considera el indicador más significativo de la capacidad del Grupo de cumplir sus obligaciones financieras.

(Valores en millones de EUR)

	Grupo Mediaset	
	2016	2015
Posición financiera neta al inicio del ejercicio	(859,4)	(861,3)
Flujo de efectivo libre	58,8	332,7
Flujo de efectivo de actividades de explotación (*)	1279,0	1282,3
Inversiones en activos fijos	(710,4)	(741,8)
Enajenaciones de activos fijos	4,4	3,7
Cambios en el capital circulante neto y otros activos/pasivos corrientes	(514,1)	(211,5)
Cambio en el perímetro de consolidación	(130,4)	(85,4)
Venta/recompra de acciones propias	(107,0)	(238,6)
Inversiones de capital /inversiones en otros activos financieros	(21,8)	57,4
Dividendos cobrados	3,5	2,6
Dividendos pagados	(106,1)	(66,9)
Excedente/(déficit) financiero	(303,0)	1,9
Posición financiera neta al final del periodo	(1162,4)	(859,4)

(*): Beneficio neto +/- intereses minoritarios + amortizaciones +/- provisiones netas +/- valoración de inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación neta + cambios en las reservas de valoración - ganancias/pérdidas en las inversiones de capital

	Italia		España	
	2016	2015	2016	2015
Estado de flujo de efectivo (desglose por segmentos geográficos) a 31 de diciembre				
Posición financiera neta al inicio del ejercicio	(1051,8)	(1127,0)	192,4	265,7
Flujo de efectivo libre	(185,1)	113,0	243,9	219,8
Flujo de efectivo de actividades de explotación (*)	868,7	862,3	410,7	420,5
Inversiones en activos fijos	(519,2)	(549,3)	(191,5)	(193,2)
Enajenaciones de activos fijos	3,5	3,0	0,9	0,7
Cambios en el capital circulante neto y otros activos/pasivos corrientes	(538,0)	(203,0)	23,8	(8,2)
Cambio en el perímetro de consolidación	(130,4)	(85,4)	-	-
Venta/recompra de acciones propias	(15,6)	-	(91,4)	(238,6)
Inversiones de capital/inversiones en otros activos financieros	(19,1)	66,4	(2,7)	(9,1)
Dividendos cobrados	84,9	22,5	2,6	2,1
Dividendos pagados	(22,7)	(41,3)	(167,4)	(47,5)
Excedente/(déficit) financiero	(288,0)	75,2	(15,0)	(73,3)
Posición financiera neta al final del periodo	(1339,8)	(1051,8)	177,4	192,4

(*): Beneficio neto +/- intereses minoritarios + amortizaciones +/- provisiones netas +/- valoración de inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación neta + cambios en las reservas de valoración - ganancias/pérdidas en las inversiones de capital

El **flujo de efectivo libre** del Grupo ascendió a **58,8 millones de EUR**. En particular, en Italia se generó un flujo de efectivo libre negativo procedente de actividades ordinarias, de (185,1) millones de EUR, en comparación con 113,0 millones de EUR en 2015. La tabla siguiente muestra el **incremento de activos fijos** contabilizado en el estado de flujo de efectivo.

(Valores en millones de EUR)

	Italia		España	
	2016	2015	2016	2015
Incremento en los activos fijos				
Inversiones en derechos de televisión y cinematográficos	(473,0)	(441,0)	(171,4)	(182,9)
Cambios en adelantos sobre derechos de televisión	8,9	(38,0)	(5,6)	4,7
Derechos de televisión y cinematográficos: inversiones	(464,2)	(479,0)	(177,0)	(178,2)
Inversiones en otros activos fijos	(55,1)	(70,3)	(14,6)	(15,0)
Total inversiones en activos fijos	(519,2)	(549,3)	(191,5)	(193,2)

El flujo de efectivo negativo de 130,4 millones de EUR por la partida **Cambio en el ámbito de consolidación** consistió en 75,2 millones de EUR por la adquisición del Grupo Finelco y, para el resto, de desembolsos de efectivo contraídos por el grupo El Towers por adquisiciones en el sector de torres realizadas tanto en el periodo objeto de análisis como en el ejercicio financiero anterior.

La partida **Recompra/venta de autocartera** es relativa a los desembolsos contraídos por la filial Mediaset España y El Towers en relación con los programas aprobados de recompra.

En 2016, la partida **Inversiones de capital y otros activos financieros** incluyó principalmente el desembolso de 33 millones de EUR por la compra de instrumentos de cobertura vinculados a la operación Mediaset Premium-Vivendi, inversiones/desinversiones como parte de las operaciones de *Ad4Ventures*, según lo detallado en la Nota 7.7, y el cobro por Telefónica de 20,2 millones de EUR resultante de la ampliación de capital de Mediaset Premium. En 2015 principalmente se incluyó el cobro de 100 millones de EUR por la venta del 11,1 % de la filial Mediaset Premium SpA y el desembolso de 21,4 millones de EUR por la adquisición de participaciones de capital en RBI SpA, una sociedad holding del Grupo Finelco, e inversiones/desinversiones como parte de las operaciones *Ad4Ventures*.

Los **dividendos distribuidos** en 2016 consistieron en los beneficios distribuidos por Mediaset SpA, por valor de 22,7 millones de EUR y por Mediaset España, por valor de 84 millones de EUR.

RENDIMIENTO DE LA SOCIEDAD MATRIZ

Pasamos ahora al rendimiento de beneficios y los resultados financieros de la Sociedad durante el ejercicio.

Rendimiento del Grupo

A continuación se presenta una cuenta de resultados resumida, con comentarios y datos comparados para el ejercicio anterior.

(Valores en millones de EUR)

	2016	2015
Total ingresos	4,4	7,7
Gastos de personal	18,1	17,3
Compras, servicios, otros costes	13,7	14,7
Costes de explotación varios	1,4	1,3
Amortización, depreciación y rebajas en el valor	0,1	(6,1)
Pérdidas por deterioro y reversión del deterioro sobre los activos fijos	-	-
Costes totales	33,3	27,2
Ganancia/pérdidas por enajenación de activos no corrientes	-	-
EBIT	(28,8)	(19,5)
Dividendos y otros ingresos/(pérdidas) de inversiones de capital	(137,0)	49,0
Ingresos/(pérdidas) financieros	12,7	23,0
Total ingresos/(pérdidas) de actividades financieras e inversiones de capital	(124,3)	72,0
EBT	(153,1)	52,5
Impuestos sobre las ganancias en el ejercicio	(2,1)	2,1
Ganancias/(pérdidas) netas de actividades interrumpidas	-	-
Beneficio/(pérdida) neta	(151,0)	50,4

Total ingresos

Los ingresos cayeron en 3,3 millones de EUR, desde 7,7 millones de EUR en 2015 a 4,4 millones de EUR en 2016.

El cambio se debió principalmente a:

- (1,8) millones de EUR por unos ingresos inferiores debido a las garantías bancarias otorgadas a las filiales;
- (1,4) millones de EUR por la disminución en otros ingresos de años anteriores;
- (0,1) millones de EUR por disminución en otros ingresos e ingresos netos.

Costes totales

Los costes crecieron en 6,1 millones de EUR, desde 27,2 millones de EUR en 2015 a 33,3 millones de EUR en 2016.

El cambio se debió principalmente a:

- + 6,1 millones de EUR debido a menos ingresos por la provisión de riesgos futuros;
- + 2,7 millones de EUR por un aumento de costes por servicios de consultoría y colaboración;
- + 0,8 millones de EUR por costes de personal más altos;
- (1,5) millones de EUR por menos retribución a los consejeros;
- (1,4) millones de EUR por una disminución en los cargos y comisiones bancarios;-
- (0,6) millones de EUR por otros costes netos más bajos.

EBIT

El EBIT, como resultado de los cambios en las partidas antedichas, cayó desde -19,5 millones de EUR en 2015 a -28,8 millones de EUR en 2016.

Activos financieros e inversiones de capital

La gestión financiera en 2016 generó unos ingresos totales de 124,3 millones de EUR, lo que representa una disminución de 196,3 millones de EUR sobre 2015. El resultado se generó por:

- Ingresos/(gastos) financieros netos, que pasaron de 49,0 millones de EUR en 2015 a -137,0 millones de EUR en 2016, con una caída de 186,0 millones de EUR debido a:
 - más dividendos cobrados por las filiales, de 65,8 millones de EUR;
 - cargos por rebajas en el valor de la filial RTI SpA, de 251,8 millones de EUR.
- Ingresos financieros netos, de 12,7 millones de EUR, que disminuyeron en 10,2 millones de EUR sobre el año anterior, como resultado de:
 - ingresos y gastos de filiales, asociadas y empresas conjuntas; gasto de 5,3 millones de EUR. Esta partida incluye los ingresos y gastos de intereses en la cuenta corriente entre sociedades: los ingresos subieron desde 70,1 millones de EUR en 2015 a 73,6 millones de EUR en 2016, representando un incremento de 3,5 millones de EUR, mientras que los cargos ascendieron a 0,3 millones de EUR, representando una disminución de 1,8 millones de EUR sobre el año anterior.
 - (7,3) millones de EUR por otros cargos hacia terceros, una subida desde -45,1 millones de EUR en 2015 a -52,4 millones de EUR en 2016. Esta partida se compuso de:
 - gasto de intereses de 35,9 millones de EUR sobre los bonos corporativos: el primer bono se emitió el 1 de febrero de 2010, por un importe nominal total de 300 millones de EUR, con un cupón anual bruto del 5 % pagadero el 1 de febrero de cada año, y un plazo de 7 años; el segundo bono se emitió el 24 de octubre de 2013 por un importe nominal de 375 millones de EUR, con un cupón anual bruto del 5,125 %, pagadero el 23 de enero de cada año. La fecha de vencimiento de este bono es el 24 de enero de 2019;
 - Intereses IRR de 1,6 millones de EUR;
 - costes de transacción sobre préstamos de 6,0 millones de EUR;
 - cargos netos sobre derivados *collar* de tipos de interés, de 6,7 millones de EUR;
 - otros gastos financieros netos de 2,2 millones de EUR;

- (8,2) millones de EUR como resultado neto de las operaciones con valores.

EBT e impuestos sobre las ganancias

Los beneficios antes de impuestos mostraron una pérdida en el ejercicio de 153,1 millones de EUR, una subida de 205,6 millones de EUR en comparación con el año anterior.

La cuenta de resultados se vio afectada positivamente por unos ingresos por impuestos de 2,1 millones de EUR, debidos principalmente a **ingresos de IRES por consolidación de impuestos**.

Beneficio en el ejercicio

El ejercicio finalizó con una pérdida de 151,0 millones de EUR en comparación con un beneficio de 50,4 millones de EUR en 2015, una caída de 201,4 millones de EUR.

Balance y posición financiera

A continuación se presenta un balance resumido. Las partidas han sido reformuladas con respecto al balance legal, que indica los activos y los pasivos como corrientes y no corrientes, con el objeto de mostrar los dos principales agregados, "Capital invertido neto" y "Posición financiera neta"; este último se compone de "Efectivo y equivalentes de efectivo" y "Otros activos financieros", menos "Deuda financiera total" y "Otros pasivos corrientes".

Las "Inversiones de capital" y "Otros activos financieros no corrientes" incluyen los activos reconocidos en el estado de posición financiera como "Inversiones en filiales y en otras sociedades", y como "Cuentas a cobrar y activos financieros". El "Capital circulante neto" y "Otros activos/(pasivos)" incluyen los activos corrientes (excluidos el efectivo y los equivalentes de efectivo y los activos financieros corrientes incluidos en la "Posición financiera neta"), las provisiones por riesgos y cargos corrientes, los deudores comerciales y los impuestos pagaderos.

En las notas se proporciona un desglose detallado de los principales componentes de la "Posición financiera neta".

(Valores en millones de EUR)

	31/12/16	31/12/15
Inversiones y otros activos financieros no corrientes financieros	2235,4	1473,0
Activos tangibles e intangibles	4,6	4,6
Activos de impuestos adelantados/(diferidos)	149,2	73,2
Pasivos financieros no corrientes	(15,6)	(3,4)
Provisión por riesgos y cargos no corrientes	(1,3)	(1,3)
Total activos/(pasivos) no corrientes	2372,3	1547,0
Capital circulante neto y otros activos/(pasivos) financieros corrientes	(132,8)	(49,9)
Capital invertido neto	2239,5	1497,1
Patrimonio neto	1710,6	1877,8
Posición financiera neta	(528,9)	380,7

Los principales cambios en el balance a 31 de diciembre de 2016, en comparación con las posiciones a 31 de diciembre de 2015, se resumen a continuación.

El valor de las Inversiones de capital y otros activos financieros no corrientes, equivalente a 2235,4 millones de EUR, registró un incremento de 762,4 millones de EUR. Este cambio se debió casi exclusivamente al incremento, por valor de 1000 millones de EUR, en el valor de la inversión en RTI SpA, como resultado de la recapitalización de la filial mediante la amortización de una parte de las cuentas a cobrar de préstamos, netas de rebajas en el valor, por un total de 251,8 millones de EUR, para hacer coincidir el valor en libros de la filial con el del patrimonio neto.

Las cuentas a cobrar por activos de impuestos diferidos, netos de pagaderos por pasivos de impuestos diferidos, aumentaron principalmente como resultado de la provisión por pérdidas de impuestos.

El capital circulante neto, que asciende a -132,8 millones de EUR, disminuyó en 82,9 millones de EUR. El cambio se debió principalmente al incremento en el IRES pagadero a filiales por la consolidación de impuestos, que creció desde 102,0 millones de EUR en 2015 hasta 185,2 millones de EUR en 2016.

La Posición financiera neta disminuyó en 909,6 millones de EUR, desde un saldo positivo de 380,7 millones de EUR en 2015, a un saldo negativo de 528,9 millones de EUR en 2016. Este cambio se debió principalmente a:

- la disminución en las cuentas a cobrar financieras de sociedades matrices, de 610,3 millones de EUR, de los cuales 687,8 millones de EUR de RTI SpA, que se vio afectada por la renuncia a las cuentas a cobrar por la recapitalización de la sociedad por parte de Mediaset, equivalente a 1000,0 millones de EUR;
- el incremento en las cuentas a pagar financieras corrientes, de 406,7 millones de EUR.

El patrimonio neto, que asciende a 1710,6 millones de EUR, disminuyó en 167,2 millones de EUR sobre el año anterior, como resultado de la pérdida del ejercicio.

La tabla siguiente es un estado resumido de flujo de efectivo que muestra los flujos de efectivo sobre los dos periodos. Las partidas han sido reformuladas con respecto a la disposición de la norma NIC 7 utilizada para elaborar el estado legal de flujos de efectivo con el objeto de mostrar los cambios en la Posición financiera neta, teniendo en cuenta el indicador más significativo de la capacidad de la sociedad de cumplir sus obligaciones financieras.

(Valores en millones de EUR)

	31/12/16	31/12/15
Posición financiera neta al inicio del ejercicio	380,7	366,7
Flujo de efectivo libre	(1001,7)	(12,3)
- Flujo de efectivo de actividades de explotación	(692,1)	(112,2)
- Inversiones de capital y otros activos financieros corrientes	(351,3)	102,1
- Cambio en el capital circulante y otros activos/pasivos	41,7	(2,2)
Dividendos recibidos	114,8	49,0
Dividendos pagados	(22,7)	(22,7)
Excedente/déficit financiero	(909,6)	14,0
Posición financiera neta al final del ejercicio	(528,9)	380,7

CONCILIACIÓN ENTRE EL BENEFICIO NETO Y EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO Y DE LA SOCIEDAD MATRIZ

(Comunicación de CONSOB 6064293 de 27 de julio de 2006)

	Patrimonio neto a 31/12/2016	Resultado neto 2016	Patrimonio neto a 31/12/2015	Resultado neto 2015
Según el balance y la cuenta de resultados de Mediaset S.p. A.	1710,6	(151,0)	1877,8	50,4
Exceso de patrimonio neto, incluidos los ingresos brutos en el periodo, sobre el valor en libros de las inversiones en filiales y sociedades afiliadas	1185,1	28,7	1497,5	197,7
Ajustes de consolidación derivados de:				
Eliminaciones de ganancias/pérdidas intragrupo no realizadas	(355,9)	10,4	(373,3)	(66,9)
Eliminaciones de dividendos	-	(114,8)	-	(68,6)
Otros ajustes de consolidación	(3,9)	0,1	(54,3)	(2,5)
Total	2535,9	(226,5)	2947,7	110,1
Intereses minoritarios	(588,2)	(68,0)	(654,0)	(106,3)
Según los estados financieros consolidados	1947,7	(294,5)	2293,8	3,8

DIVULGACIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS E INCERTIDUMBRES A LOS CUALES SE EXPONE EL GRUPO

Sistema de gestión del riesgo empresarial en el Grupo Mediaset

Como parte integral de su Sistema de controles internos y gestión del riesgo, el Grupo Mediaset ha adoptado un modelo de gestión del riesgo, tanto en Italia como en España, con el objeto de poder responder mejor a los riesgos a los cuales se encuentra expuesto estructuralmente.

El Sistema de controles internos y gestión del riesgo, según la definición del Código de gobierno corporativo, es "el conjunto de normas, procedimientos y estructuras organizativas diseñados para permitir que un negocio se realice de una manera próspera y adecuada de conformidad con objetivos preestablecidos, mediante un proceso adecuado de identificación, medición, gestión y supervisión de los principales riesgos. Un sistema efectivo de controles internos contribuye a garantizar la protección de los activos de la sociedad, la eficiencia y la efectividad de las operaciones comerciales, la fiabilidad de la información financiera, y el cumplimiento de las leyes y reglamentos aplicables".

El Grupo ha adoptado la metodología ERM (*Enterprise Risk Management*, gestión del riesgo empresarial), ya identificada como metodología de referencia en las Directrices sobre el Sistema de controles internos y gestión del riesgo, emitidas en 2008 y desde entonces actualizadas ocasionalmente por el Consejo de Administración.

Las Directrices se han implementado mediante el establecimiento de una serie de medidas operativas encaminadas a identificar y regular las actividades, las responsabilidades y los flujos de información necesarios para la gestión de los riesgos ("Política del sistema de controles internos").

El proceso periódico de identificación y evaluación de riesgos ha determinado que el control de los riesgos de la Sociedad se está gestionando adecuadamente en general. En los últimos años, el Grupo ha demostrado la voluntad y la capacidad de adaptar progresivamente los métodos de control de los riesgos estratégicos y de proceso, tanto en relación con la evolución en el entorno competitivo como las oportunidades de crecimiento ofrecidas por el mercado, sabiendo que la situación económica actual y los principales cambios en el mercado del sector industrial tienden a generar altos niveles de incertidumbre y por lo tanto requieren una supervisión continua y un alto grado de atención.

Los principales riesgos e incertidumbres

La consecución de objetivos estratégicos, así como el rendimiento operativo, de capital y financiero del Grupo Mediaset, se ven influidos por diversos factores de riesgo contingentes e incertidumbres que principalmente son de los tipos siguientes:

- Riesgos externos y del sector industrial, vinculados principalmente al ciclo económico, la evolución de los mercados de referencia intermedios y finales (consistentes en la demanda de consumo de contenido audiovisual y entretenimiento, y demanda de franjas publicitarias) y la evolución de la competencia y el entorno regulatorio.
- Los riesgos relacionados con los planteamientos estratégicos y las políticas adoptadas, así como la gestión de los principales procesos "operativos" vinculados a la gestión, también de manera progresiva (por ejemplo, mediante asociaciones y alianzas) de los modelos de retransmisión, comerciales, técnicos y de infraestructuras, utilizados para coordinar y gestionar los insumos de producción y los activos estratégicos (personal directivo, contenido y red de distribución) empleados en el negocio principal de la producción y retransmisión de la oferta de televisión, también en relación con aspectos de riesgo vinculados con la reputación de la Sociedad y la responsabilidad social;

- Riesgos financieros relacionados con la gestión de las necesidades e intereses financieros, y fluctuaciones en el tipo de cambio;
- Riesgos vinculados a la gestión de las controversias judiciales;
- Riesgos vinculados a las políticas medioambientales;
- Riesgos vinculados al Gobierno corporativo.

A continuación se proporciona una descripción, para cada una de las principales fuentes de riesgo e incertidumbre, de su naturaleza y de las medidas principales de gestión y mitigación instauradas por la dirección.

Riesgos externos y del sector industrial

Riesgos vinculados al rendimiento de la economía

El negocio principal de Grupo Mediaset depende en gran medida del rendimiento de las inversiones publicitarias, que son estructuralmente cíclicas y que están estrechamente vinculadas, aunque con diferencias entre los diversos sectores de producto, al rendimiento general de la economía y el crecimiento de los mercados finales en los cuales operan las sociedades. Después de la larga recesión en la economía mundial iniciada por la crisis financiera global de 2008, y que se vio agravada en los años siguientes por la crisis de deuda soberana en Europa, con respecto a la cual Italia y España fueron de los países más expuestos, en los últimos dos años, las dos áreas de negocio geográficas del Grupo se han recuperado, con un crecimiento económico débil en Italia aunque más sólido en España. Una contribución positiva a su recuperación ha venido de la posición de política comunitaria abierta del BCE y las tendencias en el precio del petróleo, circunstancias ambas que, sin embargo, no pueden considerarse necesariamente estructurales en su naturaleza.

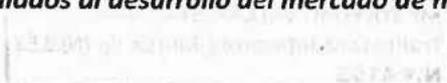
El impacto de la recesión sobre los mercados publicitarios en los dos países fue claramente negativo; sin embargo, la tradicional tendencia para inversiones publicitarias en tiempos de crisis, de centrarse en la televisión de interés general, que garantiza una mayor visibilidad en el mercado masivo, permitió al Grupo consolidar su cuota de mercado tanto en Italia como en España. La recuperación continua en el crecimiento económico y el consumo final serán una condición esencial para fomentar y respaldar políticas comerciales que suban los precios para la venta de espacio publicitario, que en los años recientes ha sufrido en gran medida.

El liderazgo de mercado de Mediaset en términos de su cuota de mercado publicitaria y sus resultados de retransmisión en segmentos objetivo, junto con su sólida priorización, particularmente en Italia, en sus planes de reducción de costes, ha permitido que el Grupo consolide su estabilidad financiera a medio plazo y, una vez se hayan estabilizado las condiciones generales del mercado, podrá recuperar la rentabilidad financiera de una manera más efectiva y dinámica.

Es probable que las condiciones económicas generales en 2017 se vean afectadas por los resultados de las elecciones generales en varios grandes países europeos, y seguirán afectando a las perspectivas del mercado publicitario en las dos áreas geográficas de negocio del Grupo.

Más detalles acerca del análisis de la tendencia económica general y los principales indicadores económicos y financieros durante 2016 pueden encontrarse en la sección "La tendencia económica general", en una parte anterior de este documento.

Riesgos vinculados al desarrollo del mercado de medios y comunicaciones



Cambios tecnológicos, fragmentación de la audiencia e incremento en la competencia

Los modelos tradicionales de emisoras se están exponiendo ahora constantemente al proceso de ampliación del escenario competitivo tradicional, impulsado principalmente por la evolución tecnológica. El establecimiento de nuevas e innovadoras plataformas de distribución está modificando gradualmente la forma de consumo de los usuarios finales, llevándolos a modelos más a la medida, y menos estandarizados, en lo que respecta al uso de los servicios, el contenido y la publicidad.

Las principales tendencias de mercado que representan nuevas fuerzas competitivas pueden resumirse de la manera siguiente:

- el progreso tecnológico ha cambiado constantemente los métodos de uso de contenidos, hacia unos medios más interactivos/a demanda, que favorecen específicamente la migración de los miembros más jóvenes del público hacia formas más "a la medida";
- la demanda de contenido de entretenimiento sigue registrando tasas de crecimiento, tanto en los medios tradicionales como en las nuevas plataformas;
- para el sector de la televisión comercial en general, la convergencia de plataformas de retransmisión es, por un lado, un factor creador de oportunidades de crecimiento (ofertas multicanal y televisión de pago) pero, por el otro, plantea amenazas potenciales como por ejemplo la fragmentación de la audiencia y un incremento en el número general total de plataformas disponibles para acceder al contenido de televisión (satélite, Internet, móvil, etc.), lo cual supone una mayor complejidad en el entorno competitivo;
- la multiplicación de plataformas de retransmisión está incrementando el valor del contenido de las retransmisiones y fortaleciendo la ventaja competitiva de los operadores "tradicionales", que tienen los conocimientos para la concepción, desarrollo y empaquetado de contenido y la creación de programaciones;
- la ausencia de barreras tecnológicas está incrementando el riesgo de que las emisoras tradicionales sean sobrepasadas por grupos propietarios de contenido y formatos originales, o por operadores de Internet, algunos de los cuales están empezando a trasladarse a la compra de contenidos en el mercado, en un intento de duplicar modelos de oferta que compitan con los de las cadenas;
- en particular, el mercado italiano se caracteriza en la actualidad por la presencia de varios operadores de televisión de pago, con dos participantes principales. En los últimos dos años, este mercado ha experimentado una estabilización sustancial en la base general de clientes y una intensa competencia en el área de contenidos;
- en España, el escenario competitivo en el sector de televisión generalista, hasta hace unos pocos años, se vio caracterizado por un mayor número de operadores y, por consiguiente, una mayor fragmentación de la audiencia y una competencia por un contenido de calidad. Posteriormente, mediante fusiones empresariales, el mercado se ha consolidado alrededor de dos principales grupos privados, que son Mediaset España y Atresmedia.

La situación descrita más arriba podría suponer el riesgo de menos interés de los telespectadores en la televisión generalista gratuita, parte de los cuales son ahora más sofisticados y exigentes por los nuevos medios de comunicación y, por consiguiente, puede existir riesgo para el Grupo de que no se cubran adecuadamente las oportunidades resultantes de los nuevos negocios emergentes. El planteamiento estratégico de Mediaset frente al riesgo

principal generado por estas fuerzas competitivas es el de fortalecer su modelo actual de agregador y emisor multicanal y multiplataforma que, para el Grupo, representan la respuesta apropiada para enfrentarse a los retos del mercado y el desarrollo de los modelos de consumo, estableciendo un sistema de retransmisión integrado en el cual se posicionen los diversos componentes (televisión generalista gratuita, televisión gratuita multicanal, televisión de pago lineal y televisión de pago no lineal) en línea con el “mercado” y mediante el establecimiento de mecanismos organizativos capaces de garantizar una coordinación operativa efectiva, tanto en términos de producción de contenido/estrategias de adquisición como de ventas. Este planteamiento permite al Grupo mantener una cobertura, mediante la televisión de interés general gratuita y los canales temáticos gratuitos más atractivos, de la audiencia más altamente concentrada, así como la cobertura, a través del modelo basado principalmente en la oferta de televisión de pago, de audiencias más fragmentadas.

En la implementación de esta estrategia, Mediaset disfruta de una ventaja competitiva por su larga experiencia en el negocio de la televisión de interés general y los conocimientos que ha adquirido como emisora de interés general, que ha liderado el camino en el desarrollo de ofertas y modelos innovadores (por ejemplo, servicios de prepago y de pago por visión). Junto con el desarrollo del servicio Premium Play y el lanzamiento de Tgcom24, en 2013 se introdujo el servicio innovador a demanda Infinity, mientras que las directrices para el plan 2017-2020 centrarán sus esfuerzos en el desarrollo del primer contenido digital online.

A tal efecto, el Grupo puede aprovechar unos recursos altamente formados que son expertos en distintas áreas del segmento de televisión gratuita, y en los últimos años también ha nombrado a personas que aportan una nueva experiencia profesional para consolidar las aptitudes del Grupo establecidas en las áreas de innovación y desarrollo.

Cobertura del mercado de contenidos

Otro elemento que caracteriza a la evolución del sector de medios y comunicaciones es el valor en crecimiento del contenido.

En Italia, Mediaset, a través de su filial R.T.I. SpA, es propietaria de la mayor biblioteca italiana de derechos de retransmisión de televisión y una de las mayores de Europa, gracias a acuerdos a largo plazo con los principales estudios y distribuidores americanos, y productores independientes americanos y europeos (películas para televisión, telenovelas, miniseries y series de televisión) que garantizan la cobertura de las necesidades de los negocios de televisión gratuita y televisión de pago del Grupo.

El Grupo Mediaset, mediante sus inversiones en las empresas Medusa Film y Taodue, compañías líderes en la distribución y en la producción interna de contenido y productos de televisión y cinematográficos, tiene el control y el acceso sobre los mejores productos nacionales, tanto cinematográficos como de televisión. Como resultado de las significativas inversiones realizadas en 2014, el Grupo ha logrado un acceso a largo plazo a los eventos deportivos más importantes para sus canales Premium (desde el campeonato de liga Serie A, con los principales clubs de fútbol italianos, hasta la temporada 2017/2018, sobre el cual el Grupo tiene los derechos exclusivos en Italia para todas las plataformas en la temporada, en el periodo de tres años 2015-2018), que representa un cambio importantísimo en el mercado de derechos de retransmisión de pago a nivel nacional.

La cobertura de los riesgos vinculados al control del mercado de contenidos también significa una mayor atención al contenido producido en mercados supervisados constantemente para buscar un contenido innovador y a través del esfuerzo continuo del Grupo en conjunción con otros participantes internacionales, ante los organismos de competencia, para salvaguardar el modelo industrial de las emisoras, garantizando la protección de los derechos de autor en la web.

Riesgos vinculados a la evolución del mercado publicitario

Las ventas de publicidad en televisión siguen siendo la principal fuente de ingresos del Grupo, aunque en los últimos años el Grupo ha consolidado progresivamente otras fuentes de ingresos, consistentes principalmente en el negocio de televisión de pago y el desarrollo de operaciones complementarias (venta de contenido multiplataforma, teletienda y distribución de películas).

En el entorno actual general y del sector industrial, las ventas publicitarias están sujetas a unos ciclos económicos más cortos. También son extremadamente sensibles a la tendencia económica general y a la evolución de los mercados en los que operan sus clientes, y se ven afectadas estructuralmente por la expansión del entorno competitivo debido a una evolución tecnológica continua, que genera procesos estructurales de fragmentación y diversificación en el consumo de productos y los medios audiovisuales multiplataforma.

En este escenario, los datos sobre audiencia total de televisión en Italia muestran una tendencia esencialmente estable en el consumo de la televisión. Sin embargo, este crecimiento se divide en una mayor variedad y número de canales, lo cual ha acompañado al incremento en los últimos años de la penetración de la plataforma digital terrestre, lo que supone una erosión constante y natural de la cuota de audiencia de la televisión mantenida por los canales de televisión históricos y generalistas.

En los próximos años, el modelo de televisión gratuita de interés general seguirá representando el medio principal para llegar a un alto número de telespectadores, aunque queda claro que, particularmente en el entorno económico actual, se ha producido un incremento en el atractivo y por lo tanto la competencia de canales semigeneralistas que tienen una mayor capacidad para centrarse en el perfilado de objetivos específicos.

Por lo tanto, la estrategia comercial del Grupo está encaminada, en el actual periodo de recesión económica, a fortalecer sus cuotas generales de audiencia, garantizadas por su conjunto de ofertas de retransmisión, lo cual, con el aumento en la cifra total de audiencia, garantiza por sí mismo un mayor número de contactos publicitarios, pero también, sobre todo, supone un aprovechamiento comercial mediante la optimización de su mezcla y la disponibilidad de una multiplataforma integrada y de una oferta *cross media* única en Italia.

Mediaset busca aplicar esta estrategia tanto en Italia como en España, donde el Grupo opera con sus propias empresas exclusivas de ventas publicitarias internas Publitalia '80 y Publiespaña. A lo largo de los años, estas empresas han consolidado su liderazgo en el mercado, mediante el desarrollo de modelos operativos y de gestión, capaces de responder rápidamente a las necesidades cambiantes de los inversores publicitarios y a la evolución en el mercado común mediante la atracción de nuevos inversores, y mediante el desarrollo de políticas comerciales diseñadas para maximizar la capacidad de las emisoras de televisión de segmentar los objetivos más atractivos comercialmente y de optimizar el posicionamiento de las franjas publicitarias dentro de la programación.

Utilizando este conocimiento experto, el Grupo, mediante la creación de agentes altamente especializados (Digitalia '08 en Italia, especializada en ventas de publicidad para canales digitales de televisión de pago, y Publimedia Gestión en España, y la inversión de capital al 50 % con Mondadori en la empresa Mediamond) también controla las ventas publicitarias en otros medios desarrollados por el Grupo. En particular, desde 2014, Mediamond se ha visto fortalecido por la transmisión desde el Grupo Mondadori de las actividades y los contratos de licencia sobre los medios previamente gestionados por Mondadori Pubblicità. Las empresas de ventas publicitarias internas del Grupo pretenden centrarse en las ventas multimedia, aprovechando las ventas publicitarias en televisión, la web, en medios escritos y la radio, con una cobertura sin parangón en toda la escena nacional. Las cifras de cuotas de mercado logradas

por los agentes del Grupo, dentro de sus respectivos mercados publicitarios, se muestran en las secciones específicas de este informe que analizan las actividades comerciales del Grupo. Aquellas relativas a la concentración de clientes se presentan en la sección sobre gestión de riesgos financieros, en las Notas explicativas a los estados financieros.

Riesgos vinculados a los cambios regulatorios

El Grupo Mediaset opera en diversas áreas comerciales que se rigen por reglamentos estrictos. Cualquier incumplimiento de los reglamentos constituye por lo tanto un factor de riesgo para su negocio principal y una posible fuente de daño financiero (aplicación de sanciones administrativas) a la imagen y la reputación.

Los riesgos de cumplimiento se refieren a la ampliación de las áreas de negocio que se rigen por reglamentos, o la introducción de reglamentos que sean más estrictos que los reglamentos existentes sobre límites antimonopolio, la protección de menores frente a la escucha y visionado de determinados tipos de contenido, la saturación, las franjas, las pausas publicitarias, la salvaguarda del pluralismo y del tratamiento equitativo, la limitación de emisiones electromagnéticas y las restricciones de la ordenación urbana a la construcción de infraestructuras; el proceso de revisión regulatoria ha surgido por la necesidad de tomar medidas relativas a la simetría regulatoria entre el sector de televisión y los nuevos servicios, en particular los servicios que pueden utilizarse por Internet; estabilización del escenario de infraestructura de referencia, es decir, la identificación, al menos durante un plazo adecuado, de la digital terrestre como la plataforma de elección para la retransmisión de canales de televisión y en particular los canales gratuitos; y reforma de las emisoras públicas en términos de gobierno y configuraciones operativas.

La diversidad de los procesos de producción y gestión, la multiplicidad de actores que participan en cada uno de los mismos, la complejidad y el alto número de reglamentos aplicables a los diversos procesos y los amplios márgenes para la interpretación de los diversos reglamentos significan que, para limitar los riesgos, es fundamental supervisar el desarrollo de los reglamentos para garantizar que se cumplan.

En su conjunto, la investigación, la divulgación y la supervisión operativa están bien establecidas y son efectivas en la gestión de los riesgos de incumplimiento del reglamento aplicable, también gracias a la creación de funciones específicas en la empresa.

Independientemente de la efectividad de la supervisión, puede que sigan existiendo determinados elementos y situaciones que no puedan controlarse, y para las cuales sea difícil predecir los efectos en las operaciones o el impacto sobre el público.

En la sección "Desarrollo de la situación legislativa en el sector de la televisión" se presenta una explicación más detallada del escenario regulatorio.

Riesgos vinculados a la implementación de estrategias y los principales procesos operativos

Reputación y relaciones con los grupos de interés

Uno de los principales objetivos estratégicos del grupo Mediaset es la capacidad de mantener e incrementar la innovación de contenidos y la percepción de valor de marca a lo largo del tiempo, manteniendo al mismo tiempo el desarrollo del modelo de negocio.

En relación con este objetivo, existe un riesgo de establecer estrategias e iniciativas de retransmisión y comunicaciones dirigidas al mercado financiero y al público, que podrían tener un impacto negativo sobre la percepción de la marca Mediaset.

El riesgo de desarrollar iniciativas de retransmisión y comunicaciones que podrían tener un impacto negativo sobre la marca Mediaset está controlado principalmente por la priorización continua en determinados elementos y procesos, en particular:

- la programación está supervisada mediante un análisis diario del comportamiento de los telespectadores, tanto en términos de cuota de audiencia como en calificación de los programas retransmitidos y, por consiguiente, de la percepción del telespectador del planteamiento editorial adoptado por las cadenas, así como a través de iniciativas constantes para garantizar la protección y el respeto de los menores y que se preste atención a las cuestiones de responsabilidad social (una información más detallada sobre estas actividades puede encontrarse en la siguiente sección de este informe);
- los procesos de comunicación al mercado financiero y al público;
- los procesos de producción y su capacidad de generar productos innovadores de alta calidad.

Riesgos vinculados a la política de establecimiento de asociaciones y alianzas

Históricamente, el Grupo ha buscado una estrategia de crecimiento externo basado en una política centrada en el establecimiento de asociaciones y alianzas claramente definidas, con el objetivo de garantizar que las oportunidades de integración de negocio y/o internacionalización que se hayan identificado se correspondan con los objetivos de rentabilidad financiera de la inversión inicial. Estos tipos de operaciones exponen al Grupo a los riesgos de aprobación relativos a autorizaciones, la implementación de modelos comerciales y los planes comerciales vinculados, así como el riesgo de cambios en los escenarios políticos y regulatorios en los sectores industriales y/o zonas geográficas que no sean los habituales, y el deterioro de los conocimientos expertos de los participantes en asociaciones y alianzas, con el resultado de un riesgo potencial de pérdida en el valor de las inversiones realizadas.

Riesgos vinculados a la interrupción del negocio

El riesgo de interrupción o reducción en el negocio puede dividirse en dos circunstancias:

- riesgo de que la infraestructura de redes no sea adecuada para garantizar el nivel de servicio en términos de disponibilidad;
- riesgo de un fallo parcial en la cobertura de área local, debido a limitaciones impuestas por la coordinación internacional;
- riesgo de un fallo parcial en la cobertura de área local, debido a la asignación de las frecuencias, actualmente para retransmisión, a otros servicios.

Elettronica Industriale S.p.A. tiene una licencia de operador de redes y los derechos a utilizar las frecuencias necesarias para transmitir 5 multiplexes con cobertura nacional.

Los transmisores de la transmisión y las frecuencias de emisión, de los cuales Elettronica Industriale S.p.A. tiene los derechos de uso, son propiedad suya y se encuentran anclados a 1700 torres tecnológicas operadas por la filial El Towers S.p.A., con arreglo a un contrato marco entre las dos sociedades (en adelante, el "Contrato"). Las torres de El Towers S.p.A. abarcan a una media del 95 % de la población italiana.

Los sistemas de transmisión y retransmisión de señal cumplen los requisitos de niveles de alta disponibilidad usando equipos que garantizan un alto nivel de fiabilidad (alta disponibilidad o sistemas de tolerancia frente a fallos). Asimismo, los sistemas principales de distribución de la señal están equipados con sistemas de apoyo.

El proceso de diseño para la infraestructura de red está bien establecido y se basa en una arquitectura que utiliza varios recursos alternativos (redes de puente de radio, satélites, fibra óptica) garantizando de esta forma una mayor seguridad en el transporte de la señal y una infraestructura óptima en términos de fiabilidad.

A través de sus centros locales, El Towers S.p.A. realiza una supervisión continua de conformidad con los términos del Contrato, con el objeto de garantizar la calidad y la disponibilidad de la retransmisión de señal de televisión por Elettronica Industriale S.p.A. (la supervisión remota se proporciona las 24 horas para las principales ubicaciones, y 19 de las 24 horas para las otras). Además, la estación de control de señal (MCR) en Cologno Monzese realiza comprobaciones específicas, también en respuesta a las alertas de clientes externos que alquilan la red.

El Towers S.p.A. realiza un mantenimiento preventivo sobre los diversos elementos de equipo de conformidad con los términos del Contrato.

En Italia, desde mediados de 2012, todas las emisoras de televisión han venido utilizando exclusivamente la tecnología digital. El Grupo Mediaset, que ha creído en esta nueva tecnología desde su nacimiento en 2003, ha adoptado un papel decisivo en la conversión del sistema de televisión italiano a la tecnología digital, gracias a su experiencia (también reconocida por las autoridades competentes) y su conocimiento del marco general de referencia.

A través de Elettronica Industriale S.p.A., el Grupo ha realizado esfuerzos significativos para garantizar el crecimiento en la cobertura, que ahora alcanza al 95 % de la población para los multiplexes 1, 2, 3 y 5 de Mediaset, y al 96 % para el multiplex 4 de Mediaset.

El Grupo es miembro de la asociación industrial comercial Confindustria Radio TV, junto con RAI, SKY y otros operadores nacionales y locales cuyos objetivos incluyen la salvaguarda de las frecuencias reservadas actualmente a la retransmisión.

Riesgos financieros

La economía global registró un crecimiento medio de alrededor del 2,8 % en 2016, en línea con las cifras del año anterior. El PIB de la Eurozona creció el 1,7 %, registrando una mejora gradual, gracias al impulso proporcionado por la demanda interna. Sin embargo, todavía existían diferencias significativas entre las economías de los diversos países de la Eurozona.

Tras una fuerte recesión, el PIB de Italia creció +1,0 % anualmente. El alza de la economía italiana continuó, aunque a un ritmo más lento, debido principalmente al impacto positivo de la demanda interna, así como al incremento en el consumo de los hogares.

En este entorno económico, el Grupo Mediaset continuó su estrategia de reducción de costes e inversión.

Se priorizó en concreto la consolidación de las cuentas a pagar financieras mediante la renegociación de líneas de crédito comprometidas, por un importe de total de 750 millones de EUR, con el propósito de reducir los costes y ampliar los vencimientos.

Estos esfuerzos continuaron, con otros 100 millones de EUR formalizados en febrero de 2017.

El 1 de febrero de 2017, Mediaset reembolsó, al vencimiento, un bono corporativo de 300 millones de EUR emitido en febrero de 2010, mediante el uso de líneas de crédito renegociadas.

De conformidad con la política del Grupo sobre liquidez (Política sobre riesgos financieros, última versión de mayo de 2015), la exposición financiera media no supera al 80 % del importe total proporcionado en la actualidad por los prestamistas.



La presencia de una deuda a tipo variable y la adquisición de derechos de retransmisión de televisión y películas en divisas distintas al euro (principalmente el dólar de Estados Unidos) exponen claramente al Grupo a los riesgos vinculados a las fluctuaciones en los tipos de interés y de cambio. De conformidad con sus políticas de gestión del riesgo financiero, el Grupo, por medio de contratos de derivados suscritos con terceros, ha adoptado un planteamiento de gestión de tales riesgos, encaminado a eliminar el efecto de las fluctuaciones en el tipo de cambio mediante el establecimiento por adelantado del valor al cual se reconocerán esos derechos una vez adquiridos, y el establecimiento o limitación de diferencias en el flujo de efectivo libre debido a los cambios en el mercado de los tipos de interés, sobre la deuda a medio/largo plazo.

En la sección específica de las Notas explicativas de los Estados financieros consolidados del Grupo denominada "Divulgaciones adicionales acerca de instrumentos financieros y políticas de gestión del riesgo", se puede encontrar una información más detallada relativa a las políticas de gestión del riesgo financiero, incluidas aquellas relativas a los análisis de sensibilidad sobre tipos de cambio.

Riesgos vinculados a la gestión de controversias jurídicas

Por la naturaleza de su negocio, el Grupo está sujeto al riesgo de litigios jurídicos en el desempeño de sus actividades. El Grupo ha realizado las asignaciones apropiadas a provisiones de riesgo, reconocidas en pasivos en los estados financieros del Grupo, teniendo en cuenta las obligaciones actuales relativas a acontecimientos pasados de naturaleza legal o contractual, o derivados de declaraciones o acciones adoptadas por la sociedad que pudieran dar lugar a expectativas bien fundadas por terceros de que la sociedad es responsable o tiene que aceptar la responsabilidad relativa al cumplimiento de una obligación.

En los comentarios que se contienen en la sección específica de las Notas explicativas se proporciona una información más detallada con respecto a las principales controversias jurídicas pendientes en la actualidad.

Riesgos vinculados a las políticas medioambientales

En Italia, la exposición a los campos eléctricos, magnéticos y electromagnéticos se rige por la Ley marco italiana número 36 de 2001 y el Decreto presidencial italiano del Consejo de Ministros de 8/7/2003, que establece los límites de exposición para la población a los campos eléctricos, magnéticos y electromagnéticos con una frecuencia que va desde los 100 kHz a los 300 GHz, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

	Potencia del campo eléctrico E (V/m)	Potencia del campo magnético H (A/m)	Densidad energética D (W/m ²)
Límite de exposición	20	0,05	1
Valor de atención	6	0,016	0,1
Objetivo de calidad	6	0,016	0,1

El límite de exposición es el valor del campo eléctrico, magnético y electromagnético, considerado como el valor de emisión, establecido para proteger la salud de efectos negativos, que no debe excederse bajo ninguna circunstancia de exposición de la población y trabajadores.

El valor de atención es el valor del campo eléctrico, magnético y electromagnético, considerado como el valor de emisión, que no debe excederse en áreas residenciales, escuelas y lugares de estancia prolongada.

Los objetivos de calidad son:

- criterio de ubicación, normas de planificación urbana, requisitos e incentivos para el uso de las mejores tecnologías disponibles, según lo indicado en las leyes regionales;
- los valores del campo eléctrico, magnético y electromagnético, establecidos por el gobierno para la progresiva mitigación de las exposiciones a esos campos.

Pese a la preocupación de la población con respecto a los efectos de los campos electromagnéticos, la Organización Mundial de la Salud y todos los últimos informes de la literatura científica han llegado a la conclusión de que las evidencias actuales no proporcionan pruebas de ningún daño a la salud resultante de la exposición a campos electromagnéticos débiles. Por lo tanto, el cumplimiento de los límites de exposición recomendados por las directrices nacionales e internacionales permite supervisar los riesgos de exposición a los campos electromagnéticos, que pueden ser dañinos para la salud.

Asimismo, los límites con arreglo a los reglamentos italianos son de hasta 100 veces inferiores a aquellos establecidos por la Comisión Internacional sobre la Protección contra la Radiación No Ionizante (ICNIRP) y aplicados en el resto de Europa.

Los factores fundamentales para la construcción del equipo de transmisión y el cumplimiento de los límites legales son los siguientes:

- la necesidad de emitir altos niveles de energía;
- la dificultad de construir torres altas para la instalación de antenas de transmisión;
- la proximidad de viviendas residenciales, al transmisor, o la emisión por los Ayuntamientos de nuevos permisos de construcción para la edificación de viviendas residenciales cerca de la planta;
- la presencia en el mismo emplazamiento de otras emisoras (en particular emisoras de radio), lo cual puede suponer que se superen los límites cuando se suman las emisiones.

Las instalaciones de Mediaset están diseñadas, desarrolladas y administradas en cumplimiento de la legislación italiana. De conformidad con las prácticas operativas del Grupo, se toman todas las medidas necesarias, a la hora de diseñar los nuevos emplazamientos o de modificar los existentes, para mantener los niveles de campo electromagnético dentro de los parámetros establecidos por el reglamento en vigor. En particular:

- la construcción de torres altas para antenas de transmisión con el objeto de mantenerlas lo más lejos posible de las áreas accesibles a la población;
- mejora de la orientación de las antenas de transmisión, para concentrar la señal en el área a la cual se quiere prestar servicio, con el objeto de utilizar menos energía y minimizar la parte de emisiones que se puede detectar a nivel del suelo (áreas a las que puede acceder la población);
- identificación, siempre que sea posible, de instalaciones de instalación que se encuentren lejos de las zonas residenciales;
- presentación del proyecto para la evaluación y autorización previas por parte de las autoridades locales y las agencias regionales de protección medioambiental, según lo exigido por el Código de comunicaciones electrónicas (Decreto legislativo italiano 259/03).

Asimismo, existen funciones específicas en la sociedad que son responsables de hacer un mapeo de las instalaciones con riesgo de superar los límites del campo electromagnético y

establecer planes de supervisión así como, cuando sea necesario, el uso de recursos internos y externos (asesores externos certificados).

Riesgos vinculados al Gobierno corporativo

Los típicos riesgos vinculados con el Gobierno corporativo, como por ejemplo el riesgo de incumplimiento de las leyes y los reglamentos, cesión inadecuada de poderes y facultades, o políticas inadecuadas de remuneración, se mitigan mediante la implementación de un sólido sistema de gobierno corporativo.

Desde 2000, Mediaset ha adoptado las disposiciones del Código de Gobierno corporativo para sociedades cotizadas y, a lo largo de los años, ha seguido presentando su propio sistema de Gobierno corporativo, en línea con las mejores prácticas aplicables, tanto a escala nacional como internacional, las recomendaciones del Código de Gobierno corporativo de la Bolsa de Valores italiana, y las disposiciones regulatorias aplicables. En el informe anual sobre Gobierno corporativo y estructura de propiedad se puede encontrar información más detallada acerca de la estructura organizativa del Grupo y el Gobierno corporativo.

RECURSOS HUMANOS

El complejo escenario macroeconómico de los últimos años no ha impedido que el Grupo Mediaset continúe su política de invertir en sus empleados, a los cuales considera un activo precioso y esencial para el desarrollo futuro de la empresa.

De hecho, garantizar el bienestar de sus recursos humanos y apreciar su talento son componentes principales de la estrategia del Grupo Mediaset, con la plena conciencia de que este es un factor del que depende la consecución de los objetivos corporativos.

El compromiso y la motivación del empleado son ingredientes importantes para el éxito del Grupo, y el Grupo sigue proporcionando a su personal oportunidades de desarrollo de carrera que tienen en cuenta los beneficios ofrecidos por sus diversos antecedentes, aptitudes y experiencia.

Teniendo en cuenta lo antedicho, se diseñan y supervisan herramientas y procesos con vistas a garantizar que el personal sea evaluado adecuadamente, y que sus carreras en el Grupo sean supervisadas constantemente desde la etapa de selección inicial, mediante el diseño de vías de formación profesional y directiva que desarrollen sus características de comportamiento distintivas.

En la realización de estas actividades e iniciativas, el Grupo Mediaset respeta los derechos de sus empleados, salvaguarda su salud y seguridad en el trabajo, garantiza una igualdad de oportunidades, e impulsa el desarrollo de carrera de todo el personal, sea cual sea su género, categoría o grado dentro de la organización.

Composición del personal

El 31 de diciembre de 2016, el Grupo Mediaset tenía 5519 empleados (5418 de los cuales en puestos permanentes), un incremento en comparación con los 5484 empleados (5413 permanentes) a finales de 2015.

Número de empleados (incluidos los empleados temporales)	ITALIA		ESPAÑA	
	31/12/2016	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2015
Directivos	285	280	119	118
Periodistas	339	337	137	141
Directivos medios	859	845	80	82
Trabajadores de oficina	2762	2748	915	910
Trabajadores industriales	-	-	23	23
Total	4245	4210	1274	1274

Plantilla media (incluidos los empleados temporales)	ITALIA		ESPAÑA	
	2016	2015	2016	2015
Directivos	285	285	117	118
Periodistas	351	337	141	145
Directivos medios	851	851	79	82
Trabajadores de oficina	2854	2857	915	909
Trabajadores industriales	44	72	23	24
Total	4385	4402	1275	1278

En 2016, las sociedades del Grupo italiano tenían 4214 empleados (4124 permanentes), mientras que las cifras de 2015 eran de 4183 y 4126, respectivamente.

Asimismo, había 31 empleados de empresas que operaban en el extranjero, de los cuales 28 empleados de Publieurope International Ltd, trabajando principalmente en su oficina de Londres, más dos empleados de la sociedad de Luxemburgo Mediaset Investment Sarl, y un empleado trabajando para la nueva empresa Medset Sas en París.

El personal en Italia se encuentra situado en todo el país, concentrado principalmente en el área de Milán, donde el 74 % de los empleados trabajan en las oficinas de Cologno Monzese, Segrate y Lissone.

ITALIA: desglose de personal por distribución geográfica (sin incluir al personal temporal)

	2016	%	2015	%
Milán	3041	73,7 %	2999	72,69 %
Roma	770	18,7 %	793	19,22 %
Otras oficinas	313	7,6 %	334	8,10 %
Total	4124	100,0 %	4126	100,0 %

Edad y antigüedad en el servicio

La edad media de los empleados y la antigüedad en el servicio demuestran el compromiso de la empresa en la conservación del personal y el cuidado que adopta para no perder la experiencia profesional creada a lo largo del tiempo, especialmente en aquellos trabajos en los que las aptitudes dependen en gran medida de la experiencia.

	Desglose del personal por edad media (sin incluir al personal temporal)		Desglose del personal por antigüedad media (sin incluir al personal temporal)	
	2016 (edad)	2015 (edad)	2016 (edad)	2015 (edad)
ITALIA				
Ejecutivos	52	52	20	21
Periodistas	49	48	16	16
Directivos medios	49	49	21	21
Trabajadores de oficina	49	48	22	22
Trabajadores industriales	-	-	-	-
Total	49	48	20	20

ITALIA: desglose del personal por rango de edad (sin incluir el personal temporal)

	2016	%	2015	%
Hasta 30 años de edad	39	0,9 %	43	1,04 %
entre 30 y 45 años de edad	1028	24,9 %	1083	26,25 %
más de 45 años de edad	3057	74,1 %	3000	72,71 %
Total	4124	100,0 %	4126	100,0 %

Igualdad de oportunidades

El Grupo también otorga una gran importancia a su Política de igualdad de oportunidades, tal y como demuestra la proporción significativa de mujeres en todos los niveles de responsabilidad. Las mujeres representan el 44 % del número total de empleados.

ITALIA: desglose de personal por función y género (sin incluir el personal temporal)	2016			2015		
	Hombres	Mujeres	% de mujeres	Hombres	Mujeres	% de mujeres
Ejecutivos	210	68	24 %	212	63	23 %
Periodistas	173	150	46 %	174	146	46 %
Directivos medios	472	379	45 %	455	383	46 %
Trabajadores de oficina	1466	1206	45 %	1482	1203	45 %
Trabajadores industriales	-	-	-	-	-	-
Total	2321	1803	44,0 %	2323	1795	44,0 %

En España, los empleados de producción de televisión se concentran en Madrid. El personal de Publiespaña trabaja ahí, y también en las oficinas de Barcelona, Alicante, Sevilla y Bilbao.

La distribución geográfica es la siguiente:

ESPAÑA: desglose del personal por distribución geográfica	2016		2015	
		%		%
Madrid	1226	96,2 %	1223	96,0 %
Barcelona	25	2,0 %	27	2,1 %
Otras oficinas	23	1,8 %	24	1,9 %
Total	1274	100,0 %	1274	100,0 %

La edad media y la antigüedad de servicio del personal del Grupo Mediaset España otorga a la empresa un perfil joven y dinámico. La conservación del personal es muy alta.

ESPAÑA	Desglose de personal por edad media		Desglose de personal por antigüedad media	
	2016 (edad)	2015 (edad)	2016 (edad)	2015 (edad)
Ejecutivos	49	48	16	15
Periodistas	43	42	13	12
Directivos medios	48	47	19	18
Trabajadores de oficina	46	45	18	17
Trabajadores industriales	43	42	13	12
Total	46	45	17	15

Los recursos humanos son un factor crucial en el éxito del Grupo. A este respecto, ha continuado su política de fomento de los recursos desarrollados internamente, para crear y producir contenido de televisión. Se han puesto en práctica planes de formación para desarrollar

aptitudes creativas y directivas, mejorar el conocimiento en tecnologías de la información, fomentar el plurilingüismo y el uso de la nueva tecnología, impedir los peligros de seguridad en el trabajo, y respaldar las iniciativas individuales. Las cifras de este año confirman de nuevo el impacto en 2016 de la política de igualdad de oportunidades del Grupo Mediaset España, que iguala los logros del grupo Mediaset en Italia: las mujeres tienen una presencia significativa en todos los niveles del negocio.

ESPAÑA: desglose de personal por función y género (sin incluir el personal temporal)	2016			2015		
	Hombres	Mujeres	% de mujeres	Hombres	Mujeres	% de mujeres
Ejecutivos	77	41	35 %	80	39	32,8 %
Periodistas	52	84	62 %	52	86	62,3 %
Directivos medios	37	43	54 %	40	45	52,9 %
Trabajadores de oficina	445	472	52 %	448	461	50,7 %
Trabajadores industriales	21	2	9	21	2	8,7 %
Total	632	642	50,4 %	641	633	49,7 %

Selección y contratación

El Grupo Mediaset presta una atención constante a la selección inicial con el objeto de garantizar que se contrate a personal formado y cualificado, con las actitudes y la motivación necesarias para trabajar de manera efectiva dentro del entorno de producción y cultural de la organización, también con vistas a ayudar al proceso de desarrollo de carrera interna.

El Grupo siempre ha disfrutado de una gran visibilidad y atractivo, tal y como lo demuestra las más de 42 000 solicitudes espontáneas recibidas a través de la sección "Trabajar con nosotros" de la web corporativa, reformada en 2016 y vinculada a las webs de las sociedades del Grupo.

Durante 2016 se entrevistó a más de 600 solicitantes, para cargos específicos o para funciones de prácticas en el Grupo.

La colaboración constante y persistente del Grupo con las principales universidades italianas ha permitido que varios jóvenes lleven a cabo trabajos de prácticas: 272 estudiantes tuvieron esta oportunidad educativa en 2016, con una duración media de las prácticas de alrededor de 4 meses.

Iniciativas de formación

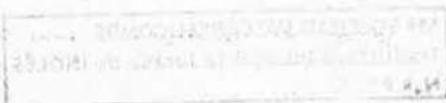
En 2016, continuaron con regularidad las iniciativas directivas, profesionales y de formación obligatoria.

Se implementaron proyectos de formación para respaldar tanto el proceso de desarrollo tecnológico iniciado por el Grupo en los últimos años, teniendo en cuenta en particular la producción de contenidos, dirección, el archivado y la distribución, como el desarrollo de un conjunto de aptitudes que se corresponda con los cambios en el entorno comercial y los modelos organizativos. La planificación de cursos se realizó mediante la identificación (en función de los objetivos específicos de formación y de los requisitos de los destinatarios) de los mejores métodos de enseñanza, consistentes en conferencias, módulos de prácticas, actividades de laboratorio, y cursos online.

Las iniciativas más importantes implementadas en 2016 se describen brevemente a continuación:

- Para los directivos, el proyecto de autodesarrollo iniciado en años anteriores, centrado en las principales competencias directivas del Grupo, se amplió para el área de ventas mediante sesiones de formación y reuniones personalizadas. A esta iniciativa siguió un ciclo de seminarios dedicados a los ejecutivos de la sociedad acerca de gestión del cambio, innovación y compromiso personal. Asimismo, se implementaron actividades para el desarrollo de aptitudes y capacidades personales, mediante la capacitación, la creación de equipos como la negociación y proyectos de liderazgo para áreas organizativas específicas.
- Con respecto a los autónomos, la formación en el sistema Dalet siguió mejorando las aptitudes digitales de alrededor de 205 de personas que trabajan en los productos de información del Grupo. Mediante actividades de formación para poblaciones específicas de la empresa, fue posible también desarrollar aptitudes técnicas y profesionales vinculadas a las nuevas tecnologías y las nuevas herramientas de trabajo que simplifican los procesos operativos. Al mismo tiempo, se proporcionó apoyo para iniciativas de reestructuración de áreas corporativas individuales, con la mejora de las aptitudes profesionales requeridas y, siempre que sea necesario, una nueva formación profesional.
- Con respecto al cumplimiento legal, los programas de formación en aulas y/u *online* se impartieron y se diseñaron de conformidad con las características específicas de la empresa, con el objeto de hacer coincidir la formación del personal con la evolución regulatoria. En particular, el Grupo continuó su formación obligatoria sobre Salud y seguridad para los trabajadores, requerida con arreglo al Artículo 37 de la Ley de seguridad en el lugar de trabajo (Decreto legislativo italiano número 81/08) y con arreglo a la Convención de la conferencia permanente nacional/regional de 21 de diciembre de 2011, con programas dirigidos a funciones específicas identificadas por el reglamento (trabajadores, representantes de salud y seguridad, directivos de salud y seguridad, directores de salud y seguridad, etc.) diseñados para fomentar la experiencia específica y fortalecer el sentido de responsabilidad en las diversas funciones que respaldan a la totalidad del sistema de seguridad de la empresa. Con respecto al Decreto legislativo italiano sobre privacidad 196/03, se implementaron iniciativas *online* sobre el tratamiento de datos personales para los responsables del tratamiento y para las demás funciones que participan más en general en el sistema de privacidad de datos del Grupo. Asimismo, en línea con 2015, el proceso de formación para todos los empleados del Grupo con respecto al Decreto legislativo italiano 231/01 continuó mediante cursos específicos *online* y actividades dedicadas con respecto a áreas específicas de la sociedad.

Continuó el uso estructural de los recursos de Fondi Paritetici Interprofessionali (fondos interprofesionales conjuntos: Fondimpresa y For.te para la formación de directivos intermedios y empleados, y Fondirigenti para ejecutivos), también en 2016, para financiar una parte considerable de las actividades de formación del Grupo.



Las principales iniciativas de formación realizadas durante 2016 se indican a continuación:

Horas de formación	2016	2015
Desarrollo de aptitudes directivas	2672	3138
Actualización profesional	12 624	18 105
Obligaciones legales	5064	16 083
Cursos de idiomas extranjeros	1087	888
Formación <i>online</i>	-	
Total	21 447	38 214

Iniciativas públicas

Los programas de formación para no empleados, diseñados para desarrollar las aptitudes vinculadas al mundo de la televisión comercial, continuaron en 2016 como en años anteriores.

El acuerdo entre la Universidad IULM y el Grupo Mediaset se renovó, con el compromiso de desarrollar sinergias nuevas cada vez más efectivas para la mejora de la organización del Programa de máster en periodismo, mientras que el Máster Publitalia '80 en marketing, comunicación digital y gestión de ventas alcanzó su 30º aniversario.

Programa máster en periodismo: es el curso de formación para periodistas profesionales, que combina las comunicaciones y las capacidades de información de la Universidad IULM y Mediaset.

El objetivo de este Máster (reconocido por la Asociación nacional de periodistas como el equivalente a unas prácticas) es proporcionar a los periodistas en ciernes la coraza profesional de aptitudes culturales y multimedia que necesitan para acceder a cualquier especialidad periodística y producir contenido multimedia adecuado para todo tipo de medios de comunicación.

El Máster de 2 años, limitado a 15 estudiantes, se compone de sesiones presenciales y de talleres, e incluye formación multimedia.

El taller de tecnología organizado y administrado por el consorcio, utilizando a profesionales facilitados por Mediaset, destaca entre los cursos de periodismo italianos; de hecho, es el único de su tipo.

Máster en marketing, comunicación digital y gestión de ventas: este curso fue creado en 1988 por Publitalia'80. Se trata de un curso de posgrado a tiempo completo, de 13 meses, con admisión limitada, y dirigido a graduados que hayan decidido iniciar su futuro profesional en el ámbito del marketing, el marketing comercial, las ventas y las comunicaciones digitales.

Las empresas que colaboran con esta iniciativa contribuyen con sesiones de formación y prácticas y proporcionan un punto de referencia para el mercado laboral como empleador, así como elementos que permiten la colegiación constante del programa de formación. Por ello, el Máster siempre actúa como un "puente" actualizado entre las Universidades y la Empresa.

La formación se basa en dos ámbitos principales: un ámbito amplio, de gestión general; un ámbito más en profundidad, especializado en el marketing, el marketing comercial, las ventas y la comunicación digital. El propósito de la formación es desarrollar "conocimientos

especializados" junto con un pensamiento estratégico y una mentalidad internacional. Los otros objetivos educativos consisten en el sentido de la responsabilidad y el desarrollo del espíritu de iniciativa y la capacidad de tomar decisiones en situaciones de riesgo y entornos competitivos.

Los métodos educativos utilizados son un elemento significativo del aprendizaje activo: lecciones de orientación que proporcionan conocimientos básicos, ejercicios prácticos, estudios de caso (muchos de ellos en inglés), presentación de casos comerciales por empresas y trabajos de grupo relevantes, un juego de roles sobre oratoria, comunicaciones internacionales y negociación. El programa también incluye visitas a empresas, para estudiar los más avanzados procesos de producción y distribución, y a estudios de televisión.

El curso está acreditado por ASFOR, la Asociación italiana para la educación directiva, como Máster especializado.

Servicios para empleados

Mediacentre ha sido desde hace tiempo un servicio consolidado de la sociedad, que ofrece varios servicios para mejorar la calidad de vida del empleado y permitir una mejor conciliación entre trabajo y familia.

Sus servicios van desde el cuidado personal, a las diversas actividades vitales durante la gestión familiar: incluyen una guardería, un banco, una oficina de correos, una librería, un pequeño mercado, una agencia de viajes, farmacia, centro de fitness, consulta médica, cáterin (bar, bar de sándwiches y restaurante), servicio de lavandería/repificaciones y zona de compras.

Todos estos servicios se proporcionan en una superficie total de más de 3000 m² en las instalaciones de Cologno Monzese del Grupo en Milán, y las instalaciones Elios en Roma.

Se ha encargado a un grupo de contratistas la prestación de los servicios, todos ellos seleccionados por su relevante experiencia y capacidad especializada.

Además de esta presencia física, también existe una web que ofrece datos actualizados de los diversos acuerdos negociados por la empresa para su personal, con bancos, compañías aseguradoras y más de cien minoristas cercanos a las oficinas principales del grupo Mediaset.

Salud y seguridad ocupacionales; prevención de accidentes

Las principales iniciativas en materia de salud y seguridad ocupacionales (OHS, por sus siglas en inglés) realizadas en 2016 son las siguientes:

- La implementación, en todas las empresas del Grupo Mediaset, de un Sistema de higiene y seguridad ocupacionales, que cumple la norma británica OHSAS 18001/2007 y certificada por el organismo de certificación DNV GL (Det Norske Veritas), para la sociedad matriz Mediaset S.p.A. y las filiales RTI S.p.A., Elettronica Industriale S.p.A., Media4Commerce S.p.A., Publitalia'80 S.p.A., Digitalia'08 S.r.l. y TAO DUE S.r.l.; realización de las auditorías de sistema pertinentes para todas las sociedades del Grupo;
- La implementación de acuerdos de TI para respaldar el sistema de "Gestión de obligaciones de salud y seguridad ocupacionales" para "Gestión de accidentes" y "Supervisión de salud" y la gestión de otras actividades como las de "Incumplimiento", "Auditorías", "Obligaciones legales", etc., y la actualización de la web de intranet corporativa de Salud y seguridad;

- La implementación del Plan de sanidad por medio de aproximadamente 991 comprobaciones médicas, investigaciones especializadas y exámenes de ojos/extremidades para los operadores de terminales de vídeo, y otras tareas con riesgos particulares;
- Vacunas de la gripe para todos los empleados del Grupo, gratuitamente;
- Inspecciones *in situ* y del equipo de empleados, realizadas por los Directivos de OHS del Grupo y doctores de la empresa;
- Participación en Grupos de trabajo para la definición de "Directrices para la gestión de seguridad en los contratos de producción televisiva de conformidad con el Decreto legislativo italiano 81/08", fomentados por la Assolombarda Confindustria Milan Monza y Brianza y ATS Milan;
- Formación especial y ejercicios de simulacro/evacuación en caso de incendio, en las oficinas principales del Grupo;
- Celebración de reuniones de seguridad regulares (Artículo 35), consultando a los representantes de los trabajadores, y logrando su colaboración, con respecto a la evaluación de los riesgos y la actualización del documento vinculado (riesgo de tensión ocupacional relevante), identificando, planificando, implementando y verificando la prevención dentro de la sociedad;
- Una priorización continua en la seguridad y la supervisión de la protección en todos los lugares de trabajo, incluidos los de contratistas externos, con la emisión de procedimientos específicos - instrucciones operativas;

Comprobaciones de la calidad de las instalaciones de trabajo, midiendo los niveles de contaminantes químicos y biológicos y agentes físicos, en comparación con parámetros medioambientales (microclima), como por ejemplo: campos electromagnéticos, gas radón, ruido, etc.

RECURSOS HUMANOS (MEDIASET SPA)

COMPOSICIÓN DEL PERSONAL

Número de empleados y distribución estratégica

A finales de 2016, los empleados permanentes de Mediaset eran 67, esencialmente en línea con la cifra de 69 de finales de 2015.

Estos empleados se concentran principalmente en la zona de Milán, donde se encuentra el 87 % del trabajo del personal.

Distribución geográfica de los empleados permanentes en Italia (FTE)

Sede	2016	%	2015	%
Milán	59	88,1 %	60	87,0 %
Roma	8	12,0 %	9	13,0 %
Total	67	100,0 %	69	100,0 %

Edad y antigüedad en el servicio

La edad media de los empleados y la antigüedad en el servicio demuestran el compromiso de la empresa en la conservación del personal y el cuidado que adopta para no perder la experiencia profesional creada a lo largo del tiempo, especialmente en aquellos trabajos en los que las aptitudes dependen en gran medida de la experiencia.

Edad media de los empleados permanentes, por nivel

Edad	2016	2015
Ejecutivos	54	53
Periodistas	56	55
Directivos medios	47	46
Trabajadores de oficina	45	45
Total	49	48

Empleados permanentes: grupos de edad

Edad	2016	2015
Hasta 30 años de edad	-	-
Entre 30 y 45 años de edad	20	21
Más de 45 años de edad	47	48
Total	67	69

Antigüedad media de los empleados permanentes, por nivel

Antigüedad	2016	2015
Ejecutivos	21	20
Periodistas	16	15
Directivos medios	16	16
Trabajadores de oficina	18	18
Total	18	18

Igualdad de oportunidades

Mediaset S.p.A. también otorga una gran importancia a su Política de igualdad de oportunidades, tal y como lo demuestra la proporción significativa de mujeres en todos los niveles de responsabilidad; las mujeres representan el 49 % del número total de empleados.

Empleados permanentes por nivel y género

Antigüedad	2016	% de mujeres	2015	% de mujeres
Ejecutivos	20	45,0 %	20	45,00 %
Periodistas	2	-	2	0,00 %
Directivos medios	22	32,0 %	23	39,00 %
Trabajadores de oficina	23	74,0 %	24	71,00 %
Total	67	49,0 %	69	51,0 %

SELECCIÓN

Mediaset presta una atención constante a la selección inicial con el objeto de garantizar que contrate a personal capacitado y cualificado, con las actitudes y la motivación necesarias para trabajar de manera eficiente en el entorno de producción y cultural de la organización, también con vistas a ayudar al proceso de desarrollo de carrera interna.

El Grupo siempre ha disfrutado de una gran visibilidad y atractivo, tal y como lo demuestra el número de solicitudes espontáneas recibidas a través de la sección "Trabajar con nosotros" de la web corporativa, reformada en 2016 y vinculada a las webs de las sociedades del Grupo.

INICIATIVAS DE FORMACIÓN

Durante 2016, las actividades de formación continuaron con gran regularidad.

Las principales iniciativas de formación realizadas durante 2016 se enumeran a continuación:

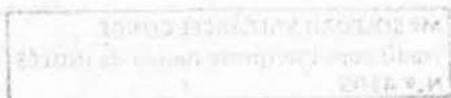
Horas-empleado para cada tipo de formación

Formación	2016	2015
Desarrollo de habilidades directivas	8	-
Actualización de habilidades profesionales	343	86
Formación en lengua extranjera	-	84
Cumplimiento	74	152
Total	425	322

Salud y seguridad ocupacional; prevención de accidentes

Las principales iniciativas de salud y seguridad ocupacional (OHS) llevadas a cabo en 2016 son las siguientes:

- La implementación en todas las sociedades del Grupo Mediaset de un sistema de gestión de OHS compatible con la norma británica OHSAS 18001:2007, certificado por el organismo de certificación de Noruega DNV GL (Det Norske Veritas), con el rendimiento de auditorías de sistemas relevantes;
- La implementación de acuerdos de TI para respaldar el sistema de "Cumplimiento de Seguridad y Salud Ocupacional" para "Gestión de Accidentes" y "Supervisión de la Salud" y para gestionar otras actividades como las de "Incumplimiento", "Auditorías", "Obligaciones legales", etc., y la actualización del sitio corporativo de Intranet de Salud y Seguridad;
- La implementación del Plan de atención médica mediante 10 controles médicos, investigaciones especializadas y exámenes de la vista/extremidades para trabajadores que utilizan equipos de pantallas de visualización y otras tareas con riesgos particulares;
- Vacunas contra la gripe para todos los empleados del Grupo, sin cargo;
- Inspecciones de equipos de empleados *in situ*, realizadas por los oficiales de OHS del Grupo y los especialistas en medicina del trabajo;
- La participación en los Grupos de Trabajo en la definición de las "Guías para la gestión de seguridad en los contratos de producción televisiva de conformidad con el Decreto legislativo italiano 81/08" promovido por Assolombarda Confindustria Milan Monza y Brianza y ATS Milan;
- Formación especial y simulacros de incendio/ejercicios de evacuación en las oficinas corporativas principales;
- Reuniones periódicas de seguridad (artículo 35), consulta e implicación de los representantes de los trabajadores en relación con la evaluación de riesgos y la actualización de la documentación relacionada, identificación, planificación, puesta en práctica y verificación de la prevención en la empresa;
- Un enfoque continuo basado en la seguridad y el control de la protección en todos los lugares de trabajo, incluidos los de contratistas externos, con la emisión de Procedimientos específicos - Instrucciones operativas;
- Pruebas para verificar la calidad de las instalaciones de trabajo, midiendo los niveles de contaminantes químicos y biológicos y de agentes físicos frente a parámetros medioambientales (microclima), tales como: campos electromagnéticos, gas radón, ruido, etc.



EL COMPROMISO DE LA SOCIEDAD CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA CULTURA

Medio ambiente

Aunque no es una empresa de transformación industrial, el Grupo Mediaset cree que es importante proporcionar información que cada vez más satisfaga las necesidades de las partes interesadas, a través de la comunicación de ciertos indicadores de comportamiento medioambiental.

A continuación se encuentran los datos sobre el consumo de energía, así como las principales emisiones de CO2 producidas por el Grupo en 2016 y 2015.

Las emisiones de CO2 se midieron usando el método especificado en el Protocolo sobre gases de efecto invernadero (*Greenhouse Gas Protocol*). Concretamente, considerando la naturaleza de la actividad comercial, solamente se han tenido en cuenta las emisiones resultantes indirectamente del consumo de energía.

En lo que respecta al Grupo Mediaset España, las emisiones de CO2 en el año 2016 fueron igual a cero porque la electricidad usada provino únicamente de fuentes de energía renovables.

		2016		2015	
Total consumos		Italia	España	Italia	España
Energía eléctrica	(kWh)	150 984 007	17 571 096	99 959 712	17 419 597
Emisiones de CO2	(t)	49 339	0	32 665	1051

El compromiso de la Sociedad con la cultura

El compromiso social del Grupo Mediaset se resume, brevemente, en las siguientes iniciativas:

Mediafriends

Mediafriends, la organización sin ánimo de lucro fundada en 2003, es una manifestación tangible de la visión de Mediaset acerca de la responsabilidad social corporativa. Mediafriends es responsable de identificar y promover oportunidades de intercambio entre el mundo empresarial y el sector terciario, a fin de fomentar el desarrollo mutuo y el bienestar de la sociedad.

A lo largo de los años, Mediafriends ha respaldado numerosos eventos televisivos y de otro tipo con objeto de recaudar fondos para los proyectos de asociaciones sin ánimo de lucro. El más destacado de estos es Fabbrica del sorriso (la fábrica de sonrisas).

En 13 años de actividades, se han recaudado y distribuido más de 70 millones de euros, lo que ha permitido a 150 asociaciones poner en marcha más de 264 proyectos benéficos en Italia y en todo el mundo.

Mediafriends también continuó su trabajo en el campo de la comunicación social, ofreciendo espacio gratuitamente para la emisión de publirreportajes de temas sociales y creando franjas horarias dedicadas a cuestiones sociales dentro de su programación.

Además, en 2016 se consolidó el proyecto "A Regola d'arte" (Hacer las cosas bien), que fue concebido, promocionado y financiado por Mediafriends a beneficio de los suburbios de Milán.

Por último, una cantidad significativa del trabajo realizado por Mediafriends está destinado a la rendición de cuentas, en otras palabras, la verificación in situ del resultado satisfactorio de los proyectos financiados.

Fabbrica del sorriso (la fábrica de sonrisas)

Más concretamente, durante 2016, Fabbrica del Sorriso promovió una campaña de recaudación de fondos para la lucha contra el cáncer infantil

Mediafriends eligió a cuatro asociaciones como destinatarias de los fondos recaudados: AIRC, AIL, Dynamo Camp e IOR (Istituto Oncologico Romagnolo, Instituto Oncológico de Romaña). Los proyectos financiados se centran en la investigación, la calidad de la atención hospitalaria y domiciliaria a los niños enfermos, la excelencia tecnológica a través de equipo puntero de diagnóstico y tratamiento, y la calidad de vida de los niños afectados por el cáncer.

En 2016, se confirmó el enfoque probado el año anterior. Implicó el desarrollo de Fabbrica durante el año, con eventos de recaudación de fondos a través de donaciones por sms, iniciativas in situ en colaboración con los grupos destinatarios y eventos editoriales como la exposición dedicada a Piero della Francesca en Forlì, el campeonato internacional de fútbol juvenil organizado en Lodi y Babbo Running, una caminata organizada en cinco ciudades italianas.

El proyecto "A Regola d'Arte" (hacer las cosas bien)

Regola d'Arte es un proyecto innovador destinado a los niños italianos y extranjeros desfavorecidos que viven en los suburbios de las ciudades italianas cuyo objetivo es promover la integración y el desarrollo social a través de la música y el rugby. El rugby proporciona modelos de comportamiento (unidad, lealtad, respeto, gestión de la agresividad), mientras que la música, además de constituir una gran herencia italiana, ofrece la posibilidad de desarrollo cultural a aquellos que, por razones no vinculadas con sus méritos, no pueden acceder a este. El proyecto se consolidó y amplió en 2016. Actualmente, conlleva la financiación y supervisión por Mediafriends de seis centros ARdA: cuatro colegios (en los distritos de Baggio, Giambellino y Via Dolce) y dos centros juveniles (distritos de Barrios y Barona) y La Strada (distrito de La Trecca, via Salomone), que incluyen a unos 200 niños en total.

Verificación de los proyectos

Se mantuvo el compromiso de Mediafriends de informar sobre los proyectos financiados. Los resultados de estos proyectos se muestran al público en reportajes de televisión creados directamente por Mediafriends para programas informativos en Internet. También continuó la colaboración con Anna y Fabio Stojan, dos viajeros profesionales que han recorrido Asia y Sudamérica en moto, visitando los lugares donde se han establecido los proyectos financiados por Mediafriends a lo largo de los años. Visitaron los proyectos financiados por Mediafriends en Europa del Este (Kosovo, Albania, Ucrania, Rumanía, Moldavia). Además, durante su último viaje las selfies y las comunicaciones sobre la implantación y utilidad de estos proyectos se publicaron en el sitio web de Mediafriends. Mediafriends usará el material de video y fotográfico tomado en Europa del Este para producir las futuras ediciones de "I Viaggi di Stojan" (los viajes de Stojan), la webserie ya alojada en el sitio web de TGC24 para la edición de Asia y Sudamérica.



Comunicaciones sociales

En lo que respecta a los servicios publicitarios ofrecidos a las organizaciones benéficas, en 2016 los canales de Mediaset emitieron más de 6000 anuncios, gratuitamente, de campañas para sensibilizar a la opinión pública respecto a cuestiones sociales. Por último, el sitio de Mediafriends y el espacio de Mediafriends en el sitio de TGC24, así como la página de Facebook de Fabbrica del Sorriso, alojaron campañas para organizaciones benéficas y numerosos vídeos producidos por Mediafriends sobre algunas de las cuestiones sociales más importantes.

Iniciativas culturales

Durante más de veinte años, Mediaset ha estado respaldando y organizando el festival "Aperitif in concert" en el teatro Manzoni de Milán. La programación, que ofrece actuaciones en directo de gran calidad los domingos por la mañana, una franja horaria que generalmente está descuidada, cobró relevancia internacional gracias a su compromiso con los creadores contemporáneos más innovadores e interesantes, abarcando desde el jazz hasta la música experimental y desde las tradiciones étnicas hasta la llamada "música fronteriza".

Código italiano de pago responsable

Mediaset y sus empresas se han unido a la iniciativa promovida por Assolombarda, que se puso en marcha el 27 de mayo de 2014, comprometiéndose a cumplir el Código italiano de pago responsable, el primer código en Italia para pagos responsables.

Al tomar esta medida, Mediaset se ha comprometido a cumplir los plazos de pago acordados con sus proveedores y en general a promover una cultura de pagos puntuales y transparentes.

Mediaset forma parte del primer grupo de empresas italianas y multinacionales fundadoras y cumplidoras del Código. Según ha declarado, el plazo medio de pago definido contractualmente con sus proveedores para 2016 fue de 60-90 días y las fechas de pago relativas se cumplieron debidamente.

Garantías para la protección de los menores

Mediaset siempre ha sido muy sensible a la protección de los menores:

- evalúa los programas usando criterios que también tengan en cuenta el impacto del contenido sobre personas en edad de desarrollo e intenta combinar los enfoques de programación típicos usados por un canal de televisión comercial con una sensibilidad en la producción que haga hincapié también en la protección de los menores;
- cumple con la normativa aplicable, incluido el Código de autorregulación sobre televisión y menores firmado en noviembre de 2002, en el que la Sociedad se compromete a controlar su programación de televisión para garantizar que cumple los requisitos de protección de los espectadores más jóvenes. En particular, con arreglo al Artículo 34 de la Ley consolidada de servicios de medios de comunicación, audiovisuales y de radio (*Consolidated Act on media, audiovisual and radio services*), la Sociedad adoptó procesos organizativos para evaluar, identificar y dar parte adecuadamente de programas "que pudieran afectar al desarrollo físico, mental o moral de los menores" y notificarlos a los usuarios con información suficientemente detallada;
- ofrece una programación completa durante las 24 horas para este grupo de espectadores en sus canales gratuitos Boing (desde 2004) y Cartoonito (desde 2011);

- de una manera que ahora se ha aplicado igualmente a todos los canales del Grupo (televisión gratuita y de pago DVBH, incluidos los servicios disponibles a través de web y dispositivos móviles, como Mediaset.it, PremiumMediaset e Infinity), indica, al inicio de cada programa de ficción (película, serie, telefilme, etc.) y después de cada pausa publicitaria, la naturaleza y contenido de la emisión usando símbolos de colores que aparecen en la pantalla (verde: adecuado para todos los miembros de la familia); amarillo: niños con supervisión por parte de adultos; rojo intermitente: aconsejado solamente para adultos; rojo continuo: perjudicial para menores o prohibido para menores de 14 años);
- Para complementar los símbolos de colores, consolida la información sobre el contenido de las emisiones. También las plataformas multimedia (EPG de DVBH TV, Internet, plataformas móviles) proporcionan información que es útil para orientar a los espectadores, especialmente si el producto es adecuado para una audiencia de menores; Además, en 2016 los canales del Grupo (tanto televisión gratuita como de pago) emitieron un ciclo de la campaña institucional sobre el uso del control parental, a fin de promover un uso más adecuado de esta herramienta por parte de las familias;
- Dentro de los Departamentos de personal, cuenta con un departamento interno responsable de difundir e implantar la normativa de protección de menores y el Código de autorregulación sobre televisión y menores en la sociedad con el fin de controlar la programación de los canales del Grupo. El departamento trabaja en estrecha colaboración con las áreas implicadas en la planificación, programación y evaluación del contenido para garantizar el mayor grado de cumplimiento posible de la normativa de protección de los menores.

Desde la fecha en que se firmó el Código de autorregulación sobre televisión y menores, Mediaset siempre ha participado en los procedimientos del Comité para la implantación del referido Código con dos representantes, uno de los cuales también ocupó el cargo de Vicepresidente. En julio de 2016 el Comité, después de su cuarto mandato, suspendió momentáneamente sus actividades mientras estuvo pendiente su renovación.

También se nombró a un representante de la Sociedad como miembro del grupo de trabajo (formado por representantes de las Empresas de radiodifusión adheridas al Código, así como por aquellas pertenecientes a la asociación del sector de la radio y la televisión de Confindustria), que elaboró el borrador del Código de autorregulación, que, actualizando el código vigente, lo hacía más adecuado al escenario de medios de comunicación actual. Este borrador se encuentra actualmente a la espera de la aprobación definitiva, una vez se ha completado el proceso de aprobación dispuesto por ley.

Finalmente, pese al fin de su experiencia como parte de la "Coalición para hacer de Internet un lugar mejor para los niños", una iniciativa de cooperación internacional entre empresas líderes en el campo de la comunicación promovida por la Comisión Europea, Mediaset confirmó su compromiso de hacer de Internet un espacio más seguro para los menores: el piloto "You Rate It" (Usted lo clasifica), una herramienta de clasificación de contenido generado por los usuarios implementada desde 2013 hasta 2015 en cooperación con el Consejo británico de clasificación de películas (BBFC) y el Instituto neerlandés de clasificación de medios audiovisuales (Nicom) (dos importantes organizaciones que operan en Europa en la evaluación de contenido audiovisual) todavía se presentaba con éxito a las principales instituciones de la UE; Mediaset aún tiene esta herramienta disponible (un cuestionario que deben cumplimentar los usuarios) en el sitio web corporativo 16mm.it, donde inicialmente se había lanzado. La Sociedad también mantenía su función como parte del Consejo asesor del proyecto Italia Connected Generations

Safer Internet Centre, coordinado por el Ministerio de Educación, Universidades e Investigación italiano.

El compromiso de Mediaset España con el bienestar social se refleja en el proyecto “12 Meses”, que consiste en una serie de iniciativas de bienestar social que en 2015 se centraron en particular en reforzar la visibilidad de la lucha de las mujeres por la igualdad de oportunidades a través de su nueva campaña a largo plazo “Doy la cara”. El proyecto, que se lanzó en 2014, ha ampliado sus objetivos, con especial atención a la lucha contra el tráfico de mujeres para la explotación sexual y la violencia de género, y la sensibilización del público sobre el estado de los derechos sociales de las mujeres en diferentes partes del mundo. En particular, 12 Meses produjo dos publinreportajes junto con la Policía Nacional sobre el tema de la violencia contra las mujeres y el tráfico para explotación sexual, conducido por la presentadora Ana Rosa Quintana y emitido en los principales canales de Mediaset en España. Además del respaldo de los canales y programas de Mediaset España, y con la ayuda de rostros famosos, la campaña publicitaba el número de teléfono al que llamar para informar de forma anónima sobre esta actividad delictiva. Sobre este mismo tema, 12 Meses en colaboración con Doy la cara produjo un nuevo publinreportaje, conducido por los presentadores de Telecinco Carme Chaparro y David Cantero destinado a dar visibilidad a las mujeres “que se sienten invisibles, que no tienen una voz, que están asustadas y no tiene la fuerza”, coincidiendo con la celebración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Mediaset España también reforzó su compromiso en este ámbito emitiendo la segunda temporada de Amores que duelen en el último trimestre del año. Este programa, presentado por Roberto Arce, en colaboración con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, examina casos reales de mujeres de diferentes edades y de diferentes clases sociales con relaciones complicadas que han vivido episodios de violencia física, sexual o económica por parte de sus exparejas.

Además, también tenía por objeto promover el mensaje de “proigualdad” entre los niños y la gente joven, haciendo uso del estreno de la película éxito de taquilla “Atrapa la bandera”.

12 Meses, que cuenta con más de 14 años de experiencia en proyectos de responsabilidad social, también lanzó otras campañas de sensibilización. Estas incluyeron la emisión de publinreportajes en los canales de Mediaset España, que se centraban en una serie de cuestiones sociales sumamente importantes, como la necesidad de combatir situaciones de pobreza infantil para tratar de impedir el riesgo de exclusión social que afecta a unos tres millones de niños en España; ayudar a Jesús Vázquez en su trabajo en la lucha contra el SIDA; y respaldar programas de ayuda internacional para países en desarrollo. Con respecto a esto último, Mediaset España produjo un cortometraje documental sobre este tema, emitido en sus canales, que contaba el trabajo de los directores de la escuela en una aldea de evacuados tras el terremoto de Haití en 2010.

12 Meses también fue el socio de medios para “Gestionando hijos”, un evento educativo en el que participaron familias, empresas, instituciones públicas y los medios de comunicación, centrado en la importancia de tener un proyecto educativo para nuestra sociedad y para nuestras familias, que se emitió en directo en streaming en el canal Mitele.es. 12 Meses también patrocinó eventos benéficos de recogida de alimentos como la Bilbao Sanfilippo Cooking Night, cuyos fondos se destinaron al tratamiento de síndrome de Sanfilippo, una enfermedad degenerativa que afecta a los niños.

INFORMACIÓN EXIGIDA POR EL ARTÍCULO 2428 DEL CÓDIGO CIVIL ITALIANO

Investigación y desarrollo

En 2016, el Departamento de Innovación e Investigación Tecnológica de RTI siguió con su investigación, cuyos resultados principales fueron publicaciones técnicas en algunas áreas durante la primera mitad del año:

HbbTV¹: Elaboración de los nuevos Requisitos comerciales como parte de la Asociación europea de HbbTV, de la cual Mediaset es miembro, con la publicación de la norma HbbTV 2.0.1 en julio de 2016. Asimismo, redactó y publicó las directrices para el uso de esta tecnología en receptores de televisión para el mercado italiano en venta durante 2017.

HD Book 4.0: Realización y publicación de la 4ª generación de Especificaciones técnicas para receptores de televisión del mercado italiano en versiones DTT (digital terrestre), SAT (Satélite) y OTT (IP de banda ancha).

CPAS 2.0: Completar la publicación del HD Book 4.0 de Especificaciones técnicas. Además, se desarrolló y publicó la especificación de Protección de contenidos y aplicaciones de seguridad (CPAS por sus siglas en inglés) para ofrecer a los sistemas interactivos del sistema de Pago de la plataforma de TV digital italiana la protección de contenidos y aplicaciones de seguridad el modelo Tivuon.

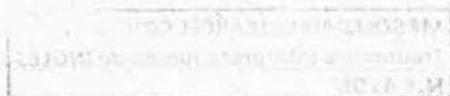
HbbTV es el software de televisión digital interactiva que tienen los receptores de televisión venden en el mercado italiano desde 2017.

En este sentido, en 2016 el área de investigación del Departamento de Innovación e Investigación Técnica contribuyó, como miembro de la asociación internacional de HbbTV con sede en Múnich, a elaborar la norma HbbTV 2.0.1 publicada en julio de 2016. Los documentos contienen los requisitos técnicos y comerciales clave que demandados específicamente por los mercados del Reino Unido e Italia en 2017. El área de investigación también contribuyó al desarrollo de un "Perfil del operador" que permite al operador de broadcast utilizar requisitos específicos y herramientas de control para una gestión comercial mejora de su oferta de servicios interactivos.

HD Book 4.0: Junto con las actividades mencionadas más arriba, el área de Investigación y Desarrollo también ha elaborado y publicado las especificaciones técnicas italianas de 4ª generación creadas en 2004, adoptadas para los receptores de televisión digital del mercado italiano. Las especificaciones actualizadas, el HD Book 4.0 se publicó en el Foro HD en Italia en mayo de 2016 para la versión DTT/IP y en septiembre de 2016 para la versión SAT/IP.

Las especificaciones técnicas clave contenidas en estas publicaciones incluyen: las pautas para la adopción del nuevo software interactivo HbbTV 2.0.1 en receptores de televisión, para receptores de televisión, las nuevas e importantes especificaciones para el desarrollo de los servicios de televisión lineal de radiodifusión y banda ancha, tales como la adopción de canales lineales en redes de IP; la adopción de las normas más recientes de protección y seguridad del contenido audiovisual: CI+ 1.4.1., novedades para garantizar la alta calidad en la presentación del contenido audiovisual en HDTV total y en formato Ultra HDTV, introduciendo codificadores

¹ HbbTV (televisión híbrida de radiodifusión y banda ancha) software avanzado interactivo de televisión instalado en los receptores de televisión que se han desarrollado para el mercado europeo en los últimos cinco años.



de alta eficiencia: sistemas de streaming adaptativo HEVC Main 10; y MPEG DASH y CENC HbbTV para mejorar el rendimiento, también en las redes de banda ancha con menor rendimiento.

Las especificaciones técnicas contenidas en el HD Book 4.0, publicadas en abril de 2016, son de aplicación a las televisiones vendidas en el mercado italiano en 2017.

Como resumen de las anteriores actividades, con el objetivo de dar visibilidad a las posibilidades ofrecidas por la 4ª generación de especificaciones técnicas, el Departamento de Investigación y Desarrollo contribuyó mediante la organización de un stand de demostración en la Convención italiana del Foro HD, en el décimo aniversario de su fundación en colaboración con la S.M.P.T.E.² en el centenario de su fundación.

El evento organizado por Foro HD Italia en colaboración con el Centro Televisivo Vaticano se celebró en Roma en octubre de 2016. En el stand de Mediaset, en la zona de exhibición de tecnología, se presentó la primera prueba del servicio de televisión HD bajo demanda de Mediaset en HbbTV. Esto se realizó además de la prueba de MPAT, desarrollada por el Departamento de innovación tecnológica de RTI como resultado de un proyecto de la Unión Europea como parte del programa marco Horizonte 2020.

También en 2016 el Departamento de investigación y desarrollo contribuyó al desarrollo de un programa avanzado de integración llamado: **Mediaset Enabler 2.0**. Un nuevo servicio interactivo para la gestión de perfiles, recopilación de datos y análisis empresarial de los usuarios televisivos basado en el nuevo modelo interactivo de demanda/oferta desarrollado por Strategic Marketing y Publitalia, denominado: Piramide.

"Enabler 2.0", cuyo lanzamiento está previsto para abril de 2017, es un proyecto multifuncional para Mediaset, que implica a varias unidades organizativas y sistemas de negocio. Enabler 2.0 se desarrollará en un periodo de tres años (2016-2018) en tres etapas independientes y autónomas. Enabler 2.0 rediseña el modelo de accesibilidad a la televisión híbrida, desarrollando nuevos servicios audiovisuales y funcionalidades interactivas en los receptores de televisión tanto en difusión como en banda ancha, fusionando en una experiencia única y puntera para el usuario los modelos lineales más innovadores de TV y Vod³ aplicados al mundo de la publicidad 2.0.

"Innovación Tecnológica" es el Departamento dentro del "Departamento de Innovación, Investigación y Desarrollo Tecnológico" de Mediaset que se encarga de:

- Investigar el contexto tecnológico del mundo de los medios de comunicación;
- proponer proyectos de innovación;
- ejecución de los proyectos propios de innovación de Mediaset;
- ejecución de proyectos financiados por la Comisión Europea.

A continuación se facilita un resumen de los principales proyectos de innovación ejecutados por el Departamento de "Innovación Tecnológica" en 2016.

² S.M.P.T.E. Sociedad de cine y televisión

³ Vod: Vídeos a la carta: televisión no lineal

El Proyecto "SELE"

Este es un gran proyecto entre empresas, que utiliza el control de la audiencia interna para mejorar las cifras publicitarias de Digitalia y ofrece datos clave para las áreas de radiodifusión de RTI y las áreas de negocio de Publitalia. Este es un ejemplo concreto de agrupación corporativa de "BIG DATA" dentro de la Sociedad, destinado a reunir los datos sobre el uso de los servicios lineares y no lineares de los usuarios de Mediaset. El objetivo es observar el comportamiento de los usuarios en el uso de los servicios audiovisuales de Mediaset. La etapa de prueba 1 (con una duración de dos meses, autorizada por la Autoridad italiana de protección de datos con la Solución para la recogida de datos en un formato anónimo) y la etapa 2, actualmente en curso, en la que los índices de audiencia se recogen a través de 60 000 adaptadores conectados a Internet y cuyo rastreo ha sido autorizado por los usuarios a través de suscripción de un consentimiento relativo al tratamiento de los datos personales (basado en las tres sociedades corresponsables del tratamiento, RTI S.p.A., Mediaset Premium S.p.A. y Publitalia'80 S.p.A. que analizarán los datos recogidos y otras actividades entre sociedades), seguidas en 2016 del desarrollo y la ejecución de la etapa 3 que se centra en el seguimiento en tiempo real a través de wifi CAM. El lanzamiento del desarrollo y la funcionalidad concluyó en diciembre. Los datos tratados son visibles (solo para uso interno) utilizando una consola personalizada en Exaudi DMP. Las CAM conectadas que suministran la base de datos con los servicios de consumo audiovisual de Mediaset se estiman en 60 000. Las nuevas características introducidas durante esta etapa fueron:

- ØSeguimiento de datos en tiempo real
- ØConsola en Exaudi DPM en tiempo real
- ØVisualización de los datos desglosados por tipo de servicio (STB/CAM) o de manera agregada
- ØOptimización del tratamiento para la oportuna disponibilidad de los datos.

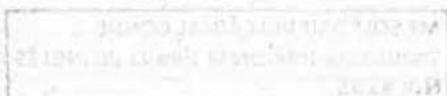
Proyecto de audiencia inteligente

El proyecto desarrolló una APP específica y personalizada solo para uso interno que soporta el seguimiento en tiempo real de las audiencias de los programas en base al tratamiento de los datos brutos de las API. Por primera vez, las producciones televisivas y las áreas de retransmisión cuentan con un sistema preciso para ofrecer información sobre la audiencia en tiempo real, es decir, durante la emisión del contenido televisivo y publicitario. El lanzamiento de la producción tuvo lugar en diciembre de 2016. Actualmente se está revisando la inclusión de la APP en la tienda central de Mediaset para usuarios autorizados con un permiso específico.

Proyecto 360&VR@Mediaset

El proyecto se inició en mayo de 2016 y tiene como objetivo implementar una nueva tecnología de producción de vídeos nueva, de 360 grados y realidad virtual en algunas producciones de Mediaset. Las 2 siguientes etapas se ejecutaron durante el ejercicio:

Etapa 1 – Concierto en vivo de Radio Italia en Italia 1 – junio de 2016 – que implantó la creación de clips de 360° publicados online en las páginas web Mediaset y Facebook que estaban dedicadas al programa;



Etapa 2S GFVIP en Canale 5 – de septiembre a noviembre de 2016 – que implantó la creación de clips de 360° distribuidos por Internet y en Facebook y, por primera vez de STREAMING EN DIRECTO de 360° a través del reproductor de Mediaset en la página de Internet del reality show.

Los estudios de producción del Grupo Mediaset están evaluando el uso de estas soluciones en sus producciones, con la idea de equipar a los estudios con las infraestructuras necesarias.

Proyecto Segnale Dvb-t

El Proyecto, impulsado por la necesidad de analizar los datos en la recepción de las frecuencias dvb-t de los canales de mediaset, se inició con el objetivo de implementar una solución para monitorizar la recepción de Dvb-t a través de STB POD FID. La recolección de datos se inició en mayo de 2016 y está actualmente en curso. Los datos pueden verse a través de DMP Exaudi por los usuarios de Mediaset autorizados.

Proyecto Chatbot

Se están haciendo pruebas con un chatbot, es decir, un sistema automatizado que reconoce un discurso natural y puede ofrecer respuestas automatizadas a los usuarios. Las aplicaciones son muchas, tanto en el área editorial como en la comercial. Se hizo una prueba en el área de Noticias.

Proyectos europeos

El área de Innovación tecnológica continúa con su intensa investigación y actividad innovadora también a través de proyectos financiados por la Unión Europea.

Con respecto al proyecto Mpat, lanzado en diciembre de 2015, el primer año finalizó de manera muy positiva, con una Reunión de revisión, una reunión de revisión con los directores de la Unión Europea que trazó la vía hacia la segunda etapa del proyecto. Se logró el objetivo de la principal ejecución de la plataforma modular para la creación y modificación de aplicaciones multipantalla capaces de interactuar con programas de televisión, vídeos a la carta y contenidos OTT en HbbTV. El ecosistema de código abierto, desarrollado en base a las normas más generalizadas y establecidas (EITML, CSS, y JavaScript), combinado con el potencial de ElbbTV, permitirá la creación fácil y rápida, a través de una interfaz web de usuario, de apps conectadas a la televisión y a los dispositivos personales (smartphones, tablets y equipos de escritorio). En el Foro de interoperabilidad EHD celebrado en la Ciudad del Vaticano los días 6 y 7 de octubre de 2016, al que Mediaset asistió formalmente para promover el proceso de adopción de las normas HbbTV, se presentó la primera aplicación HbbTV desarrollada con Mpat por la primera migración nacional para la emisión de la señal HbbTV en el canal La5. En el segundo año del proyecto, RTI liderará el Paquete de trabajo para el ensayo para probar la eficacia y la facilidad de uso real del ecosistema en el mundo profesional real de la radiodifusión televisiva.

En diciembre de 2016, RTI Mediaset también consiguió financiación para Producer, un proyecto dedicado a las herramientas tecnológicas cuyo objetivo es facilitar la producción de contenido para documentales, factuales y noticias. El objetivo del proyecto, en el que Mediaset actúa como coordinador, es desarrollar una serie de herramientas informáticas para facilitar y optimizar el proceso de creación de contenidos completos, enriquecidos con nuevos enfoques de experiencias en la vanguardia de la innovación tecnológica.

Ambos proyectos son parte del Programa europeo de investigación e innovación Horizonte 2020, en el que Mediaset participa como socio, al igual que otros grandes del sector, tales como:

el instituto de investigación alemán Fokus Fraunhofer, IRT, RBB, ULANC - LancasterUniversity, Leadin OY, Fincons, Telecom Paris Tech, el instituto de investigación griego ICCS, Flying Eye, Hypertech Innovation, Domino Production.

A la vista de los resultados obtenidos, el área ha centrado cada vez más sus esfuerzos y atención en participar en licitaciones europeas para implementar un número creciente de proyectos innovadores, que permitirá el análisis de tecnología puntera a nivel internacional.

Además de encargarse de proyectos de innovación, la sociedad también actúa como Observatorio, centrándose en investigar las principales tendencias de innovación en medios y tecnologías. Produce estudios e investigaciones sobre temas de investigación y una newsletter semanal que recopila y resume las principales noticias de la semana.

En 2016, se propuso una iniciativa denominada "Broadcaster' Innovation Tracker", que llevó a la publicación de un resumen periódico en profundidad sobre un aspecto de uno o varios operadores de radiodifusión europeos y no europeos (ej. modelos de negocio, tecnologías o servicios ofrecidos).

Asimismo, se creó una página web que recopila los principales análisis llevados a cabo, para su consumo interno.

Relaciones con: filiales, empresas asociadas, sociedades holding, afiliadas y terceros

El 9 de noviembre de 2010, el Consejo de Administración adoptó el "Procedimiento de transacciones entre empresas vinculadas" realizado directamente por Mediaset S.p.A. o a través de sus filiales, elaborado de acuerdo con los principios dispuestos en la "Normativa por la que se establecen las disposiciones sobre transacciones entre empresas vinculadas" adoptadas por CONSOB en la resolución n.º 17221 de 12 de marzo de 2010. El 17 de diciembre de 2013, el Consejo de Administración modificó el artículo 7a) del "Procedimiento de transacciones entre empresas vinculadas".

El procedimiento, que está publicado en la página web de la Sociedad (www.mediaset.it/investor/governance/particorrelate_it.shtml), establece la normativa para identificar, aprobar, ejecutar y revelar las transacciones entre empresas vinculadas llevadas a cabo por Mediaset S.p.A., directamente o a través de sus filiales, para garantizar su transparencia y corrección sustancial y de procedimiento, así como para establecer los casos en los que **tales normas no son de aplicación**. Con respecto a los requisitos de información periódica para los organismos de radiodifusión conforme a la Resolución n.º 17221 del Consob de 12 de marzo de 2010 (apartado 8 del artículo 5 sobre transacciones entre empresas vinculadas), cabe señalar que, como parte de su cometido, el 27 de septiembre de 2016 el Consejo de administración de Mediaset autorizó el acuerdo entre las dos filiales RTI S.p.A. y Fascino Produzione Gestione Teatro S.r.l. para la licitación de producciones televisivas. La Transacción entre empresas vinculadas, aun cuando pueda verse como una transacción significativa debido a su tamaño, queda fuera de la aplicación de las normas procesales y de transparencia en virtud del apartado 2 del artículo 13 del Reglamento del Consob así como del artículo 7d) del Procedimiento para transacciones entre empresas vinculadas.

Derecho a no optar a la obligación de publicar informes en el caso de transacciones significativas

De conformidad con el artículo 3 de la Resolución n.º 18079 de 20 de enero de 2012 de Consob, el 13 de noviembre de 2012, el Consejo de Administración decidió aplicar el mecanismo de opt-out establecido en el apartado 8 del artículo 70 y el apartado 1-bis del artículo 71 de la Resolución n.º 11971/99 de Consob, en su versión modificada, aprovechando por tanto el derecho de opt-out de las obligaciones de publicar los informes necesarios, en el caso de transacciones significativas tales como fusiones, spins-offs y emisiones de capital social a través de la transferencia de activos en especie, adquisiciones y enajenaciones.

Acciones en autocartera propiedad de las filiales

Ninguna filial ostenta acciones en autocartera del emisor.

OTRA INFORMACIÓN

Privacidad: medidas de protección y supervisión

Con respecto a las medidas de protección y salvaguardia en el tratamiento de los datos personales, cada Responsable del tratamiento informó de que el Documento de planificación de la seguridad de los datos personales (DPS) para 2015 se aprobó el 31 de marzo de 2016 y de que el DPS para 2016 se aprobaría antes del 31 de marzo de 2017.

Lo anterior confirma el Sistema de gestión de la privacidad adoptado por el Grupo Mediaset el 21 de marzo de 2013, tras la aprobación de las Orientaciones organizativas "Gestión de la protección de los datos personales" L.G.O. - MD/HO 065.

Supervisión y control

La Sociedad ha implementado el Decreto legislativo italiano 231/2001 relativo a la responsabilidad penal de las sociedades. En 2003 estableció un "Órgano de supervisión y control" interno que, con autonomía total y con el apoyo del departamento de la sociedad y de los consultores externos, cuando sea necesario, tiene encomendada la misión de supervisar la ejecución plena del "programa de cumplimiento" adoptado, actualizando sus contenidos e informando acerca de cualesquiera incumplimientos e infracciones cometidos al Consejo de Administración de la Sociedad.

Actividades de gestión y coordinación

Mediaset S.p.A. está sujeta al control de facto de Fininvest S.p.A., pues esta última es titular del 38,266% del capital social. El 4 de mayo de 2004, Fininvest notificó a Mediaset de que conforme al artículo 2497 y seq. del Código civil italiano, no realizaría la gestión y coordinación de Mediaset. La sociedad confirmó la notificación de Fininvest en la reunión del Consejo de Administración de 11 de mayo de 2004. La declaración de Fininvest se confirma por el hecho de que Mediaset establece su propia estrategia y tiene autonomía plena organizativa, de gestión y de negocio, pues no está sujeta a ninguna dirección o coordinación de sus operaciones de negocio por parte de Fininvest. Concretamente, Fininvest no emite ninguna directiva a Mediaset ni ofrece coordinación de asistencia o técnica, administrativa o financiera en nombre de Mediaset o sus filiales.

De conformidad con el artículo 2497 et seq. del Código Civil italiano, Mediaset S.p.A. gestiona y coordina en la actualidad las siguientes sociedades del Grupo Mediaset:

- Digitalia '08 S.r.l.
- El Towers S.p.A.*
- Elettronica Industriale S.p.A.
- Mediaset Premium S.p.A.
- Media4commerce S.p.A.
- Medusa Film S.p.A.
- Monradio S.r.l.
- Promoservice Italia S.r.l.
- Publitalia'80 S.p.A.

- Radio Engineering CO S.r.l.
- RadioMediaset S.p.A.
- Radio Studio 105 S.p.A.
- R.T.I. S.p.A.
- Taodue S.r.l.
- Video Time S.p.A.
- Virgin Radio Italy S.p.A.

¹ Sociedad cotizada en el mercado electrónico de valores (MTA) de Borsa Italiana S.p.A.; Los valores se incluyen en el índice Star FTSE Italia.

Comunicación Consob DAC/RM97001574 de 20 de febrero de 1997

Con respecto a la recomendación Consob (Comunicación de fecha 20 de febrero de 1997, n.º de archivo DAC/RM97001574), más abajo se incluye una lista de consejeros y sus funciones:

El Presidente

Fedele Confalonieri con todos los poderes de gestión ordinaria y extraordinaria, hasta un límite de 15 000 000,00 euros por operación individual, con la excepción de aquellos poderes que sean competencia exclusiva del Consejo de administración o del Comité ejecutivo. De conformidad con los Estatutos sociales de la sociedad, el Presidente representa a la Sociedad.

Vicepresidente o Consejero delegado

Pier Silvio Berlusconi, con todos los poderes de gestión ordinaria y extraordinaria, hasta un límite de 15 000 000,00 euros por operación individual, con la excepción de aquellos poderes que sean competencia exclusiva del Consejo de administración o del Comité ejecutivo. De conformidad con los Estatutos sociales de la sociedad, el Vicepresidente y Consejero delegado representa a la sociedad. El Vicepresidente y Consejero delegado reemplaza al Presidente, representando a la sociedad, en caso de ausencia o impedimento de este. El ejercicio actual del poder de representación del Vicepresidente y Consejero delegado indica por se la ausencia o impedimento del Presidente y exonera a terceros de cualquier verificación o responsabilidad de esto.

Consejeros

Giuliano Adreani

Marina Berlusconi

Franco Bruni

Pasquale Cannatelli

Mauro Crippa

Bruno Ermolli

Marco Giordani

Fernando Napolitano

Gina Nieri

Michele Perini

Alessandra Piccinino

Niccolo' Querci

Stefano Sala

Carlo Secchi

Wanda Ternau

Comité Ejecutivo

Fedele Confalonieri

Pier Silvio Berlusconi

Giuliano Adreani

Marco Giordani

Gina Nieri

Comité de riesgos y control

Carlo Secchi (Presidente)

Franco Bruni

Fernando Napolitano

Comité de retribuciones

Michele Perini (Presidente)



Bruno Ermolli

Fernando Napolitano

Comité de gobierno y nombramientos

Carlo Secchi (Presidente)

Michele Perini

Wanda Ternau

Comité de consejeros independientes para transacciones entre terceros

Michele Perini (Presidente)

Alessandra Piccinino

Carlo Secchi

ACONTECIMIENTOS QUE TUVIERON LUGAR DESPUÉS DEL 31 DE DICIEMBRE DE 2016

El **12 de enero de 2017** Mediaset adquirió una participación en Studio 71, la Red multicanal líder en Europa, y una de las cinco más grandes del mundo, controlada por el Grupo alemán ProSiebenSat.1.

Las redes multicanal como Studio 71 operan con las principales plataformas gratuitas de distribución de vídeos (empezando por YouTube), garantizando una mayor visibilidad y monetización con los creadores de contenido gracias a la masa crítica de la red. Studio 71 desarrolla más de 6 mil millones de vídeos vistos al mes y opera en cinco continentes con más de 200 empleados. En Italia ya gestiona unas existencias de más de 40 millones de vídeos vistos por mes.

Mediaset (con una participación inicial del 5,5%) y el grupo francés TF1 (6,1%) efectuaron una inversión en la sociedad por un total de 50 millones de euros, valorado en 400 millones de euros, con el objetivo de crear el operador de contenido digital más importante de Europa en estrecha sinergia con la televisión generalista y de desarrollar el negocio Avod (publicidad en vídeos a la carta) con acceso libre. Publitalia 80 será la agencia exclusiva de la red en Italia, fortaleciendo, por tanto, su orientación cross-media cada vez más.

Como resultado de los acuerdos firmados, se establecerá a principios de 2017 la empresa conjunta "Studio 71 Italia", en la que Mediaset será el accionista de referencia (49%) y a través de la cual se gestionará la totalidad de la actividad empresarial italiana de Studio 71.

El **17 de enero de 2017**, el Consejo de administración de Mediaset aprobó las orientaciones para los objetivos de crecimiento económico y financiero para 2017-2020, que suponen un aumento de la cuota de mercado de Mediaset en el mercado publicitario total del 37,4% al 39% y una mejora anticipada del EBIT en las actividades mediáticas italianas de 468 millones de euros para 2020.

El **18 de abril de 2017**, la Autoridad italiana de medios de comunicación determinó que la posición de Vivendi no cumple con las disposiciones del apartado 11 del artículo 43 del Decreto legislativo italiano n.º 177 de 31 de julio de 2015, debido a la participación que mantiene la sociedad en Telecom Italia S.p.A. y Mediaset S.p.A., y ordenó a Vivendi corregir esta situación irregular en el plazo de 12 meses, presentando en 60 días un plan de acción a implantar por la sociedad.

PREVISIONES PARA EL EJERCICIO COMPLETO

La tendencia en los ingresos publicitarios totales del primer trimestre del ejercicio en curso siguió siendo positiva en ambos países. Se espera que esta tendencia se mantenga durante el resto del año, a pesar del clima económico que también para 2017 parece probable que se caracterice por unas estimaciones en el crecimiento que serán moderadas tanto para Italia como para España.

Las principales líneas de acción detalladas en las orientaciones del plan "Mediaset 2020" darán comienzo durante el ejercicio y se confirmará el impacto positivo de la consolidación en las actividades del sector de la radio. Asimismo, las tendencias en los costes y la depreciación de las actividades mediáticas en Italia reflejarán el impacto de las rebajas en las amortizaciones y las provisiones realizadas durante la preparación de los estados financieros consolidados para 2016. Se prevé que la combinación de estos factores dé lugar, tanto en el primer trimestre como en términos interanuales, a resultados positivos tanto en términos de EBIT como de beneficio neto.

BORRADOR DE RESOLUCIONES

Estimados accionistas:

Confiamos en que estén de acuerdo con el enfoque y los criterios adoptados en la preparación del Estado de posición financiera, el Estado de ingresos, el Estado de ingresos globales, el Estado de flujos de efectivo, el Estado de cambios en el patrimonio neto y en la Memoria para el periodo finalizado el 31 de diciembre de 2016, para lo cual les solicitamos su aprobación, junto con la del Informe de gestión de las operaciones.

Les rogamos que acuerden cubrir la pérdida del ejercicio fiscal, que asciende a 150 985 000,54 euros, a través del uso parcial de la reserva extraordinaria.

En consecuencia, si aprueban esta propuesta, la reserva extraordinaria que asciende a 1436 709 789,87 euros disminuirá hasta los 1285 724 789,33 euros.

En nombre del Consejo de Administración

El Presidente

[Consta logotipo corporativo del Grupo Mediaset]

Informe consolidado de gestión para 2016
Estados financieros consolidados y Memoria

M^{ra} SOLEDAD VALCÁRCEL CONDE
Traductora-Intérprete Jurada de INGLÉS
N.º 4195

GRUPO MEDIASET
ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO (*)
(cifras en millones de EUR)

ACTIVO	Notas	31/12/2016	31/12/2015(**)
Activo no corriente			
Inmovilizado material	7.1	445,7	461,4
Derechos de televisión y cine	7.2	1629,7	2205,9
Fondo de comercio	7.3	964,7	938,4
Otros activos intangibles	7.5	850,7	755,3
Inversiones en empresas asociadas y negocios conjuntos	7.6	47,3	61,8
Otros activos financieros	7.7	61,2	44,6
Activo por impuesto diferido	7.8	518,3	409,4
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		4517,8	4876,8
Activo corriente			
Existencias	8.1	33,0	39,7
Deudores comerciales	8.2	1258,0	1407,1
Impuestos a cobrar	8.3	53,3	55,7
Otras cuentas a cobrar y activos corrientes	8.3	288,8	311,3
Activos financieros corrientes	8.4	55,2	67,8
Efectivo y equivalentes de efectivo	8.5	328,8	351,6
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		2017,1	2233,2
Activos no corrientes mantenidos para la venta		-	-
TOTAL ACTIVO		6534,9	7110,1

(*) En relación a la decisión CONSOB n.º 15519 de fecha 27 de julio de 2006, los efectos en las partidas del Balance de situación generadas por operaciones con partes vinculadas se muestran en una tabla separada incluida en las siguientes páginas y descrita además en la Nota explicativa 16.

(**) Tal y como está previsto en el apartado 49 de la NIIF 3, los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 se han vuelto a calcular.

GRUPO MEDIASET
ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO (*)
(cifras en millones de EUR)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas	31/12/2016	31/12/2015 (**)
Capital social y reservas			
Capital social	9.1	614,2	614,2
Reserva de prima de emisión de acciones	9.2	275,2	275,2
Autocartera	9.3	(416,7)	(416,7)
Otras reservas	9.4	828,0	834,3
Reserva de valoración	9.5	(10,0)	(19,3)
Ganancias acumuladas	9.6	951,4	1002,1
Beneficio neto en el ejercicio		(294,5)	3,8
Patrimonio neto del grupo		1947,6	2293,8
Intereses minoritarios en el beneficio neto		68,0	106,3
Intereses minoritarios en las reservas de capital social y mantenidas		520,2	547,3
Intereses minoritarios		588,2	653,6
TOTAL PATRIMONIO NETO		2535,8	2947,4
Pasivo no corriente			
Planes de prestaciones posteriores al empleo	10.1	91,8	89,1
Pasivos de impuestos diferidos	7.8	117,5	83,0
Pasivos y cuentas a pagar financieros	10.2	1004,1	1108,1
Provisiones para riesgos y gastos no corrientes	10.3	96,4	59,8
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		1309,8	1340,1
Pasivo corriente			
Cuentas a pagar financieros	11.1	158,3	93,9
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	11.2	1765,8	2368,9
Provisiones para riesgos y gastos corrientes	10.3	154,3	57,1
Pasivos de impuestos corrientes	11.3	5,2	1,2
Otros pasivos financieros	11.4	372,7	70,7
Otros pasivos corrientes	11.6	232,8	230,8
TOTAL PASIVO CORRIENTE		2689,2	2822,6
Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta		-	-
TOTAL PASIVO		3999,0	4162,7
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		6534,9	7110,1

(*) En relación a la decisión CONSOB n.º 15519 de fecha 27 de julio de 2006, los efectos en las partidas del Balance de situación generadas por operaciones con partes vinculadas se muestran en una tabla separada incluida en las siguientes páginas y descrita además en la Nota explicativa 16.

(**) Tal y como está previsto en el apartado 49 de la NIIF 3, los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 se han vuelto a calcular.

GRUPO MEDIASET
ESTADO DE INGRESOS CONSOLIDADO (*)
(cifras en millones de EUR)

ESTADO DE INGRESOS	Notas	Año 2016	Año 2015 (**)
Ventas de bienes y servicios	12.1	3613,6	3435,5
Otros ingresos ordinarios e ingresos	12.2	53,3	89,3
TOTAL INGRESOS NETOS CONSOLIDADOS		3667,0	3524,8
Gastos de personal	12.3	540,2	520,5
Compras, servicios, otros costes	12.4	1954,8	1638,4
Amortización, depreciación y rebajas en el valor	12.5	1361,1	1135,1
Pérdidas por deterioro y (recuperación) de deterioro de activos fijos		-	-
TOTAL COSTES		3856,1	3294,0
EBIT		(189,2)	230,7
Gastos financieros	12.6	(124,7)	(99,1)
Ingresos financieros	12.7	37,1	49,7
Ingresos/(gastos) por inversiones de capital	12.8	2,4	15,0
EBT		(274,4)	196,5
Impuesto sobre las ganancias	12.10	47,9	(86,4)
BENEFICIO NETO DE ACTIVIDADES CONTINUADAS		(226,5)	110,1
Ganancias/(pérdidas) netas de actividades interrumpidas		-	-
BENEFICIO NETO EN EL PERIODO	12.11	(226,5)	110,1
Atribuible a:			
Accionistas de la sociedad matriz		(294,5)	3,8
- Intereses minoritarios		68,0	106,3
Beneficios por acción	12.12	-	-
- Básico		(0,26)	0,00
- Diluido		(0,26)	0,00

(*) En relación a la decisión CONSOB n.º 15519 de fecha 27 de julio de 2006, los efectos en las partidas del Balance de situación generadas por operaciones con partes vinculadas se muestran en una tabla separada incluida en las siguientes páginas y descrita además en la Nota explicativa 16.

(**) Tal y como está previsto en el apartado 49 de la NIIF 3, los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 se han vuelto a calcular.



GRUPO MEDIASET
ESTADO DE INGRESOS GLOBALES CONSOLIDADO (*)
(cifras en millones de EUR)

	Notas	2016	2015
BENEFICIOS O (PÉRDIDAS) DEL PERIODO		(226,5)	110,1
OTROS INGRESOS GLOBALES RECICLADOS EN PÉRDIDAS Y GANANCIAS		15,4	(12,9)
Cambios por la conversión del estado financiero de actividades en el extranjero		-	-
Parte efectiva de las ganancias y pérdidas sobre instrumentos de cobertura (cobertura de flujo de efectivo)	9.5	20,6	(12,4)
Ganancias y pérdidas sobre activos financieros disponibles para la venta	9.4	-	(5,4)
Otras ganancias y pérdidas de asociadas valorados mediante el método de la participación		(0,1)	-
Otras ganancias y pérdidas	9.4		
Efectos de impuestos		(5,1)	4,9
OTROS INGRESOS GLOBALES NO RECICLADOS EN PÉRDIDAS Y GANANCIAS		(4,7)	0,5
Cambios en el excedente de revalorización		-	-
Ganancias y pérdidas actuariales sobre planes de prestaciones definidas	9.5	(6,2)	2,0
Otras ganancias y pérdidas de asociadas valorados mediante el método de la participación		-	-
Otras ganancias y pérdidas		-	-
Efectos de impuestos		1,5	(1,5)
TOTAL OTRO RESULTADO GLOBAL EN EL EJERCICIO, NETO DE EFECTOS DE IMPUESTOS (B)		10,7	(12,4)
TOTAL INGRESOS GLOBALES (A)+(B)		(215,8)	97,8
atribuible a:			
- propietarios de la sociedad matriz		(283,4)	(6,5)
- participaciones no dominantes		67,6	104,3

GRUPO MEDIASET
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO
(cifras en millones de EUR)

	Notas	2016	2015
FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN:			
Beneficio de explotación		(189,2)	230,7
+ Depreciación y amortización		1361,1	1135,1
+ Otras provisiones y movimientos de no efectivo		149,6	18,4
+ Cambio en deudores comerciales		356,7	105,0
+ Cambio en acreedores comerciales		(160,1)	239,8
+ Cambio en otros activos y pasivos		(23,0)	(119,1)
- Intereses (pagados)/recibidos		(4,6)	(1,0)
- Impuesto sobre las ganancias pagado		(63,6)	(70,9)
Flujo de efectivo neto de actividades de explotación [A]		1427,0	1538,0
FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:			
Ingresos de la venta de activos fijos		4,8	3,5
Ingresos de la venta de inversiones de capital		2,4	10,8
Intereses (pagados)/recibidos		0,5	0,5
Compras de derechos de televisión		(644,0)	(623,3)
Cambios en adelantos por derechos de televisión		3,3	(33,3)
Compras de otros activos fijos		(81,1)	(85,3)
Inversiones de capital		(2,1)	(29,4)
Cambios en las cuentas a pagar por actividades de inversión	13.1	(650,7)	(467,3)
Ingresos/(pagos) por derivados de cobertura		(23,4)	44,6
Cambios en otros activos financieros		3,0	(1,1)
Dividendos recibidos		3,4	2,6
Combinaciones de negocios, netos de efectivo adquirido	13.2	(84,9)	(85,4)
Cambios en el ámbito de consolidación	13.3	-	100,0
Flujo de efectivo neto de actividades de inversión [B]		(1468,7)	(1163,1)
FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN:			
Ampliación de capital recibida	13.4	20,2	
Cambio en autocartera	13.5	(107,0)	(238,6)
Cambios en los pasivos financieros		267,9	(121,9)
Bono corporativo		0,0	-
Dividendos pagados		(106,0)	(66,9)
Cambios en otros activos/pasivos financieros		0,0	-
Intereses (pagados)/recibidos		(56,2)	(53,2)
Flujo de efectivo neto de actividades de financiación [C]		18,9	(480,6)
CAMBIO EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO [D=A+B+C]			
		(22,8)	(105,7)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL INICIO DEL PERIODO [E]			
		351,6	457,3
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO [F=D+E]			
		328,8	351,6

GRUPO MEDIASET
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO
(cifras en millones de EUR)

	Capital social	Reserva de prima de emisión de acciones	Reserva legal y otras reservas	Autocartera de la sociedad	Reserva de valoración	Ganancias acumuladas/(pérdidas acumuladas)	Beneficios (pérdidas) del periodo	Total patrimonio neto del Grupo	Total patrimonio neto atribuible a intereses minoritarios	TOTAL PATRIMONIO NETO
Balance a 1/01/2015	614,2	275,2	755,4	(416,7)	(4,0)	1074,9	23,7	2322,8	722,6	3045,5
Asignación del beneficio neto de 2014 de la sociedad matriz	-	-	-	-	-	23,7	(23,7)	-	-	-
Dividendos pagados por la sociedad matriz	-	-	(2,1)	-	-	(20,6)	-	(22,7)	(44,2)	(66,9)
Evaluación de la reserva de pagos basados en acciones	-	-	-	-	(6,8)	7,5	-	0,7	-	0,7
(Compra)/venta de autocartera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beneficios/(pérdidas) por operaciones con autocartera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cambios en la participación de control en las filiales	-	-	82,9	-	-	(82,0)	-	0,8	(140,6)	(139,8)
Combinaciones de negocios	-	-	(0,1)	-	-	-	-	(0,1)	9,1	9,0
Otros cambios	-	-	-	-	-	(1,3)	-	(1,3)	2,2	0,9
Ingresos/(pérdidas) globales	-	-	(1,8)	-	(8,5)	-	4,0	(6,3)	104,6	98,3
Balance a 31/12/2016	614,2	275,2	834,3	(416,7)	(19,3)	1002,1	4,0	2,293,9	653,8	2947,8
Asignación del precio de compra final de 2015	-	-	-	-	-	-	(0,2)	(0,2)	(0,3)	(0,5)
Balance final a 31/12/2015	614,2	275,2	834,3	(416,7)	(19,3)	1002,1	3,8	2,293,8	653,6	2947,4
Balance a 1/01/2016	614,2	275,2	834,3	(416,7)	(19,3)	1002,1	3,8	2,293,8	653,6	2947,4
Combinaciones de negocios	-	-	-	-	-	3,8	(3,8)	-	-	-
Asignación del beneficio neto de 2015 de la sociedad matriz	-	-	-	-	-	(22,7)	-	(22,7)	(83,3)	(106,0)
Dividendos pagados por la sociedad matriz	-	-	-	-	(1,9)	4,0	-	2,1	-	2,1
(Compra)/venta de autocartera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beneficios/(pérdidas) por operaciones con autocartera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cambios en la participación de control en las filiales	-	-	-	-	-	(35,6)	-	(35,6)	(49,6)	(85,2)
Combinaciones de negocios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros cambios	-	-	(6,2)	-	-	(0,1)	-	(6,3)	(0,1)	(6,4)
Ingresos/(pérdidas) globales	-	-	(0,1)	-	11,2	-	(294,5)	(283,4)	67,6	(215,8)
Balance a 31/12/2016	614,2	275,2	828,0	(416,7)	(10,0)	951,4	(294,5)	1947,7	588,2	2535,9

GRUPO MEDIASET
ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO SEGÚN LA
RESOLUCIÓN N.º 15519 DE LA CONSOB DE FECHA 27 DE JULIO DE 2006
(cifras en millones de EUR) ()*

ACTIVO	Notas	31/12/2016	vs. Partes vinculadas (nota 16)	% peso	31/12/2015(*)	vs. Partes vinculadas (nota 16)	% peso
Activo no corriente							
Inmovilizado material	7.1	445,7			461,4		
Derechos de televisión y cine	7.2	1629,7	0,2	0%	2205,9	0,3	0%
Fondo de comercio	7.3	964,7			938,4		
Otros activos intangibles	7.5	850,7	0,1	0%	755,3	0,1	0%
Inversiones en empresas asociadas	7.6	47,3			61,8		
Otros activos financieros	7.7	61,2	11,2	18%	44,6	14,3	32%
Activo por impuesto diferido	7.8	518,3			409,4		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		4517,8			4876,8		
Activo corriente							
Existencias	8.1	33,0			39,7		
Deudores comerciales	8.2	1258,0	59,0	5%	1407,1	36,9	3%
Impuestos a cobrar	8.3	53,3	1,9	4%	55,7	-	0%
Otras cuentas a cobrar y activos corrientes	8.3	288,8	4,4	2%	311,3	7,2	2%
Activos financieros corrientes	8.4	55,2	7,2	13%	67,8	21,7	32%
Efectivo y equivalentes de efectivo	8.5	328,8			351,6		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		2017,1			2233,2		
Activos no corrientes mantenidos para la venta							
TOTAL ACTIVO		6534,9			7110,1		

(*) Tal y como está previsto en el apartado 49 de la NIIF 3, los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 se han vuelto a calcular.

GRUPO MEDIASET
POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO SEGÚN LA RESOLUCIÓN N.º 15519 DE LA
CONSOB DE FECHA 27 DE JULIO DE 2006
(cifras en millones de EUR)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas	31/12/2016	vs. Partes vinculadas (nota 16)	% peso	31/12/2015(*)	vs. Partes vinculadas (nota 16)	% peso
Capital social y reservas							
Capital social	9.1	614,2			614,2		
Reserva de prima de emisión de acciones	9.2	275,2			275,2		
Autocartera	9.3	(416,7)			(416,7)		
Otras reservas	9.4	828,0			834,3		
Reserva de valoración	9.5	(10,0)			(19,3)		
Ganancias acumuladas	9.6	951,4			1002,1		
Beneficio neto en el periodo		(294,5)			3,8		
Patrimonio neto del grupo		1947,7			2293,8		
Intereses minoritarios en el beneficio neto		68,0			106,3		
Intereses minoritarios en las reservas de capital social y mantenidas		520,2			547,3		
Intereses minoritarios		588,2			653,6		
TOTAL PATRIMONIO NETO		2535,9			2947,4		
Pasivo no corriente							
Planes de prestaciones posteriores al empleo	10.1	91,8			89,1		
Pasivos de impuestos diferidos	7.8	117,5			83,0		
Pasivos y cuentas a pagar financieros	10.2	1004,1	99,7	10%	1108,1	202,9	18%
Provisiones para riesgos y gastos no corrientes	10.3	96,4			59,8		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		1309,8			1340,1		
Pasivo corriente							
Cuentas a pagar financieros	11.1	158,3			93,9		
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	11.2	1765,8	79,8	5%	2368,9	59,2	2%
Provisiones para riesgos y gastos corrientes	10.3	154,3	-	0%	57,1		
Pasivos de impuestos corrientes	11.3	5,2	0,3	7%	1,2	0,1	5%
Otros pasivos financieros	11.4	372,7	25,2	7%	70,7	14,7	21%
Otros pasivos corrientes	11.6	232,8	2,1	1%	230,8	1,8	1%
TOTAL PASIVO CORRIENTE		2689,2			2822,6		
Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta							
TOTAL PASIVO		3399,0			4162,7		
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		6534,9			7110,1		

(*) Tal y como está previsto en el apartado 49 de la NIIF 3, los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 se han vuelto a calcular.

GRUPO MEDIASET
ESTADO DE INGRESOS CONSOLIDADO SEGÚN LA
RESOLUCIÓN N.º 15519 DE LA CONSOB DE FECHA 27 DE JULIO DE 2006
(cifras en millones de EUR)

ESTADO DE INGRESOS	Notas	Año 2016	vs. Partes vinculadas (nota 16)	% peso	Año 2015 (*)	vs. Partes vinculadas (nota 16)	% peso
Ventas de bienes y servicios	12.1	3613,6	87,1	2%	3435,5	60,5	2%
Otros ingresos ordinarios e ingresos	12.2	53,3	4,6	9%	89,3	4,1	5%
TOTAL INGRESOS NETOS CONSOLIDADOS		3667,0			3524,8		
Gastos de personal	12.3	540,2			520,5		
Compras, servicios, otros costes	12.4	1954,8	193,4	10%	1638,4	171,9	10%
Amortización, depreciación y rebajas en el valor	12.5	1361,2	0,6	0%	1135,1	2,8	0%
Pérdidas por deterioro y (recuperación) de deterioro	0	-			-	-	0%
TOTAL COSTES		3856,2			3294,0		
EBIT		(189,2)			230,7		
Gastos financieros	12.6	(124,7)	(6,9)	6%	(99,1)	(5,0)	5%
Ingresos financieros	12.7	37,1	1,8	5%	49,7	1,8	4%
Ingresos/(gastos) por inversiones de capital	12.8	2,4			15,0		
EBT		(274,4)			196,5		
Impuesto sobre las ganancias		47,9			(86,4)		
BENEFICIO NETO DE ACTIVIDADES CONTINUADAS		(226,5)			110,1		
Ganancias/(pérdidas) netas de actividades interrumpidas		-			-		
BENEFICIO NETO EN EL PERIODO	12.11	(226,6)			110,1		
Atribuible a:							
Accionistas de la sociedad matriz		(294,5)			3,8		
- Intereses minoritarios		68,0			106,3		
Beneficios por acción	12.12						
- Básico		(0,26)			0,00		
- Diluido		(0,26)			0,00		

(*) Tal y como está previsto en el apartado 49 de la NIIF 3, los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 se han vuelto a calcular.



MEMORIA

1. INFORMACIÓN GENERAL

Mediaset S.p.A. es una sociedad anónima constituida en Italia e inscrita en el Registro Mercantil de Milán. Su domicilio social se encuentra en Via Paleocapa, 3, Milán. Su accionista mayoritario es Fininvest S.p.A. Las principales actividades empresariales de la sociedad y sus filiales se describen en la sección inicial del Informe sobre operaciones.

Estos Estados financieros se presentan en euros, porque esta es la moneda utilizada para la mayoría de las operaciones del Grupo.

2. BASES DE PRESENTACIÓN Y POLÍTICAS CONTABLES PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Estos Estados financieros se han elaborado sobre el principio de empresa en funcionamiento, pues los Consejeros han verificado que no hay cuestiones financieras, operativas u otros indicadores de problemas que afecten a la capacidad del Grupo para cumplir con sus obligaciones en el futuro próximo. Los riesgos e incertidumbres relacionados con la actividad empresarial se describen en el Informe sobre operaciones. La descripción de cómo el Grupo gestiona sus riesgos financieros, incluyendo el riesgo de liquidez y de capital se recoge en el apartado "Información adicional respecto a los instrumentos financieros y las políticas de gestión de riesgos" de esta Memoria.

Los Estados financieros consolidados a 31 de diciembre de 2016 se han elaborado de acuerdo con las NIC/NIIF (Normas contables internacionales/Normas internacionales de información financiera) y las interpretaciones de las mismas emitidas por el SIC/CINIIF (Comité Internacional de Normas/Comité Internacional de las Normas Internacionales de Información Financiera) respaldados por la Comisión Europea y vigentes en esa fecha.

Las bases de presentación de los activos y pasivos son su coste histórico, a excepción de determinados instrumentos financieros que se han designado al valor razonable de acuerdo con la NIC 39 y la NIIF 13.

Las tablas en los Estados financieros y la Memoria han sido elaboradas junto con la información adicional requerida para los formatos y presentación de estados financieros que establece la Resolución n.º 15519 de la Consob de 27 de julio de 2006 y la Comunicación n.º 6064293 de la Consob de 28 de julio de 2006.

Los valores de las partidas en los Estados financieros consolidados, por su dimensión, se expresan en millones de euros.

La elaboración de los Estados financieros consolidados y de la Memoria ha requerido el uso de estimaciones e hipótesis tanto para la determinación de algunos activos y pasivos como para la valoración de los activos y pasivos contingentes.

Las principales estimaciones se refieren al cálculo del valor recuperable de las Unidades generadoras de efectivo a las que se asignan el fondo de comercio u otros activos con vidas útiles indefinidas, a los efectos de las comprobaciones periódicas marcadas por la NIC 36. La valoración de estos activos de acuerdo con los criterios fijados por la NIC 36 permite utilizar el mayor entre el valor en uso y el valor razonable. La estimación del valor en uso requiere la estimación en la fecha de valoración de los flujos de efectivo que se prevé que se producirán en su condición actual mediante el uso continuado de los activos individuales o grupos de activos

(CGU), sobre la base de los planes de negocio aprobados, y fijando asimismo un tipo de descuento adecuado. Las principales incertidumbres que pueden influir en esta estimación están relacionadas con el cálculo del coste medio ponderado del capital (WACC por sus siglas en inglés), de las tasas de crecimiento de los flujos más allá del periodo de previsión (g), así como los supuestos realizados para proyectar los flujos de efectivo previstos para los ejercicios de la proyección explícita. El valor razonable estimado requiere, a su vez, la aplicación de las normas y técnicas de valoración descritas en la NIIF 13, que tienen por objeto determinar, a través del uso de una o más técnicas de valoración que minimizan el uso de los datos observables pertinentes, el precio hipotético generado en la fecha de valoración, de la venta de activos o grupos de activos a entidades económicas que operan en los principales mercados de esos activos.

La estimación del periodo de recuperabilidad de los activos por impuestos diferidos reconocidos, y en particular las pérdidas fiscales, tuvieron en cuenta los resultados del presupuesto y del plan acorde con los utilizados en las pruebas de deterioro de las sociedades de la consolidación fiscal.

Los principales datos de la previsión se refieren a las provisiones para riesgos y gastos y a las provisiones de morosidad.

Las estimaciones e hipótesis se revisan periódicamente y los impactos de cada cambio individual se compensan en el estado de ingresos. En particular, en estos estados financieros consolidados se han revisado las vidas útiles de los derechos de usuario relacionados con las frecuencias de radio analógicas, fijando el plazo en 25 años desde el 1 de enero de 2016, como parte del proceso de valoración dirigido en la combinación de negocios que resultó durante el ejercicio con la terminación de las actividades empresariales de radio del Grupo.

3. RESUMEN DE LOS PRINCIPIOS CONTABLES Y CRITERIOS DE VALORACIÓN

Principios contables, modificaciones e interpretaciones aplicados desde el 1 de enero de 2016

A partir del 1 de enero de 2016 tendrán efecto una serie de nuestras normas contables y/no modificaciones e interpretaciones a las normas antes efectivas.

El 6 de mayo de 2016, el CNIC emitió varias modificaciones de la norma "NIIF 11 Acuerdos conjuntos - Contabilización de las adquisiciones de participaciones en operaciones conjuntas" respecto a la contabilización de las adquisiciones de participaciones en operaciones conjuntas que constituyen un negocio conforme a la NIIF 3. En estas situaciones las modificaciones requieren que la entidad aplique todos los principios de la NIIF relativos al reconocimiento de los efectos de una combinación de negocios. Estas modificaciones no tuvieron un impacto en el Grupo.

El 12 de mayo de 2014, el CNIC emitió varias modificaciones a la NIC 16 Inmovilizado material y NIC 38 Activos intangibles – "Aclaración de los métodos aceptados de depreciación y modificación". Las modificaciones a la NIC 16 establecen que los criterios de depreciación y amortización determinados en base a los ingresos no son adecuados porque, según la modificación, los ingresos generados de una actividad que incluye el uso de un activo depreciado o amortizado reflejan generalmente otros factores además del consumo de los beneficios económicos a través del uso del activo. Las modificaciones a la NIC 38 introducen una presunción refutable de que los ingresos no es la base adecuada para la amortización por los mismos

motivos que se establecen en las modificaciones introducidas en la NIC 16. Sin embargo, para los activos intangibles esta presunción puede refutarse, pero solo en determinadas circunstancias limitadas y específicas, conforme a las Bases de conclusión de la norma (BC72FI y BC72I). Esta presunción podrá refutarse solo si puede demostrarse que los ingresos y el consumo de los beneficios económicos de los activos intangibles están fuertemente relacionados. En particular, en los casos en los que los activos intangibles puedan explotarse de diferentes formas (múltiples actividades que ofrezcan múltiples fuentes de ingresos), el método basado en ingresos reflejará correctamente la aportación del activo a los beneficios económicos de la empresa. En particular, la norma se refiere a las sociedades de producción y distribución de cine ("productores de películas") que son titulares de propiedad intelectual para diferentes ventanas de explotación. En este caso, como ya se ha dicho, el método basado en ingresos será aceptable puesto que representa la mejor descripción del consumo de los beneficios recibidos a través de diferentes métodos de explotación del activo. La introducción de esta modificación no tiene, por tanto, impacto en el Grupo.

El 12 de agosto de 2014 la CNIC publicó la modificación a la NIC 27 - Método de la participación en los Estados financieros separados. El documento introduce la opción de utilizar el método de la participación en los estados financieros separados de una entidad para contabilizar las inversiones con filiales, entidades controladas conjuntamente y empresas asociadas. Como resultado, tras la introducción de la modificación una entidad podrá reconocer estas inversiones en los estados financieros separados o bien:

- a su coste; o
- de acuerdo con la NIIF 9 (o la NIC 39); o
- utilizando el método de la participación.

Estas modificaciones no tuvieron ningún impacto en los estados financieros consolidados del Grupo.

El 25 de septiembre de 2014, la CNIC publicó el documento "Mejoras anuales a las NIIF: Ciclo 2012-2014", que complementa parcialmente las normas vigentes.

El documento introduce modificaciones a las siguientes normas:

- **NIIF 5 – Activos no corrientes mantenidos para la venta y actividades interrumpidas.** La modificación introdujo orientaciones concretas a la norma para cuando una entidad reclasifica un activo (o un grupo enajenable) de mantenidos para la venta a mantenidos para distribuir (o viceversa), o cuando ya no sea de aplicación la clasificación de un activo como mantenido para distribuir. Las modificaciones establecen que (i) estas reclasificaciones no deben considerarse un cambio en un plan de venta o un plan de distribución y que debe seguir aplicándose los mismos criterios de clasificación y valoración; (ii) los activos que ya no cumplen los criterios para ser clasificados como mantenidos para distribuir deben tratarse de la misma manera que un activo que ya no se clasificase como disponible para la venta;
- **NIIF 7 Instrumentos financieros:** Información a revelar. Las modificaciones implican la introducción de información adicional para aclarar cuándo un contrato de mantenimiento constituye la implicación continuada en un activo transferido a los efectos de revelar información de los activos transferidos. Además, la revelación de información sobre la

compensación de activos y pasivos financieros normalmente no se exige específicamente para los informes financieros provisionales. Sin embargo, esta revelación puede ser necesaria para cumplir con los requisitos de la NIC 34, si implica información relevante;

- **NIC 19 – Beneficios de empleados.** El documento introduce las modificaciones a la NIC 19, con el objetivo de aclarar que los bonos de alta calidad emitidos por sociedades anónimas utilizados para determinar el tipo de descuento de las prestaciones post-empleo pueden estar en la moneda utilizada para los pagos de beneficios. Las modificaciones especifican que el alcance del mercado para considerar los bonos de alta calidad emitidos por sociedades anónimas es el mercado que comprende la zona monetaria.
- **NIC 34 – Información financiera intermedia.** El documento introduce modificaciones con el objetivo de aclarar los requisitos que han de cumplirse cuando la información exigida se presenta en el informe financiero intermedio, pero fuera de los estados financieros intermedios. La modificación especifica que esta revelación de información debe incorporarse mediante referencia a los estados financieros intermedios y otras partes del informe financiero intermedio y que este documento debería estar disponible para los usuarios de los estados financieros intermedios en las mismas condiciones que los estados financieros intermedios y al mismo tiempo.

El 18 de diciembre de 2014, el CNIC publicó la modificación a la NIC 1 – Iniciativa de revelación. El objetivo de las modificaciones es hacer aclaraciones sobre aquellas revelaciones de información que pueden percibirse como un obstáculo al preparar estados financieros que sean claros y comprensibles.

El documento introduce modificaciones a las siguientes normas:

- **Importancia relativa y agregación:** las modificaciones aclaran que una entidad no debe ocultar información por agregarla o separarla, y esas condiciones de importancia relativa se aplican a los estados primarios, memoria y requisitos específicos de revelación de las NIIF. Las revelaciones de información específicamente requerida por las NIIF solo tienen que darse si la información es material;
- **Estado de posición financiera y estado de ingresos globales:** las modificaciones aclaran que la lista de partidas especificada en la NIC 1 para estos estados puede ir de forma agregada o separada, según sea pertinente. También se dan pautas sobre el uso de los subtotales en los estados;
- **Presentación de las partidas en Otros ingresos globales (“OCI”):** las modificaciones aclaran que el resultado de otros ingresos globales de la entidad de la participación contabilizada en entidades asociadas y empresas conjuntas debe presentarse de forma agregada como una única línea de partidas basadas en si se reclasificarán a través de resultado;
- **Notas:** las modificaciones aclaran que las entidades tienen flexibilidad al diseñar la estructura de la memoria y da pautas sobre cómo determinar un orden sistemático para las notas.

Modificaciones a las NIIF 10, NIIF 12 y NIC 28 Inversiones en entidades: Aplicación de la excepción de consolidación (eccezione al consolidamento)

Las modificaciones abordan las cuestiones que surgieron de la aplicación de la excepción para las entidades de inversión establecidas en la NIIF 10. Las modificaciones a la NIIF 10 aclaran que la excepción de presentación en los estados financieros consolidados se aplica a la sociedad



dominante que es filial de una entidad de inversión, cuando la entidad de inversión registra todas sus filiales al valor razonable. Además, las modificaciones a la NIIF 10 aclaran que solo la filial de una entidad de inversión, que no sea a su vez una entidad de inversión y que ofrezca servicios de apoyo a la entidad de inversión, podrá consolidarse. Todas las demás filiales de una entidad de inversión se registran al valor razonable. Las modificaciones a la NIC 28 permiten al inversor retener, al aplicar el método de la participación, la valoración del valor razonable aplicada a las entidades asociadas o empresas conjuntas de una entidad de inversión a su participación en las filiales. Las modificaciones no tuvieron ningún impacto en el Grupo pues la exención de consolidación no resulta aplicable.

Tablas y formatos de los estados financieros

El Estado de posición financiero consolidado se ha elaborado según un formato que separa los activos y pasivos en corrientes y no corrientes. Un activo o pasivo se clasifica como corriente cuando cumple con uno de los siguientes criterios:

- se espera que su realización o liquidación, venta o uso tenga lugar durante el ciclo económico normal del Grupo, o
- se mantiene principalmente para negociar, o
- se espera que su realización o liquidación tenga lugar dentro del período de los 12 meses desde la fecha de presentación.
- Si no se cumplen las tres condiciones anteriores, los activos y pasivos se clasifican como no corrientes.

El **Estado de ingresos** se ha preparado sobre la base de imputación de costes por tipo, utilizando la misma metodología que en la elaboración de informes internos del Grupo y en línea con las prácticas internacionales imperantes en el sector, con un desglose que muestra el Beneficio antes de intereses e impuestos (EBIT) y el Resultado antes de impuestos (EBT). El EBIT es la diferencia entre los ingresos netos y los costes de explotación (incluyendo estos últimos los costes no monetarios de amortización, depreciación y rebajas en el valor de activos corrientes y no corrientes, neto de cualesquiera rebajas en el valor).

Para permitir una mejor medición del rendimiento actual de las operaciones ordinarias, las partidas de costes e ingresos pueden mostrarse en el apartado del EBIT, cuando provengan de acontecimientos u operaciones que, por su naturaleza o tamaño, se consideren no recurrentes. Estas operaciones pueden verse incluidas en la definición de importantes operaciones y acontecimientos no recurrentes, contenida en la Comunicación n.º 6064293 del Consob de 28 de julio de 2006, en oposición a la definición de "operaciones atípicas y/o inusuales" contenida en esa misma Comunicación del Consob de 28 de julio de 2006, según la cual las operaciones atípicas y/o inusuales son operaciones que, debido a su sentido/importancia, la naturaleza de las contrapartes, el objeto de la operación, el método de cálculo del precio de la transferencia o el momento temporal del acontecimiento (ej. próximo al final del ejercicio fiscal), pueden dar lugar a dudas sobre la veracidad/integridad de la información en los estados financieros, conflictos de intereses, la salvaguarda de los activos de la Sociedad o la protección de los intereses de los accionistas minoritarios.

El **Estado de ingresos globales** muestra las partidas de costes e ingresos, netos de impuestos que, en la medida en que lo requiera o permitan las diferentes Normas contables internacionales, se contabilizan directamente en reservas de patrimonio neto. Estas partidas se dividen para mostrar aquellas que pueden reclasificarse al estado de ingresos en el futuro y aquellas que no pueden reclasificarse. Para cada tipo de reserva significativa del patrimonio neto que se muestran en el estado, hay una referencia en la memoria a continuación que contiene información relacionada y detalles sobre el desglose y los cambios que han tenido lugar con respecto al ejercicio fiscal anterior.

El **Estado de flujos de efectivo** se ha elaborado utilizando el método indirecto, por el cual el EBIT se ajusta teniendo en cuenta la incidencia de las operaciones no monetarias, de cualquier tipo de partidas de pago diferido y devengos que son causa de cobros o pagos en el pasado o en el futuro, así como de las partidas de ingresos y gastos asociadas con flujos de efectivo de actividades clasificadas como de inversión o financieras. Las inversiones en derechos de radiodifusión televisiva, así como los cambios en anticipos por la compra de derechos se incluyen en actividades de inversión. Los cambios en cuentas pagaderas a proveedores por inversiones se incluyen en los flujos de efectivo de actividades de inversión. De igual modo, los recibos y pagos de la cobertura de flujos de efectivo de pagos en moneda extranjera por derechos de radiodifusión televisiva se reconocen igual que la partida cubierta, bajo flujos de efectivo de actividades de inversión. Los ingresos y gastos relacionados con operaciones financieras a medio/largo plazo y sus coberturas, así como los dividendos pagados, se incluyen en actividades financieras.

El **Estado de cambios en el patrimonio neto** muestra los cambios que han tenido lugar en las partidas del Patrimonio neto por lo siguiente:

- asignación del beneficio del periodo del Grupo matriz y sus filiales a los accionistas minoritarios;
- desglose de los ingresos/pérdidas globales;
- importes relativos a operaciones con accionistas;
- compras y ventas de autocartera;
- impacto de cualesquiera cambios en las normas contables.

Para cumplir con los requisitos de la Resolución n.º 15519 de la Consob de 27 de julio de 2006 "Disposiciones sobre la estructura de los estados financieros", los estados de ingresos y de posición financiera consolidados se presentan, además de con las declaraciones obligatorias, mostrando las cantidades significativas de posiciones u operaciones con partes vinculadas separadamente de las partidas relacionadas.

Principios y perímetro de consolidación

Los Estados financieros consolidados incluyen los Estados financieros de Mediaset S.p.A. y las sociedades italianas y extranjeras sobre las que Mediaset S.p.A. tiene derecho a ejercer directa o indirectamente el control, entendido como la habilidad del inversor para influir en sus ingresos (exposición o derechos a renta variable) mediante el ejercicio del poder, entendido como la habilidad de dirigir las actividades pertinentes de la entidad controlada, es decir, las actividades que afectan de un modo significativo a los ingresos de la sociedad participada.



En términos generales, la mayoría de los derechos de voto implican el control. En apoyo de este supuesto y cuando el Grupo no tiene la mayoría de los derechos de voto (u otros derechos similares), el Grupo considera los demás hechos y circunstancias relevantes para determinar si controla la sociedad participada, incluyendo:

- acuerdos contractuales con otros titulares de derechos de voto;
- derechos procedentes de acuerdos contractuales;
- derechos de voto y posibles derechos de voto ostentados por el Grupo.

Los activos y pasivos, y los gastos e ingresos de las *filiales* se consolidan partida por partida, lo cual significa que se incluyen en su totalidad en los estados financieros consolidados. El valor contable de estas inversiones de capital se compensa con la parte proporcional de capital de las sociedades participadas, otorgándole a cada partida de activo y pasivo individual su valor actual a la fecha de adquisición del control (Método de la compra), o cuando resulte aplicable el Método del fondo de comercio completo (una opción que puede ejercerse de forma separada para cada combinación de negocios individual) reconociendo también el importe del fondo de comercio que no pertenece al Grupo a través de una contabilización del interés minoritario en el capital. Cualquier diferencia restante, si resulta positiva, se registra como activo no corriente "Fondo de comercio" y, si resulta negativa, se reconoce como ingresos en el estado de ingresos.

En el caso de las adquisiciones de inversiones de capital por parte de una sociedad de cartera común (combinación de negocios bajo control común), una situación excluida del perímetro de la aplicación obligatoria de la NIIF 3, en ausencia de normas NIC/NIIF específicas o interpretaciones sobre este tipo de operaciones, teniendo en cuenta lo dispuesto en la NIC 8, se considera en general de aplicación el principio de combinación de intereses. De acuerdo con dicho principio, los activos y pasivos se transferirán a los estados financieros del adquirente a los importes que figuran en los estados financieros consolidados en la fecha de la transferencia de la entidad común que controla las partes que llevan a cabo la combinación de negocios, reconociendo específicamente en la reserva del patrimonio neto del Grupo cualquier diferencia entre la contraprestación pagada por la inversión de capital y el valor neto contable de los activos registrados.

Al elaborar los estados financieros consolidados los créditos, débitos, costes e ingresos interempresariales entre sociedades consolidadas se han eliminado al igual que las ganancias no realizadas en operaciones interempresariales.

Las cantidades de patrimonio neto e ingresos para el ejercicio de las sociedades consolidadas que pertenecen a socios minoritarios se han identificado y se muestran de forma separada en el estado de posición financiera consolidado y en el estado de ingresos consolidado.

Los cambios resultantes de las compras o ventas de intereses minoritarios en filiales, siempre que no resulten en una pérdida de control, se consideran operaciones con accionistas. Como consecuencia de esto, la diferencia entre el valor razonable de la contraprestación pagada o recibida por estas operaciones y el ajuste realizado en la partida de Reservas para operaciones minoritarias del patrimonio neto de la sociedad de cartera. Asimismo, los costes operativos, de acuerdo con la NIC 32, deben reconocerse en el patrimonio neto.

Los activos y pasivos de sociedades extranjeras que entren en el ámbito de la consolidación y que se originen en divisas distintas al euro, incluidos los ajustes en el fondo de comercio y en el valor razonable de los activos y pasivos identificados en el momento de la asignación del precio pagado en una combinación de negocios, se convierten utilizando los tipos de cambio al contado en la fecha de presentación del estado financiero. Los ingresos y costes, por el contrario, se convierten al tipo medio del ejercicio fiscal. Las diferencias de conversión que surjan al aplicar

estos métodos se reconocen en una reserva especial del patrimonio neto hasta que se venda la inversión de capital.

Los balances contables de las asociadas y de sociedades sujetas a un control conjunto se reconocen en los estados financieros consolidados como capital, tal y como se describe más abajo en la partida Inversiones de capital.

De conformidad con la NIC 28, una asociada es una sociedad en la que el Grupo es capaz de ejercer una influencia considerable pero sin ejercer control o control conjunto, participando en las decisiones relativas a las políticas financieras y operativas de la asociada.

Con respecto a la NIIF 11, una empresa conjunta es, por otro lado, un acuerdo por el cual las partes que tienen el control conjunto tienen derechos sobre los activos netos del acuerdo (patrimonio neto).

El control conjunto se define como el reparto de control contractualmente acordado, que existe solo cuando las decisiones importantes relativas a la actividad requieren el consentimiento unánime de todas las partes que comparten el control.

Inmovilizado material

Las instalaciones, maquinaria, equipos, edificios y terrenos se reconocen en el momento de la adquisición, producción o coste de transferencia, incluido cualquier coste de transacción, cualesquiera costes de desmontaje y costes directos necesarios para que en activo pueda estar disponible para su uso. Estos activos fijos, con la excepción de los terrenos, que no están sujetos a depreciación, se deprecian de forma lineal en cada ejercicio aplicando tipos de depreciación fijados de acuerdo con la vida útil restante de los activos.

La depreciación se calcula de forma lineal sobre el coste de los activos neto de sus valores residuales relativos, si resulta significativo, de acuerdo con sus vidas útiles estimadas, aplicando los siguientes tipos:

- Edificios	2% -3%
- Torres	5%
- Instalaciones y maquinaria	10% - 20%
- Construcciones ligeras y equipos	5% - 16%
- Mobiliario de oficina y máquinas	8% - 20%
- Vehículos motorizados y otros medios de transporte	10%-25%

Su importe a cobrar se verifica conforme a los criterios determinados por la NIC 36, como se describe más abajo en el apartado "Deterioro de activos".

Los *gastos de mantenimiento ordinarios* se reconocen íntegramente en el estado de ingresos. Los gastos incrementales de mantenimiento se imputan a los activos relacionados y se deprecian en función de su vida útil remanente.

Las *mejoras en propiedades arrendadas* se imputan a las clases de activos a los que se refieren y se deprecian al menor de la vida residual del contrato de arrendamiento y la vida útil residual del tipo de activo al que se refiere la mejora.

Cuando los componentes individuales de un activo fijo tangible complejo tengan diferentes vidas útiles, se reconocen de forma separada de modo que se deprecien de acuerdo con sus vidas útiles individuales (enfoque por componentes).

En particular, según este principio, el valor de los terrenos y de los edificios en los mismos se separa y solo se deprecian los edificios.

Las ganancias y pérdidas que resulten de las ventas o de la enajenación de activos se calculan como la diferencia entre los ingresos de la venta y el valor neto contable del activo y se contabilizan en el estado de ingresos.

Activos arrendados

Los activos adquiridos a través de contratos de arrendamiento se reconocen en inmovilizado material con el reconocimiento de cuentas a pagar financieros por la misma cantidad en pasivos. La cuenta a pagar se reduce progresivamente de acuerdo con el calendario de reembolsos de las cantidades de principal incluidas en los pagos fraccionados del contrato. El importe de interés, por otro lado, se mantiene en el estado de ingresos en la partida de gastos financieros y el valor del activo reconocido en activos fijos tangibles se deprecia de forma lineal de acuerdo con la vida económica y técnica del activo o, de ser inferior, en base a la fecha de vencimiento del contrato de arrendamiento.

Los gastos de pagos por arrendamiento que resultan de arrendamientos operativos se contabilizan por los importes fijos en base a la duración del contrato.

Activos fijos intangibles

Los activos fijos intangibles son activos sin forma física identificable, controlados por la sociedad y que son capaces de generar beneficios económicos futuros. También incluyen fondo de comercio cuando se han adquirido a título oneroso.

Se registran al coste de adquisición o producción, incluyendo los costes de transacción, de acuerdo con los criterios que ya se han descrito para los activos fijos tangibles.

En el caso de activos intangibles adquiridos cuya disponibilidad de uso o pagos se aplacen más allá de periodos ordinarios, el valor de compra y los pagos relacionados se suspenderán, reconociendo los gastos financieros implícitos en el precio original.

Los **activos intangibles generados internamente** se reconocen en el estado de ingresos en el periodo en el que se incurren si están relacionados con gastos de investigación. Los **costes de desarrollo**, relacionados principalmente con software, se capitalizan y amortizan de forma lineal a lo largo de sus vidas útiles estimadas (tres años de media), siempre que puedan identificarse, su coste pueda calcularse razonablemente y el activo pueda generar beneficios económicos futuros.

Los **activos intangibles con una vida útil finita** se amortizan de forma lineal, desde el momento en el que el activo esté disponible para su uso, durante el periodo de utilidad esperado. Su valor recuperable se verifica conforme a los criterios establecidos en la NIC 36, como se describe más abajo en el apartado "Deterioro de activos".

Este criterio también se utiliza para licencias multianuales relacionadas con **derechos de radiodifusión televisivos**, cuya base de amortización debe reflejar de forma razonable y fiable

la correlación entre las múltiples oportunidades de radiodifusión, el número de proyecciones permitido por el contrato y su emisión efectiva. En base a los respectivos modelos de negocio, generalmente se aplica la amortización lineal para la biblioteca de televisión italiana, mientras que se utiliza una amortización degresiva para la biblioteca de televisión española.

Cuando, independientemente de la amortización ya contabilizada, se completan todas las proyecciones disponibles conforme a los contratos de derechos de radiodifusión televisiva, el valor residual se contabiliza íntegramente.

Los derechos de acontecimientos deportivos retransmitidos en modo de pago o de pago por visión a través de tecnología DTT se amortizan al 100% cuando se retransmite el acontecimiento.

Los derechos de programas deportivos, noticias y de entretenimiento se amortizan totalmente (100%) en el ejercicio en el que está disponible el derecho. Los derechos relacionados con series televisivas emitidas durante un largo periodo se amortizan al 70% en los doce primeros meses desde la fecha en que están disponibles y el 30% restante en los doce meses siguientes.

Los **derechos disponibles para múltiples usos**, que se utilizarán en actividades de difusión, se amortizan de acuerdo con las mejores prácticas internacionales de contabilidad, con referencia al ratio de los ingresos actuales logrados con respecto a los ingresos globales totales del uso del derecho.

Los costes relacionados con los **derechos de televisión de frecuencia de utilización** utilizados para poner en marcha redes digitales terrestres adquiridas de terceros de acuerdo con la legislación aplicable, se amortizan de forma lineal en relación a la duración prevista de su uso, desde el momento de la activación del servicio hasta el 30 de junio de 2032, en base al periodo de validez de la asignación definitiva del derecho de uso en Italia del 28 de junio de 2012.

La **licencia de televisión "Cuatro multiplex"** de Mediaset España se considera un activo intangible con vida útil indefinida; por lo tanto, no se amortiza sistemáticamente pero está sujeta a una prueba de deterioro, al menos con carácter anual.

Los **derechos de uso de las frecuencias de radio analógicas** desde el 1 de enero de 2016 se amortizan en tramos iguales durante un periodo de 25 años. Esta estimación se hizo como parte del desempeño en la fecha de referencia de estos estados financieros de los procesos de valoración relativos a combinaciones de negocios pertenecientes al centro de radio del Grupo que se completó durante el año. A 31 de diciembre de 2015, los derechos de uso de la primera de las tres emisoras de radio nacionales adquiridas al principio del último trimestre del último ejercicio se clasificaron como activos intangibles con vidas útiles indefinidas.

Los activos intangibles relativos a las **relaciones con el cliente** se refieren a la valoración de los contratos en vigor sobre la base de proyecciones económicas y financieras y se amortizan de forma lineal durante una vida útil de 20 años. Los contratos para las redes locales de televisión se amortizan de forma lineal durante un periodo de 3 años.

El **fondo de comercio** y los **otros activos no corrientes con vidas útiles indefinidas o no disponibles para su uso** no se amortizan sistemáticamente, pero están sujetos a pruebas de deterioro, al menos con carácter anual, que se llevan a cabo a nivel de las *Unidades generadoras de efectivo* o a grupos de Unidades generadoras de efectivo a los que la Administración les asigna fondo de comercio.

Las rebajas en el valor de estos activos no pueden ser con carácter posterior rebajas en el valor.

El **fondo de comercio** proveniente de la adquisición del control de una inversión de capital o de una unidad de negocio es el exceso del coste de adquisición, entendido como la



contraprestación transferida en la combinación de negocios, más el valor razonable de cualquier inversión de capital que fuese antes propiedad de la empresa adquirida, sobre el valor razonable de los activos, pasivos y pasivos contingentes identificables de la entidad adquirida en la fecha de adquisición.

A los efectos de calcular el fondo de comercio, la contraprestación transferida en la combinación de negocios se calcula como la suma de los valores razonables de los activos transferidos y de los pasivos asumidos por el Grupo en la fecha de adquisición y de los instrumentos de capital emitidos a cambio del control de la entidad adquirida, incluyendo también el valor razonable de cualesquiera contraprestaciones contingentes sujetas a las condiciones fijadas en el acuerdo de adquisición.

Cualesquiera ajustes en el fondo de comercio pueden reconocerse en el periodo de valoración (que no puede ser superior a un año desde la fecha de adquisición) que sean consecuencia de cambios posteriores en el valor razonable de las contraprestaciones contingentes o en el cálculo del valor actual de los activos y pasivos adquiridos, si se reconocen solo de modo provisional en la fecha de adquisición y cuando tales cambios se calculen como ajustes basados en información adicional sobre hechos o circunstancias existentes en la fecha de la combinación.

Cualesquiera otras diferencias posteriores al compararse con la estimación inicial del valor razonable de los pasivos para **contraprestaciones contingentes** se reconocen en el estado de ingresos, salvo que deriven de información adicional existente en la fecha de adquisición (en cuyo caso se ajustan en los 12 meses siguientes a la fecha de adquisición). Asimismo, cualesquiera derechos para obtener parte de la contraprestación pagada si se dan determinadas condiciones debe clasificarse como activos del adquirente.

Los **costes de transacción** para combinaciones de negocio se reconocen en el periodo contable en el que se incurren, a excepción de aquellos incurridos por la emisión de títulos de deuda o acciones, que se reconocen de acuerdo con la NIC 32 o 39.

En el caso de la **adquisición de participaciones dominantes de menos del 100%**, el fondo de comercio y el correspondiente interés minoritario en el fondo de comercio podrán calcularse en la fecha de adquisición o bien con respecto al porcentaje adquirido en el control (fondo de comercio parcial) o bien midiendo el valor razonable de los intereses minoritarios en el capital neto (método del fondo de comercio pleno).

El método de valoración puede elegirse periódicamente para cada operación.

Para las **adquisiciones en etapas de participaciones dominantes** el adquirente habrá de recalcular el valor razonable de la participación previamente en su poder, reconocido hasta la fecha, dependiendo del caso, de acuerdo con la NIC 39 - Instrumentos financieros: Reconocimiento y valoración, o de la NIC 28 - Contabilidad de inversiones en asociadas, o de la NIIF 11 - Acuerdos conjuntos, como si hubiese sido vendida y adquirida nuevamente al adquirir el control, reconociendo cualesquiera ganancias y pérdidas que resulten de esa valoración en el estado de ingresos. Además, en estas circunstancias, cualquier importe reconocido previamente en el patrimonio neto como Otros ingresos y pérdidas globales debe reclasificarse en el estado de ingresos.

En el caso de enajenación de participaciones dominantes, el importe restante de fondo de comercio atribuible a las participaciones se incluye en el cálculo de las ganancias o pérdidas de la enajenación.

El fondo de comercio reconocido como resultado de **combinaciones de negocios que tengan lugar antes del 1 de enero de 2010** se ha tratado de acuerdo con los criterios establecidos en la versión anterior de la NIIF 3, que requería:

- para la *adquisición de participaciones dominantes inferiores al 100%*, el fondo de comercio se calculará en base al importe proporcional del valor razonable de los activos netos identificables;
- para las *adquisiciones en etapas de participaciones dominantes*, el fondo de comercio se calculará como la suma de los valores razonables separados de cada transacción;
- la incorporación de los costes de transacción al importe del coste de la adquisición;
- el reconocimiento de las contraprestaciones contingentes en la fecha de adquisición solo cuando el pago se consideraba probable y este importe pudiese determinarse de manera fiable; si se identificaban con carácter posterior se reconocían como un aumento en el fondo de comercio.

Deterioro de activos

Los importes en libros de los activos fijos tangibles e intangibles se revisan periódicamente de acuerdo con la NIC 36, que requiere la evaluación de la existencia de pérdidas en el valor (deterioro), cuando los indicadores sugieran que este problema existe. En el caso del fondo de comercio, de los activos intangibles con vidas útiles indefinidas o de los activos no disponibles para su uso, esta evaluación se lleva a cabo al menos con carácter anual, normalmente en el momento de elaboración de los estados financieros anuales, pero también en cualquier otro momento en el que haya un indicador de una posible pérdida en el valor del activo.

Los importes recuperables reconocidos se comprueban comparando el valor contable incluido en los estados financieros con el mayor entre el valor que puede obtenerse de la venta del activo (valor en uso) en su condición actual y el importe que se recibiría de la venta del activo (valor razonable neto de los costes de eliminación).

El valor en uso puede calcularse descontando los futuros flujos de efectivo previstos del uso del activo individual o de la unidad generadora de efectivo a la que pertenezca el activo y de su enajenación al final de su vida útil.

Las unidades generadoras de efectivo se identifican, de acuerdo con las estructuras organizativas y empresariales del Grupo, como agregaciones homogéneas que generan entradas autónomas de flujos de efectivo del uso continuado de los activos que se les atribuyen.

El valor razonable (neto de los costes de eliminación) puede determinarse en base a la NIIF 13 (Medición del valor razonable), analizando el precio que se recibiría de la venta de un activo o grupo de activos en una operación ordenada entre operadores del mercado, teniendo en cuenta las características relevantes de cualesquiera restricciones en la venta y uso del activo de los participantes en la fecha de valoración.

En caso de deterioro, el coste se imputa al estado de ingresos, primero mediante una reducción del fondo de comercio y luego reconociendo cualesquiera cantidades excedentes, de forma proporcional al valor de los otros activos de las unidades generadoras de efectivo implicadas. A excepción del fondo de comercio y de los activos con vidas útiles indefinidas, el deterioro puede revertirse para otros activos cuando cambien las condiciones que resultaron en la amortización por deterioro. En tal caso, el importe en libros del activo se incrementará dentro de los límites de la nueva estimación del valor recuperable, pero no superior al valor que se habría calculado si no hubiese habido la previa reducción en el valor.



Inversiones de capital en empresas asociadas y negocios conjuntos

Estas inversiones de capital se reconocen en capital en los estados financieros consolidados. En el momento de la adquisición la diferencia entre el coste de la inversión de capital, incluidos cualesquiera costes de transacción, y la participación de la adquirente en el valor razonable neto de los activos, pasivos y pasivos contingentes identificables de la sociedad participada se contabilizan de acuerdo con la NIIF 3, con un reconocimiento del fondo de comercio si es positivo (incluido en el importe en libros de la inversión de capital) o de los ingresos en el estado de ingresos consolidado si es negativo.

El importe en libros de estas inversiones de capital se ajusta tras el reconocimiento inicial, en base a los cambios prorrateados en el capital de la sociedad participada que aparecen en los estados contables elaborados por tales sociedades, disponibles en el momento de elaboración de los estados financieros consolidados.

Cuando haya pérdidas atribuibles al Grupo, que sean superiores al valor contable de la inversión de capital, el valor contable se amortizará y se reconocerán las provisiones o pasivos correspondientes por el importe de cualesquiera pérdidas adicionales, pero solo si el inversor se compromete a cumplir con las obligaciones legales o implícitas para con la sociedad participada o, en su caso, a cubrir sus pérdidas. Si no se identifican más pérdidas y la sociedad participada obtiene ganancias posteriores, el inversor reconocerá el importe de las ganancias atribuibles después de haber compensado las pérdidas no reconocidas.

Tras la valoración del capital, el valor contable de estas inversiones de capital, incluyendo también el fondo de comercio, si son de aplicación las condiciones establecidas en la NIC 39, se analizarán por si existe deterioro, de acuerdo con los criterios y métodos fijados por la NIC 36.

En caso de amortizaciones por deterioro el coste relativo se imputará al estado de ingresos. El valor original puede restituirse en los siguientes ejercicios fiscales si las condiciones de las amortizaciones ya no se observan.

Activos financieros no corrientes

Las **inversiones de capital** distintas de las inversiones en empresas asociadas o sociedades controladas conjuntamente se contabilizan en la partida "*otros activos financieros*" en activo no corriente y se clasifican de conformidad con la NIC 39 como activos financieros "*Disponibles para la venta*" a su valor razonable (o, en su defecto, a su coste si el valor razonable no puede determinarse de forma fiable), asignando los efectos de la valoración (hasta que el activo se realice, salvo que haya sufrido deterioro) a una reserva especial del patrimonio neto.

En el caso de amortización por deterioro, el coste se carga en el estado de ingresos. El valor original puede restituirse en los ejercicios fiscales posteriores si las condiciones de las amortizaciones ya no se observan.

El riesgo que resulta de cualesquiera pérdidas que superen el valor del patrimonio neto se reconoce en una provisión especial de riesgo en la medida en que el inversor se comprometa a cumplir con las obligaciones legales o implícitas para con la sociedad participada o, en su caso, a cubrir sus pérdidas.

Esta categoría incluye las participaciones no dominantes adquiridas por el Grupo dentro de "Ad4Ventures", un capital riesgo cuyo objetivo es invertir en empresas italianas nuevas con un gran potencial de crecimiento, que operan en los sectores de la tecnología y digital. El valor

razonable de estas inversiones puede determinarse en base a los modelos de valoración especial o teniendo en cuenta los precios de las recientes transacciones de capital de esas sociedades.

Los activos disponibles para la venta también incluyen **inversiones financieras, no mantenidas con fines de negociación**, que se miden de acuerdo con las normas descritas más abajo para los activos "Disponibles para la venta", así como **créditos financieros por cobrar** por el importe adeudado superior a 12 meses.

Las cuentas a cobrar se reconocen a su coste amortizado, utilizando el método del tipo de interés real.

Activos no corrientes disponibles para la venta

Los activos no corrientes disponibles para la venta se miden al menos valor entre el valor neto contable y el valor de mercado menos el coste de las ventas. Los activos no corrientes se clasifican como disponibles para la venta cuando se prevé que el valor contable se recupere a través de una venta, en lugar de a través de su uso en operaciones societarias. Esta condición solo se cumple cuando la venta se considera altamente probable y el activo está disponible para su venta inmediata en su condición actual. Con esta finalidad, la Dirección debe estar comprometida con la venta, que deberá tener lugar en el plazo de 12 meses desde la fecha de clasificación de la partida.

Activos corrientes

Existencias

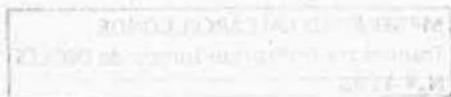
Las existencias de materias primas, productos semiacabados y productos acabados se valoran a su coste de adquisición o producción, incluyendo los gastos por transacciones (método FIFO), y su valor realizable neto estimado basado en las condiciones de mercado. Los productos acabados relacionados con las actividades de teletienda se miden a su coste medio ponderado. Las existencias incluyen los derechos de radiodifusión televisiva adquiridos para periodos de uso inferiores a 12 meses y los costes de producciones televisivas ya finalizadas.

Deudores comerciales

Los deudores se reconocen a su valor razonable, que generalmente suele ser también su valor nominal, salvo cuando, debido a una ampliación notable de las condiciones de pago, es el mismo que el valor calculado utilizando el método del coste amortizado. Su valor al cierre del ejercicio se ajusta a su valor realizable neto y se amortiza en caso de deterioro. Aquellos procedentes de divisas distintas a las de la UEM se convierten a los tipos de cambio vigentes al cierre del ejercicio comunicados por el Banco Central Europeo.

Venta de efectos a cobrar

El reconocimiento de la venta de efectos a cobrar está sujeto a los requisitos establecidos en la NIC 39 sobre la baja de activos financieros. Como resultado, todos los efectos a cobrar vendidos a empresas de factoring, con o sin recurso, si la última incluye cláusulas que implican mantener una exposición significativa en el rendimiento de los flujos de efectivo de los efectos a cobrar



venidos, permanecen en los estados financieros, aun cuando hayan sido vendidos legalmente, con el reconocimiento del correspondiente pasivo financiero por el mismo importe.

Activos financieros corrientes

Los activos financieros se reconocen y revierten en los estados financieros en base a la fecha de la transacción y se valoran inicialmente al coste, incluyendo los gastos relacionados directamente con su adquisición.

En fechas de presentación posteriores, los activos financieros mantenidos hasta el vencimiento se contabilizan al coste amortizado, de acuerdo con el método del tipo de interés real, neto de las amortizaciones necesarias para reflejar su deterioro.

Los activos financieros distintos a aquellos mantenidos hasta su vencimiento se clasifican como mantenidos para negociar o disponibles para la venta y se miden a su valor razonable en cada periodo contable, asignando sus impactos al estado de ingresos bajo la partida "(Gastos)/Ingresos financieros" o a una reserva especial en el patrimonio neto y, en este último caso, hasta que se contabilicen o hayan sufrido un deterioro.

El valor razonable de los valores cotizados en un mercado activo se basa en los precios de mercado en la fecha de presentación.

El valor razonable de los valores no cotizados en un mercado activo y de negociaciones derivadas se calcula utilizando los modelos y técnicas de valoración más adaptadas y comunes en el mercado, o utilizando el precio proporcionado por varios homólogos independientes.

Efectivo y equivalentes

La partida incluye gastos menores, cuentas corrientes bancarias y depósitos que son exigibles a la vista y otras inversiones financieras a corto plazo de alta liquidez que son fácilmente convertibles en efectivo, con bajo riesgo de alteraciones en su valor.

Autocartera

Las acciones en autocartera se reconocen al coste y se contabilizan como una reducción del patrimonio neto y todas las ganancias y pérdidas que resultan de su negociación se asignan a una reserva especial del patrimonio neto.

Beneficios de empleados

Planes de prestaciones posteriores al empleo

La indemnización de salida del empleado (ELI por sus siglas en inglés), que es obligatoria para las sociedades italianas de conformidad con el artículo 2120 del Código Civil italiano, es un tipo de remuneración en diferido y está relacionada con la duración de la vida laboral de los empleados y con la remuneración percibida.

Como resultado de la Reforma de pensión complementaria, los importes de la ELI acumulados hasta el 31 de diciembre de 2016 siguen mantenidos dentro de la sociedad como un plan de beneficios definidos (con la obligación de una evaluación actuarial de los beneficios

acumulados). Los importes acumulados desde el 1 de enero de 2007 (excepto para los empleados en sociedades de menos de 50 empleados), según la elección de los empleados, se asignan o bien a los fondos de pensión complementaria o son transferidos por la Sociedad al fondo de tesorería gestionado por el Instituto Nacional italiano de Seguridad Social (INPS) y, desde el momento en el que los empleados toman su decisión, constituirán planes contributivos definidos no sujetos ya a la valoración actuarial.

Para los beneficios sujetos a valoración actuarial, el pasivo de la ELI debe calcularse mediante la proyección futura del importe ya devengado hasta la fecha futura de disolución de la relación laboral y entonces se descuenta el importe de su valor presente, en la fecha de presentación, utilizando el "Método de la proyección de la unidad de crédito" actuarial. El tipo de descuento utilizado para determinar el pasivo es la curva de tipo de interés "Combinada" para valores emitidos por sociedades emisoras con una calificación AA.

Desde una perspectiva contable, la valoración actuarial resulta en el reconocimiento de un coste financiero bajo la partida "Gastos/ingresos financieros" que representa el cargo teórico en que incurriría la Sociedad si solicitase un préstamo de mercado por el importe de la ELI y un coste de los servicios corrientes bajo la partida "gastos de personal" que establece el importe de los beneficios devengados por los empleados durante el ejercicio fiscal, pero solo para las sociedades del Grupo de menos de 50 empleados que, como consecuencia, no han transferido los importes devengados desde el 1 de enero de 2007 a los planes de pensiones complementarios. Las ganancias y pérdidas actuariales que reflejan los impactos de los cambios en los supuestos actuariales utilizados se reconocen directamente en el patrimonio neto sin pasar en ningún momento por el estado de ingresos y se muestran en el estado de ingresos globales.

Pagos basados en acciones

De acuerdo con la NIIF 2, el Grupo clasifica los planes de opciones sobre acciones y los planes de incentivos a medio/largo plazo como "pagos basados en acciones". Los que son "liquidados en acciones", es decir, aquellos que suponen la entrega física de las acciones, se miden al valor razonable en la fecha de concesión de los derechos de opción, se asignan y reconocen como gastos de personal distribuidos uniformemente durante el periodo de consolidación de los derechos, con la correspondiente reserva contabilizada en el patrimonio neto. Esta asignación se lleva a cabo en base a la estimación de los derechos que acumulará la persona titular, considerando sus condiciones de irrevocabilidad no basadas en el valor de mercado de los derechos.

Al final del periodo del ejercicio, la reserva del patrimonio neto se reclasifica a reservas disponibles para su uso.

El valor razonable se calcula utilizando el modelo "binomial".

Acreeedores comerciales

Los acreedores comerciales se registran a su valor nominal, que suele ser similar a su coste amortizado. Aquellos procedentes de divisas distintas a las de la UEM se convierten a los tipos de cambio vigentes al cierre del ejercicio comunicados por el Banco Central Europeo.



Provisiones para riesgos y gastos

Las provisiones para riesgos y gastos son costes y gastos cuya existencia es cierta o probable, cuyo importe o la fecha en que tendrán lugar no puede determinarse en la fecha de presentación. Estas provisiones se hacen únicamente cuando existe una obligación corriente, resultante de sucesos pasados, que puede ser de naturaleza legal o contractual, o derivar de declaraciones o comportamientos de la Sociedad que crean expectativas válidas para las personas implicadas (obligaciones implícitas). Las provisiones se registran al valor que representa la mejor estimación posible del importe que la sociedad tendría que pagar para poder liquidar su obligación. Cuando son significativas, y las fechas de pago pueden estimarse de forma fiable, las provisiones se reconocen a su valor presente, contabilizando los cargos incurridos debido al transcurso del tiempo en el estado de ingresos, bajo la partida "(Gastos)/ingresos financieros".

Pasivo financiero no corriente

Los pasivos financieros no corrientes se reconocen a su coste amortizado, utilizando el método del tipo de interés real.

Derivados financieros y cobertura contable

El Grupo Mediaset está expuesto a riesgos financieros que principalmente están relacionados con fluctuaciones cambiarias en relación con la adquisición de los derechos de radiodifusión televisiva en monedas distintas al euro y en los cambios en los tipos de interés de préstamos a largo plazo de tipo variable.

El Grupo utiliza derivados financieros (principalmente futuros cambiarios y opciones monetarias) para cubrir los riesgos de las fluctuaciones cambiarias tanto para los compromisos futuros altamente probables como para los gastos por adquisiciones ya efectuadas.

Para el Grupo Mediaset el riesgo cambiario está relacionado con la posibilidad de que cambien los tipos de cambio durante el periodo que va desde el momento en el que la adquisición de los activos en moneda extranjera es altamente probable, es decir, existe una negociación de compra autorizada, y el momento en el que esos activos se contabilizan en los estados financieros y, por tanto, el objetivo de cobertura es fijar un tipo de cambio del precio en euros en la fecha de aprobación de la operación, es decir, contabilidad de coberturas de acuerdo con la NIC/NIIF. Por otro lado, desde el momento en el que los activos se registran en los estados financieros, los objetivos de cobertura se persiguen mediante una cobertura natural en la que las coberturas (derivados mediante opciones) y los subyacentes (importes a pagar por la adquisición de derechos) se miden de acuerdo con las normas de referencia de una manera independiente y, por tanto, no se atienden conforme a la contabilidad de coberturas. Concretamente, los derivados, de acuerdo con la NIC 39, se miden al valor razonable, contabilizando los cambios en el valor en el estado de ingresos, mientras que los importes a pagar por la adquisición de los derechos, que representan partidas monetarias de conformidad con la NIC 21, se ajustan al cambio de cierre.

Los derivados son activos y pasivos financieros corrientes, reconocidos al valor razonable.

El valor razonable de los contratos a futuro sobre divisas se calcula como el descuento al valor presente de la diferencia entre el valor teórico medido al tipo del contrato a plazo y el valor

teórico medido al tipo razonable a plazo (el tipo de cambio final se calcula en la fecha de presentación).

El valor razonable del tipo de cambio y de las opciones de tipo de interés se calcula utilizando la fórmula Black & Scholes para las opciones comunes (plain-vanilla), mientras que para las Opciones de Single Barrier, con una barrera basada en eventos discretos, se utiliza el método binomial.

Para los derivados utilizados para cubrir el riesgo del tipo de cambio el valor razonable de los swaps de tipo de cambio se calcula en base al valor corriente de los flujos de efectivo futuros previstos y el valor razonable de los derivados collar se calcula utilizando la fórmula Black & Scholes.

Con independencia de la técnica de valoración empleada, el valor razonable se ajusta para tener en cuenta la solvencia del riesgo de la contraparte en el caso de un valor razonable positivo y de Mediaset S.p.A., El Towers S.p.A. y Mediaset España S.A. en el caso de un valor razonable negativo. Por último, conviene destacar que el ajuste en la solvencia solo se calcula para los derivados cuyo vencimiento es superior a los 4 meses desde la fecha de valoración.

Las metodologías y los asientos contables varían según si se han designado o no como instrumentos de cobertura, conforme a las condiciones establecidas en la NIC 39.

Concretamente, Mediaset, a los efectos de contabilidad de coberturas designa instrumentos de cobertura como aquellos relacionados con la cobertura de exposiciones en monedas vinculados con compromisos de compras futuras de derechos de radiodifusión televisiva que puedan tener lugar en divisas extranjeras (transacciones previstas) y aquellos para la cobertura de los tipos de interés cuando haya una relación entre el derivado y la partida cubierta, así como cuando se documente formalmente el alto nivel de probabilidad/efectividad con el existencia de un nexo causal con el evento cubierto.

La porción efectiva del ajuste del valor razonable del derivado que ha sido designada y que puede clasificarse como un instrumento de cobertura se reconoce directamente en el patrimonio neto mientras que la parte no efectiva se reconoce en el estado de ingresos.

El tratamiento contable de estas operaciones tiene lugar a través de la activación de una cobertura de los flujos de efectivo. Según esta norma, la parte efectiva del cambio en el valor del derivado tiene un impacto sobre la reserva de patrimonio neto. En el caso de la cobertura de los compromisos de compra de derechos, esta se reserva se utiliza posteriormente para ajustar el valor contable del activo (ajuste base). En el caso de la cobertura del riesgo del tipo de cambio esta reserva genera un impacto en el estado de ingresos que es proporcional o concurrente a la materialización de los flujos de efectivo.

Los cambios en el valor razonable de los derivados activados a los efectos de cobertura financiera que cubren el riesgo de cambios en el valor razonable de las partidas financieras del estado, en particular de las cuentas a pagar y a cobrar en moneda extranjera, o de los derivados que no cumplen las condiciones necesarias para calificarse como derivados de cobertura se reconocen en el estado de ingresos como "gastos y/o ingresos financieros".

Reconocimiento de ingresos

Los ingresos de las ventas y servicios se reconocen respectivamente cuando tiene lugar la transferencia real de los riesgos y los beneficios derivados de la transferencia de la titularidad o tras la prestación del servicio.



Concretamente, para los principales tipos de ventas del Grupo, los ingresos se reconocen siguiendo los siguientes criterios:

- Ingresos de la venta de espacios publicitarios, en el momento en el que aparece el anuncio o el spot publicitario. Los ingresos de la venta de publicidad a través de operaciones de canje y, en consecuencia, los costes de las mercancías, se ajustan para tener en cuenta el valor realizable estimado de las mercancías.
- Venta de bienes muebles, cuando se envían o entregan.
- Ingresos del arrendamiento o sublicencia de derechos, incluso para periodos de tiempo limitados, que resulten en una transferencia del control del activo al arrendatario o sublicenciario, se reconocen plenamente al comienzo del periodo del uso transferido.
- Ingresos de suscripciones a televisión de pago se reconocen como generados sobre una base temporal desde la fecha de comienzo del contrato.
- Honorarios facturados a los distribuidores desde la venta de las tarjetas de prepago y las recargas que permiten visionar los eventos de pago, se dividen de acuerdo con el periodo restante de validez de las tarjetas y recargas vendidas. Los costes directos también se dividen durante ese periodo.
- Subvenciones del gobierno obtenidas de inversiones en salas de cine y producciones se reconocen en los estados financieros cuando hay una certeza razonable de que la sociedad satisfará todas las condiciones requeridas para obtenerlas y que serán efectivamente recibidas. Las subvenciones se reconocen en el estado de ingresos durante el mismo periodo en el cual se reconocen los costes relacionados.
- Los ingresos se muestran netos de devoluciones, descuentos, derechos y primas, así como de cualquier carga fiscal directa.
- Las recuperaciones de gastos se muestran como una reducción directa de los costes relacionados.

Impuesto sobre las ganancias

Los impuestos corrientes a las ganancias se contabilizan, para cada sociedad, sobre la base de la ganancia imponible estimada de acuerdo con los actuales tipos impositivos y las disposiciones vigentes o aprobadas esencialmente, al final del periodo contable en los diferentes países, teniendo en cuenta cualesquiera exenciones aplicables y deudas fiscales.

Los impuestos anticipados y diferidos se calculan en base a las diferencias temporarias entre los valores asignados a los activos y pasivos en los estados financieros por los requisitos contables y los valores correspondientes reconocidos a efectos fiscales, sobre la base de los tipos impositivos en vigor en el momento en el que tenga lugar la reversión de las diferencias temporarias. Cuando los resultados se contabilizan directamente en el patrimonio neto, los impuestos corrientes, los activos por impuestos diferidos y los pasivos por impuestos diferidos también se contabilizan en el patrimonio neto.

El tratamiento contable de los activos por impuesto diferido se basa en las previsiones de ingresos imposables previstos para los años venideros. El análisis de los ingresos previstos para el reconocimiento de los impuestos diferidos depende de factores que pueden cambiar con el tiempo y tienen efectos significativos en la valoración de los activos por impuestos diferidos.

La valoración de esas partidas tuvo en cuenta los resultados de presupuesto y del plan para que fueran coherentes con los utilizados en las pruebas de deterioro.

Los activos y pasivos por impuestos diferidos se compensan cuando hay un derecho legal a compensar los activos o pasivos por impuestos corrientes y cuando hacen referencia a impuestos adeudados a la misma Autoridad fiscal y el Grupo pretende liquidar los activos y pasivos corrientes en cifras netas.

En el caso de cualesquiera cambios en el valor contable de los activos o pasivos por impuestos diferidos que se deriven de un cambio en los tipos impositivos o de cambios en la legislación, normas o regulaciones al respecto, los impuestos diferidos resultantes se reconocen en el estado de ingresos, salvo que estén relacionados con partidas que ya se hubiesen cargado o abonado en el patrimonio neto con anterioridad.

Dividendos

Los dividendos se reconocen en el periodo contable en que se aprueba la resolución sobre su distribución.

Beneficios por acción

Los beneficios por acción se calculan dividiendo el beneficio neto del Grupo entre el número medio de acciones en circulación, neto de las acciones en autocartera. Los beneficios por acción diluidos se determinan teniendo en cuenta en el cálculo el número de acciones en circulación y el efecto potencial de dilución de asignar las acciones en autocartera a los beneficiarios de los planes de opciones sobre acciones ya conferidos.

Cambios en las estimaciones contables

De acuerdo con la NIC 8 estas partidas se contabilizan en el estado de ingresos con carácter prospectivo desde el periodo contable en el que se adoptaron.

Nuevas normas contables, interpretaciones y modificaciones aún no aplicables y no adoptadas anticipadamente por el Grupo

Las normas emitidas pero aún no efectivas en la fecha de elaboración de los estados financieros del Grupo se enumeran a continuación. Esta lista incluye las normas e interpretaciones que el Grupo prevé aplicar en el futuro. El Grupo pretende adoptar esas normas cuando sean efectivas.

El 28 de mayo de 2014, la CNIC publicó la norma NIIF 15 – Ingresos procedentes de contratos con clientes que reemplaza a las normas NIC 18 – Ingresos y a la NIC 11 – Contratos de construcción, así como a las interpretaciones del CINIIF 13 – Programas de fidelización de clientes, CINIIF 15 – Acuerdos para la construcción de inmuebles, CINIIF 18 – Transferencias de activos procedentes de clientes, y SIC 31 - Ingresos - Permutas de servicios de publicidad. La norma establece un nuevo modelo para el reconocimiento de los ingresos, que será de aplicación a todos los contratos con clientes, a excepción de aquellos que entren dentro del ámbito de otras NIC/NIIF, tales como los arrendamientos, instrumentos financieros o contratos



de seguro. Los pasos fundamentales para el reconocimiento de los ingresos de acuerdo con el nuevo modelo son:

- Identificar un contrato con el cliente;
- Identificar las obligaciones de desempeño del contrato;
- Determinar el precio de la transacción;
- Asignar ese precio a las obligaciones de desempeño del contrato;
- Reconocer los ingresos cuando la entidad satisfaga con las obligaciones de desempeño.

La norma será de aplicación desde el 1 de enero de 2018, con una aplicación retroactiva completa o modificada. Su aplicación anticipada está permitida. El Grupo aplicará la nueva norma a partir de la fecha efectiva obligatoria.

Durante 2016 el Grupo llevó a cabo una evaluación preliminar del impacto de la NIIF 15 para identificar los impactos potencialmente críticos en relación con los sectores operativos, los estados financieros, los sistemas de información financiera y contable. La evaluación preliminar no muestra ningún cambio en el reconocimiento de los ingresos.

NIIF 9 Instrumentos financieros

En julio de 2015 la CNIC emitió la versión final de la **NIIF 9 Instrumentos financieros**, que refleja todas las fases del proyecto en relación con instrumentos financieros y que reemplaza a la NIC 39 Instrumentos financieros: Reconocimiento y valoración y a todas las versiones previas de la NIIF 9. La norma introduce nuevos requisitos de clasificación, valoración, deterioro y contabilidad de coberturas. La NIIF 9 es aplicable para los ejercicios fiscales que comiencen a partir del 1 de enero de 2018 y la aplicación anticipada está permitida; a excepción de la contabilidad de coberturas, para la cual la norma exige la aplicación retrospectiva, pero no es obligatorio dar información comparativa. Para la contabilidad de coberturas, la norma generalmente se aplica de forma prospectiva con algunas excepciones.

El Grupo adoptará la nueva norma a partir de la fecha de su entrada en vigor. El Grupo ha llevado a cabo un análisis previo de impacto utilizando la información que está actualmente disponible, que puede estar sujeta a cambios como resultado de un análisis más detallado y de la información adicional de la que pueda disponer el Grupo en el futuro.

Modificaciones a la NIIF 10 y a la NIC 28: Venta o transferencia de activos entre un inversor y su entidad asociada o empresa conjunta

Las modificaciones afrontan el conflicto entre la NIIF 10 y la NIC 28 en relación a la pérdida de control de una filial a través de la venta o transferencia de tal filial a una entidad asociada o empresa conjunta. Las modificaciones aclaran que la ganancia o pérdida que resulta de la venta o transferencia de activos que constituyan un negocio en virtud de la definición dada en la NIIF 3, entre un inversor y su entidad asociada o empresa conjunta debe ser plenamente reconocida. Cualquier ganancia o pérdida que resulte de la venta o transferencia de activos que no constituyan un negocio, se reconoce solo dentro de los límites de la cantidad perteneciente a terceros inversores en la entidad asociada o empresa conjunta. El CNIC ha pospuesto de manera

indefinida la fecha efectiva de estos cambios, pero si una entidad decide aplicarlos anticipadamente deberá hacerlo con carácter prospectivo.

NIC 7 Iniciativa de revelación – Modificaciones a la NIC 7

Las modificaciones a la **NIC 7 Estado de Flujos de efectivo** son parte de la Iniciativa de revelación del CNIC y requiere a una entidad la presentación de información que permita a los usuarios de los estados financieros evaluar los cambios en los pasivos que surgen de actividades de financiación, incluyendo tanto los cambios que surgen tanto de los flujos de efectivo como los cambios que no son en efectivo. La primera vez que se aplica este cambio, la entidad no está requerida a presentar información comparativa para periodos anteriores. Estas modificaciones serán aplicables con carácter retrospectivo y efectivo para los ejercicios anuales que se presenten a partir del 1 de enero de 2017.

NIC 12 Reconocimiento de activos por impuesto diferido por las pérdidas no realizadas – Modificaciones a la NIC 12

Las modificaciones indican que una entidad debe determinar si la ley tributaria restringe las fuentes de beneficios imponibles sujetas a la utilización de las diferencias temporarias deducibles. La modificación también explica cómo debe una entidad determinar las utilizadas futuras sujetas a impuestos y explica las circunstancias en las que los beneficios imponibles pueden incluir la recuperación de ciertos activos para por más que su valor en libros. Las entidades deben aplicar estas modificaciones retrospectivamente. Sin embargo, en la aplicación inicial de la modificación, el cambio en el patrimonio neto inicial del ejercicio comparativo más antiguo puede reconocerse en la utilidad retenida inicial (o en otro componente del patrimonio neto, según corresponda), sin asignar el cambio entre la utilidad retenida inicial y otro componente del patrimonio neto. Si una entidad aplica esta exoneración, deberá revelar este hecho. Estas modificaciones serán aplicables con carácter retrospectivo, y serán efectivas para los ejercicios anuales que se presenten a partir del 1 de enero de 2017. Si una entidad aplica estas modificaciones antes, deberá revelar este hecho. El Grupo no espera impactos por la aplicación de estas modificaciones.

NIIF 2- Clasificación y medición de transacciones con pagos basados en acciones - Modificaciones a la NIIF 2

El CNIC ha emitido modificaciones a la **NIIF 2 Pagos basados en acciones** que se refieren a tres áreas principales: los efectos de las condiciones de concesión e irrevocabilidad en la valoración de los pagos basados en acciones que se liquidan en efectivo; la clasificación de las transacciones con pagos basados en acciones con una característica de liquidación por el neto por causa de obligaciones fiscales de retener; y dar cuenta de una modificación de las condiciones de los pagos basados en acciones que cambie la clasificación de la transacción de liquidado en efectivo a liquidado con instrumentos de patrimonio. Tras su adopción, las entidades deberán aplicar las modificaciones sin reexpresar los periodos anteriores, pero se permite una aplicación retrospectiva si se elige para las tres modificaciones y si se cumplen las demás condiciones. Las sociedades deben aplicar las modificaciones para los periodos anuales a partir del 1 de enero de 2018. Se permite la aplicación anticipada. El Grupo está evaluando los efectos de estas modificaciones en sus estados financieros consolidados.



NIIF 16 Arrendamientos

La NIIF 6 se publicó en enero de 2016 y reemplaza a la NIC 17 Arrendamientos, CINIIF 4 Determinación de si un acuerdo contiene un arrendamiento, SIC-15 Arrendamientos operativos – Incentivos, y SIC-27 Evaluación de la esencia de las transacciones que adoptan la forma legal de un arrendamiento. La NIIF 16 establece los principios para el reconocimiento, valoración, presentación e información a revelar de los arrendamientos, exigiendo que los arrendatarios registren todos los arrendamientos en los estados financieros sobre la base de un único modelo similar al utilizado para contabilizar los arrendamientos financieros de acuerdo con la NIC 17. La norma establece dos excepciones al reconocimiento por parte de los arrendatarios: los arrendamientos en los que el activo subyacente tenga un valor bajo (tales como portátiles) y los arrendamientos a corto plazo (ej. arrendamientos con plazos de 12 meses o menos). Al inicio del arrendamiento, el arrendatario reconoce un pasivo por los pagos de arrendamiento (pasivo por arrendamiento) y un activo por el derecho al uso del activo subyacente durante el arrendamiento (activo con derecho a uso). Los arrendatarios deben contabilizar por separado el gasto por intereses sobre el pasivo por arrendamiento y la amortización del activo con derecho a uso. Los arrendatarios también valorarán nuevamente el pasivo por arrendamiento si tienen lugar determinados sucesos. El arrendatario reconoce generalmente las nuevas valoraciones como ajustes al activo con derecho a uso.

La contabilidad conforme a la NIIF 16 para los arrendadores está exenta principalmente de cambios en virtud de la NIC 17. Los arrendadores seguirán clasificado cada arrendamiento utilizando la misma clasificación que en la NIC 17, haciendo una distinción entre dos tipos de arrendamiento: un arrendamiento de explotación o un arrendamiento financiero. La NIIF 16 exige que los arrendadores faciliten información más detallada que la NIC 17.

La NIIF 16 es aplicable para ejercicios anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2019. La aplicación anticipada está permitida, pero no antes de que la entidad haya adoptado la NIIF 15. Los arrendadores podrán elegir si aplicar la norma utilizando un enfoque retrospectivo completo o un enfoque retrospectivo modificado.

4. INFORMACIÓN CLAVE SOBRE EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

De conformidad con el apartado B80 y siguientes de la NIIF 10, en 2016 se evaluó el requisito del control para verificar las condiciones que resultaron en la clasificación de las filiales y empresas conjuntas.

En particular, la NIIF 10 exige a los inversores, cuando analizan si tienen control sobre una entidad, centrarse en las actividades que influyen de forma significativa en sus ingresos y solo tengan en cuenta los derechos sustantivos, concretamente aquellos que son ejercitables cuando hay que tomar decisiones importantes respecto de la entidad.

Las conclusiones alcanzadas en 2015 con respecto a las siguientes sociedades, tal y como se indica en los Estados financieros consolidados de 2015, se han confirmado en 2016:

- Mediaset España S.A.
- El Towers S.p.A.
- Monradio S.r.l.
- Boing S.p.A.
- Mediamond S.p.A.

– Fascino S.r.l.

A continuación se muestra un resumen de los cambios principales que afectan al perímetro de consolidación en el ejercicio que se examina, desglosado por los diferentes tipos de operaciones societarias que resultaron en tales cambios.

Constitución y adquisición de nuevas sociedades y ampliaciones de capital

El **4 de marzo de 2016** la filial PubliEspaña S.A. compró el 50% del capital social de **Aunia Publicidad Interactiva S.L.U.**, una sociedad que opera en el sector de la publicidad online. Esta inversión se ha consolidado utilizando el método de la participación.

El **31 de mayo de 2016** la filial El Towers S.p.A. creó la sociedad **EIT Radio S.r.l.**, que gestiona la red de infraestructura de radiodifusión.

El **31 de mayo de 2016** la filial El Towers S.p.A. adquirió todo el capital social de **Fortress Italia S.r.l.**, una sociedad que gestiona 26 estaciones de emisión que acogen principalmente a operadores de radio móvil. El acuerdo para la fusión por incorporación en EIT Radio S.r.l. se firmó el 20 de octubre.

El **8 de junio de 2016**, la filial RTI S.p.A. adquirió el 3,12% del capital social de la sociedad RBI S.p.A., aumentando su participación del 69% al 72,12%. Posteriormente, el **1 de julio de 2016**, RTI S.p.A. asumió el control del Grupo Finelco (renombrado RadioMediaset S.p.A.) mediante el ejercicio de sus derechos para convertir el 50% de capital social de la sociedad RBI en acciones. Tras esta conversión y la adquisición de las participaciones restantes en RBI S.p.A. directamente de la familia Flazan en el tercer trimestre, el Grupo Mediaset es titular del 100% del capital social de RBI S.p.A. y de sus filiales. Como resultado de estas transacciones, las siguientes sociedades han pasado a formar parte del perímetro de consolidación desde el 1 de julio de 2016 aplicado línea por línea:

- RB1 S.p.a
- Unibas S.p.A.
- RadioMediaset S.p.A.
- Radio Studio 105 S.p.A.
- Radio 105 USA Corp.
- Virgin Radio Italy S.p.A.
- Radio Engineering Co S.r.l

El **10 de junio de 2016**, la filial Towertel S.p.A. adquirió la totalidad del capital social de la sociedad **SA OGHE T.C. S.r.l.**, una sociedad que gestiona un total de 26 sitios que alojan a operadores de telefonía móvil. El 2 de noviembre de 2016, se firmó el acuerdo para la fusión de la sociedad en la dominante Towertel S.p.A.

El **8 de julio de 2016** la filial Towertel S.p.A. adquirió la totalidad del capital social de la sociedad **Giardino de Sanctis S.r.l.** y posteriormente, el 14 de septiembre de 2016, celebró un acuerdo de fusión de esa sociedad con la dominante Towertel S.p.A.



El **8 de julio de 2016** se celebró un acuerdo para la fusión de la sociedad **NewTelTowers S.p.A.** con TowerTel S.p.A.

El **19 de julio de 2016** la filial TowerTel S.p.A. adquirió la totalidad del capital social de la sociedad **SAGA S.r.l.** y posteriormente, el 26 de septiembre, celebró un acuerdo de fusión de esa sociedad con la dominante TowerTel S.p.A.

El **2 de agosto de 2016** la filial TowerTel S.p.A. adquirió la totalidad del capital social de la sociedad Vip Electronics S.r.l. y posteriormente, el 26 de septiembre, celebró un acuerdo de fusión de esa sociedad con la dominante TowerTel S.p.A.

El **10 de agosto de 2016** la filial Taodue S.r.l. constituyó la sociedad **Medset Films Sas**, cuyo objetivo es la producción y venta de películas en Francia. La sociedad se consolida línea por línea;

El **30 de noviembre de 2016** la filial EIT Radio S.r.l. adquirió la totalidad del capital social de **Societa Bresciana Telecomunicazioni S.r.l.**, adquiriendo indirectamente el control de **BT S.r.l.** Posteriormente, se firmó el 20 de diciembre el acuerdo para la fusión de las dos sociedades con la dominante EIT Radio S.r.l. Como resultado de esta fusión la sociedad EIT Radio S.r.l. es titular del 30,99% del capital social de **Societa Funivie della Maddalena S.p.A.**

El **19 de diciembre de 2016**, la filial TowerTel S.p.A. adquirió la totalidad del capital social de la sociedad FP Tower S.r.l., consolidada línea por línea.

El plan de recompra de acciones acordado por el Consejo de administración de Mediaset España el 28 de octubre de 2015 se completó el **20 de febrero de 2016**, por 14 232 590 acciones, equivalentes al 3,89% del capital social. La Asamblea de accionistas de Mediaset España celebrada el 13 de abril de 2016 resolvió reducir el capital social en 14,7 millones de euros, mediante la cancelación de 29 457 794 de acciones propias, representando un 8,04% del capital social. Como resultado de esta reducción, la inversión del Grupo en Mediaset España pasó del 48,76% a 31 de diciembre de 2015 al 50,208% a 31 de diciembre de 2016.

El **26 de julio de 2016** el Consejo de administración de la filial El Towers S.p.A. resolvió adoptar un programa de recompra de acciones, en el marco del máximo permitido por la ley, en ejecución de la resolución de la Asamblea general de **21 de abril de 2016**. El Plan establece la compra máxima de 1 413 119 acciones, equivalentes al 5% del capital social. En base al precio medio de cotización de los últimos 30 días (25 de junio de 2016-25 de julio de 2016), igual a 45,07 euros por acción, el compromiso teórico financiero para la compra de las acciones sujetas al Plan sería igual a 63,7 millones de euros. A 31 de diciembre de 2016, el número total de acciones compradas ascendió a un total de 350 907 frente a un desembolso de 15,6 millones. Como resultado de estas compras, la participación en el Grupo El Towers ascendió del 40,089% a 31 de diciembre de 2015 al 40,594% al final del ejercicio en curso.

Adquisición, enajenación y liquidación de intereses minoritarios

Con respecto a los intereses minoritarios en el marco de las operaciones de AD4Venture, se hace constar que:

- el **4 de febrero de 2016** RTI S.p.A. y Advertisement 4Adventures SLU (Grupo Mediaset España) completaron las compras, respectivamente, del 8,45% y 7,41% del capital social de la sociedad **Job Digital Network SL**, un operador móvil implicado en ofertas de empleo centradas en el mercado de los trabajadores no especializados;

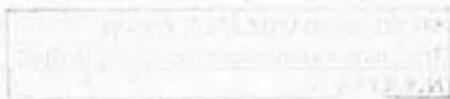
- el **11 de mayo de 2016** la filial RTI S.p.A. suscribió una ampliación de capital de la sociedad **Westwing Group GmbH**;
- el **30 de mayo de 2016**, la filial RTI S.p.A. vendió su participación accionarial del 7,81% en la sociedad **Farman New Co S.r.l.**;
- el **4 de agosto de 2016** la filial RTI S.p.A. vendió su inversión del 14,10% en el capital de la sociedad **Privategriffe S.p.A.**;
- el **7 de octubre de 2016** las filiales RTI S.p.A. y Advertisement 4Adventures SLU (Grupo Mediaset España) vendieron sus participaciones del 2,98% en la sociedad **Wimdu GmbH**;
- el **25 de octubre de 2016** la filial RTI S.p.A. adquirió el 16% del capital social en la sociedad **Check Bonus S.r.l.**, una aplicación de proximidad del mercado que ofrece recompensas en forma de puntos/descuentos a quien entre físicamente en las tiendas que participan;
- el **23 de diciembre de 2016**, RTI S.p.A. y Advertisement 4Adventures SLU (Grupo Mediaset España) completaron la adquisición del 4,37% cada una en el capital social de la sociedad **Hundredrooms SL.**, metabuscador de alquileres vacacionales.
- En **diciembre**, la sociedad Advertisement 4Adventures SLU (Grupo Mediaset España) adquirió el 9,09% del capital social de **Playspace**, una sociedad que opera juegos multijugador online para Facebook, Android y iPhone.
- En **diciembre**, la sociedad Advertisement 4Adventures SLU (Grupo Mediaset España) adquirió el 3,69% del capital social de **21Buttons**, una red de moda social y de compras en la que, a través de imágenes compartidas y looks de influencers y personas en general, es posible comprar directamente la ropa y accesorios que aparecen en las fotos.

Cambios en las participaciones en filiales y en inversiones de capital ya mantenidas que no tienen ningún impacto en los criterios de valoración a efectos de consolidación:

El **16 de marzo de 2016** la filial RTI S.p.A. suscribió una ampliación del capital de la sociedad **Blasteem S.r.l.**, pasando su participación del 28% al 40%.

el **25 de octubre de 2016** el Grupo Mediaset España suscribió una ampliación de capital de la sociedad **Emission Digitals de Catalunya S.A.** por un importe inferior a su participación accionarial, reduciendo por tanto su participación del 40% a 31 de diciembre de 2015 al 34,66% a 31 de diciembre de 2016.

La tabla que se muestra a continuación muestra las principales cifras del estado de ingresos – balance del ejercicio para las filiales que tienen participaciones materiales no dominantes conforme a lo exigido por el apartado 12 de la NIIF 12 y al apartado B10 de la Guía de explotación.



	Grupo El Towers (*)	Grupo Mediaset España
Participación minoritaria	60,0%	49,79%
Participación minoritaria (neto de acciones propias) (*) (*)	59,4%	48,37%
Intereses minoritarios en el beneficio neto (*) (*)	26,6	85,1
Intereses minoritarios en las reservas de capital social y mantenidas	109,5	485,7
Activos corrientes	139,5	436,9
Activos no corrientes	875,7	865,8
Pasivo corriente	75,5	284,8
Pasivo no corriente	301,9	34,7
Ingresos	252,7	992,0
Beneficios o (pérdidas) del ejercicio	44,4	170,7
Otras partidas del Estado de ingresos globales	(0,6)	-
Estado de ingresos globales	43,8	170,7
Flujo de efectivo de actividades de explotación	91,8	447,6
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(77,1)	(206,2)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(24,1)	(261,6)
Dividendos cobrados	-	(167,4)

(*) El importe de patrimonio neto atribuible a participaciones no dominantes para el Grupo El Towers se ha calculado neto de los asientos de consolidación.

(*) (*) El importe atribuible a participaciones no dominantes y ganancias (pérdidas) atribuibles a participaciones no dominantes se ha calculado excluyendo las acciones en autocartera de la sociedad participada.

La tabla que se muestra a continuación muestra las principales cifras del estado de ingresos – balance del ejercicio para las participaciones en sociedades controladas conjuntamente, conforme a lo exigido por el apartado 20 de la NIIF 20 y los apartados B12 y B13 de la Guía de explotación.

Empresas conjuntas	Boing S.p.A.	Mediamond S.p.A.	Fascino P.G.T S.r.l. (*)
Activos corrientes	27,2	127,7	42,2
Efectivo y equivalentes de efectivo	-	-	-
Activos no corrientes	9,7	0,5	0,8
Pasivo corriente	16,8	118,0	-
Pasivo financiero corriente	-	5,3	-
Pasivo no corriente	2,4	3,0	43,0
Pasivo financiero no corriente	4,7	-	-
Ingresos	44,4	246,1	71,1
Beneficios(pérdidas) del periodo	4,6	0,3	2,7
Otras partidas del Estado de ingresos globales	-	-	-
Ingresos globales	4,6	0,3	2,7
Amortización y depreciación	5,8	0,1	0,2
Impuesto sobre las ganancias	(2,2)	(0,4)	(2,1)
Dividendos cobrados	-	-	-

(*) Los estados financieros de los PCGA italianos se han reclasificado conforme a las NIC-NIIF a efectos de presentación

5. COMBINACIONES DE NEGOCIOS

Radiomediasset

El 1 de julio de 2016, el Grupo Mediaset, mediante el ejercicio del derecho para convertir el 50% del capital de RBI S.p.A. en acciones ordinarias, adquirió participaciones dominantes en la anterior sociedad tenedora del Grupo Finelco (que posteriormente pasó a denominarse RadioMediaset S.p.A.), que es propietario de las estaciones de radio Radio 105 y Virgin Radio. Durante el trimestre 3, la familia Hazan adquirió las participaciones restantes en RBI S.p.A. y sus filiales directamente. Como resultado de esta transacción, Mediaset, a través de RTI, posee directamente el 100% del capital social de RBI S.p.A. y sus filiales. La transacción para la adquisición de las actividades de radiodifusión del Grupo RadioMediaset constituye una combinación de negocio conforme a la NIIF 3. La diferencia, equivalente a 59,8 millones de euros, entre el precio de compra ajustado por los efectos de la evaluación del método de la participación, ajustado por los efectos de la valoración del capital, y el valor contable neto de los activos y pasivos adquiridos en la fecha de adquisición se han asignado definitivamente a los activos intangibles relacionados con la marca Radio Studio 105 y con las frecuencias de transmisión de radio.

La siguiente tabla muestra un resumen del valor razonable de los activos adquiridos y los pasivos adquiridos a la fecha de transacción, y la asignación definitiva del precio de compra. La asignación del precio de compra para los activos netos adquiridos se completó en la fecha de publicación de estos estados financieros consolidados, que implican valoraciones de expertos independientes.

Activos netos adquiridos	Valor contable registrado en la sociedad adquiriente en la fecha de adquisición (asignación provisional)	Ajuste en la asignación final	Valor contable registrado en la sociedad adquirida en la fecha de adquisición
Derechos de uso de frecuencia de radio	32,5	36,0	68,5
Activos intangibles	0,3	43,1	43,4
Activos tangibles	5,8	1,1	6,9
Activos/pasivos por impuestos diferidos	(6,1)	(22,4)	(28,4)
Deudores/acreedores comerciales	7,8	–	7,8
Planes de prestaciones posteriores al empleo	(3,9)	–	(3,9)
Otros activos/(pasivos)	(6,2)	–	(6,2)
Activos/(pasivos) financieros	(32,1)	–	(32,1)
Efectivo y equivalentes de efectivo	0,7	–	0,7
Total de activos netos adquiridos	(1,2)	57,8	56,6
	0		
Precio de adquisición neto	58,6	–	58,6
	0		
Fondo de comercio	59,8	(57,8)	2,0

El Towers – Asignación final de las adquisiciones realizadas en 2016

Conforme se describe en el apartado Información clave sobre el perímetro de consolidación, el Grupo El Towers concluyó una serie de adquisiciones en 2016, para fusionar con posterioridad estas sociedades con la misma.

Concretamente, el 31 de mayo de 2016 El Towers culminó la adquisición del 100% del capital social de **Fortress Italia S.r.l.**, por un precio de unos 3,5 millones de euros, incluyendo un componente de acuerdo de pago adicional previsto de 0,2 millones de euros. El 20 de octubre de 2016 la fusión entre Fortress Italia S.r.l. y EIT Radio S.r.l., una sociedad creada y controlada directamente por El Towers se concluyó mediante escritura notarial.

El 10 de junio de 2016 Towertel culminó la adquisición del 100% del capital social de **Sa Oghe T.C. S.r.l.**, por un precio de unos 5,2 millones de euros, incluyendo un componente de acuerdo de pago provisional de 1,1 millones de euros. El 2 de noviembre de 2016 la fusión de Sa Oghe T.C. S.r.l. y Towertel se concluyó mediante escritura notarial.

El 8 de julio de 2016 Towertel concluyó la adquisición del 100% del capital social de **Giardino De Sanctis S.r.l.**, por un precio de unos 1,6 millones de euros. El 14 de septiembre de 2016 la fusión de Giardino De Sanctis S.r.l. y Towertel se concluyó mediante escritura notarial.

El 19 de julio de 2016 Towertel culminó la adquisición del 100% del capital social de **Saga S.r.l.**, por un precio de unos 2,8 millones de euros, incluyendo un componente de acuerdo de pago provisional de 0,4 millones de euros. El 26 de septiembre de 2016 la fusión de Saga S.r.l. y Towertel se concluyó mediante escritura notarial.

El 2 de agosto de 2016 Towertel culminó la adquisición del 100% del capital social de **Vip Electronics S.r.l.**, por un precio de unos 1,7 millones de euros, incluyendo un componente de acuerdo de pago provisional de 0,1 millones de euros. El 26 de septiembre de 2016 la fusión de Vip Electronics S.r.l. y Towertel S.p.A. se concluyó mediante escritura notarial.

La siguiente tabla muestra un resumen del valor razonable de los activos adquiridos y los pasivos asumidos a la fecha de adquisición, y la asignación definitiva del precio de compra, incluyendo todas las transacciones mencionadas arriba. La asignación del precio de compra para los activos netos adquiridos se completó en la fecha de publicación de estos estados financieros consolidados.

Activos netos adquiridos	Valor contable registrado en la sociedad adquirente en la fecha de adquisición (asignación provisional)	Ajuste en la asignación final	Valor contable registrado en la sociedad adquirida en la fecha de adquisición
Activos intangibles	–	13,5	13,5
Activos tangibles	1,3		6,9
Activos/pasivos por impuestos diferidos	–	(3,8)	(28,4)
Otros activos/(pasivos)	(0,3)		
Activos/(pasivos) financieros	(0,4)		(0,6)
Total de activos netos adquiridos	0,5	9,7	10,2
Precio de adquisición neto	14,8	-	14,8
Fondo de comercio	14,3	(9,7)	4,5

Efectivo y equivalentes de efectivo adquirido			(0,4)
Precio de compra			14,8
Parte del precio no pagada a 31 de diciembre de 2016			4,6
Flujos de efectivo neto absorbidos por la adquisición			10,7

El Towers – Asignación provisional de las adquisiciones realizadas en 2016

El 30 de noviembre de 2016, EIT Radio finalizó la adquisición de 100 del capital social de Società Bresciana Telecomunicazioni S.r.l. y la adquisición indirecta (ya que es una filial al 100 de Società Bresciana Telecomunicazioni S.r.l.) de BT S.r.l. por un precio provisional de unos 17 millones de euros.

El 30 de noviembre de 2016 Towertel finalizó la adquisición de 100 del capital social de FP Tower S.r.l., por un precio provisional de aproximadamente 2,9 millones de euros.

La siguiente tabla resume la contraprestación pagada y el valor razonable de los activos adquiridos y los pasivos asumidos en la fecha de adquisición.

	Valores contables registrados en la sociedad adquirida en la fecha de adquisición (asignación provisional)	Ajuste para el final asignación	Valores contables registrados en la sociedad adquirida en la fecha de adquisición
Activos netos adquiridos			
Activos intangibles	0,0		0,0
Activos tangibles	2,4		2,4
Otros activos/(pasivos)	(0,0)		(0,0)
Activos/(pasivos) financieros	(2,0)		(2,0)
Efectivo y equivalentes de efectivo	(0,2)		(0,2)
Total activos netos adquiridos	0,2		0,2
Precio de adquisición neto	19,9		19,9
Fondo de comercio	19,7		19,7

Efectivo y equivalentes de efectivo adquiridos		(0,2)
Precio de compra		19,9
Parte del precio no satisfecho a 31 de diciembre de 2016		0,4
Flujos netos de efectivo sufragados por la adquisición		19,7

Las transacciones constituyeron combinaciones de negocios y, de acuerdo con la NIIF 3, el precio de compra de los activos netos adquiridos se asignó provisionalmente al fondo de comercio en la fecha de presentación de estos estados financieros consolidados por un importe de 19,7 millones de euros. Se debe realizar un análisis específico de la contraprestación pagada dentro de los doce meses posteriores a la fecha de adquisición para determinar el valor razonable de los activos netos adquiridos. Si al final del periodo de evaluación, se identifica cualquier activo tangible o intangible con una vida útil finita, se realizará un ajuste a los importes provisionales reconocidos en la fecha de adquisición, con efecto retroactivo a partir de la fecha de adquisición.

El Towers – Asignación final de las adquisiciones realizadas en 2015

Durante el año del informe, se finalizó la asignación definitiva del precio en relación con las sociedades adquiridas el año anterior, con las consecuentes reformulaciones de activos y pasivos.

El 10 de julio de 2015 Towertel finalizó la adquisición de 100% del capital social de **Tecnorad Italia S.p.A.**, por un precio de unos 14,8 millones de euros, incluido un componente de ganancias futuras provisional de 0,5 millones de euros. El 24 de julio de 2015 las Juntas de Accionistas de Towertel S.p.A. y Tecnorad Italia S.p.A. Decidieron sobre la fusión mediante la incorporación de esta última en su propia entidad matriz inmediata, que luego se finalizó mediante escritura notarial del 30 de noviembre.

El 24 de julio de 2015 Towertel adquirió 100% del capital social de **DAS S.r.l.**, por un precio de unos 3,6 millones de euros, incluido un componente de ganancias futuras provisional de 0,2 millones de euros. El 8 de septiembre de 2015 los organismos gestores de Towertel S.p.A. y DAS Immobiliare decidieron sobre la fusión mediante la incorporación de esta última en su propia entidad matriz inmediata, que luego se finalizó mediante escritura notarial del 30 de noviembre.

El 27 y el 28 de octubre de 2015 Towertel adquirió 100 del capital social de 13 sociedades que operan en la región de Liguria, por un precio total de 40,8 millones de euros, incluido un componente de ganancias futuras provisional de 1,6 millones de euros. El 20 de noviembre de 2015 las sociedades se fusionaron en Towertel.

La siguiente tabla proporciona un resumen del valor razonable de los activos adquiridos y los pasivos asumidos en la fecha de la adquisición y la asignación del precio de compra definitivo, acumulado para todas las transacciones enumeradas anteriormente. La asignación del precio de compra para los activos netos adquiridos se completó en la fecha de publicación de estos estados financieros consolidados.

	Valores contables registrados en la sociedad adquirida en la fecha de adquisición (asignación provisional)	Ajuste para asignación final	Valores contables registrados en la sociedad adquirida en la fecha de adquisición
Activos netos adquiridos			
Activos intangibles	-	51,0	51,0
Activos tangibles	5,6	-	5,6
Pasivos/activos de impuestos diferidos	-	(14,3)	(14,3)
Otros activos/(pasivos)	(3,2)	-	(3,2)
Activos/(pasivos) financieros	2,4	-	2,4
Total activos netos adquiridos	4,9	36,7	41,5
Precio de adquisición neto	59,1	-	59,1
Fondo de comercio	54,2	(36,7)	17,5

Los importes comparativos a 31 de diciembre de 2015 se reformularon para reflejar los efectos del proceso de asignación de precios en la fecha de adquisición, tal como lo exige el párrafo 49 de la NIIF 3. En particular, el beneficio del año anterior se ha modificado en 0,2 millones de euros para tener en cuenta la amortización de los activos asignados a las relaciones con los clientes, neto del efecto fiscal relativo.

6. INFORMES DEL SEGMENTO

Como lo exige la NIIF 8, la siguiente información se relaciona con los segmentos de explotación identificados sobre la base de la estructura organizativa actual del Grupo y el sistema interno de información.

Los principales segmentos operativos del Grupo, ya incluidos en el análisis de resultados contenidos en el *Informe de Operaciones*, son los mismos que el *área geográfica* (Italia y España) identificada según la ubicación de las operaciones. Estas operaciones se segmentan aún más, para supervisar el rendimiento de las *áreas de negocios* que se explotan en cada país, que se identifican de acuerdo con su perfil económico (tipo de producto, proceso y mercado de referencia). En relación con España, que corresponde al Grupo Mediaset España, no se han identificado áreas significativas aparte del negocio principal de la televisión, que es por lo tanto igual a esa entidad.

Los siguientes párrafos contienen la información y las conciliaciones requeridas según la NIIF 8 en relación con las ganancias, pérdidas, activos y pasivos, en función de este proceso de segmentación. La información se puede extrapolar de los dos estados financieros subconsolidados preparados a ese nivel, mientras que la información proporcionada para los tres segmentos de explotación con base en Italia se ha proporcionado con referencia a los ingresos y actividades de explotación directamente atribuibles a ellos.

Sectores geográficos

Las siguientes tablas muestran información financiera clave para las dos áreas geográficas de explotación de Italia y España, a 31 de diciembre de 2016 y 2015, respectivamente.

Las tablas se han preparado en función de estados financieros subconsolidados específicos en los cuales el valor contable de las inversiones de capital ostentadas por sociedades que pertenecen a un segmento en sociedades que pertenecen a otro segmento se mantuvieron a su coste de compra respectivo y se eliminaron en el momento de la consolidación. Asimismo, en la cuenta de resultados del sector, los ingresos y gastos (relacionados con los dividendos recibidos de estas inversiones) se han incluido en los *Ingresos de otras inversiones de capital*.

Las cifras de activos entre segmentos se relacionan con la eliminación de las inversiones de capital reconocidas en los activos del sector geográfico de Italia en Mediaset España y Mediacinco Cartera (con propiedad del 25, y ya totalmente consolidadas en el área de España, ya que el 75 % es propiedad de Mediaset España) y el préstamo concedido a Mediacinco Cartera SL por Mediaset Investment S.a.r.l., que ascendió a 7,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2016 (10,1 millones de euros a 31 de diciembre de 2015).

Los costos no monetarios se relacionan con las provisiones para riesgos y cargos y los costes de opciones sobre acciones y planes de incentivos.

2016	ITALIA	ESPAÑA	Eliminaciones/ Ajustes	MEDIASET GRUPO
PRINCIPALES CIFRAS DE LA CUENTA DE RESULTADOS				
Ingresos de clientes externos	2675,0	992,0	-	3667,0
Ingresos entre segmentos	0,9	-	(0,9)	-
Ingresos netos consolidados	2675,9	992,0	(0,9)	3667,0
%	73%	27%	0%	100%
EBIT	(413,6)	224,4	(0,0)	(189,2)
Ingresos/(pérdidas) financieros	(87,5)	(0,1)	-	(87,7)
Ingresos/(gastos) por inversiones de capital valoradas mediante el método de la participación	4,8	3,1	-	7,9
Ingresos/(gastos) por otras inversiones de capital	(3,8)	(1,6)	-	(5,5)
EBT	(500,2)	225,8	(0,0)	(274,4)
Impuestos fiscales	103,1	(55,1)	(0,1)	47,9
BENEFICIO NETO DE OPE CONTINUA	(397,1)	170,7	(0,1)	(226,5)
Ganancias/(pérdidas) netas de actividades interrumpidas	-	-	-	-
BENEFICIO NETO DEL PERIODO	(397,1)	170,7	(0,1)	(226,5)
Atribuible a:				
- Accionistas de la sociedad matriz	(380,1)	171,0	(85,4)	(294,5)
- Intereses minoritarios	(17,0)	(0,3)	85,3	68,0
OTRA INFORMACIÓN				
Activos	5832,5	1302,7	(600,3)	6534,9
Pasivos	3689,4	319,4	(9,8)	3999,0
Inversiones en activos no corrientes tangibles e intangibles	549,3	193,2	(0,7)	741,8
Amortización	1144,0	217,4	(0,3)	1361,1
Otros gastos no monetarios	155,4	0,8	-	156,2

(*) Incluye el cambio en "Adelantos para la compra de derechos de emisión"

2015	ITALIA	ESPAÑA	Eliminaciones/Ajustes	MEDIASET GRUPO
PRINCIPALES CIFRAS DE LA CUENTA DE RESULTADOS				
Ingresos de clientes externos	2552,9	971,9	-	3524,8
Ingresos entre segmentos	1,3	-	(1,3)	-
Ingresos netos consolidados	2554,2	971,9	(1,3)	3524,8
	72%	28%	0%	100%
EBIT	26,1	205,2	(0,5)	230,7
Ingresos/(pérdidas) financieros	(49,4)	0,1	-	(49,3)
Ingresos/(gastos) de inversiones de capital valoradas mediante el método de la participación	1,6	(0,3)	-	1,3
Ingresos/(gastos) por otras inversiones de capital	(0,5)	14,2	-	13,8
EBT	(22,1)	219,2	(0,5)	196,5
Impuestos sobre la renta	(33,5)	(53,2)	0,3	(86,4)
BENEFICIO NETO DE OPE CONTINUA	(55,6)	166,0	(0,2)	110,1
Ganancias/(Pérdidas) netas de actividades-interrumpidas				
BENEFICIO NETO DEL PERIODO	(55,6)	166,0	(0,2)	110,1
Atribuible a:				
- Accionistas de la sociedad matriz.	(74,6)	166,2	(87,8)	3,8
- Intereses minoritarios	18,9	(0,2)	87,6	106,3
OTRA INFORMACIÓN				
Activos	6326,6	1386,1	(602,6)	7110,1
Pasivos	3858,7	316,2	(12,3)	4162,7
Inversiones en activos no corrientes tangibles e intangibles	549,3	193,2	(0,7)	741,8
Amortización	912,7	222,6	(0,2)	1135,1
Otros gastos no monetarios	6,6	8,1	-	14,7

(*) Incluye el cambio en "Adelantos para la compra de derechos de emisión"

La siguiente tabla muestra el estado de flujo de efectivo para cada área geográfica.

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DESGLOSE GEOGRÁFICO	ITALIA		ESPAÑA	
	2016	2015	2016	2015
Beneficio de explotación	(413,6)	26,1	224,4	205,2
+ Depreciación y amortización	1144,0	912,7	217,4	222,6
+ Otras provisiones y movimientos de no efectivo	154,2	9,8	(4,7)	8,7
+ Cambio en capital circulante/otros activos y pasivos	130,0	236,8	43,5	(11,3)
- Intereses pagados/recibidos	(4,7)	(0,8)	0,1	(0,1)
- Impuesto sobre las ganancias pagado	(29,9)	(51,5)	(33,7)	(19,4)
Flujo neto de efectivo de actividades de explotación [A]	980,1	1133,0	447,1	405,7
FLUJO DE EFECTIVO DE LA ACTIVIDAD DE INVERSIÓN:				
Ingresos de la venta de activos fijos	4,8	3,1	-	0,4
Ingresos de la venta de inversiones de capital	-	-	2,4	10,8
Intereses y otros ingresos financieros recibidos	-	-	0,5	0,5
Compras en derechos de televisión	(473,0)	(441,0)	(171,4)	(182,9)
Cambios en adelantos por derechos de televisión	8,9	(38,0)	(5,6)	4,7
Compras de otros activos fijos	(66,5)	(70,3)	(14,6)	(15,0)
Cambios en la deuda por inversión (Incluidas operaciones de cobertura)	(662,6)	(429,0)	(11,5)	6,2
Inversiones de capital	(1,3)	(22,1)	(0,8)	(7,3)
Cambios en otros activos financieros	10,9	(1,3)	(7,8)	0,1
Préstamos a otras sociedades (otorgado)/reembolsado	-	-	-	-
Dividendos recibidos	84,9	22,5	2,6	2,1
Combinaciones de negocios, netos de efectivo adquirido	(84,9)	(85,4)	-	-
Cambios en el ámbito de consolidación	-	100,0	-	-
Flujo neto de efectivo de actividades de inversión [B]	(1178,8)	(961,4)	(206,2)	(180,3)
FLUJO DE EFECTIVO DE LA ACTIVIDAD DE INVERSIÓN:				
Emisiones de Capital Social	20,2	-	-	-
Cambio en autocartera	(15,6)	-	(91,4)	(238,6)
Cambios netos en pasivos financieros Bono corporativo	271,1	(120,9)	(3,2)	(1,0)
Dividendos pagados	(22,7)	(41,3)	(167,4)	(47,5)
Cambios netos en otros activos/pasivos financieros	(1,6)	-	1,6	-
Intereses (pagados)/recibidos	(55,1)	(50,6)	(1,1)	(2,6)
Flujo neto de efectivo de actividades de financiación [C]	196,3	(212,9)	(261,5)	(289,7)
CAMBIO EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO [D=A+B+C]	(2,3)	(41,4)	(20,6)	(64,4)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL COMIENZO DEL AÑO [E]	140,2	181,5	211,4	275,8
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL final DEL AÑO [F=D+E]	138,0	140,2	190,8	211,4

Italia: Segmentos de explotación

Se informó de los segmentos de explotación en el Informe de Operaciones, donde se pueden encontrar más información sobre el rendimiento del año.

Con referencia a las cifras de la posición financiera del Grupo El Towers, el importe relacionado con el fondo de comercio no es el mismo que el que se muestra en el estado consolidado de la posición financiera del Grupo El Towers, sino que representa el valor generado a nivel consolidado por el Grupo Mediaset atribuible a ese segmento.

Resumen de estado de resultados 2016	OPERACIONES TELEVISIÓN INTEGRADA	EI TOWERS	ELIMINACIONES/AJUSTES	ITALIA SEGMENTO L GEOGRÁFICO
Ingresos de clientes externos	2603,9	72,0	-	2675,9
Ingresos entre segmentos	-	180,7	(180,7)	-
Ingresos netos consolidados	2603,9	252,7	(180,7)	2675,9
%	97%	10%	(7%)	100%
Costes de explotación de terceros	(1815,4)	(130,1)	-	1945,4
Costes de explotación entre segmentos	(177,7)	(3,0)	180,7	-
Costes de explotación totales	(1993,1)	(133,1)	180,7	(1945,4)
Amortización, depreciación y rebajas en valor	(1099,9)	(44,1)	-	(1144,0)
EBIT	(489,1)	75,5	-	(413,6)

Resumen de estado de resultados 2015	OPERACIONES TELEVISIÓN INTEGRADA	EI TOWERS	ELIMINACIONES/AJUSTES	ITALIA SEGMENTO L GEOGRÁFICO
Ingresos de clientes externos	2490,0	64,3	-	2554,2
Ingresos entre segmentos	-	180,2	(180,2)	(0,0)
Ingresos netos consolidados	2490,0	244,4	(180,2)	2554,2
%	97%	10%	(7%)	100%
Costes de explotación de terceros	(1487,2)	(128,2)	-	(1615,4)
Costes de explotación entre segmentos	(176,9)	(3,3)	180,2	-
Costes de explotación totales	(1664,1)	(131,5)	180,2	(1615,4)
Amortización, depreciación y rebajas en valor	(872,7)	(40,1)	-	(912,7)
EBIT	(46,9)	72,9	0,0	26,1

Activos de explotación e inversiones a 31 de diciembre de 2016	OPERACIONES TELEVISIÓN INTEGRADA	EI TOWERS	ELIMINACIONES/AJUSTES	ITALIA SEGMENTO L GEOGRÁFICO
Derechos de televisión	1476,8	-	-	1476,8
Otros activos no corrientes tangibles e intangibles	655,7	364,3	(1,2)	1018,8
Fondo de comercio	144,8	503,8	(335,1)	313,5
Deudores comerciales	1036,0	39,9	-	1075,9
Existencias	23,1	3,3	-	26,3
Activos de explotación	3336,3	911,1	(336,3)	3911,2
Otros activos corrientes y no corrientes	2040,9	104,1	(223,7)	1921,3
Activos totales	5377,3	1015,2	(560,0)	5832,5
Inversiones en derechos de televisión (*)	473,0	-	-	473,0
Otras inversiones	39,0	27,5	-	66,5
Inversiones en activos tangibles e intangibles	512,0	27,5	-	539,5

(*) No incluye el cambio en "Adelantos para la compra de derechos de emisión"

Activos de explotación e inversiones a 31 de diciembre de 2015	OPERACIONES TELEVISIÓN INTEGRADA	EI TOWERS	ELIMINACIONES/AJUSTES	ITALIA SEGMENTO L GEOGRÁFICO
Derechos de televisión	2017,9	-	-	2017,9
Otros activos no corrientes tangibles e intangibles	581,3	361,1	(1,2)	914,2
Fondo de comercio	142,8	479,5	(335,1)	287,2
Deudores comerciales	1195,1	32,1	-	1227,3
Existencias	30,2	2,9	-	33,1
Activos de explotación	3967,3	875,6	(336,3)	4506,7
Otros activos corrientes y no corrientes	1929,5	113,5	(223,2)	1819,8
Activos totales	5896,9	989,1	(559,5)	6326,6
Inversiones en derechos de televisión (*)	441,0	-	-	441,0
Otras inversiones	42,3	28,0	-	70,3
Inversiones en activos tangibles e intangibles	483,3	28,0	-	511,3

Los principales activos de explotación asignados al sector de Italia incluyen los derechos de transmisión de televisión y cine asignados al segmento de **Operaciones Integradas de Televisión**, la biblioteca (películas, dramas, miniseries, películas de televisión y dibujos animados), series de drama de producción propia de larga duración, y entretenimiento, noticias y derechos deportivos al servicio tanto de los canales señal abierta como de los canales de *Mediaset Premium*. En concreto, los derechos de transmisión deportiva incluyen los derechos de transmisión para el campeonato de liga de la Serie A para los clubes de fútbol principales de Italia para las temporadas 2015-2018.

Otros activos tangibles e intangibles se relacionan principalmente con:

- para el segmento de **Operaciones Integradas de Televisión**, los derechos de los usuarios de televisión y radiofrecuencia y los equipos de transmisión relacionados, los equipos que apoyan los centros de producción de televisión, los sistemas de TI y la mejora de las oficinas de administración y otras propiedades e inversiones relacionadas con el desarrollo de la plataforma de televisión de pago mediante suscripciones de *Mediaset Premium*;
- para *El Towers*, incluyen terrenos, edificios y equipos relacionados con la red de transmisión.

NOTAS SOBRE LOS ACTIVOS PRINCIPALES**7. ACTIVOS NO CORRIENTES**

A continuación, se muestran las tablas que reflejan los cambios en los últimos dos años respecto del coste original, amortización acumulada y depreciación, rebajas en el valor y el valor neto contable de todos los activos principales no corrientes.

7.1. Propiedad, planta y equipo

COSTE HISTÓRICO	Terreno y edificios	Torres	Planta y maquinaria	Equipo técnico y comercial	Otros activos tangibles	Activos tangibles en formación y adelantos	Total
Balance a 01/01/2015	267,0	160,9	923,3	114,8	139,5	21,0	1626,2
Cambios en el ámbito de consolidación	6,0	9,2	-13,5	0,3	0,6	-	29,6
Adiciones	4,1	1,2	37,9	1,6	2,5	31,0	78,3
Otros cambios	(0,6)	1,8	8,2	0,6	(0,9)	(16,6)	(7,5)
Enajenaciones	-	(0,2)	(12,3)	(1,1)	(4,1)	(0,6)	(18,3)
Balance a 31/12/2015	276,5	172,8	970,5	116,2	137,6	34,8	1708,4
Cambios en el ámbito de consolidación	7,7	4,3	17,9	0,3	3,9	0,0	34,1
Adiciones	1,6	0,7	25,0	1,9	1,8	27,5	58,4
Otros cambios	(2,7)	0,7	17,8	0,9	1,2	(20,6)	(2,7)
Enajenaciones	(1,1)	(0,4)	(7,1)	(0,4)	(2,8)	(2,4)	(14,2)
Balance a 31/12/2016	282,0	178,2	1024,1	118,9	141,6	39,2	1784,1

AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN	Terreno y edificios	Torres	Planta y maquinaria	Equipo técnico y comercial	Otros activos tangibles	Activos tangibles en formación y adelantos	Total
Balance a 01/01/2015	(138,2)	(85,2)	(734,9)	(87,9)	(124,5)	-	(1170,7)
Cambios en el ámbito de consolidación	(3,2)	(5,1)	(10,6)	(0,3)	(0,5)	-	(19,7)
Adiciones	1,3	0,1	3,4	0,6	2,8	-	8,2
Otros cambios	0,1	0,1	10,3	1,0	3,7	-	15,2
Enajenaciones	(6,8)	(6,7)	(54,0)	(7,0)	(5,3)	-	(79,8)
Amortización	-	(0,1)	-	-	-	-	(0,1)
Depreciación y rebajas de valor	-	-	-	-	-	-	-
Balance a 31/12/2015	(146,8)	(96,9)	(785,7)	(93,6)	(123,8)	-	(1247,0)
Cambios en el ámbito de consolidación	(2,0)	(1,7)	(16,1)	(0,2)	(3,5)	-	(23,4)
Adiciones	1,0	-	(0,1)	(0,1)	0,1	-	1,0
Otros cambios	0,7	0,3	7,3	0,3	2,8	-	11,4
Enajenaciones	(6,6)	(7,0)	(55,5)	(6,3)	(4,8)	-	(80,2)
Amortización	-	(0,1)	(0,0)	-	-	-	(0,2)
Depreciación y rebajas de valor	-	-	-	-	-	-	-

Balance a 31/12/2016	(153,6)	(105,5)	(850,1)	(99,8)	(129,1)	-	(1338,1)
VALOR CONTABLE NETO	Terreno y edificios	Torres	Planta y maquinaria	Equipo técnico y comercial	Otros activos tangibles	Activos tangibles en formación y adelantos	Total
Balance a 01/01/2015	128,8	75,6	188,5	26,9	15,0	21,0	455,5
Cambios en el ámbito de consolidación	2,8	4,1	2,9	-	0,1	-	9,9
Adiciones	4,1	1,2	37,9	1,6	2,5	31,0	78,3
Otros cambios	0,7	1,9	11,6	1,2	1,9	(16,6)	0,7
Enajenaciones	0,1	(0,1)	(2,0)	(0,1)	(0,4)	(0,6)	(3,1)
Amortización	(6,8)	(6,7)	(54,0)	(7,0)	(5,3)	-	(79,8)
Depreciación y rebajas de valor	-	(0,1)	-	-	-	-	(0,1)
Saldo inicial 1/1/2012	129,7	75,8	184,9	22,6	13,8	34,8	461,4
Cambios en el ámbito de consolidación	5,7	2,6	1,8	0,1	0,4	0,0	10,7
Adiciones	1,6	0,7	25,0	1,9	1,8	27,5	58,4
Otros cambios	(1,7)	0,7	17,8	0,8	1,4	(20,6)	(1,6)
Enajenaciones	(0,4)	(0,0)	0,1	(0,0)	(0,0)	(2,4)	(2,8)
Amortización	(6,6)	(7,0)	(55,5)	(6,3)	(4,8)	-	(80,2)
Depreciación y rebajas de valor	-	(0,1)	(0,0)	-	-	-	(0,2)
Balance a 31/12/2016	128,4	72,7	174,0	19,1	12,5	39,2	445,7

Los aumentos por el periodo en la partida de **propiedad, planta y equipo** por valor de 69,1 millones de euros, incluyeron 10,7 millones de euros para combinaciones de negocios, 30,9 millones de euros correspondientes a las compras del año y 27,6 millones de euros a los pagos anticipados clasificados como activos intangibles en curso y adelantos.

Las principales categorías de aumento, incluida la capitalización de los adelantos, se pueden resumir de la siguiente manera:

- 7,3 millones de euros en la partida Terrenos y edificios, principalmente como resultado del cambio en el alcance de la consolidación tras la adquisición de activos de radiodifusión (1,6 millones de euros) a través de inversiones realizadas durante el año;
- 44,6 millones de euros en la partida Planta y maquinaria, relacionados con las inversiones de 5,9 millones de euros realizadas por El Towers y sus filiales para la construcción de emplazamientos y equipos de transmisión, de los cuales 4,2 millones de euros para el nuevo múltiplex nacional para el Grupo Cairo Communication y 10,1 millones de euros para adquisiciones de WiFi CAM. Otros 3,9 millones de euros se refirieron a la digitalización y conversión a alta definición del área de noticias de Roma, y 2,8 millones de euros relacionados con el trabajo para la transferencia de operaciones y la creación de un área de noticias en Cologno Monzese tras el cierre del Centro de Producción de Milán 2. Los aumentos relacionados con la reclasificación de la partida Adelantos ascienden a 17,8 millones de euros, referidos a la capitalización de los activos en formación y los adelantos durante el año;
- Los aumentos en la partida **Activos tangibles en curso y adelantos**, que ascienden a 27,5 millones de euros, de los cuales 6,8 millones de euros para el Grupo Mediaset España, se debieron principalmente a las inversiones en curso en emplazamientos y equipos en la etapa de finalización, y la conversión de infraestructura a alta definición. De esta, 0,5 millones de euros corresponden a la construcción de la red para el Grupo Cairo Communication y 1,3 millones de euros al desarrollo de la red para los servicios de conectividad del Internet de las cosas.

7.2. Derechos de emisión televisiva y cinematográfica

COSTE HISTÓRICO		AMORTIZACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR NETO	CONTABLE
Balance a 01/01/2015	9892,2	(7032,3)	(278,5)	2581,4	
Cambios en el ámbito de consolidación	-	-	-	-	
Adiciones	557,2	-	-	557,2	
de activos intangibles en formación y adelantos	65,9	-	-	65,9	
Otros cambios	(1161,4)	951,7	208,5	(1,1)	
Enajenaciones	(138,8)	138,5	-	(0,3)	
Amortización	-	(995,1)	-	(995,1)	
(Cancelaciones)/Aumentos	-	-	(2,1)	(2,1)	
Balance a 31/12/2015	9215,1	(6937,2)	(72,1)	2205,9	
Cambios en el ámbito de consolidación	-	-	-	-	
Adiciones	549,2	-	-	549,2	
de activos intangibles en formación y adelantos	94,8	-	-	94,8	
Otros cambios	(324,0)	328,4	(3,4)	1,0	
Enajenaciones	(119,3)	118,4	-	(0,8)	
Amortización	-	(1084,5)	-	(1084,5)	
(Cancelaciones)/Aumentos	-	-	(135,8)	(135,8)	
Balance a 31/12/2016	9415,9	(7574,9)	(211,2)	1629,7	

Los *aumentos* durante 2016 ascendieron a 644,0 millones de euros (623,2 millones de euros durante el año 2015) y consistieron en compras durante el año de 549,2 millones de euros (557,2 millones de euros a 31 de diciembre de 2015), y las capitalizaciones de adelantos pagados a proveedores (reconocidos en la partida activos en curso y adelantos a 31 de diciembre de 2015) de EUR 94,8 millones (65,9 millones de euros a 31 de diciembre de 2015).

Las rebajas en el valor reconocidas en el año de 135,8 millones de euros incluyen 133,0 millones de euros de pérdidas por deterioro del valor reconocidas tras las pruebas de deterioro realizadas el 31 de diciembre de 2016 en los contratos plurianuales de derechos de transmisión deportiva, según se informa en la Nota 7.4.

Otros cambios incluyen derechos vencidos bajo contratos y cancelaciones de contratos.

Las compras para el año incluyeron la adquisición, por 34,1 millones de euros, de derechos de transmisión que comenzarán después del 31 de diciembre. A 31 de diciembre de 2016, los derechos de transmisión que aún no habían comenzado sumaban aproximadamente 624,9 millones de euros (1023,5 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) y consistían principalmente en derechos de televisión de pago digital terrestre digital para transmitir los partidos de los principales clubes de fútbol de la Serie A y Serie B durante las *temporadas* 2017-2018.

7.3. Fondo de comercio

	Total
Balance a 01/01/2015	920,2
Adiciones de combinaciones de negocios	55,0
Balance a 31/12/2015 (en cuanto al Informe Anual 2015)	975,2
Final PPA 2015	(36,7)
Balance final a 31/12/2015 (reformulado)	938,5
Adiciones de combinaciones de negocios	26,2
Balance final a 31/12/2016	964,7

Según la NIIF 3, una vez finalizado el proceso de asignación del precio de compra relacionado con las sociedades adquiridas el año pasado (como se describe en el apartado *Combinaciones de negocios*), el fondo de comercio disminuyó en 36,6 millones de euros como resultado de la asignación a las relaciones con los clientes y los pasivos de impuestos diferidos asociados.

El aumento en el fondo de comercio en 2016 de 26,2 millones de euros es atribuible a las adquisiciones del Grupo El Towers por 24,2 millones de euros y de 2,0 millones de euros al fondo de comercio reconocido como resultado de la adquisición del Grupo RB1 Holding (posteriormente denominado RadioMediaset S.p.A.), que controla las emisoras Radio 105 y Virgin Radio. Esta cantidad representa el valor residual del fondo de comercio después de la asignación definitiva del precio de compra a la marca Radio 105 y las frecuencias de transmisión de radio, tal como se describe en el apartado *Combinaciones de negocios*.

Con referencia a las adquisiciones por parte del Grupo El Towers, que generaron 19,7 millones de euros en el fondo de comercio provisional en 2016, el precio de compra pagado se analizará específicamente dentro de los doce meses a partir de la fecha de adquisición, como lo exige la NIIF 3, para medir el valor razonable de activos netos adquiridos y pasivos asumidos. Si al final del periodo de evaluación, se identifica cualquier activo tangible o intangible con una vida útil finita, se realizará un ajuste a los importes provisionales reconocidos en la fecha de adquisición, con efecto retroactivo a partir de la fecha de adquisición.

A 31 de diciembre de 2016, el fondo de comercio estaba sujeto a las pruebas de deterioro requeridas al menos una vez al año por la NIC 36, como se indica en la nota 7.4 *Evaluación de la capacidad de recuperación del fondo de comercio y otros activos*.

7.4. Evaluación de la capacidad de recuperación del fondo de comercio y otros activos intangibles (*pruebas de deterioro*)

A 31 de diciembre de 2016, se llevaron a cabo pruebas de deterioro según lo requerido por la NIC 36 sobre el fondo de comercio y los activos intangibles con una vida útil indefinida o que aún no están disponibles para su uso y los otros activos plurianuales amortizados para los cuales se habían hallado, en la fecha de medición, los indicadores y las pruebas de deterioro.

Las pruebas de deterioro se llevaron a cabo en las unidades generadoras de efectivo a las cuales se asignaron el fondo de comercio y los otros activos plurianuales, asumiendo el mayor valor de mercado, cuando esté disponible o determinable, y el valor en uso tomado de los planes comerciales a largo plazo aprobados por los respectivos Consejos de Administración, como el importe recuperable.

Las UGE se identifican teniendo en cuenta cómo se supervisa el fondo de comercio con fines internos. De acuerdo con la estructura organizativa y comercial del Grupo, las UGE coinciden con los segmentos de explotación informados de acuerdo con la NIIF 8 (*Mediaset España, El Towers*), o con las líneas comerciales (*TV en abierto y TV de pago* y, desde 2016, el segmento de Radio) incluido en el segmento de TV integrado, donde el importe recuperable de los activos o grupos de activos se puede correlacionar directamente con los flujos de efectivo que son específicos y se pueden separar de otros dentro del segmento.

En concreto, las pruebas realizadas a 31 de diciembre de 2016 confirmaron la capacidad de recuperación del valor contable del fondo de comercio correspondiente a las UGE Mediaset España y El Towers (basadas en los valores respectivos de su capitalización bursátil a la fecha de medición) y las relacionadas con las UGE de TV en abierto en función del valor en uso que se muestra en los planes plurianuales aprobados.

La capacidad de recuperación también se evaluó en los activos intangibles y los contratos relacionados con el contenido de transmisión principal a largo plazo (derechos de transmisión de deportes, derechos de series de películas) pertenecientes a la UGE de TV de pago que a la fecha del informe mostraban signos de deterioro. Las evaluaciones de estos derechos, llevadas a cabo también con el apoyo de expertos independientes, dieron como resultado el reconocimiento de ajustes de valor y provisiones por un total de 256,7 millones de euros.

La siguiente tabla muestra los importes del fondo de comercio y su asignación a las diversas unidades generadoras de efectivo (durante 2016 antes de las pruebas de deterioro). Los cambios en la partida en los últimos dos años se informan en la Nota 7.3.

UGE	31/12/2016	31/12/2015
Mediaset España	651,3	651,3
El Towers	168,7	144,4
Italian free-to-air TV	142,8	142,8
Radio	2,0	
Total	964,7	938,4

De los 651,3 millones de euros en el fondo de comercio asignado a la UGE Mediaset España, 363,2 millones de euros fueron generados por la adquisición del control de la sociedad por parte de Mediaset en 2003; los 288,1 millones de euros restantes fueron generados por combinaciones de negocios que posteriormente completó la sociedad española. El importe recuperable del fondo de comercio asignada a la UGE Mediaset España se confirmó en la fecha de informe. Se asumió que el valor razonable era la capitalización de mercado de Mediaset España, medida en función del precio de la acción a 31 de diciembre de 2016.

De los 168,7 millones de euros en el fondo de comercio asignado a la UGE de **El Towers**, 119,0 millones de euros se generaron por la adquisición del control por parte del Grupo Mediaset de DMT S.p.A. en 2012; los 49,7 millones de euros restantes fueron generados por adquisiciones realizadas posteriormente por el Grupo El Towers. El importe recuperable del fondo de comercio asignado a la UGE de El Towers se confirmó en la fecha de informe, en función de su valor razonable, que se considera la capitalización de mercado de la acción, medida sobre la base del precio de la acción a 31 de diciembre de 2016.

La plusvalía y otros activos intangibles pertenecientes a la UGE de televisión en abierto de Italia, que consisten principalmente en el valor contable restante a 31 de diciembre de 2016 de los derechos de transmisión de televisión y cine, se deterioraron en función de las estimaciones de valor en uso obtenidas al descontar los flujos de efectivo previstos en los planes de negocios 2017-2021 aprobados por el Consejo de Administración de Mediaset S.p.A.

Las previsiones contenidas en los planes representan la mejor estimación de la administración, teniendo también en cuenta la información disponible de las principales fuentes externas, que consiste en el desempeño de las acciones en la bolsa de valores y las previsiones de la evolución en los mercados del Grupo de los principales observadores especializados. La capitalización de mercado de Mediaset en la fecha de informe era muy superior a la participación del Grupo en el patrimonio neto según se informa en los últimos estados financieros consolidados provisionales aprobados.

La tasa utilizada para descontar los flujos de efectivo futuros para esta UGE se estableció en 6,3% (31% en 2015). La tasa se estimó calculando el coste promedio ponderado del capital, después de impuestos, en función de la estructura financiera prospectiva determinada sobre una base agregada para estas operaciones, teniendo en cuenta la valoración actual del mercado del coste del dinero para el periodo del plan considerado, y suponiendo una tasa libre de riesgo igual al rendimiento promedio anual de los bonos del gobierno italiano a diez años, con una prima de riesgo de capital a largo plazo de 5,5%. De acuerdo con los años anteriores, el cálculo del coste de capital también incluyó un componente prudencial adicional que asciende a 2% para reflejar las dificultades en la previsión, también como resultado de la comparación histórica entre los flujos de efectivo reales y estimados.

Se supuso que la tasa de crecimiento utilizada para extrapolar los flujos de efectivo más allá del horizonte de planificación sería 1.5, en línea con el objetivo de la estabilización a largo plazo del nivel mínimo de inflación en la zona euro que persigue el Banco Central Europeo. Los análisis también se realizaron por su sensibilidad a los cambios en las variables financieras utilizadas para medir el valor en uso, asumiendo una tasa de descuento de 20% por encima o por debajo de la tasa base utilizada y una tasa de crecimiento perpetuo que oscila entre 0% y 2%, y variando las principales suposiciones de explotación de los planes relativos a la tasa de crecimiento de los ingresos principales.

Las principales suposiciones operativas utilizadas para producir los pronósticos a largo plazo relacionados con el rendimiento esperado de los ingresos por publicidad, que son suposiciones de crecimiento establecidos en el plan quinquenal aprobado, también en vista de los diversos escenarios proporcionados por los principales pronósticos externos disponibles en la fecha de medición y las perspectivas de recuperación económica esperadas dentro del horizonte de planificación.

En función del análisis de sensibilidad del valor en uso realizado con respecto a la tasa de descuento, se halló que el importe recuperable de la UGE en abierto es el mismo que su valor contable, a una tasa de descuento de 15,26%. También se realizaron análisis de sensibilidad sobre el rendimiento de los ingresos por publicidad que confirmaron importes recuperables superiores a sus valores contables.



El fondo de comercio relacionado con la **UGE Radio** representa el valor residual determinado al final del proceso de asignación de precio de compra definitivo para la adquisición de las compañías del antiguo Grupo Finelco ahora atribuibles a RadioMediaset, realizada en 2016. Como parte de este proceso, en función de las evaluaciones realizadas por expertos independientes, también se midieron los valores actuales de los otros activos intangibles pertenecientes a la marca Radio Studio 105 y las frecuencias de transmisión de radio.

Con respecto a las pruebas de deterioro de la **UGE de TV de pago**, en vista de i) nuevos escenarios estratégicos “oportunistas” por parte del Grupo con respecto a la renovación en los próximos meses de los derechos principales de transmisiones deportivas (Serie A y Liga de Campeones de la UEFA) y ii) las perspectivas de reorientar el negocio de TV de pago, tal como lo describe la administración en las pautas del plan de negocios del Grupo 2017-2020 anunciadas el 18 de enero de 2017, se consideró más apropiado determinar el valor recuperable utilizando el *valor razonable en lugar de estimar el valor en uso*.

A la luz de lo anterior, el valor recuperable de la UGE se calculó estimando su *valor razonable neto de los costes de enajenación*, cuantificando (de acuerdo con los métodos de medición establecidos en la NIIF 13 - Medición del valor razonable) el precio que podría obtenerse de la Venta de los diversos contenidos de transmisión que pertenecen a la UGE, que comprenden principalmente los derechos exclusivos de transmisión de televisión para la transmisión digital terrestre de TV de pago de la Liga de Campeones de la Serie A hasta el final de la temporada 2017/2018 y la televisión de pago y el cine y la serie Svod. Los derechos incluyen principalmente los acuerdos marco exclusivos plurianuales para las diferentes plataformas de transmisión con las principales Warner Bros y Universal. Los derechos a la competición de la Liga de Campeones de la UEFA también se evaluaron, ya que contribuyen a los resultados de esa UGE. El Grupo tiene derechos exclusivos para explotar estos derechos en todas las plataformas de transmisión hasta el final de la temporada 2017/2018.

A los efectos de determinar el valor razonable, para cada uno de los tipos de derechos se identificó lo siguiente: los precios relevantes ofrecidos por los participantes independientes del mercado en transacciones para activos idénticos o comparables, basados en insumos observables del mercado (enfoque de mercado), aplicando factores de corrección para reflejar cualquier otro tipo de uso y factores de mercado relevantes para los participantes del mercado en la fecha de medición. En vista de la naturaleza no financiera de los activos evaluados y la especificidad de los mercados en los que se negocian, se hizo referencia en el contexto de los niveles incluidos en la jerarquía de la NIIF 13 a los insumos de categoría 2 (insumos observables distintos de los precios listados), más entradas de categoría 3 (datos procesados internamente y estimaciones de la sociedad y datos inferidos de fuentes externas), como se describe a continuación.

Para determinar el valor razonable de los derechos de transmisión televisiva de la Liga de Campeones de la Serie A, en primer lugar se hizo referencia a los **insumos de nivel 2**, asumiendo el precio promedio por temporada ofrecido por el principal participante del mercado para los mismos derechos durante el último procedimiento de adjudicación en 2014; este valor se ajustó luego para reflejar las condiciones actuales considerando un periodo de configuración requerido para que un participante del mercado haga un mejor uso de los derechos, estimado en función de los análisis y datos disponibles internamente, y para reflejar las condiciones cambiantes del mercado entre la fecha del último procedimiento de adjudicación y la fecha de medición de estos estados financieros, en referencia a los datos pronosticados inferidos de estudios externos (**insumo de nivel 3**). Dada la naturaleza de los factores correctivos aplicados a los insumos observables en el mercado, la medición del valor razonable para estos activos califica como insumos de nivel 3 con referencia a la jerarquía del valor razonable de la NIIF 13.

Para calcular el valor razonable de los derechos de películas y series, se hizo referencia principalmente a los precios recientes en transacciones con terceros independientes para los mismos tipos de productos o comparables a los medidos, más indicadores específicos de la industria, que atestiguan la alta calidad de los principales títulos medidos, y las principales tendencias observables en el mercado para la venta de dichos productos. La medición del valor razonable para estos activos califica como insumos de nivel 2 con referencia a la jerarquía del valor razonable de la NIIF 13.

Para determinar el valor razonable de los derechos de transmisión a la Liga de Campeones de la UEFA, en primer lugar, se hizo referencia a estudios de precios externos e investigación realizada por un proveedor líder del mercado sobre el procedimiento de adjudicación para el periodo de tres años anterior. Luego se ajustó el precio para reflejar las condiciones actuales, con referencia a datos inferidos de estudios y fuentes externas y datos disponibles internamente. Dada la naturaleza de los factores correctivos aplicados a los insumos observables en el mercado, la medición del valor razonable para estos activos califica como entradas de nivel 3 con referencia a la jerarquía del valor razonable de la NIIF 13.

En función de los resultados de estas evaluaciones, se realizaron rebajas en el valor de 133,0 millones de euros a los activos que comprenden los derechos de la Serie A y otros derechos complementarios, mientras que se confirmaron los valores contables de los derechos de Cine y Series. También se efectuaron provisiones de 123,6 millones de euros para reflejar los costes constatados de acuerdo con la NIC 37 *Provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes* para los derechos de la Liga de Campeones de la UEFA.

El cumplimiento de la metodología y el proceso de aplicación utilizados en la evaluación de la capacidad de recuperación de los activos pertenecientes a la UGE de televisión de pago ha sido respaldado por la opinión de un experto independiente.

7.5. Otros activos intangibles

COSTE HISTÓRICO	Patentes y derechos de propiedad intelectual	Marcas	Licencias	Relaciones con clientes	Activos intangibles en curso y adelantos	Otros activos intangibles	Total
Balance a 01/01/2015	261,3	295,8	457,2	139,0	123,9	92,0	1369,1
Cambios en el ámbito de consolidación	0,3	0,4	121,2	-	-	(0,1)	121,8
Adiciones	3,9	-	0,9	-	111,7	0,4	116,9
Otros cambios	2,3	0,0	-	-	(74,6)	-	(72,3)
Enajenaciones	(7,4)	-	-	-	(0,0)	(0,0)	(7,4)
	-	-	-	-	-	-	-
Balance a 31/12/2015	260,4	296,2	579,3	139,0	161,0	92,4	1528,3
Reconocimiento PPA en inversiones de-2015	-	-	-	51,0	-	-	51,0
	260,4	296,2	579,3	190,0	161,0	92,4	1579,3
Cambios en el ámbito de consolidación	2,9	43,3	90,1	13,5	-	5,6	155,5
Adiciones	5,7	0,0	0,5	10,3	99,2	-	115,7
Otros cambios	7,2	-	0,0	2,0	(107,9)	(7,7)	(106,5)
Enajenaciones	(1,6)	-	-	-	(0,8)	(0,0)	(2,4)
	-	-	-	-	-	-	-
Balance a 31/12/2016	274,6	339,5	669,9	215,7	151,5	90,3	1741,6

AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN	Patentes y derechos de propiedad intelectual	Marcas	Licencias	Relaciones con clientes	Activos intangibles en curso y adelantos	Otros activos intangibles	Total
Balance a 01/01/2015	(237,5)	(167,0)	(164,4)	(31,0)	(28,6)	(84,5)	(713,0)
Cambios en el ámbito de consolidación	(0,3)	-	(73,5)	-	-	-	(73,8)
Otros cambios	-	(0,0)	(0,0)	-	0,2	0,0	0,2
Enajenaciones	7,2	-	-	-	-	-	7,2
Amortización	(10,1)	(8,2)	(12,5)	(6,2)	-	(6,9)	(43,8)
(Depreciación), (rebajas en el valor)/aumentos	-	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Balance a 31/12/2015	(240,8)	(175,1)	(250,4)	(37,1)	(28,5)	(91,4)	(823,3)
Reconocimiento PPA en inversiones de 2015	-	-	-	(0,7)	-	-	(0,7)
	(240,8)	(175,1)	(250,4)	(37,8)	(28,5)	(91,4)	(824,0)
Cambios en el ámbito de consolidación	(2,9)	(0,3)	(21,6)	-	-	(5,4)	(30,2)
Otros cambios	0,0	0,0	-	-	0,1	7,5	7,7
Enajenaciones	1,6	-	-	-	-	0,0	1,7
Amortización	(10,9)	(9,0)	(15,9)	(9,7)	-	(0,5)	(45,9)
(Depreciación), (rebajas en el valor)/aumentos	-	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Balance a 31/12/2016	(252,8)	(184,4)	(287,9)	(48,2)	(28,5)	(89,7)	(891,5)

VALOR CONTABLE NETO	Patentes y derechos de propiedad intelectual	Marcas	Licencias	Relaciones con clientes	Activos intangibles en curso y adelantos	Otros activos intangibles	Total
Balance a 01/01/2015	23,8	128,8	292,8	107,8	95,3	7,5	656,1
Cambios en el ámbito de consolidación	0,0	0,4	47,7	-	-	(0,1)	48,0
Adiciones	3,9	-	0,9	-	111,7	0,4	116,9
Otros cambios	2,3	0,0	(0,0)	-	(74,4)	0,0	(72,0)
Enajenaciones	(0,2)	-	-	-	(0,0)	(0,0)	(0,2)
Amortización	(10,1)	(8,2)	(12,5)	(6,2)	-	(6,9)	(43,8)
(Depreciación), (rebajas en el valor)/aumentos	-	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Balance a 31/12/2015	19,7	121,0	328,9	101,7	132,6	1,0	705,0
Reconocimiento PPA en inversiones de 2015	-	-	-	50,3	-	-	50,3
	19,7	121,0	328,9	152,0	132,6	1,0	755,3
Cambios en el ámbito de consolidación	0,1	43,2	68,5	13,5	-	0,2	125,4
Adiciones	5,7	0,0	0,5	10,3	99,2	-	115,7
Otros cambios	7,2	0,0	0,0	2,0	(107,8)	(0,2)	(98,8)
Enajenaciones	(0,0)	-	-	-	(0,8)	(0,0)	(0,8)
Amortización	(10,9)	(9,0)	(15,9)	(9,7)	-	(0,5)	(45,9)
(Depreciación), (rebajas en el valor)/aumentos	-	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Balance a 31/12/2016	21,8	155,1	382,0	168,1	123,1	0,5	850,7

Los incrementos en **Patentes y derechos de propiedad intelectual** por un total de 13,0 millones de euros, de los cuales 7,2 millones de euros reconocieron el año anterior en *Activos intangibles en curso y adelantos*, principalmente relacionados con la compra y actualización de software existente.

Las marcas incluyen:

- la marca de la emisora española Cuatro, con un valor de 160,0 millones de euros tras el proceso de asignación de precios de compra completado por Mediaset España Comunicación S.A. en 2011. El periodo de amortización ha sido estimado en 20 años;

- la marca de la emisora de radio 105, registrada a un valor de 43,1 millones de euros, tras el proceso de asignación del precio de compra tras la adquisición de los activos de radiodifusión, como se describe en la sección *Combinaciones de negocios*. El periodo de amortización para este activo ha sido estimado en 25 años.

Las **licencias** incluyen los derechos de uso de frecuencias de televisión en poder de la filial Elettronica Industriale S.p.A. utilizada en Italia para la operación de redes domésticas que utilizan tecnología digital terrestre, así como la licencia de transmisión de televisión de Cuatro Multiplex, valorada en 85,2 millones de euros durante la asignación del precio de compra pagado por la filial Mediaset España en 2010, en relación con la adquisición de las operaciones de televisión del Grupo Prisa. El valor contable residual de los derechos de usuario de frecuencia en poder de Elettronica Industriale S.p.A. se confirmó en las pruebas de deterioro en la UGE de TV en abierto de TV Italia, según se informa en la Nota 7.4 anterior. La capacidad de recuperación del valor contable de la licencia de transmisión de televisión para el español Cuatro Multiplex se determinó en las pruebas de deterioro en la UGE Mediaset España, según se informa en la Nota 7.4 anterior.

El artículo también incluye 113,4 millones de euros para los derechos de uso de radiofrecuencias en relación con los canales de radio del Grupo Mediaset (Monradio S.r.l., Radio Studio 105 y Virgin Radio).

Durante el ejercicio fiscal en curso, esta partida ha aumentado 68,5 millones de euros como resultado de la adquisición de los activos de radio pertenecientes a Radio 105 y Virgin Radio y el efecto de la asignación definitiva del precio de compra, como se comenta en la sección *Combinaciones de negocios*. Como se indica en el apartado "Resumen de las normas contables y los criterios de medición", las radiofrecuencias se amortizan en 25 años.

La partida de las **relaciones con los clientes** se refiere a los activos intangibles reconocidos en los estados financieros a 31 de diciembre de 2012 tras el proceso de asignación del precio de compra completado por El Towers S.p.A. Se ha estimado una vida útil de 20 años para estos activos en función de consideraciones técnicas relacionadas con las perspectivas de los desarrollos en los sistemas de transmisión de señales de radio, televisión y teléfono.

Durante el año, esta partida aumentó en 76,1 millones de euros, incluidos 50,3 millones de euros tras la asignación definitiva del fondo de comercio resultante de la asignación del precio de compra para la adquisición de la sociedad Società Assistenza Ripetitori Televisivi S.r.l., 13,5 millones de euros en relación con las sociedades adquiridas durante el año por parte de El Towers S.p.A. y 10,3 millones de euros de inversiones durante el año.

Los activos intangibles en curso y los adelantos se refieren principalmente a los pagos anticipados hechos a los proveedores para la adquisición de derechos de transmisión, para servicios de doblaje y para opciones en la producción de programas y para el lanzamiento de la producción. Los incrementos para el periodo incluyeron principalmente los adelantos pagados a los titulares de derechos de transmisión y los anticipos pagados en relación con la producción de series de drama de televisión de larga duración por un total de 94,2 millones de euros. Las reducciones se debieron en gran medida a la finalización de la producción y la formalización de los contratos que se estaban negociando a 31 de diciembre de 2016, lo que dio lugar a la reformulación de 94,8 millones de euros en virtud de derechos de transmisión televisiva.



7.6. Inversiones de capital en sociedades vinculadas y conjuntas

El siguiente es un desglose de las inversiones de capital, que muestra la participación de titularidad detentada y los valores contables de las inversiones valoradas según el método de participación para los dos años comparados.

	31/12/2016		31/12/2015	
	Participación %	Valor contable (millones de euros)	Participación %	Valor contable (millones de euros)
Sociedades vinculadas Blasteem S.r.l.	40,0%	1,2	28,0%	0,7
Furia de Titanes A.I.E.	34,0%	-	34,0%	-
La Fábrica De La Tele SL	30,0	2,2	30,0%	2,8
MegaMedia Televisión SL	30,0	0,4	30,0%	0,3
Pegaso Televisión INC	43,7	1,5	43,7%	1,7
Producciones Mandarina S.L.	30,0	2,4	30,0%	2,4
RB1 S.p.A.	-	-	69,0%	21,0
Società Funivie Maddalena S.p.A.	31,0	0,7	-	-
Supersport Media SL	30,0	0,9	30,0%	0,8
Titanus Elios S.p.A.	30,0	2,0	30,0%	2,0
Otros	-	0,2	-	0,1
Total		11,5		31,8
Sociedades conjuntas Boing S.p.A.	51,0	9,0	51,0%	6,7
Emissions Digital de Catalunya SA	34,7	8,8	40,0%	6,9
Fascino P.G.T. S.r.l.	50,0	11,7	50,0%	10,4
Mediamond S.p.a.	50,0	2,9	50,0%	2,8
Tivù S.r.l.	48,2	3,4	48,2%	3,2
Total		35,8		30,0
Total de sociedades vinculadas y conjuntas		47,3		61,8

Para la partida **Inversiones de capital en sociedades vinculadas y conjuntas**, los principales aumentos durante el año consistieron en:

- 0,6 millones de euros correspondientes a la ampliación de capital suscrita por la filial RTI S.p.A. en la sociedad Blasteem S.r.l., aumentando su participación de 28% a 40%;
- 0,7 millones de euros relacionados con la adquisición por parte de la filial El Towers de 31% del capital social de Società Funivie Maddalena S.p.A.;
- la adquisición por parte de la filial Publiespaña S.A. de 50% del capital social de AUNIA Publicidad Interecativa S.L.U.;

En comparación con el año fiscal 2015, la inversión de capital ostentada por RTI S.p.A. en RB1 S.p.A. se reclasificó en inversiones en filiales debido a los acuerdos para convertir los derechos de voto en acciones ordinarias que representan 50% del capital social de RB1, tal como se analiza en el apartado *Información clave relacionada con el alcance de la consolidación*.

La siguiente tabla proporciona datos clave del estado de resultados y del balance general para sociedades vinculadas y conjuntas.

Ejercicio fiscal 2016	Activos	Patrimonio neto	Pasivos e ingresos minoritarios	Ingresos	Resultado neto
Aunia Publicidad Interactiva S.L.U.	0,7	-	0,7	1,5	-
Blasteem S.r.l.	1,8	0,8	11,8	-	0,4
Emission Digital de Catalunya S.A.	6,7	(5,1)	11,8	14,7	(6,5)
La Fabrica De La Tele SL	13,9	7,3	6,6	27,9	3,8
Megamedia Televisión SL	3,2	1,5	1,7	7,8	1,0
Pegaso Televisión INC (*) (**)	-	3,4	-	-	(0,4)
Producciones Mandarina S.L.	9,5	8,0	1,5	12,5	1,2
Supersport Televisión S.L.	6,0	3,0	3,0	15,7	1,5
Titanus Elios S.p.A.	23,1	6,6	16,5	4,6	0,8
Tivù S.r.l.	11,3	7,0	4,3	12,7	1,9
Total	76,2	32,5	57,9	97,4	3,7

Ejercicio fiscal 2015	Activos	Patrimonio neto	Pasivos e ingresos minoritarios	Ingresos	Resultado neto
Emission Digital de Catalunya S.A.	7,4	(3,6)	11,0	14,9	(6,5)
LaFabrica De La Tele SL	15,1	9,2	5,9	27,7	3,8
Megamedia Televisión SL	1,9	0,9	1,0	5,2	0,7
Pegaso Televisión INC (*) (**)	-	3,8	-	-	(1,9)
Producciones Mandarina S.L.	9,0	8,1	0,9	14,4	1,8
RBI S.p.A. (**)	126,1	44,2	81,9	89,6	(1,7)
Supersport Televisión S.L.	5,7	2,7	3,0	19,0	1,7
Titanus Elios S.p.A.	25,7	6,7	19,0	4,4	1,0
Tivù S.r.l.	10,0	6,6	3,4	10,5	1,8
Total	200,9	78,6	126,1	185,7	0,7

(*) Cifras convertidas a euros, basadas en cifras de estados financieros denominadas en USD.

(**) Datos consolidados.



7.7. Otros activos financieros

	Balance a 31/12/2015	Cambios en el ámbito de consolidación	Ampliaciones	Disminuciones	Ingresos financieros	Ajustes/Deterioro valor razonable	Otros cambios	Balance a 31/12/2016
Inversiones de capital	26,9	-	12,6	-	-	(7,1)	-	32,2
Cuentas financieras a cobrar (vencidas más de 12 meses)	17,0	0,1	0,1	(1,7)	0,1	-	(2,5)	13,2
Derivativos de cobertura	0,7	-	15,1	-	-	-	-	15,8
TOTAL	44,6	0,1	27,8	(1,7)	0,1	(7,1)	(2,5)	61,2

Los aumentos en la partida *Inversiones en otras sociedades* que ascienden a 12,6 millones de euros se refieren a las inversiones realizadas como parte de la inversión de capital de *AD4Venture*, tal como se indica en el apartado *Información clave relacionada con el alcance de la consolidación*. La partida *valor razonable/deterioros* se relaciona con las rebajas en el valor por deterioro por parte del Grupo Mediaset en las inversiones de capital en *Wimdu GmbH* y la inversión en *Private Griffe*.

La partida **Cuentas financieras por cobrar** incluye las cuentas por cobrar de sociedades vinculadas por 7,0 millones de euros y las cuentas por cobrar otorgadas por el Grupo Mediaset España a la sociedad *Pegaso Televisión Inc.* por un importe de 4,2 millones de euros. La partida *Otros cambios* se relaciona con la reclasificación de los importes corrientes de las cuentas por cobrar con vencimiento en un año de la sociedad vinculada *Boing S.p.A.*

La partida *Derivados de cobertura* se refiere a la parte no corriente del valor razonable de los derivados de tipo de cambio.

7.8. Activos y pasivos de impuestos diferidos

	31/12/2016	31/12/2015
Activos de impuestos diferidos	518,3	409,4
Pasivos de impuestos diferidos	(117,5)	(83,0)
Posición neta	400,9	326,4

Los activos y pasivos de impuestos diferidos que se muestran anteriormente se calculan sobre la base de las diferencias temporales entre los importes reconocidos en los estados financieros y los importes correspondientes reconocidos a efectos fiscales.

Los activos y pasivos de impuestos diferidos se miden en función de las tasas impositivas actuales aplicables en el momento en que se compensan las diferencias.

Los activos y pasivos de impuestos que surgen de las valoraciones actuariales de los planes de beneficios definidos, los movimientos en las reservas de cobertura para flujos de efectivo futuros y los efectos de los ajustes de consolidación reconocidos en el patrimonio se reconocen directamente a través del patrimonio neto.

Las siguientes tablas muestran el desglose de los cambios en los activos de impuestos diferidos y los pasivos de impuestos diferidos para los dos años.

ACTIVOS DE IMPUESTOS DIFERIDOS	Balance a 1/1	A través del estado de ingresos	A través del patrimonio neto	Combinaciones de negocios	Otros cambios	Balance a 31/12
2015	471,7	(73,2)	(5,3)	4,3	11,9	409,4
2016	409,4	26,7	(0,1)	1,2	81,0	518,3
PASIVOS DE IMPUESTOS DIFERIDOS	Balance a 1/1	A través del estado de ingresos	A través del patrimonio neto	Combinaciones de negocios	Otros cambios	Balance a 31/12
2015	(73,2)	10,7	4,9	(24,7)	(0,7)	(83,0)
2016	(83,0)	6,0	(3,7)	(33,2)	(3,5)	(117,5)

Los créditos/(débitos) por ganancias o pérdidas relacionados con activos de impuestos diferidos incluyeron 92,6 millones de euros para el reconocimiento de activos de impuestos diferidos generados durante el año como resultado de diferencias temporales entre los valores contables y los valores correspondientes a efectos fiscales, y usos de 65,8 millones de euros (de los cuales 25,2 millones de euros corresponden al grupo Mediaset España). Durante el año, el efecto fiscal relacionado con las rebajas en el valor y las provisiones realizadas para ajustar el valor de los derechos relacionados con los principales eventos deportivos se reconoció en activos de impuestos diferidos por un total de 61,6 millones de euros.

Los pasivos de impuestos diferidos incluían 1,8 millones de euros relacionados con provisiones para pasivos de impuestos diferidos y 7,8 millones de euros correspondientes a usos del año.

La partida **Impuesto cargado al patrimonio** incluye los cambios en los activos y pasivos de impuestos diferidos relacionados con la reserva de valoración para derivados de cobertura de flujos de efectivo y las reservas para ganancias y pérdidas actuariales.

La partida **Combinaciones de negocios** se relaciona con la asignación definitiva del precio de compra para la adquisición el 1 de julio de RTI de 100 del capital de la sociedad RB1 S.p.A. y sus filiales y las adquisiciones por parte del Grupo El Towers según se informa en la nota 5 **Combinaciones de negocios**.

Con respecto a los activos de impuestos diferidos, la partida **Otros cambios** incluye 78,3 millones de euros por pérdidas fiscales transferidas en 2016 por sociedad incluidas en el ámbito para fines de consolidación fiscal italiana, ya que esas sociedades no generaron ingresos imposables durante el año. El remanente se relaciona principalmente con la conversión en cuentas por cobrar fiscales de los activos fiscales diferidos generados a partir de las rebajas en el valor por deterioro de activos intangibles, según lo dispuesto en el Artículo 2, párrafo 57 del Decreto Ley Italia n.º 225/2010.

Las tablas a continuación proporcionan detalles de las diferencias temporales que dan lugar a activos y pasivos de impuestos diferidos durante los últimos 2 años.

	Desfase temporal	Efecto	fiscal	Desfase temporal	Efecto	fiscal
		31/12/2016			31/12/2015	
Activos de impuestos diferidos relacionados con:						
Propiedad, planta y equipo	3,6	0,9	2,8	0,7		
Activos intangibles no corrientes	96,8	26,8	134,4	32,7		
Derechos de televisión y cine	341,5	82,8	237,9	51,3		
Provisión para cancelación cuentas por cobrar	52,5	13,3	54,2	13,5		
Provisiones para riesgos y cargos	202,2	50,9	95,5	15,5		
Planes de prestaciones posteriores al empleo	39,8	9,6	24,2	8,5		
Provisiones para cancelación inversiones de capital	217,0	54,3	283,5	70,9		
Existencias	6,3	1,7	6,3	1,7		
Derivativos de cobertura	1,3	0,3	4,9	1,3		
Pérdidas fiscales que pueden adelantarse	639,9	153,6	314,6	75,5		
Otras diferencias temporales	222,5	55,4	233,0	60,7		
Ajustes de consolidación	246,5	68,8	276,8	77,2		
Total	2069,8	518,3	1668,3	409,4		

El tratamiento contable de los activos de impuestos diferidos se basa en los pronósticos de ingresos imponibles esperados durante años futuros. A 31 de diciembre de 2016, la capacidad de recuperación de los activos de impuestos diferidos en relación con las *pérdidas fiscales* IRES acumuladas durante un periodo ilimitado se evaluó en función de los ingresos imponibles futuros para las sociedades italianas del Grupo objeto de la consolidación fiscal italiana.

Los activos de impuestos diferidos relacionados con la partida *Las provisiones para rebajas en el valor de inversiones de capital* incluyeron una cantidad de 54,3 millones de euros por el efecto fiscal resultante de la rebaja en valor por deterioro en años anteriores por Mediaset España de la inversión detentada en Edam Acquisition Holding I Cooperatief U.A.

La partida de *los ajustes de la consolidación* incluye 47,1 millones de euros de activos de impuestos diferidos (49,7 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) derivados de la eliminación de los beneficios intersociedades de la disposición de derechos de emisión, y 21,7 millones de euros derivados de la reestructuración corporativa (21,7 millones de euros a 31 de diciembre de 2015).

	Desfase temporal	Efecto fiscal 31/12/2016	Desfase temporal	Efecto fiscal 31/12/2015
Pasivos de impuestos diferidos relacionados con:				
Activos tangibles no corrientes				
	21,2	5,8	21,7	6,0
Activos intangibles no corrientes	349,2	95,9	244,4	66,8
Derechos de televisión y cine	-	-	0,4	0,1
Provisión para cancelación cuentas por cobrar	1,2	0,3	1,2	0,3
Planes de prestaciones posteriores al empleo	29,5	7,2	28,4	7,0
Derivativos de cobertura	18,8	4,5	4,4	1,1
Otras diferencias temporales	12,9	3,6	5,7	1,7
Ajustes de consolidación	0,3	0,1	0,3	0,1
TOTAL	433,2	117,5	306,6	83,0

Las partidas más significativas en *Activos intangibles* incluyen el efecto fiscal atribuible a las relaciones con clientes reconocidas en activos intangibles, como resultado de la asignación del precio de compra por la filial El Towers S.p.A., por un importe de 55,4 millones de euros, y el efecto fiscal relacionado con la asignación definitiva del precio de compra para la adquisición del Grupo Finleco por un importe de 22 millones de euros, como se menciona en la sección *Combinaciones de negocios*.

8. ACTIVOS CORRIENTES**8.1 Existencias**

La partida en la fecha de informe se desglosa como sigue:

	Bruto	Rebajas en el valor	Valor neto 31/12/2016	Valor neto 31/12/2015
Materias primas y auxiliares, consumibles	6,3	(2,9)	3,4	3,1
Trabajo en curso y productos semiacabados	2,2	-	2,2	1,7
Bienes y productos acabados	31,8	(4,4)	27,4	34,8
Total	40,3	(7,3)	33,0	39,7

Las materias primas, los materiales auxiliares y los consumibles incluyen principalmente piezas de repuesto para equipos de radio y televisión. Las rebajas en el valor informadas fueron para materiales con baja facturación, los cuales se anotaron para alinearlos con su valor neto realizable estimado.

El trabajo en curso y los productos semiacabados incluyen principalmente conjuntos de producción y producciones de televisión en proceso de fabricación.

Los bienes y productos acabados incluyen principalmente:

- Producciones televisivas atribuibles principalmente a R.T.I. S.p.A. por un total de 18,0 millones de euros (16,5 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) y al Grupo Mediaset España por un total de 6,7 millones de euros;
- cam, tarjeta inteligente y decodificador/paquete para Mediaset Premium por un total de 1,4 millones de euros (0,9 millones de euros a 31 de diciembre de 2015);
- los derechos de transmisión de televisión que expiran en el plazo de un año, por el importe residual hasta su vencimiento, por un total de 2,1 millones de euros (3,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2015);
- productos que se utilizarán para las "operaciones de trueque" realizadas por Promoservice Italia S.r.l. por un total de 1,2 millones de euros (2,0 millones de euros a 31 de diciembre de 2015);
- productos para operaciones de televenta por un total de 2,4 millones de euros (3,8 millones de euros a 31 de diciembre de 2015).

8.2 Deudores comerciales

La partida en la fecha de informe se desglosa como sigue:

	Balance a 31/12/2016			Balance a 31/12/2015
	Total	Vencimiento		
		Dentro de 1 año	Después de 1 año	
Cuentas por cobrar de clientes	1199,0	903,7	295,3	1370,3
Cuentas por cobrar de partes relacionadas	59,0	59,0	-	36,8
Total	1258,0	962,7	295,3	1407,1

La partida Cuentas por cobrar de los clientes incluye las cuentas por cobrar de Sky Italia S.r.l. por un total de 336,9 millones de euros (544,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) relacionados con la sub-licencia para el paquete D de la concesión de licitación para los derechos de transmisión de la Liga de Campeones de la Serie A para las temporadas 2015-2018.

El desglose por tipo, clase de riesgo, concentración y vencimiento se presenta en la Nota 14 a continuación.

El desglose de las cuentas por cobrar de partes relacionadas se informa en la Nota 16 a continuación (*Operaciones con partes relacionadas*).

8.3 Créditos fiscales, otras cuentas por cobrar y activos corrientes

8.3.1 Créditos fiscales

Esta partida, que asciende a 53,3 millones de euros (55,7 millones de euros a 31 de diciembre de 2015), incluye 30,5 millones de euros correspondientes a créditos netos adeudados por las autoridades fiscales a las empresas italianas del Grupo con fines de consolidación fiscal italiana (31,9 millones de euros a 31 de diciembre de 2015).

Además, esta partida incluía 8,7 millones de euros (13,0 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) que representan la posición fiscal neta del IRAP para las empresas del Grupo con respecto a los adelantos pagados, y 13,6 millones de euros (9,4 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) por los créditos fiscales de la filial Mediaset España S.A.

8.3.2 Otras cuentas por cobrar y activos corrientes

	31/12/2016	31/12/2015
Otras cuentas por cobrar	166,8	175,9
Pagos adelantados e ingresos acumulados	122,1	135,4
TOTAL	288,8	311,3

Otras cuentas por cobrar incluyen principalmente:

- Adelantos por un total de 49,6 millones de euros a proveedores, contratistas y agentes, pagados a profesionales de la publicidad y proveedores, y a proveedores, artistas y profesionales involucrados en producciones televisivas (35,3 millones de euros a 31 de diciembre de 2015);
- Cuentas por cobrar por un total de 62,1 millones de euros adeudadas por las empresas de factoraje para la transferencia de cuentas por cobrar comerciales sin recurso, para las cuales la liquidación por el factor no se había producido en la fecha de informe. Durante el año, se vendieron un total de 503,5 millones de euros (465,1 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) de cuentas por cobrar sin recurrir a empresas de factoraje;
- la parte actual, que asciende a 2,5 millones de euros, de las cuentas por cobrar de la sociedad vinculada Boing que se relaciona con la enajenación de la unidad de negocios el 1 de abril de 2013.

Los ingresos acumulados y pagos anticipados, de los cuales 6,6 millones de euros se relacionan con el Grupo Mediaset España, consisten principalmente en costes atribuibles a años futuros relacionados con:

- 56,7 millones de euros en pagos anticipados de derechos de transmisión para los partidos

de la Liga de Campeones de la UEFA para la temporada 2016/2017, adquiridos de Union des Associations Européennes de Football;

- 2,4 millones de euros en costes de la banda H3G debidos a la sociedad 3Lettronica Industriale S.p.A.;
- 31,4 millones de euros en costes relacionados con la reconfiguración DVB-T de redes digitales de terceros;
- 3,0 millones de euros en costes de tarjetas inteligentes y vales.

8.4. Activos financieros corrientes

	31/12/2016	31/12/2015
Cuentas financieras a cobrar (debidadas en 12 meses)	29,3	43,6
Valores	9,8	10,2
Activos financieros para derivados de cobertura (cobertura de flujos de efectivo)	9,9	11,6
Activos financieros para derivados sin fines de cobertura	6,3	2,4
Total	55,2	67,8

Las cuentas financieras por cobrar actuales incluyen 19,0 millones de euros (21,7 millones de euros a 31 de diciembre de 2015) de las ayudas del gobierno para producciones cinematográficas realizadas por Medusa Film S.p.A. y Taodue, que se aprobaron pero no se pagaron en la fecha informada y 5,8 millones de euros relacionados con las cuentas corrientes administradas por Mediaset S.p.A. en nombre de sociedades vinculadas y conjuntas.

Los valores y otros activos financieros corrientes consisten en bonos detentados por la filial Mediaset Investments S.a.r.l. (10,2 millones de euros a 31 de diciembre de 2015).

Los activos financieros para derivados de cobertura se refieren casi exclusivamente a la parte actual del valor razonable de los derivados de tipo de cambio.

Los activos financieros para derivados sin propósito de cobertura muestran el valor razonable de los derivados mantenidos para fines de cobertura (pero para los cuales no se ha optado por la contabilidad de cobertura), para cubrir el riesgo de cambios en el valor razonable de las partidas reconocidas en los estados financieros, en particular Cuentas por cobrar y cuentas por pagar designadas en moneda extranjera.

8.5 Efectivo y equivalentes de efectivo

A continuación se muestra un desglose del artículo:

	31/12/2016	31/12/2015
Depósitos bancarios y postales	328,2	351,5
Efectivo disponible y equivalentes de efectivo	0,5	0,1
Total	328,8	351,6

De este importe, 94,0 millones de euros corresponden al Grupo El Towers y 190,8 millones de euros al Grupo Mediaset España. En el estado de flujo de efectivo consolidado se incluye un desglose más detallado de los cambios en efectivo y equivalentes de efectivo.

NOTAS SOBRE EL PATRIMONIO NETO Y PARTIDAS DEL PASIVO PRINCIPALES

9 CAPITAL SOCIAL Y RESERVAS

Las principales partidas que componen el Patrimonio neto y los cambios relevantes se enumeran a continuación:

9.1 Capital Social

A 31 de diciembre de 2016, el capital social del Grupo Mediaset, emitido por la Sociedad matriz, estaba íntegramente suscrito y desembolsado. Se compone de 1181 227 564 acciones ordinarias con un valor nominal de 0,52 EUR cada una, para un importe total de 614,2 millones EUR. No se produjeron cambios durante el ejercicio.

9.2 Reserva de prima de emisión de acciones

A 31 de diciembre de 2016, la reserva de prima de emisión de acciones ascendía a 275,2 millones EUR. No se produjeron cambios durante el ejercicio.

9.3 Autocartera

En este epígrafe se incluyen las acciones de Mediaset S.p.A. adquiridas en virtud de las resoluciones de las juntas generales ordinarias del 16 de abril de 2003, 27 de abril de 2004, 29 de abril de 2005, 20 de abril de 2006 y 19 de abril de 2007, por las que se autorizó al Consejo de administración a adquirir un máximo de 118 122 756 acciones (el 10% del capital social).

	2016		2015	
	Número de acciones	Valor contable	Número de acciones	Valor contable
Balance a 1/1	44 825 500	416,7	44 825 500	416,7
Ampliaciones	-	-	-	-
Enajenaciones	-	-	-	-
Balance a 31/12	44 825 500	416,7	44 825 500	416,7

En 2016 no se han comprado ni vendido acciones de autocartera. A 31 de diciembre de 2016, el valor contable de las acciones de autocartera ascendía a 416,7 millones EUR, con 1 895 500 acciones destinadas a planes de opciones sobre acciones aprobados y 42 930 000 acciones adquiridas el 13 de septiembre de 2005 y el 8 de noviembre de 2005 en el marco de un programa de recompra de acciones aprobado por los accionistas.

9.4 Otras reservas

	31/12/2016	31/12/2015
Reserva legal	122,8	122,8
Reserva de evaluación de inversiones de capital	(6,2)	0,1
Reserva de consolidación	(79,1)	(79,1)
Reservas de operaciones minoritarias	446,2	466,2
Otras Reservas	324,3	324,2
TOTAL	828,0	834,3

La variación durante ejercicio en la partida *Reserva de evaluación de inversiones de capital* incluye componentes reconocidos directamente en el patrimonio neto de la entidad participada dentro de las inversiones de capital valoradas por el método de la participación.

9.5 Reservas de valoración

	31/12/2016	31/12/2015
Reserva de cobertura del flujo de efectivo	15,3	(0,1)
Planes de opciones sobre acciones	2,8	4,7
Ganancias/(Pérdidas) actuariales	(28,1)	(23,9)
TOTAL	(10,0)	(19,3)

La tabla a continuación muestra la variación de estas reservas a lo largo del ejercicio.

	Reserva de cobertura del flujo de efectivo	Planes de opciones sobre acciones y de incentivos	Ganancias/(Pérdidas) actuariales	Total reservas de valoración
Balance a 31/12/2015	(0,1)	4,7	(23,9)	(19,3)
Aumento/(reducción)	(0,7)	2,1	(5,6)	(4,3)
A través de la cuenta de pérdidas y ganancias	2,4	-	-	2,4
Ajuste del saldo inicial de la partida cubierta	(0,4)	-	-	(0,4)
Ajustes a valor razonable	19,2	-	-	19,2
Efectos de impuestos diferidos	(5,0)	-	1,3	(3,7)
Otros cambios	-	(4,0)	-	(4,0)
Balance a 31/12/2016	15,3	2,8	(28,1)	(10,0)

La *reserva de valoración de activos financieros con fines de cobertura de flujos de efectivo* está relacionada con las valoraciones de instrumentos derivados designados como coberturas del riesgo de tipo de cambio asociado a la adquisición de derechos de emisión de televisión y películas en moneda extranjera o como coberturas del riesgo de tipo de interés asociado a los pasivos financieros a medio y largo plazo.

La *Reserva para planes de opciones sobre acciones* consistía a 31 de diciembre de 2016 en contrapartidas por costes devengados, valorados con arreglo a la NIIF 2, correspondientes a los Planes de opciones sobre acciones a tres años y a los Planes de incentivos a medio y largo plazo

asignados por Mediaset S.p.A. La variación del ejercicio incluye 2,1 millones EUR por el coste devengado en relación con los planes de incentivos emitidos por el Grupo Mediaset en 2015 y 2016 y con la reclasificación a Ganancias acumuladas de la parte de la reserva asociada a los planes cuyo período de ejercicio ha expirado.

La **reserva para pérdidas y ganancias actuariales** consta de componentes derivados de la valoración actuarial de los planes de prestaciones definidos, reconocidos directamente en el patrimonio neto.

La variación en la **reserva de valoración de los activos financieros con fines de cobertura de flujos de efectivo y la reserva de valoración para pérdidas y ganancias actuariales**, antes de impuestos, se muestra en el Estado de ingresos globales.

9.6 Ganancias acumuladas

La variación respecto al 31 de diciembre de 2015 se debió fundamentalmente al reparto de dividendos por parte de Mediaset S.p.A., a la reclasificación del importe de la reserva correspondiente a los planes de opciones sobre acciones cuyo periodo de devengo había finalizado y a la variación del porcentaje de participación en Mediaset España y El Towers tras la recompra de acciones propias.

10 PASIVOS NO CORRIENTES

10.1 Prestaciones posteriores al empleo

Las indemnizaciones por cese de empleo adeudadas a trabajadores con derecho a percibirlas en virtud de la legislación italiana se consideran prestaciones posteriores al empleo a los efectos de la NIC 19 y, por lo tanto, deben reconocerse en los estados financieros sobre la base de valoraciones actuariales.

Las valoraciones de las obligaciones del Grupo con sus empleados han sido realizadas por un actuario independiente, siguiendo los siguientes pasos:

- Proyección estimada del coste de las indemnizaciones por cese de empleo ya devengadas a fecha de valoración hasta el momento futuro en que finalicen los contratos de trabajo o hasta el momento en que las cantidades devengadas puedan pagarse en parte como anticipos sobre el derecho a percibirlas;
- Mediante el descuento, a fecha de valoración, de los flujos de efectivo esperados que el Grupo pagará a sus empleados en el futuro;
- Mediante la redistribución de la asignación de las prestaciones descontadas en función de la antigüedad del empleado a fecha de valoración en comparación con la antigüedad esperada en la fecha hipotética de pago por parte del Grupo.

La valoración actuarial de las indemnizaciones por cese de empleo con arreglo a la NIC 19 se realizó específicamente para el grupo cerrado de empleados actuales, es decir, se realizaron cálculos específicos para cada empleado del Grupo Mediaset, sin tener en cuenta futuras contrataciones.

El modelo de valoración actuarial se fundamenta en "bases técnicas" que consisten en hipótesis demográficas, económicas y financieras relativas a los parámetros de valoración utilizados.

Las hipótesis se resumen a continuación:

Hipótesis demográficas

Probabilidad de fallecimiento	Tabla de supervivencia del ISTAT, dividida por edad y sexo, 2015
Probabilidad de abandonar el Grupo	Los porcentajes de jubilación, renuncia, rescisión y extinción de contratos se tomaron de la observación de los datos históricos de la sociedad. Las probabilidades de abandono de los empleados se desglosaron por edad, sexo y cargo contractual (oficinistas, gerentes y ejecutivos/periodistas). Para el personal con contratos temporales, el horizonte temporal de desarrollo se llevó a la fecha de extinción establecida en el contrato y se asumió que no habría salidas antes de dicha fecha. En las valoraciones actuariales se han tenido en cuenta las fechas de inicio de las prestaciones de jubilación previstas en el Decreto-Ley 201 de 6 de diciembre de 2011 "Disposiciones Urgentes para el crecimiento, la equidad y la consolidación de los Presupuestos Generales del Estado" (convertidas con las modificaciones introducidas por la Ley 214 de 22 de diciembre de 2011), así como las normas que regulan el ajuste de los requisitos de acceso al régimen de pensiones debido al aumento de la esperanza de vida de conformidad con el artículo 12 del Decreto-Ley 78 de 31 de mayo de 2010, convertidas, con las modificaciones introducidas, por la Ley 122 de 30 de julio de 2012.
Anticipo de TFR ("Trattamento di Fine Rapporto")	Las frecuencias de los anticipos y el porcentaje medio de TFR solicitados con antelación se han tomado de la observación de los datos históricos de cada sociedad del Grupo.
Regímenes complementarios de jubilación	Aquellos que transfieren íntegramente su TFR a las pensiones complementarias eximen a la sociedad de las obligaciones del TFR y, por lo tanto, no son objeto de valoración. Por otro lado, para el resto de empleados, las valoraciones se realizaron teniendo en cuenta las decisiones efectivamente tomadas por los empleados actualizadas a 31 de diciembre de 2016.

Hipótesis económico-financieras

Tasa de inflación	Las tendencias de inflación se tomaron del documento "Actualización del Documento Económico y Financiero de 2016", fijándose la tasa para la inflación prevista del 1,2% para 2016 y del 1,5% para los próximos años como escenario de inflación prevista ponderada.
Tipos de descuento	De acuerdo con la NIC 19, el tipo de descuento utilizado se determinó en relación con los rendimientos de mercado de los bonos corporativos principales en la fecha de valoración. En este sentido, se ha utilizado la curva de tipos de interés "Composite" para los valores emitidos por emisiones corporativas con calificación AA en la categoría "Investment Grade" en la zona euro a 31 de diciembre de 2016 (fuente: Bloomberg).

Los cambios en las provisiones para indemnizaciones por cese de empleo se resumen en la siguiente tabla:

	2016	2015
Balance a 1/1	89,1	96,9
Coste de servicio	0,3	0,1
(Ganancias)/Pérdidas actuariales	6,0	(2,0)
Coste de intereses	-	0,1
Indemnizaciones pagadas	(7,6)	(6,6)
Combinación de negocios	4,0	0,5
Otros cambios	-	-
Balance a 31/12	91,8	89,1

La tabla a continuación muestra el importe del pasivo en respuesta a la variación de las principales hipótesis demográficas, económicas y financieras relativas a los parámetros que intervienen en el cálculo.

Hipótesis económicas y financieras		DBO	Coste de servicio
Curva de tasas de descuento	+50 p.b.	88,1	0,4
	-50 p.b.	95,6	0,4
Tasa de inflación	+50 p.b.	94,3	0,5
	-50 p.b.	89,6	0,4
Hipótesis demográficas/actuariales		DBO	Coste de servicio
Incrementos salariales	+50 p.b.	92,0	0,4
	-50 p.b.	91,8	0,4
Probabilidad de resolución de la relación laboral	+50%	91,3	0,4
	-50%	92,8	0,5
Variación en TFR acumulado	+50%	91,9	0,4
	-50%	91,9	0,4

10.2 Pasivos y cuentas a pagar financieros

	31/12/2016	31/12/2015
Adeudo a bancos	395,7	198,0
Bonos corporativos	600,3	895,7
Adeudo a otras instituciones financieras	1,4	8,6
Pasivos financieros sobre derivados de cobertura (participación no corriente)	0,6	5,7
Otros pasivos financieros	6,2	0,2
TOTAL	1004,1	1108,1

Adeudo a bancos se refiere a la parte de las líneas de crédito comprometidas (préstamo a plazo) con vencimiento superior a 12 meses atribuible a Mediaset S.p.A.. Estas cuentas a pagar se reconocen en los estados financieros utilizando el método del coste amortizado.



La variación de 197,7 millones EUR durante el ejercicio puede resumirse como sigue:

- Nueva línea de crédito comprometida acordada con Intesa Sanpaolo S.p.A. el 30 de junio de 2016 por un importe nominal total de 150 millones EUR;
- Nueva línea de crédito comprometida acordada con UniCredit S.p.A. el 29 de septiembre de 2016 por un importe nominal total de 200 millones EUR, de los cuales 50 millones EUR se utilizaron en la fecha de cierre;
- Nueva línea de crédito comprometida acordada con Mediobanca el 18 de noviembre de 2016 por un importe nominal de 100 millones EUR;
- Nueva línea de crédito comprometida acordada con BNL S.p.A. el 2 de diciembre de 2016 por un importe nominal total de 100 millones EUR;
- Amortización anticipada de una línea de crédito por un importe nominal total de 200 millones EUR.

Los préstamos y líneas de crédito existentes están sujetos a compromisos financieros sobre una base consolidada, tal y como se resume a continuación:

contraparte financiera	compromiso	período de verificación
Intesa - S.Paolo	Posición financiera neta/EBITDA inferior a 2	6 meses
Unicredit	Posición financiera neta/EBITDA inferior a 2	6 meses
	Posición financiera neta/Patrimonio neto inferior a 2	
Mediobanca	Posición financiera neta/EBITDA inferior a 2	6 meses
	EBITDA/Cargos financieros netos iguales o superiores a 10	
BNL	Posición financiera neta/EBITDA inferior a 2	6 meses
	Posición financiera neta/Patrimonio neto inferior a 2	

El incumplimiento de los compromisos financieros, tanto en lo que respecta a los préstamos como a las líneas de crédito, obligará a Mediaset S.p.A. a reembolsar todos los importes utilizados.

A 31 de diciembre de 2016, aproximadamente el 63,9% de todas las líneas de crédito aprobadas eran líneas de crédito comprometidas.

La tabla a continuación muestra los tipos de interés efectivos y los cargos financieros incluidos en la cuenta de resultados para los préstamos registrados según el método del coste amortizado y el valor razonable calculado sobre la base de los tipos de interés del mercado al cierre del ejercicio.

	TIR	Cargos financieros	Valor razonable
Intesa - S.Paolo	0,83%	0,6	154,1
Unicredit	0,99%	0,1	52,0
Mediobanca	1,38%	0,1	105,7
BNL	0,39%	0,0	100,1

Los bonos corporativos se refieren a importes no corrientes de bonos emitidos por Mediaset S.p.A. y la filial El Towers S.p.A.. Ambas emisiones de bonos se reconocen utilizando el método del coste amortizado, con base en una tasa interna de retorno.

La tabla a continuación muestra la información clave de los bonos corporativos emitidos por el Grupo Mediaset.

Emisor	Fecha de emisión	Valor nominal	Duración	Tasa nominal	TIR	coste amortizado
Mediaset S.p.A.	1 de febrero de 2010	300,0	7 años	5,0%	5,23%	313,6
Mediaset S.p.A.	24 de octubre de 2013	375,0	5 años	5,125%	5,42%	390,9
El Towers S.p.A.	26 de abril de 2013	230,0	5 años	3,875%	4,34%	234,7

Las **Cuentas a pagar adeudadas a otras instituciones financieras** corresponden principalmente a préstamos recibidos para financiar actividades de coproducción y distribución cinematográfica por un importe total de 1,0 millones EUR (1,0 millones EUR a 31 de diciembre de 2015) y a cuentas a pagar de arrendamientos financieros por importe de 0,4 millones EUR.

Otros pasivos financieros contiene 6,2 millones EUR en cuentas financieras a pagar de la filial Mediaset España.

Los **Pasivos financieros sobre derivados de cobertura** corresponden a la parte no corriente del valor razonable de los derivados que cubren el riesgo de tipo de interés de las deudas financieras a medio/largo plazo.

10.3 Provisiones para riesgos, cargos y pasivos contingentes

A continuación se presenta un desglose de las provisiones y su variación:

	31/12/2016	31/12/2015
Balance a 1/1	116,9	128,8
Provisiones realizadas durante el período	202,5	64,6
Provisiones utilizadas durante el período	(69,0)	(77,6)
Cargos financieros	0,2	0,3
Otros cambios/Combinaciones de negocios	0,1	0,7
Balance a 31/12	250,7	116,9
De los cuales:		
corrientes	154,3	57,1
no corrientes	96,4	59,8
Total	250,7	116,9

Las provisiones para riesgos a 31 de diciembre de 2016 corresponden principalmente a procedimientos legales por importe de 22,5 millones EUR (35,8 millones EUR a 31 de diciembre

de 2015), litigios con el personal por importe de 7,7 millones EUR (3,1 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), riesgos contractuales por importe de 86,0 millones EUR (65,7 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), de los cuales 35,7 millones EUR corresponden a la subcontratación de artistas en relación con acuerdos contractuales (21,4 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

Los cambios en el ejercicio incluyen provisiones por importe de 123,6 millones EUR asignados a los costes de algunos contratos multianuales relativos a la retransmisión por televisión de acontecimientos deportivos, tal y como se indica en la Nota 7.4.

A continuación se presenta una actualización a 31 de diciembre de 2016 de los principales litigios pendientes y de los pasivos contingentes asociados a los mismos, que también se reflejaron en los estados financieros de ejercicios anteriores y en los estados intermedios del ejercicio.

Mediante la Orden n.º 25462 de 13 de mayo de 2015, la Autoridad Italiana de Defensa de la Competencia (AGCM) aprobó iniciar un procedimiento contra Lega Nazionale Professionisti Serie A, Infront Italy S.r.l., Sky Italia S.r.l., RTI - Reti Televisive Italiane S.p.A. y Mediaset Premium S.p.A. por supuesta vulneración del artículo 101, párrafo 1, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). El 14 de abril de 2016, la AGCM ordenó a RTI y a Average Premiums el pago de una multa de 51,4 millones EUR. En una sentencia de 23 de diciembre de 2016, el Tribunal Administrativo Regional del Lacio falló a favor de la apelación de las sociedades y anuló la multa. La AGCM ha recurrido la sentencia ante el Consejo de Estado.

El 17 de junio de 2015 Mediaset tuvo conocimiento de la investigación del Fiscal General de Roma, con la sociedad Videotime S.p.A. como perjudicada, contra las empresas prestadoras de servicios atribuibles al Sr. Bianciffiori. Mediaset ha reaccionado con rapidez, asegurando a los investigadores que cooperará y también ha puesto en marcha todos los procedimientos internos necesarios para conocer los hechos y las posibles responsabilidades. Las investigaciones finalizaron el 18 de octubre de 2016. A pesar de haber encontrado algunos casos de abuso de confianza por parte de algunos empleados o colaboradores de las sociedades del Grupo (cuyas relaciones laborales fueron rescindidas inmediatamente), no se encontraron pruebas de sobrecargo en los pedidos realizados por Bianciffiori para las sociedades del Grupo.

Durante el ejercicio, la filial Publitalia'80 resolvió el litigio con la Agencia Tributaria Italiana sobre las relaciones con los agentes en los años 2007-2013. La liquidación se realizó mediante recurso al procedimiento de propuesta de liquidación de impuestos previsto en el art. 5 del Decreto Legislativo 218/1997, lo que dio lugar al pago de impuestos, multas e intereses por un total de 12,4 millones EUR, de los cuales 6,5 millones EUR ya se habían provisionado a 31 de diciembre de 2015.

El 18 de octubre, el Tribunal Supremo de Casación de Italia absolvió al Presidente y al Vicepresidente y CEO de Mediaset de la acusación de fraude fiscal y anuló la sentencia del Tribunal de Apelaciones de Milán de 17 de marzo de 2016. La anulación sin recurso de la sentencia del Tribunal de Apelaciones hizo definitiva la sentencia en primera instancia del Tribunal de Milán del 8 de julio de 2014 (que absolvía al Presidente y al Vicepresidente y CEO "porque la conducta en cuestión no es delito").

En relación con Mediaset España, a continuación se presenta una actualización de los principales litigios pendientes y pasivos contingentes asociados a los comunicados en los estados financieros a 31 de diciembre de 2016.

El 6 de febrero de 2013, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia impuso multas por un importe total de 15,6 millones EUR a Mediaset España por el supuesto incumplimiento de las obligaciones/compromisos asumidos en relación con la fusión Telecinco/Cuatro,

completada en diciembre de 2010. Mediaset España decidió interponer recurso ante la Audiencia Nacional y solicitar la suspensión del pago de la multa. Esta suspensión se aceptó en 2015. Además, dos recientes sentencias del Tribunal Supremo español, que confirmaron la nulidad de ciertos aspectos relativos a la ejecución de los planes impuestos a la sociedad por la Comisión Nacional de la Competencia, refuerzan la posibilidad de que el recurso tenga éxito. Por consiguiente, dado que la sociedad consideraba que el riesgo era infundado, no ha dotado provisión alguna a este respecto para el ejercicio.

El 2 de agosto de 2011, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) sancionó a Mediaset España con una multa de 3,6 millones EUR mediante Resolución SNC/0012/11, por la presentación tardía del Plan de Desarrollo de la operación Telecinco/Cuatro, que tuvo lugar en diciembre de 2010. La sociedad interpuso un recurso ante la Audiencia Nacional, que lo rechazó mediante sentencia de 8 de enero de 2013 y confirmó la multa. Se interpuso otro recurso contra esa decisión ante el Tribunal Supremo. El Tribunal Supremo confirmó el recurso el 21 de septiembre de 2015, anulando la resolución recurrida y devolviendo la ejecución del plan a la CNMC, que debe formular una nueva resolución que se ajuste a las características de la infracción. El **12 de mayo de 2016**, una nueva resolución de la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) redujo la sanción contra Mediaset España a 1,7 millones EUR. Dicha resolución ha sido objeto de otro recurso ante la Audiencia Nacional para que la multa se ajuste a las características de la infracción cometida. Por lo tanto, como la sociedad consideraba que el riesgo era infundado, decidió no asignar provisión alguna a tal efecto.

El 17 de septiembre de 2015, la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC), mediante Resolución SNC/0036/15, multó a Mediaset España por un importe de 3,0 millones EUR por haber vendido espacios publicitarios de Telecinco y Cuatro en 2013 de forma no conforme con las disposiciones de la fusión entre ambas cadenas. Mediaset España, sin embargo, considera que la venta de espacios publicitarios en los dos canales cumplía con los compromisos asumidos y acordados y ha recurrido las peticiones de la CNMC ante la Audiencia Nacional. La sociedad y sus asesores no consideraron que el riesgo estuviera fundado y, por lo tanto, decidieron que no era necesario asignar provisión alguna a tal efecto.

11 PASIVOS CORRIENTES**11.1 Cuentas a pagar financieras**

	31/12/2016	31/12/2015
Préstamos	3,2	2,6
Líneas de crédito	155,1	91,3
Total	158,3	93,9

Los **Préstamos** se refieren a la parte corriente de las líneas de crédito comprometidas.

Todas las **líneas de crédito** están sujetas a tipos de interés variables y se refieren a anticipos a corto plazo que vencen antes de un año por contrato y que son renovables. El valor razonable de las líneas de crédito es el mismo que su valor contable. El cambio en el periodo de 64,9 millones EUR hace referencia a una mayor utilización de este tipo de financiación a corto plazo.

11.2 Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar

	Balance a 31/12/2016			Balance a 31/12/2015
	Adeudo			
	Total	En un 1 año	Después de 1 año	
Adeudo a proveedores	1686,1	1355,9	330,2	2309,8
Adeudo a partes vinculadas	79,8	79,8	-	59,2
Total	1765,9	1435,7	330,2	2368,9

Esta partida incluye principalmente:

- 1240,1 millones EUR adeudados a los titulares de las licencias de los derechos de emisión de televisión y películas y al proveedor Lega Nazionale Professionisti Serie A para los tres años 2016-2018 (1824,4 millones EUR a 31 de diciembre de 2015). En esta partida se incluyen las cuentas a pagar con vencimiento superior a 12 meses por un importe de 330,2 millones EUR;
- Cuentas a pagar a la Union des Associations Européennes de Football por valor de 56,7 millones EUR por la adquisición de los derechos de la Liga de Campeones de la UEFA para la temporada 2016-2017;
- Cuentas a pagar a Infront Italy S.r.l. por un importe de 31,2 millones EUR, de los cuales 7,8 millones EUR vencen después de un año, para la adquisición de los derechos de archivo relativos a los derechos de la Serie A para los tres años 2016-2018.
- 553,9 millones EUR para la compra y producción de programas de televisión y sumas adeudadas a artistas y profesionales de la televisión (416,6 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

Los montos adeudados a partes vinculadas incluyen las cuentas a pagar a asociadas, filiales y a la sociedad matriz. La información de estas cuentas a pagar se detalla en la Nota 16 a continuación (Operaciones con partes vinculadas).

11.3 Impuestos a pagar

Este epígrafe, que asciende a 5,2 millones EUR (1,2 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), incluye las cuentas a pagar a las autoridades tributarias por sociedades no incluidas en la consolidación fiscal, así como los impuestos a pagar por sociedades extranjeras.

11.4 Otros pasivos financieros

	31/12/2016	31/12/2015
Bonos corporativos	338,9	40,8
Adeudo a otras instituciones financieras	33,4	24,6
Pasivos financieros sobre derivados sin fines de cobertura	0,1	1,0
Pasivos financieros sobre derivados de cobertura	0,3	4,3
Total	372,7	70,7

Los **Bonos corporativos** se refieren a los importes corrientes de los bonos emitidos por las sociedades del Grupo Mediaset (consignados en la nota sobre **Pasivos y cuentas a pagar financieros**), que consisten en los intereses devengados a 31 de diciembre de 2016 que se pagarán en 2017 (6,1 atribuibles al Grupo El Towers) y los bonos corporativos a 7 años reembolsados el 1 de febrero de 2017 por un importe de 313,6 millones EUR.

Las **Cuentas a pagar a otras instituciones financieras** consisten principalmente en cuentas a pagar a empresas de factorización por importe de 2,2 millones EUR (3,7 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), créditos por cuenta corriente con empresas asociadas por importe de 24,0 millones EUR (14,6 millones EUR a 31 de diciembre de 2015) y préstamos recibidos para la financiación de operaciones de desarrollo, distribución y producción cinematográfica por importe de 4,5 millones EUR (4,7 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), así como 1,4 millones EUR de cuentas a pagar financieras correspondientes a Mediaset España.

Los **Pasivos financieros sobre derivados sin fines de cobertura** se refieren al valor razonable de los instrumentos derivados (a los que no se ha aplicado la contabilidad de coberturas) que se mantienen para cubrir el riesgo de cambios en el valor razonable de las partidas reconocidas en los estados financieros.

Los **Pasivos financieros sobre derivados de cobertura** corresponden a la parte corriente del valor razonable de los derivados IRS que cubren el riesgo de tipo de interés de las deudas financieras a medio/largo plazo.

11.5 Derivados de cobertura

A continuación se presenta un desglose de los activos y pasivos financieros relacionados con los derivados de cobertura, que se han detallado anteriormente en las Notas 7.7 (Otros activos financieros); 8.4 (Activos financieros corrientes), 10.2 (Pasivos y cuentas a pagar financieros) y 11.4 (Otros pasivos financieros), y que muestran la posición neta del Grupo.

	31/12/2016	
	Activos	Pasivos
Contratos a plazo de moneda extranjera	31,7	(0,1)
Contratos de cobertura bilateral para tipos de cambio	0,3	(0,9)
Total	32,0	(1,0)

La tabla a continuación muestra el importe nominal de los derivados designados como coberturas contra el riesgo de tipo de cambio asociado a los compromisos futuros para la adquisición de derechos de emisión y a los contratos existentes.

	31/12/2016	31/12/2015
Dólares estadounidenses (USD)	905,4	1129,7
Libras esterlinas (GBP)	-	0,2
Total	905,4	1129,9

En cuanto a la cobertura de compromisos futuros para la adquisición de derechos de emisión, los contratos de derivados mantenidos a 31 de diciembre de 2016 se han realizado con vencimientos que reflejan el horizonte esperado en el que estos activos fijos se formalizarán mediante contrato y se reconocerán en los estados financieros. El efecto en la cuenta de resultados se reflejará en la amortización de los activos a partir de la fecha de inicio de los derechos.

En la tabla a continuación se indica el horizonte en el que se espera que aparezcan los flujos de efectivo de la moneda de referencia (dólares estadounidenses).

	En 12 meses	12-24 meses	Después de 24 meses	Total
2016	252,9	230,4	246,6	729,9
2015	287,1	215,1	470,6	972,8

11.6 Otros pasivos corrientes

	31/12/2016	31/12/2015
Adeudo a las instituciones de la seguridad social	23,2	21,8
Retención de impuestos sobre los sueldos y salarios de los empleados	17,0	15,2
IVA a pagar	14,1	10,9
Otros impuestos a pagar	15,3	18,2
Anticipos	23,6	14,6
Otras cuentas a pagar	82,3	83,2
Ingresos devengados y diferidos	57,3	67,0
Total	232,8	230,8

La partida **Otros impuestos a pagar** incluye 6,7 millones EUR (6,5 millones EUR a 31 de diciembre de 2015) en dotaciones de la filial Mediaset España, que representan el 3% de sus ingresos brutos de publicidad, de acuerdo con la Ley 8/2009 de financiación de la Sociedad de Radio y Televisión Española (RTVE).

Otras cuentas a pagar consiste principalmente en cantidades adeudadas al personal.

Los **Ingresos devengados y otros ingresos diferidos** incluyen 8,5 millones EUR (11,2 millones EUR a 31 de diciembre de 2015) en ingresos prorrateados procedentes de la venta de tarjetas inteligentes, vales y cupones no devengados en el ejercicio, y 21,5 millones EUR en ingresos diferidos por la facturación de multas por el impago de las cuotas de suscripción.

11.7 Posición financiera neta

De acuerdo con la Comunicación 6064293 de 28 de julio de 2006 de Consob, aquí se presenta el desglose de la **posición financiera neta consolidada**, que muestra la deuda financiera neta corriente y no corriente del Grupo. Para cada una de las partidas comunicadas, se hace referencia a la nota explicativa correspondiente. Para un desglose de la variación de la posición financiera neta a lo largo del ejercicio, véase el apartado sobre el balance y la estructura financiera del Grupo en el Informe sobre operaciones.

	31/12/2016	31/12/2015
Efectivo en caja y equivalentes de efectivo	0,5	0,1
Depósitos bancarios y postales	328,2	351,5
Valores y otros activos financieros corrientes	17,0	14,2
Liquidez total	345,8	365,8
Cuentas a cobrar financieras corrientes	28,3	41,6
Adeudo a bancos	(155,1)	(91,3)
Parte corriente de la deuda no corriente	(342,6)	(45,4)
Otras cuentas a pagar y pasivos financieros corrientes	(35,6)	(24,6)
Posición financiera neta corriente	(533,3)	(161,4)
Posición financiera neta corriente	(159,2)	246,0
Adeudo a bancos	(395,7)	(198,0)
Bonos corporativos	(600,3)	(895,7)
Otras cuentas a pagar y pasivos financieros no corrientes	(7,2)	(11,7)
Deuda financiera no corriente	(1003,2)	(1105,4)
Posición financiera neta	(1162,4)	(859,4)

A continuación se presenta un desglose de ciertas partidas de la posición financiera; consúltense las partidas individuales de los estados financieros para comentarios sobre los principales cambios en las cifras.

Valores y otros activos financieros corrientes a 31 de diciembre de 2016 se componen de bonos mantenidos por la filial Mediaset Investments S.a.r.l. y del valor razonable de los derivados de cobertura por el importe superior a la variación de las cuentas a pagar en moneda cubierta.

Cuentas a pagar y pasivos financieros corrientes incluyen los adeudos a empresas de factorización, las cuentas corrientes con empresas asociadas y empresas conjuntas, así como los préstamos para financiar el desarrollo, la distribución y la producción cinematográfica, según se indica en la Nota 10.4.

Otras cuentas a pagar y pasivos financieros no corrientes incluye los importes no corrientes del valor razonable de los derivados mantenidos para cubrir el riesgo de tipo de interés y de las cuentas a pagar a empresas de arrendamiento financiero.

Importes corrientes de deuda financiera no corriente consiste principalmente en importes corrientes de los bonos corporativos, equivalentes a 338,9 millones EUR (40,8 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), importes corrientes de los préstamos bancarios a medio y largo plazo, equivalentes a 3,2 millones EUR (2,6 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), y la parte corriente del valor razonable de los instrumentos derivados mantenidos para cubrir las fluctuaciones de los tipos de interés, equivalente a 0,6 millones EUR (2,0 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

NOTAS SOBRE LAS PRINCIPALES PARTIDAS DE LA CUENTA DE RESULTADOS

12.1 Ingresos por ventas y servicios

A continuación se desglosan los principales tipos de estos ingresos:

	2016	2015
Ingresos por publicidad en televisión	2590,1	2498,0
Otros ingresos publicitarios	112,6	100,3
Comercio de derechos de televisión y producción televisiva	42,0	37,8
Suscripciones a televisión de pago y venta de tarjetas de prepago	606,7	558,6
Ventas de bienes	14,4	20,2
Construcción y mantenimiento de equipos de televisión	142,0	144,0
Distribución de películas	62,6	36,6
Otros ingresos	43,1	40,2
Total	3613,6	3435,5

Los ingresos por la venta de **publicidad en televisión** incluyen los ingresos, netos de comisiones de agencia, por la venta de espacios publicitarios en canales de radiodifusión gratuita por parte de Publitalia '80 S.p.A., los ingresos por la venta de espacios publicitarios en canales de televisión de pago emitidos a través de tecnología digital terrestre por Digitalia '08 S.r.l. y los ingresos por la venta de espacios publicitarios en emisoras españolas del Grupo Mediaset España por parte de Publiespaña S.A. y Publimedia S.A. La partida incluye también los ingresos procedentes de la reventa de espacios de televisión a través de la actividad de intercambio de Promoservice S.r.l.

Otros ingresos publicitarios corresponde a las comisiones adeudadas al Grupo en relación con los ingresos procedentes de la venta de espacios publicitarios en páginas web propias (gestionadas por entidades participadas), los ingresos por servicios comerciales de teletexto y los ingresos publicitarios procedentes de medios no televisivos, obtenidos por Publieurope Ltd. y Publimedia S.A., así como a las comisiones adeudadas a Monradio desde el tercer trimestre de 2015 y a RadioMediaset (a partir del segundo semestre del ejercicio) por la venta de publicidad radiofónica en régimen de concesión exclusiva a Mediamond.

Los ingresos de la **comercialización de derechos de televisión y de la producción televisiva** incluyen principalmente los ingresos procedentes de la venta multiplataforma de contenidos premium y de la venta de derechos de películas en vídeos domésticos y televisión.

Los **Ingresos de las suscripciones a la televisión de pago** se generan principalmente por la venta de suscripciones y tarjetas de prepago en relación con la oferta Mediaset Premium y la oferta Infinity.

Los ingresos procedentes de las **ventas de bienes** se refieren a las operaciones de televenta y a las actividades de intercambio publicitario.

Los ingresos por **construcción y mantenimiento de equipos de televisión** corresponden principalmente a los ingresos pagados a cambio de la utilización de la capacidad de transmisión de las redes de televisión digital terrestre. Esta partida incluye también los ingresos procedentes de la venta de equipos por parte de Elettronica Industriale S.p.A. a clientes externos, así como

los servicios de alojamiento y mantenimiento prestados a los operadores de televisión y telecomunicaciones por el Grupo El Towers.

Los ingresos por distribución de películas incluyen los ingresos por distribución de películas de Mediaset España y el alquiler de películas a operadores de cine en toda Italia por Medusa Film.

Los ingresos por la **Distribución de películas** incluyen los ingresos por distribución de películas de Mediaset España y el alquiler de películas a operadores de cine en toda Italia por Medusa Film.

Otros ingresos incluye, principalmente, las regalías relacionadas con la mercadotecnia, los ingresos por tráfico telefónico derivados de la interacción de diversas producciones televisivas en las redes de Mediaset y Mediaset España y la venta de contenidos y servicios multimedia a proveedores de servicios telefónicos.

Desglose de ingresos por áreas geográficas

A continuación se muestra el desglose de los ingresos por áreas geográficas, según el país de residencia del cliente:

	2016	2015
Italia	2577,7	2410,0
España	966,3	936,4
Otros países de la UE	41,7	53,5
Norteamérica	8,0	11,0
Otros países	19,9	24,7
Total	3613,6	3435,5

Concentración de ingresos

Ninguna de las cuentas a cobrar de clientes individuales asciende o supera el 10% de los ingresos netos consolidados.

12.2 Otros Ingresos y ganancias

Esta partida incluye principalmente ingresos y ganancias no fundamentales, ingresos por alquileres y arrendamientos inmobiliarios y activos contingentes. En 2015, la partida incluía los ingresos relativos a los acuerdos de colaboración y desarrollo de contenidos digitales firmados con actores de la industria de los medios de comunicación durante el ejercicio.

12.3 Gastos de personal

Los **Gastos de personal** aumentaron en 520,5 millones EUR hasta los 540,2 millones EUR en 2016.

	2016	2015
Remuneración ordinaria	269,7	270,3
Horas extras	15,0	13,9
Prestaciones especiales	41,6	40,9
Pagas extraordinarias (13.ª y 14.ª pagas)	39,7	40,0
Pago de vacaciones devengado	0,9	(3,1)
Total sueldos y salarios	367,0	361,9
Contribuciones a la seguridad social	104,8	103,5
Indemnización por años de servicio	0,1	0,1
Planes de Opciones sobre acciones/ Incentivos a M/L plazo	2,1	0,7
Otros gastos y despidos	66,3	54,3
Total gastos de personal	540,2	520,5

La partida *Planes de Opciones sobre acciones/Incentivos ML* incluye el cargo para el ejercicio 2016 por el plan de incentivos a medio/largo plazo asignado por Mediaset S.p.A. en el mes de julio.

Otros gastos incluyen los incentivos de cese concedidos a los empleados que abandonaron el Grupo durante el ejercicio y los beneficios a corto plazo para empleados (aparte de sueldos, salarios, cotizaciones y permisos retribuidos), tales como asistencia médica, coches de empresa, comidas y otros bienes y servicios gratuitos o subvencionados. Asimismo, se incluyen en esta partida los honorarios percibidos por los consejeros de las sociedades del Grupo, que ascienden a un total de 6,8 millones EUR (7,0 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), de los cuales 4,2 millones EUR corresponden al Grupo Mediaset España (4,2 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

12.4 Compras, servicios y otros costes

	2016	2015
Compras	128,8	158,3
Variación de existencias de materias primas, productos en curso, semiterminados y terminados	(79,0)	(142,9)
Consultores, personal temporal y servicios	241,6	202,2
Servicios de producción y compra de productos de televisión	719,3	622,9
Honorarios de editores y otros honorarios fijos ("minimi garantiti")	44,7	43,8
Espacios publicitarios y relaciones públicas	37,9	30,5
EDP	25,6	24,8
Búsqueda de personal, formación y otros costes	12,3	11,8
Otros servicios	347,8	338,9
Total servicios	1429,1	1274,8
Leasing y alquileres	249,1	268,5
Provisiones para riesgos	154,1	14,0
Otros costes de explotación	72,7	65,8
Total compras, servicios y otros costes	1954,8	1638,4

Compras incluye 63,9 millones EUR correspondientes a la adquisición de derechos de emisión con un plazo inferior a 12 meses (75,4 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

Otros servicios corresponden principalmente a los costes de las asociaciones profesionales por el uso de los derechos de propiedad intelectual, que ascienden a 98,6 millones EUR (82,3 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), a los costes de las actividades de atención al cliente relacionados principalmente con Mediaset Premium, que ascienden a 34,0 millones EUR (32,7 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), y a 41,5 millones EUR de costes de mantenimiento y explotación de las redes de radiodifusión (37,7 millones EUR a 31 de diciembre de 2015). La partida también incluye los costes de comisiones, servicios públicos y comisiones bancarias y de seguros.

Leasing y alquileres incluyen 145,4 millones EUR relativos a la transmisión de señales de televisión (149,9 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), 32,0 millones EUR de regalías (46,1 millones EUR a 31 de diciembre de 2015) y 48,2 millones EUR relativos a alquileres y arrendamientos, principalmente de estudios de televisión y de equipos y oficinas (45,1 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

La variación de la partida *Provisiones para riesgos* se debe principalmente a la dotación de 123,6 millones EUR realizada en relación con los costes de algunos contratos multianuales relacionados con el uso televisivo de acontecimientos deportivos.

Otros costes de explotación incluyen los gastos relativos a la contribución del 3% de las ventas brutas de publicidad del Grupo Mediaset España de acuerdo con la ley del sector industrial de financiación de la televisión pública.

12.5 Amortización, depreciación y rebajas en el valor

	2016	2015
Amortización de derechos de televisión y películas	1084,5	995,1
Amortización de otros activos intangibles	45,9	44,5
Amortización de activos tangibles	80,2	79,8
Rebajas en el valor/(Reversión) de derechos de televisión y películas	135,9	2,1
Rebajas en el valor/(Reversión) de activos fijos	0,2	0,1
Rebajas en el valor de cuentas a cobrar	14,4	13,4
Total amortización, depreciación y rebajas en el valor	1361,1	1135,1

La partida Rebajas en el valor/(Reversión) de derechos de retransmisión televisiva incluía una reducción de valor de 133,0 millones EUR como consecuencia de las pruebas de deterioro realizadas el 31 de diciembre de 2016 sobre los contratos multianuales para los derechos de retransmisión televisiva de deportes.

12.6 Gastos financieros

	2016	2016
Intereses sobre pasivos financieros	(49,3)	(49,9)
Gastos financieros en valores	(0,1)	(0,1)
De instrumentos derivados	(41,9)	(1,0)
Otras pérdidas financieras	(10,1)	(10,7)
Pérdidas cambiarias	(23,4)	(37,3)
Total pérdidas financieras	(124,7)	(99,1)

Gastos de intereses sobre pasivos financieros incluyen los gastos por intereses del período correspondientes a los bonos emitidos por el Grupo Mediaset y el Grupo El Towers, que ascienden a un total de 45,7 millones EUR (45,6 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

Gastos de derivados de cobertura incluyen los costes relacionados con las inversiones de capital de cobertura y los costes relacionados con el cierre anticipado de los derivados que cubren el riesgo de tipo de interés de las cuentas a pagar financieras relacionadas con la operación Mediaset Premium-Vivendi.

Otros gastos financieros incluyen los gastos resultantes del pago anticipado de las líneas de crédito comprometidas.

12.7 Ingresos financieros

	2016	2015
Intereses sobre activos financieros	3,3	4,4
De instrumentos derivados	0,3	-
Otros ingresos financieros	1,3	1,2
Ganancias cambiarias	32,1	44,2
Total ingresos financieros	37,1	49,7

Las **Ganancias cambiarias** incluyen los efectos de los derivados relacionados con la cobertura del riesgo de tipo de cambio relacionado con los compromisos para la adquisición futura de derechos, así como el efecto de los derivados utilizados para cubrir las fluctuaciones de los tipos de cambio en las partidas de los estados financieros.

12.8 Ingresos/gastos financieros reconocidos de acuerdo con la NIC 39

La tabla a continuación resume los ingresos y gastos registrados en la cuenta de resultados, clasificados con arreglo a las categorías de la NIC 39. Para más detalles, véase la Nota 13, que contiene información adicional sobre instrumentos financieros y políticas de gestión de riesgos.

	2016	2016
Derivados de negociación	(24,0)	15,4
Pasivos evaluados con el método del coste amortizado	(62,7)	(64,1)
Préstamos y cuentas a cobrar	1,4	3,0
Otras ganancias/(pérdidas) financieras	(2,4)	(3,6)
Total ganancias/(pérdidas) financieras	(87,7)	(49,4)

Derivados de negociación incluye los ingresos y cargos financieros netos correspondientes a los derivados utilizados para cubrir el riesgo de fluctuación de los tipos de interés para pasivos financieros a medio/largo plazo, así como los utilizados para cubrir las fluctuaciones de los tipos de cambio.

Otros ingresos/(gastos) financieros incluyen los ingresos relacionados con el descuento de las indemnizaciones por cese del personal y los intereses relacionados con el descuento de las provisiones para riesgos que vencen después de 12 meses.

12.9 Resultado de las inversiones de capital

En esta partida se incluye la parte del resultado neto de las sociedades contabilizadas por participación, incluyendo las pérdidas por deterioro o recuperaciones, las rebajas de valor de las inversiones en capital clasificadas como disponibles para la venta incluidas en otros activos financieros no corrientes y las cuentas financieras a cobrar correspondientes, las dotaciones a la provisión para riesgos en inversiones en capital y los ingresos por cobro de dividendos y las ganancias y pérdidas patrimoniales.

	2016	2015
Resultado de las inversiones de capital valoradas por el método de la participación	8,0	1,3
Otras inversiones de capital	(0,1)	(0,5)
Rebajas en el valor de activos financieros	(1,0)	(1,4)
Ganancias/(pérdidas) de la venta de inversiones de capital	(4,5)	15,7
Total ingresos/(gastos) de inversiones de capital	2,4	15,0

En 2016, el resultado de las ***inversiones de capital valoradas por el método de la participación*** incluye principalmente los costes e ingresos relacionados con el registro prorrateado de los beneficios de las inversiones de capital en empresas asociadas y empresas conjuntas. En concreto:

- El efecto positivo de 1,1 millones EUR correspondiente a la inversión de capital en Emissions Digitals Catalunya;
- Ingresos por un total de 1,1 millones EUR relacionados con la inversión de capital en La Fábrica de la Tele;
- Ingresos por un total de 0,4 millones EUR relacionados con la inversión de capital en Producciones Mandarina S.L.;
- Ingresos por un total de 2,3 millones EUR relacionados con la inversión de capital en Boing S.p.A.;
- Ingresos por un total de 0,4 millones EUR relacionados con la inversión de capital en Supersport Television S.L.;
- Ingresos por un total de 0,9 millones EUR relacionados con la inversión de capital en Tivù S.r.l.

Rebajas en el valor de activos financieros se refiere a la rebaja de valor de cuentas a cobrar financieras de la sociedad Pegaso Televisión INC.

Ganancias/(pérdidas) de la venta de inversiones de capital consiste principalmente en la pérdida por la venta de la participación del Grupo Mediaset en las empresas Wimdu GmbH y Private Griffe S.p.A.

12.10 Impuestos del ejercicio

	2016	2016
Impuesto IRAP	8,8	7,7
Impuestos IRES	(58,2)	(15,7)
Impuestos del ejercicio anterior	2,4	5,9
Gastos de impuestos corrientes (sociedades extranjeras)	31,8	26,1
Total impuestos corrientes	(15,1)	24,0
Ingresos de impuestos adelantados	(92,6)	(30,5)
reversión de impuestos adelantados	65,8	103,7
Total impuestos adelantados diferidos	(26,7)	73,2
reversión de pasivos por impuestos diferidos	1,8	2,4
Total pasivos por impuestos diferidos	(7,8)	(13,3)
Total pasivos por impuestos diferidos	(6,0)	(10,9)
Total impuestos a las ganancias	(47,9)	86,4

La variación de los *impuestos corrientes* (IRAP e IRES) del ejercicio, en comparación con los del ejercicio 2015, se debe a la base imponible negativa global durante el ejercicio a efectos del IRES (impuesto de sociedades), en relación con la evolución de los resultados obtenidos en el ejercicio por las sociedades del Grupo en Italia incluidas en la consolidación fiscal.

Impuestos del ejercicio anterior incluye principalmente el gasto generado como resultado del nuevo cálculo de los impuestos en el momento de la presentación de la declaración del Impuesto sobre Sociedades respecto al importe reconocido en los estados financieros de ejercicios anteriores.

Los *gastos por impuestos (sociedades extranjeras)* corresponden principalmente a los impuestos del ejercicio contabilizados por la filial española Mediaset España.

Las partidas de *activos y pasivos por impuestos diferidos* comprenden los movimientos financieros del ejercicio por las dotaciones y/o usos generados como resultado de la variación de las diferencias temporales entre los valores fiscales y contables.

La tabla a continuación muestra una conciliación entre el tipo impositivo normal vigente en Italia sobre el Impuesto sobre Sociedades para los ejercicios 2016 y 2015 y el tipo impositivo efectivo del Grupo.

	2016	2015
Tipo impositivo corriente	-27,90%	31,40%
Gastos no deducibles del impuesto IRAP	9,24%	4,01%
Efectos de sociedades con tipos impositivos diferentes	-3,03%	-8,19%
Efectos de la variación del tipo impositivo	-	11,51%
Impuestos no recurrentes	-	-
Gastos no deducibles y ajuste de consolidación sin efecto fiscal	4,20%	5,35%
Tipo impositivo real	-17,49%	44,08%



12.11 Resultado neto del ejercicio y propuesta de dividendo

El resultado neto consolidado a 31 de diciembre de 2016 ha mejorado, pasando de un beneficio neto consolidado de 3,8 millones EUR del ejercicio anterior a una pérdida neta consolidada de 294,5 millones EUR.

12.12 Beneficio/(pérdida) por acción

El cálculo de las ganancias por acción básicas y diluidas se basa en los siguientes datos:

	2016	2016
Resultado neto del período (millones de euros)	(294,5)	3,8
Promedio ponderado de acciones ordinarias (sin acciones propias)	1136 402 064	1136 402 064
BPA básica	(0,26)	0,00
Promedio ponderado de acciones ordinarias para el cálculo del BPA diluido	1136 402 064	1136 402 064
BPA diluido	(0,26)	0,00

El beneficio por acción se calcula a partir de la ratio entre el beneficio neto del Grupo y el promedio ponderado de acciones en circulación durante el período, neto de autocartera. El beneficio por acción diluido se calcula a partir del número de acciones en circulación y del efecto potencial dilusivo de la asignación de autocartera a los beneficiarios de los derechos de opción.

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

13.1 Variación en las cuentas a pagar por inversiones

Para los dos períodos de referencia, la variación en las cuentas a pagar a Lega Calcio tras la cesión de los derechos de retransmisión del campeonato de liga de la Serie A se muestra neta de cuentas a cobrar por el importe resultante de la sublicencia de dichos derechos de retransmisión a Sky Italia.

13.2 Combinaciones de negocios netas de efectivo y equivalentes de efectivo adquiridos

Esta partida incluye 43,2 millones EUR correspondientes al impacto sobre el efectivo y equivalentes de efectivo de la adquisición del Grupo RB1 (propiedad del Grupo Finelco) el 1 de julio, tras la conversión de los derechos de voto, y 41,7 millones EUR correspondientes al impacto sobre el efectivo y equivalentes de efectivo de las combinaciones de negocios completadas por el Grupo El Towers. En el ejercicio anterior, esta partida se refería al impacto sobre el efectivo y equivalentes de efectivo del período de los desembolsos efectuados para completar la adquisición de NewTelTowers S.p.A. (anteriormente Hightel S.p.A.) y del pago como anticipo para la adquisición de la empresa Tecnorad Italia S.p.A.

13.3 Cambios en las participaciones en filiales

El importe para el ejercicio 2015 corresponde al producto de la venta de la participación del 11,11% en la filial Mediaset Premium S.p.A.

13.4 Ampliación de capital recibida

El importe corresponde al efectivo aportado por Telefónica en relación con la ampliación de capital de Mediaset Premium S.p.A.

13.5 Cambio en la autocartera

El importe corresponde a la salida de 91,4 millones EUR para la recompra de autocartera por parte de Mediaset España en el marco del programa de recompra de acciones aprobado por el Consejo de administración de la sociedad y al desembolso de 15,6 millones EUR relativos a la recompra de acciones propias por parte de El Towers S.p.A. en el marco del plan de recompra aprobado por el Consejo de administración el 26 de julio.

OTRA INFORMACIÓN

14. INFORMACIÓN SOBRE INSTRUMENTOS FINANCIEROS Y POLÍTICAS DE GESTIÓN DE RIESGOS

En las tablas a continuación se presentan, por separado para los dos ejercicios objeto de comparación, las informaciones requeridas por la NIIF 7, a efectos de evaluar la importancia de los instrumentos financieros en relación con el balance, el flujo de efectivo y la cuenta de resultados del Grupo.

Categorías de activos y pasivos financieros

A continuación se desglosa el valor contable de los activos y pasivos financieros, según lo requerido por la NIC 39.

ACTIVOS FINANCIEROS A 31 DE DICIEMBRE DE 2016	CATEGORÍAS NIC 39			VALOR CONTABLE	NOTAS EXPLICATIVAS
	Mantenidos para negociar Instrumentos financieros evaluados a valor razonable	Préstamos y cuentas a cobrar	Instrumentos financieros disponibles para la venta		
OTROS ACTIVOS FINANCIEROS:					
inversiones de capital	-	-	32,2	32,2	
derivados de cobertura (participación no corriente)	15,8	-	-	-	7.7
otros activos financieros	-	-	-	-	
cuentas a cobrar financieras (con vencimiento después de 12 meses)	-	13,2	-	13,2	
DEUDORES COMERCIALES:					
cuentas a cobrar de clientes	-	1199,0	-	1199,0	8.2
cuentas a cobrar de partes vinculadas	-	59,0	-	59,0	
OTRAS CUENTAS A COBRAR/ACTIVOS CORRIENTES:					
Otras cuentas a cobrar	-	2,5	-	2,5	8.3
cuentas a cobrar de empresas de factorización	-	62,1	-	62,1	
ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES:					
cuentas a cobrar financieras (con vencimiento en un plazo de 12 meses)	-	29,3	-	29,3	8.4
valores y cuentas a cobrar financieras	9,8	-	-	9,8	
derivados de cobertura	9,9	-	-	9,9	
derivados sin fines de cobertura	6,3	-	-	6,3	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO					
depósitos bancarios y postales	-	328,2	-	328,2	8.5
TOTAL ACTIVOS FINANCIEROS	41,8	1693,3	32,2	1751,4	-

CATEGORÍAS NIC 39

PASIVOS FINANCIEROS A 31 DE DICIEMBRE DE 2016	Mantenidos para negociar Instrumentos financieros evaluados a valor razonable	Pasivos a coste amortizado	VALOR CONTABLE	NOTAS EXPLICATIVAS
CUENTAS A PAGAR:				
adeudo a bancos	-	395,7	395,7	
bonos corporativos	-	600,3	600,3	10.2
derivados de cobertura (participación no corriente)	0,6	-	0,6	
otros pasivos financieros	-	7,1	7,1	
PASIVOS CORRIENTES:				
adeudo a bancos	-	158,3	158,3	11.1
adeudo a proveedores	-	1686,1	1686,1	11.2
adeudo a partes vinculadas	-	79,8	79,8	
OTROS PASIVOS FINANCIEROS:				
adeudo a empresas de factorización	-	2,2	2,2	
bonos corporativos	-	338,9	338,9	
otros pasivos financieros	-	7,5	7,5	11.4
derivados de cobertura	0,3	-	0,3	
derivados sin fines de cobertura	0,1	-	0,1	
pasivos financieros con partes vinculadas	-	23,7	23,7	
TOTAL PASIVOS FINANCIEROS	1,0	3299,6	3300,6	-

CATEGORÍAS NIC 39

ACTIVOS FINANCIEROS A 31 DE DICIEMBRE DE 2015	Mantenidos para negociar Instrumentos financieros evaluados a valor razonable	Préstamos y cuentas a cobrar	Instrumentos financieros disponibles para la venta	VALOR CONTABL E	NOTAS EXPLICATIVAS
OTROS ACTIVOS FINANCIEROS:					
inversiones de capital	-	-	26,9	26,9	
derivados de cobertura (participación no corriente)	0,7	-	-	-	7.7
otros activos financieros	-	-	-	-	
cuentas a cobrar financieras (con vencimiento después de 12 meses)	-	17,0	-	17,0	
DEUDORES COMERCIALES:					
cuentas a cobrar de clientes	-	1370,2	-	1370,2	8.2
cuentas a cobrar de partes vinculadas	-	36,9	-	36,9	
OTRAS CUENTAS A COBRAR/ACTIVOS CORRIENTES:					
Otras cuentas a cobrar	-	4,5	-	4,5	8.3
cuentas a cobrar de empresas de factorización	-	60,0	-	60,0	
ACTIVOS FINANCIEROS CORRIENTES:					
cuentas a cobrar financieras (con vencimiento en un plazo de 12 meses)	-	43,6	-	43,6	8.4
valores y cuentas a cobrar financieras	10,2	-	-	10,2	
derivados de cobertura	11,6	-	-	11,6	
derivados sin fines de cobertura	2,4	-	-	2,4	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO					
depósitos bancarios y postales	-	351,5	-	351,5	8.5
TOTAL ACTIVOS FINANCIEROS	24,9	1883,8	26,9	1934,9	-

CATEGORÍAS NIC 39				
PASIVOS FINANCIEROS A 31 DE DICIEMBRE DE 2015	Mantenidos para negociar Instrumentos financieros evaluados a valor razonable	Pasivos a coste amortizado	VALOR CONTABLE	NOTAS EXPLICATIVAS
PASIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES Y CUENTAS A PAGAR:				
adeudo a bancos	-	198,0	198,0	10.2
bonos corporativos	-	895,7	895,7	
derivados de cobertura (participación no corriente)	5,7	-	5,7	
otros pasivos financieros	-	8,7	8,7	
PASIVOS CORRIENTES:				
adeudo a bancos	-	93,9	93,9	11.1
adeudo a proveedores	-	2309,8	2309,8	11.2
adeudo a partes vinculadas	-	59,2	59,2	
OTROS PASIVOS FINANCIEROS:				
adeudo a empresas de factorización	-	3,7	3,7	11.4
bonos corporativos	-	40,8	40,8	
otros pasivos financieros	-	6,3	6,3	
derivados de cobertura	4,3	-	4,3	
derivados sin fines de cobertura	1,0	-	1,0	
pasivos financieros con partes vinculadas	-	14,6	14,6	
TOTAL PASIVOS FINANCIEROS	11,0	3630,7	3641,7	-

Valor razonable de los activos y pasivos financieros; modelos de cálculo y datos de partida utilizados

A continuación se analizan los importes correspondientes al valor razonable de los activos y pasivos desglosados en función de las metodologías y modelos de cálculo utilizados para su cálculo.

Nótese que las tablas no muestran aquellos activos y pasivos financieros cuyo valor razonable no puede calcularse objetivamente, ya que su valor contable es muy próximo al valor razonable, y que el valor razonable de los derivados constituye la posición neta entre el valor de los activos y el valor de los pasivos.

Los datos de partida utilizados para la valoración del valor razonable a fecha de cierre, obtenidos del proveedor de información Bloomberg, fueron los siguientes:

- Curvas en euros para la estimación de los tipos de interés a plazo y de los factores de descuento;
- Tipos de cambio al contado del BCE;
- Tipos de cambio a plazo calculados por Bloomberg;
- Fijación del tipo de interés Euribor;
- El diferencial de la permuta de incumplimiento crediticio (CDS) "media" que cotizan varias entidades de contrapartida (si lo hubiere);

- Diferencial de crédito de Mediaset S.p.A., El Towers S.p.A. y Mediaset España S.A.

PARTIDAS DEL BALANCE A 31 DICIEMBRE DE 2016	VALOR CONTABLE	Valor de mercado	Valoración a partir de modelos			TOTAL VALOR RAZONABLE	Notas
			Modelo de Black&Scholes	Modelo binomial	Modelo DCF		
Otras cuentas a cobrar y activos financieros	4,9				4,9	-	8.4
Deudores comerciales	335,5				335,8	335,8	8.2
Valores	9,8	9,8				9,8	8.4
Adeudo a bancos	(398,9)				(411,9)	(411,9)	10.2
Bonos corporativos	(625,5)	(674,7)				(674,7)	10.2
Adeudo a proveedores (a lo largo de 12 meses)	(930,8)				951,0	951,0	11.2
Derivados de cobertura distintos de flujos de efectivo:							-
-A plazo	6,2				6,2	6,2	8.4; 11.4
Derivados de cobertura de flujos de efectivo:							-
- A plazo	24,8				24,8	-	7.7; 8.4;
- IRS	(0,5)				(0,5)	(0,5)	10.2; 11.4

PARTIDAS DEL BALANCE A 31 DICIEMBRE DE 2015	VALOR CONTABLE	Valor de mercado	Valoración a partir de modelos			TOTAL VALOR RAZONABLE	Notas
			Modelo de Black&Scholes	Modelo binomial	Modelo DCF		
Otras cuentas a cobrar y activos financieros	9,4				9,4		8.4
Deudores comerciales	546,9				547,2	547,2	8.2
Valores	10,2	10,2				10,2	8.4
Adeudo a bancos	(200,4)				(203,7)	(203,7)	10.2
Bonos corporativos	(936,6)	(999,1)				(999,1)	10.2
Adeudo a proveedores (a lo largo de 12 meses)	(1532,5)				(1512,0)	(1512,0)	11.2
Derivados de cobertura distintos de flujos de efectivo:							-
-A plazo	1,3				1,3	1,3	8.4; 11.4
Derivados de cobertura de flujos de efectivo:							-
- A plazo	(5,2)		(5,2)			(5,2)	7.7; 8.4;
- IRS	7,6				7,6	7,6	10.2; 11.4

El valor razonable de los valores cotizados en un mercado activo se basa en los precios de mercado a la fecha de cierre de los Estados financieros. El valor razonable de los valores no cotizados en un mercado activo y de los derivados de negociación se determina empleando los modelos y técnicas de valoración más utilizados en el mercado o utilizando el precio proporcionado por varias contrapartes independientes, con referencia a precios de valores cotizados comparables.

El valor razonable de las cuentas a pagar no corrientes a bancos se ha calculado teniendo en cuenta el diferencial de crédito de Mediaset S.p.A. e incluyendo también el componente a corto plazo de los préstamos a medio/largo plazo.

En cuanto a los bonos emitidos por el Grupo y que cotizan en las Bolsas de valores de Luxemburgo e Irlanda, el valor razonable se ha medido utilizando los valores de mercado a 31 de diciembre de 2016 que se detallan a continuación:

EMISOR	Fecha de emisión	VALOR CONTABLE	DURACIÓN	PRECIO DE MERCADO (*)
Mediaset S.p.A.	1 de febrero de 2010	300,0	7 años	105,0
Mediaset S.p.A.	24 de octubre de 2013	375,0	5 años	112,9
El TOWER S.p.A.	26 de abril de 2013	230,0	5 años	107,6

(*) incluidos los intereses devengados

Obsérvese que no se ha calculado el valor razonable de los deudores y acreedores comerciales con vencimiento en el ejercicio, ya que su valor contable es muy próximo al valor razonable. Como resultado, el valor contable de las cuentas a cobrar y a pagar para las que se calculó el valor razonable también incluye la parte que vence en un plazo de 12 meses a partir de la fecha de cierre. El cálculo del valor razonable de los deudores comerciales solo tiene en cuenta la solvencia de la contraparte cuando existe información de mercado que puede utilizarse para su determinación. En cuanto a los acreedores comerciales, el valor razonable se ha ajustado teniendo en cuenta la solvencia de Mediaset S.p.A., El Towers S.p.A. y Mediaset España S.A.

También hay que tener en cuenta que el valor razonable de los derivados se refiere a las técnicas de valoración ya descritas en el apartado Resumen de normas contables y criterios de valoración que utilizan variables observables en el mercado, como por ejemplo la curva de tipos y los tipos de cambio.

Los activos y pasivos financieros valorados a valor razonable se clasifican en la siguiente tabla, en función de la naturaleza de los parámetros financieros utilizados para determinar el valor razonable, con base en la jerarquía de valor razonable prevista en la norma:

- **Nivel I:** precios de cotización en mercados activos para instrumentos idénticos;
- **Nivel II:** variables distintas de los precios de cotización en mercados activos que pueden observarse directa (como en el caso de los precios) o indirectamente (derivadas de los precios);
- **Nivel III:** variables que no se basan en valores de mercado observables.

PARTIDAS DEL BALANCE A 31 DE DICIEMBRE DE 2016	VALOR CONTABLE	Nivel I	Nivel II	Nivel III	TOTAL VALOR RAZONABLE	Notas
Valores	9,8	9,8			9,8	8.4
Derivados de cobertura distintos de flujos de efectivo						
- a plazo	6,2		6,2		6,2	8.4; 11.4
Derivados de cobertura de flujos de efectivo						
- a plazo	24,8		24,8		24,8	7.7; 8.4;
- IRS	(0,5)		(0,5)		(0,5)	10.2; 11.4

PARTIDAS DEL BALANCE A 31 DE DICIEMBRE DE 2015	VALOR CONTABLE	Nivel I	Nivel II	Nivel III	TOTAL VALOR RAZONABLE	Notas
Valores	10,2	10,2			10,2	8.4
Derivados de cobertura distintos de flujos de efectivo						
- a plazo	1,3		1,3		1,3	8.4; 11.4
Derivados de cobertura de flujos de efectivo						
- opciones "plain vanilla"	(5,2)		(5,2)		(5,2)	7.7; 8.4;
- a plazo	7,6		7,6		7,6	10.2; 11.4

Cargos e ingresos financieros reconocidos de acuerdo con la NIC 39

A continuación se presenta un análisis de los cargos e ingresos financieros netos generados por los activos y pasivos financieros, desglosados según las categorías establecidas por la NIC 39 (tal y como se muestra en la Nota 11.8), ilustrando, para cada categoría, la naturaleza de dichos cargos e ingresos.

CATEGORÍAS NIC 39 A 31 DE DICIEMBRE DE 2016	De intereses	De cambios en el valor razonable	De la reserva de capital	Ganancias/pérdidas cambiarias	Ganancias/pérdidas netas
Instrumentos financieros mantenidos para comerciar	0,2	(44,5)	2,4	18,0	(24,0)
Pasivos a coste amortizado	(54,1)	-	-	(8,6)	(62,7)
Instrumentos financieros mantenidos al vencimiento	-	-	-	-	-
Préstamos y cuentas a cobrar	1,4	-	-	-	1,4
Instrumentos financieros disponibles para la venta	-	-	-	-	-
Total Categoría NIC 39	(52,5)	(44,5)	2,4	9,4	(85,2)

CATEGORÍAS NIC 39 A 31 DE DICIEMBRE DE 2015	De intereses	De cambios en el valor razonable	De la reserva de capital	Ganancias/pérdidas cambiarias	Ganancias/pérdidas netas
Instrumentos financieros mantenidos para comerciar	0,2	(1,1)	(0,6)	16,9	15,4
Pasivos a coste amortizado	(54,7)	-	-	(9,4)	(64,1)
Instrumentos financieros mantenidos al vencimiento	-	-	-	-	-
Préstamos y cuentas a cobrar	3,0	-	-	-	3,0
Instrumentos financieros disponibles para la venta	-	-	-	-	-
Total Categoría NIC 39	(51,5)	(1,1)	(0,6)	7,5	(45,7)

Gestión de capital

Los objetivos del Grupo en cuanto a la gestión de su capital están orientados a proteger la capacidad del Grupo para seguir garantizando la rentabilidad para los accionistas, los intereses de los grupos de interés y el cumplimiento de los compromisos, así como mantener una estructura de capital óptima.

Tipos de riesgos financieros y coberturas correspondientes

Mediaset ha definido políticas específicas para la gestión de los riesgos financieros del Grupo, con el objetivo de reducir su exposición a los riesgos de tipo de cambio, de tipo de interés y de liquidez. Con el fin de optimizar la estructura de los costes de explotación y de los recursos dedicados, esta actividad está centralizada en la sociedad matriz del grupo, Mediaset S.p.A., a la que se ha confiado la tarea de recoger la información relativa a las posiciones expuestas al riesgo y de cubrirlas.

Mediaset S.p.A. y Mediaset España operan directamente en sus propios mercados específicos, controlando y gestionando el riesgo financiero de sus filiales. La selección de las contrapartes financieras se centra en aquellas con una elevada calidad crediticia y, al mismo tiempo, garantiza una concentración limitada de las exposiciones frente a ellas.

Riesgo de tipo de cambio

La exposición del Grupo al riesgo de tipo de cambio se deriva principalmente de la adquisición de derechos de emisión de televisión y películas en divisas distintas del euro, principalmente en dólares estadounidenses, realizada en sus respectivas áreas de actividad por RTI S.p.A. y Mediaset España Comunicación S.A..

En cumplimiento de las políticas del Grupo, las sociedades adoptan un enfoque de gestión del riesgo de tipo de cambio con el objetivo de eliminar el efecto de las fluctuaciones de los tipos de cambio, fijando previamente el valor contable al que se contabilizarán los derechos una vez adquiridos.

El riesgo de tipo de cambio surge en las primeras fases de las negociaciones para la celebración de cualquier contrato y continúa hasta el pago del importe adeudado por la adquisición de los derechos de emisión. Desde el punto de vista contable, desde la fecha de celebración del contrato de derivados hasta la fecha de contabilización del activo, el Grupo Mediaset aplica la metodología de contabilidad de coberturas documentada mediante la relación de cobertura, el riesgo cubierto y los objetivos de la cobertura, comprobando periódicamente la eficacia de la misma.

En concreto, en el período comprendido entre la fecha en que se define el compromiso de compra y el momento de la contabilización posterior del derecho de televisión cubierto, se aplica el método de cobertura de flujos de efectivo de acuerdo con la NIC 39. De acuerdo con este método, tal y como se detalla en el apartado "Resumen de normas contables y criterios de valoración", la parte efectiva de la variación del valor del derivado se contabiliza en una reserva de Patrimonio neto, que se utiliza para ajustar el valor contable del derecho en los Estados financieros (ajuste de base), generando un impacto en la Cuenta de pérdidas y ganancias cuando se amortiza la partida cubierta, es decir, el derecho.

Paralelamente a la contabilización del derecho, en el período comprendido entre el nacimiento de la deuda y su pago íntegro, tras la finalización de la cobertura formal de flujos de efectivo, la contabilización posterior se realiza mediante la realización de la "cobertura natural", por lo que tanto el ajuste de los tipos de cambio de la cuenta a pagar como el ajuste del derivado de tipo de cambio a su valor razonable se contabilizan de forma "natural" en la Cuenta de pérdidas y ganancias, con lo que se tienen en cuenta sus efectos opuestos.

Los tipos de derivados utilizados principalmente son las compras a plazo y las compras de contratos de opción. El valor razonable de los contratos a plazo sobre divisas se determina como la diferencia descontada entre el importe nominal calculado utilizando el tipo de cambio a plazo contractual y el importe nominal calculado utilizando el tipo de cambio a plazo en la fecha de cierre ajustado por su solvencia.

El test de efectividad pretende mostrar la alta correlación entre las características técnicas y financieras del riesgo cubierto (vencimiento, importe, etc.) y las del instrumento de cobertura mediante la aplicación de pruebas específicas retrospectivas y prospectivas, utilizando los métodos de compensación en dólares y de reducción de la volatilidad, respectivamente.

La expectativa de los flujos de efectivo futuros sujetos a cobertura se muestra en una tabla específica que ilustra los cambios en la reserva de cobertura de flujos de efectivo.

Análisis de sensibilidad

Los instrumentos financieros expuestos al riesgo de tipo de cambio EURO/USD, que incluyen principalmente las cuentas a pagar por la adquisición de derechos de emisión y derivados de tipo de cambio, han sido objeto de un análisis de sensibilidad a la fecha del balance. El valor contable de estos instrumentos financieros se ha ajustado aplicando un porcentaje de variación simétrica al tipo de cambio de fin de período igual a la volatilidad implícita a un año de la moneda de referencia publicada por Bloomberg, igual al 10,52% (10,07% para 2015).

Este análisis de sensibilidad de los derivados de la contabilidad de coberturas de flujos de efectivo tuvo un impacto en los cambios en los valores al contado registrados en la Reserva de patrimonio neto, mientras que el cambio resultante de los puntos a plazo impactó en el Resultado de la cuenta de resultados, de acuerdo con el método definido por la relación de cobertura.

La siguiente tabla resume la variación en el Resultado del ejercicio y en el Patrimonio neto consolidado, derivado del análisis de sensibilidad realizado neto de los impuestos correspondientes, calculado sobre la base del tipo impositivo normal vigente a fecha de cierre:

	Tipo de cambio EUR/USD a 31 de diciembre	% cambio	tipo de cambio EUR/USD rectificado	a través de pérdidas y ganancias	a través del patrimonio neto	Total patrimonio neto
		10,520%	1,1650			
2016	1,0541	-10,52%	0,9432	(4,5)	61,9	57,4
		10,070%	1,1983	4,7	(62,1)	(57,5)
2015	1,0887	-10,07%	0,9791	(5,2)	76,1	70,8

Riesgo de tipo de interés

La gestión de los recursos financieros del Grupo Mediaset implica la centralización de la tesorería con la sociedad matriz del grupo Mediaset S.p.A. y con Mediaset España Comunicación S.A. para sus filiales. Estas sociedades son plenamente responsables de obtener financiación del mercado mediante la obtención de préstamos a medio y largo plazo y la apertura de líneas de crédito comprometidas y no comprometidas.

El riesgo de tipo de interés se origina principalmente en las deudas financieras a tipo variable, que exponen al Grupo al riesgo de flujos de efectivo. El objetivo de la gestión es limitar la fluctuación de las cargas financieras que afectan al resultado financiero, limitando el riesgo de una posible subida de los tipos de interés.

En este contexto, el Grupo persigue sus objetivos mediante contratos de derivados financieros suscritos con terceros con el objetivo de fijar anticipadamente o reducir la variación de los flujos de efectivo debido a la variación de los tipos de interés del mercado de deuda a medio/largo plazo. El plazo considerado significativo para la gestión del riesgo de tipo de interés se define como un plazo mínimo de 18 meses de duración residual de la operación.

La contabilidad de coberturas se lleva a cabo desde la fecha de celebración del contrato de derivados hasta la fecha de su extinción o vencimiento, documentando, a través de la "relación de cobertura", el riesgo cubierto y los objetivos de la cobertura, y comprobando periódicamente la efectividad de la misma.

En concreto, se utiliza la metodología de cobertura de flujos de efectivo establecida por la NIC 39. Según el método, el cambio menor, en términos absolutos, en el valor razonable limpio de los derivados, es decir, el valor razonable neto de los intereses devengados, y el cambio en el valor razonable del activo subyacente, se contabilizan en una reserva de patrimonio neto. La diferencia entre ese valor y el valor razonable total se contabiliza en la cuenta de resultados en cada fecha de valoración. Tanto el valor razonable como el valor razonable limpio se ajustan para tener en cuenta la solvencia.

El test de efectividad pretende mostrar la alta correlación entre las características técnicas y financieras de los pasivos cubiertos (vencimiento, importe, etc.) y las del instrumento de cobertura mediante la aplicación de pruebas específicas retrospectivas y prospectivas, utilizando los métodos de compensación en dólares y de reducción de la volatilidad, respectivamente.

El valor razonable de las permutas de tipos de interés se calcula sobre la base del valor actual de los flujos de efectivo futuros esperados.

La expectativa de los flujos de efectivo futuros sujetos a cobertura se muestra en una tabla específica que ilustra los cambios en la reserva de cobertura de flujos de efectivo.

El Grupo dispone de derivados de cobertura bilateral "suelo-techo" para cubrir préstamos a medio/largo plazo a tipo de interés variable.

A continuación se muestran las principales características de los mismos.

	Tipo fijo	Tipo variable	Suelo	Validez	Vencimiento
Permuta de tipos de interés - BANCA INTESA - importe nominal 150 millones EUR	-0,02%	Euribor 3M/365	-1,10%		
fecha de contratación 30/06/2016				04/07/2016	30/06/2020
Permuta de tipos de interés - UNICREDIT - importe nominal 50 millones EUR	-0,15%	Euribor 3M/365	-1,10%		
fecha de contratación 12/09/2016				31/01/2017	29/09/2021
Permuta de tipos de interés - UNICREDIT - importe nominal 25 millones EUR	0,21%	Euribor 3M/365	-1,10%		
fecha de contratación 26/09/2016				31/01/2017	29/09/2021

Análisis de sensibilidad

Se ha realizado un análisis de sensibilidad de los instrumentos financieros expuestos al riesgo de tipo de interés en el momento de la elaboración de estos Estados financieros. A continuación se ilustran las hipótesis en que se basa el modelo:

- Las cuentas a pagar a medio y largo plazo estaban sujetas a un cambio de 50 puntos básicos al alza y 20 puntos básicos a la baja en la fecha de reajuste de la tasa interna de retorno publicada durante el ejercicio.
- Las cuentas a pagar renovables a corto y medio/largo plazo y otras partidas financieras corrientes fueron objeto de un nuevo cálculo del importe de los cargos financieras aplicando un cambio de 50 puntos básicos al alza y de 20 puntos básicos a la baja a los valores consignados en los estados financieros.
- Las permutas de tipos de interés se sometieron a un nuevo cálculo del valor razonable mediante la aplicación de un cambio asimétrico (+50 p.b., -20 p.b.) a la curva de tipos de interés a fecha de cierre. La porción inefectiva se calculó con base en el valor razonable recalculado utilizando la curva de tipos de interés ajustada.

No fue posible aplicar una variación simétrica de 50 puntos básicos, ya que la curva de tipos de interés a muy corto plazo era negativa a fecha de cierre.

La siguiente tabla resume la variación en el Resultado del ejercicio y en el Patrimonio neto consolidado, derivado del análisis de sensibilidad realizado neto de los impuestos correspondientes, calculado sobre la base del tipo impositivo normal vigente a fecha de cierre:

	cambios	a través de pérdidas y ganancias	a través del patrimonio neto	Total patrimonio neto
2016	+50 p.b.	1,0	2,5	3,5
	-20 p.b.	1,0	-2,4	(1,4)
2015	+50 p.b.	(0,5)	1,8	1,3
	-20 p.b.	0,0	(0,0)	-

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez está relacionado con la dificultad de encontrar fondos para cumplir los compromisos.

Esto puede deberse a la falta de disponibilidad de fondos suficientes para satisfacer los compromisos financieros de acuerdo con los plazos y fechas de vencimiento establecidos, en caso de revocación repentina de líneas de crédito no comprometidas o en el caso de que la Sociedad tenga que liquidar sus pasivos financieros antes de su vencimiento natural.

Gracias a una gestión financiera cuidadosa y prudente, que se refleja en la política adoptada, y al seguimiento constante de la relación entre las líneas de crédito concedidas y su utilización, así como al equilibrio entre la deuda a corto plazo y la deuda a medio/largo plazo, el Grupo Mediaset ha establecido suficientes líneas de crédito, tanto en cantidad como en calidad, para hacer frente a la crisis actual.

Como ya se ha mencionado, las actividades de tesorería del Grupo están centralizadas en Mediaset S.p.A. y Mediaset España, que operan en sus respectivos mercados nacionales e internacionales, mediante el uso de movimientos automáticos de "cash pooling" utilizados por casi todas las sociedades del Grupo.

La gestión del riesgo de liquidez implica:

- El mantenimiento de un equilibrio sustancial entre las líneas de crédito comprometidas y no comprometidas para evitar crisis de liquidez en caso de solicitudes de reembolso por parte de los prestamistas.
- La exposición financiera media durante el ejercicio no supera el 80% del crédito total emitido por los bancos.
- La disponibilidad de activos financieros que puedan liquidarse fácilmente para satisfacer cualquier necesidad de efectivo.

Con el fin de optimizar la gestión de la liquidez, el Grupo concentra las fechas de pago a casi todos sus proveedores en las mismas fechas que las de las entradas de efectivo más significativas.

La tabla a continuación muestra las obligaciones financieras del Grupo, por fecha de vencimiento de los contratos, considerando el peor escenario posible y a valores no descontados, en función del tipo de financiación recibida, considerando la fecha más próxima en la que se puede solicitar al Grupo que realice el pago y mostrando las correspondientes notas explicativas para cada clase.

A 31 de diciembre de 2016, las partidas de "*cuentas a pagar financieras corrientes*" con vencimiento a tres meses incluyen líneas de crédito para anticipos a muy corto plazo, con un vencimiento formal de un año y renovable, por un total de 116,0 millones EUR (86,0 millones EUR a 31 de diciembre de 2015). Por último, las *cuentas a pagar financieras corrientes* contienen las cuentas a pagar correspondientes a los intereses de los préstamos a plazo vencidos en el plazo de un año.

La partida **Bonos corporativos** también incluye el importe corriente adeudado en un plazo de 12 meses por los intereses y el principal que se pagarán en el transcurso de 2017, consignado en la partida **Otros pasivos financieros**.

PARTIDA DEL BALANCE a 31 DE DICIEMBRE DE 2016	Valor contable	Rango temporal					Total flujos de efectivo	Notas explicativas
		de 0 a 3 meses	de 4 a 6 meses	de 7 a 12 meses	de 1 a 5 años	después de 5 años		
PASIVOS FINANCIEROS:								
Adeudo a bancos no corriente	395,7	0,2	0,6	1,4	318,6	101,5	422,3	10.2
Bonos corporativos	939,2	334,2	8,9	0,0	661,3	-	1004,4	10.2; 11.4
Adeudo a bancos corriente	158,3	157,5	0,7	1,4	-	-	159,6	11.1
Adeudo financiero a partes vinculadas	23,7	23,7	-	-	-	-	23,7	11.4
Adeudo a proveedores por derechos de televisión y películas	1240,1	450,0	116,7	343,2	330,2	-	1240,1	11.2
Adeudo a otros proveedores	445,9	4,0	434,8	7,2	-	-	445,9	11.2
Adeudo a partes vinculadas	79,8	75,9	3,9	-	-	-	79,8	11.2
Adeudo a empresas de factorización	2,2	2,1	0,1	-	-	-	2,2	11.4
Adeudo a empresas de leasing	0,8	-	0,2	0,2	0,4	-	0,8	11.4
Otras deudas y pasivos financieros (*)	24,9	11,9	-	4,8	8,3	-	25,0	11.4
Total	3310,6	1059,5	565,9	358,2	1318,9	101,5	3403,9	
DERIVADOS:								
derivados de cobertura (moneda de compra)								
(valor al tipo de cambio contractual)	(25,4)	229,2	-	-	417,2	-	646,4	7.7; 8.4; 10.2; 11.4
derivados de cobertura (moneda de disponibilidad)								
(valor al tipo de cambio al final del ejercicio)	-	(239,9)	-	-	(452,5)	-	(692,4)	
derivados sin fines de cobertura (moneda de compra)								
(valor al tipo de cambio contractual)	(6,2)	142,4	-	-	697,9	-	840,3	8.4; 11.4
derivados sin fines de cobertura (moneda de disponibilidad)								
(valor al tipo de cambio al final del ejercicio)	-	(148,3)	-	-	(712,5)	-	(860,8)	
derivados de cobertura (riesgo de tipo)	0,5	0,1	0,1	0,3	1,6	-	2,2	7.7; 8.4; 10.2; 11.4
Total	(31,0)	(16,5)	0,1	0,3	(48,3)	-	(64,4)	

(*) Incluye los anticipos por operaciones de intercambio

PARTIDA DEL BALANCE a 31 DE DICIEMBRE DE 2015	Valor contable	Rango temporal					Total flujos de efectivo	Notas explicativas
		de 0 a 3 meses	de 4 a 6 meses	de 7 a 12 meses	de 1 a 5 años	después de 5 años		
PASIVOS FINANCIEROS:								
Adeudo a bancos no corriente	198,0	-	-	-	206,2	-	206,2	10.2
Bonos corporativos	936,6	34,2	8,9	-	1004,4	-	1047,5	10.2; 11.4
Adeudo a bancos corriente	93,9	93,9	0,7	1,4	-	-	95,9	11.1
Adeudo financiero a partes vinculadas	14,6	14,6	-	-	-	-	14,6	11.4
Adeudo a proveedores por derechos de televisión y películas	1824,4	408,0	115,1	336,6	964,7	-	1824,4	11.2
Adeudo a otros proveedores	485,4	456,0	21,1	8,3	-	-	485,4	11.2
Adeudo a partes vinculadas	59,2	58,3	0,9	-	-	-	59,2	11.2
Adeudo a empresas de factorización	3,7	3,7	-	-	-	-	3,7	11.4
Adeudo a empresas de leasing	0,2	-	-	-	0,2	-	0,2	11.4
Otras deudas y pasivos financieros (*)	27,3	13,9	-	6,0	7,4	-	27,3	11.4
Total	3643,1	1082,5	146,7	352,3	2183,0	-	3764,4	
DERIVADOS:								
derivados de cobertura (moneda de compra)								
(valor al tipo de cambio contractual)	(7,6)	205,0	48,9	-	606,5	-	860,4	7.7; 8.4; 10.2; 11.4
derivados de cobertura (moneda de disponibilidad)								
(valor al tipo de cambio al final del ejercicio)	-	(204,4)	(59,3)	-	(629,8)	-	(893,5)	
derivados sin fines de cobertura (moneda de compra)								
(valor al tipo de cambio contractual)	(1,3)	132,8	1,8	-	10,1	-	144,7	8.4; 11.4
derivados sin fines de cobertura (moneda de disponibilidad)								
(valor al tipo de cambio al final del ejercicio)	-	(132,9)	(2,2)	-	(10,4)	-	(145,5)	
derivados de cobertura (riesgo de tipo)	5,2	0,5	0,5	1,0	4,2	-	6,1	7.7; 8.4; 10.2; 11.4
Total	(3,7)	1,0	(10,3)	1,0	(19,4)	-	(27,8)	

(*) Incluye los anticipos por operaciones de intercambio

El Grupo espera cumplir con estas obligaciones mediante la realización de sus activos financieros y, en concreto, mediante el cobro de las cuentas a cobrar relacionadas con sus diversas actividades comerciales.

La diferencia entre los valores contables y el total de los flujos financieros se debe principalmente al cálculo de los intereses sobre la duración contractual de los importes adeudados a los bancos. Además, con referencia a los préstamos valorados según el método del coste amortizado, el método de cálculo de intereses implica el uso del tipo nominal en lugar del tipo de rendimiento real.

Con referencia al apartado relativo a los derivados financieros, en el escenario de liquidación de flujos brutos, el tipo de cambio contractual es el tipo de cambio a plazo fijado en la fecha de

celebración del contrato, mientras que el tipo de cambio al cierre del ejercicio es el tipo de cambio al contado en la fecha de cierre.

Riesgo crediticio

El riesgo crediticio procede principalmente de las ventas de publicidad en las cadenas de televisión italianas y españolas del Grupo Mediaset y de los activos resultantes de la venta de tarjetas y suscripciones de Mediaset Premium.

El Grupo, con base en una política específica, gestiona el riesgo crediticio relativo a las ventas publicitarias a través de un procedimiento integral de calificación crediticia del cliente, con un análisis de su situación económica y financiera tanto en el momento de la fijación del límite de crédito inicial como a través de un seguimiento continuo y permanente del cumplimiento de las condiciones de pago, actualizando, en su caso, el límite de crédito previamente asignado.

Sobre la base del procedimiento de calificación crediticia antes mencionado y de sus posteriores actualizaciones, es posible desglosar la exposición de los clientes en las tres clases de riesgo siguientes, que representan el resumen de una subdivisión más amplia y compleja:

Riesgo bajo

Clientes con un índice de riesgo estándar y una posición financiera que respalda adecuadamente el límite de crédito asignado.

Riesgo medio

Clientes que no han cumplido regularmente con sus compromisos contractuales o que tienen situaciones económicas/financieras actuales que son críticas en comparación con las relativas a su límite de crédito original. Sobre la base de estas especificaciones de las posiciones crediticias, se calcula una rebaja de valor basada en el impacto porcentual de las pérdidas observadas históricamente.

Riesgo alto

Clientes con los que existen situaciones de impago permanente o insolvencia objetiva de sus créditos, para los que se realizan rebajas de valor específicas y, en algunos casos, se acuerdan planes de recuperación o plazos de pago ampliados que, en todo caso, no superan los 12 meses.

A continuación se presenta una tabla recapitulativa de los saldos netos y de la reserva para insolvencias, desglosada según las clases antes mencionadas.

CLASES DE RIESGO a 31 DE DICIEMBRE DE 2016	Cuentas a cobrar	Neto vencido				Total neto vencido	Provisión para insolvencias	Cuentas a cobrar netas
		0-30 días	30-60 días	60-90 días	posteriores			
PUBLICIDAD EN ITALIA								
CUENTAS A COBRAR:								
bajo	386,5	22,8	4,1	0,3	1,1	28,4	-	386,5
medio	92,0	15,4	3,3	0,9	2,8	22,4	3,1	88,9
alto	37,7	2,3	2,0	0,7	18,4	23,5	18,3	19,4
CUENTAS A COBRAR DE PUBLICIDAD EN EL EXTRANJERO:								
bajo	217,6	67,4	11,8	1,9	3,6	84,7	3,2	214,3
medio	5,8	1,1	1,1	0,1	1,4	3,7	1,3	4,5
alto	8,4	0,1	-	0,1	8,2	8,3	7,4	1,0
OTRAS CUENTAS A COBRAR:								
Distribuidores	5,4	0,2	0,2	0,0	1,4	1,8	1,3	4,1
Operadores de telefonía y televisión	364,8	0,1	1,4	0,0	1,5	3,0	1,3	363,5
Operadores de telefonía y televisión - Towers	39,9	2,5	2,0	1,2	20,5	26,1	9,6	30,3
Área cinematográfica	30,8	3,5	0,8	0,2	20,6	25,1	13,5	17,3
Otros clientes	111,0	8,7	4,3	5,6	63,4	82,0	41,7	69,4
CUENTAS A COBRAR DE PARTES VINCULADAS:								
bajo	59,0	0,2	-	-	-	0,2	-	59,0
TOTAL DEUDORES COMERCIALES	1358,7	124,3	31,0	10,9	142,9	309,2	100,7	1258,0

CLASES DE RIESGO a 31 DE DICIEMBRE DE 2015	Cuentas a cobrar	Neto vencido				Total neto vencido	Provisión para insolvencias	Cuentas a cobrar netas
		0-30 días	30-60 días	60-90 días	posteriores			
PUBLICIDAD EN ITALIA								
CUENTAS A COBRAR:								
bajo	336,5	11,8	1,8	0,1	2,6	16,3	-	336,5
medio	134,5	10,0	4,5	1,9	1,9	18,3	9,0	125,5
alto	25,0	2,0	0,7	0,2	12,7	15,7	13,9	11,2
CUENTAS A COBRAR DE PUBLICIDAD EN EL EXTRANJERO:								
bajo	225,1	61,0	14,6	2,4	13,7	91,6	9,4	215,7
medio	10,3	1,0	1,0	0,5	3,5	5,9	2,7	7,6
alto	6,4	0,1	0,1	-	6,1	6,3	6,0	0,4
OTRAS CUENTAS A COBRAR:								
Distribuidores	5,7	0,8	0,2	0,2	1,4	2,6	1,3	4,4
Operadores de telefonía y televisión	561,1	41,3	0,5	0,6	1,3	43,7	0,3	560,9
Operadores de telefonía y televisión - Towers	32,1	0,8	1,4	1,2	15,5	18,8	6,5	25,6
Área cinematográfica	35,2	13,5	0,2	0,1	10,8	24,7	13,2	22,0
Otros clientes	96,0	9,7	4,6	2,8	54,5	71,6	35,6	60,4
CUENTAS A COBRAR DE PARTES VINCULADAS:								
bajo	36,9	1,6	-	-	-	1,6	-	36,9
TOTAL DEUDORES COMERCIALES	1505,0	153,4	29,6	10,0	124,0	316,9	97,9	1407,1

La partida *Distribuidores* incluye principalmente las cuentas a cobrar por la distribución de las tarjetas Mediaset Premium.

La partida *Operadores de telefonía/televisión* incluye principalmente las cuentas a cobrar por la venta de actividades de contenido. Incluye los créditos a cobrar de Sky Italia por la sublicencia de los derechos de retransmisión televisiva relativos al campeonato de liga de la Serie A para las temporadas 2015-2018.

La partida *Operadores de telefonía/televisión - Towers* incluye principalmente cuentas a cobrar relacionadas con el grupo El Towers.

La partida *Otros clientes* incluye las cuentas a cobrar relativas a los clientes de Mediaset Premium.

El importe total de las garantías recibidas, principalmente garantías bancarias, por los saldos de cuentas a cobrar de terceros asciende a 22,9 millones EUR (23,8 millones EUR a 31 de diciembre de 2015), de los cuales 16,2 millones EUR corresponden al Grupo Mediaset España (16,5 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

Además, se han emitido garantías bancarias a favor de empresas asociadas y terceras por un importe total de 75,6 millones EUR (94,4 millones EUR a 31 de diciembre de 2015). De este importe, 58,0 millones EUR fueron emitidos por el Grupo Mediaset España (76,8 millones EUR a 31 de diciembre de 2015).

Con respecto a la categoría principal de acreedores comerciales generados por las actividades publicitarias en Italia, cabe señalar que, en términos de concentración, los diez clientes principales representaban aproximadamente el 20,9%.

A continuación se presenta una tabla que muestra la evolución de la reserva de insolvencias.

	Balance a 1/1	Provisiones realizadas durante el período	Empleo del período	Cambios en el área de consolidación	Saldo a 31/12
2016	97,9	22,3	(20,6)	1,1	100,7
2015	115,8	18,6	(36,6)	-	97,9

Adicionalmente, a continuación se presenta una tabla en la que se presenta un análisis detallado de otros activos financieros, cuya exposición máxima al riesgo crediticio corresponde al valor contable.

	2016	2016
Cuentas a cobrar financieras	44,9	65,1
Otros activos financieros	9,8	10,2
Derivados de cobertura	25,7	12,3
Derivados sin fines de cobertura	6,3	2,4
Cuentas a cobrar de empresas de factorización	62,1	60,0
Depósitos bancarios y postales	328,2	351,5
Total activos financieros	477,0	501,6

Las cuentas a cobrar factorizadas con recurso ascienden en total a 2,2 millones EUR y se incluyen en la partida Cuentas a cobrar de clientes. Para estas cuentas a cobrar no se han solicitado anticipos de la factorización.

15. PAGOS BASADOS EN ACCIONES

A 31 de diciembre de 2016, se han contabilizado planes de incentivos a medio/largo plazo asignados durante los ejercicios 2015 y 2016 de conformidad con lo dispuesto en la NIIF 2. Sin embargo, no se reconoció el plan asignado en 2011 porque no podía ejercerse debido a que no se alcanzaron los objetivos fijados.

En julio de 2016, se asignó un plan de incentivos a medio/largo plazo para el periodo 2016-2018. Este Plan prevé la asignación de derechos gratuitos para la concesión de acciones con derecho a dividendos regulares, con sujeción a la consecución de objetivos de rendimiento, así como a la existencia de una Relación laboral con la Sociedad al final del periodo de consolidación del derecho. Los derechos fueron asignados a cada beneficiario a cambio de la asignación por parte de este último de un importe correspondiente, opcionalmente, al 25% o al 50% del bonus de beneficios. El plan prevé también la concesión de derechos equivalentes, de manera gratuita, en una cantidad igual a los derechos básicos.

Los planes que tuvieron un impacto en la cuenta de resultados son aquellos que pueden ejercerse y que, en la fecha de presentación de la información, todavía no han concluido, o aquellos cuyo derecho se ha consolidado durante el ejercicio.

Todos los planes se liquidan mediante instrumentos de patrimonio neto, a saber, conllevan la asignación de autocartera recomprada en el mercado. Las opciones y los derechos de asignación gratuitos concedidos a los empleados beneficiarios están vinculados a la consecución por la sociedad de los objetivos de rendimiento financiero y a que el empleado permanezca en el Grupo durante un periodo determinado.

Las características de estos planes de incentivos y de opciones sobre acciones pueden resumirse como se indica a continuación:

	Plan de opciones sobre acciones 2010	Plan de opciones sobre acciones 2011 (fuera de dinero)	Plan de incentivos 2015(*)	Plan de incentivos 2016(*)
Fecha de adjudicación	22/06/2010	21/06/2011	01/07/2015	21/06/2016
Periodo de consolidación del derecho	del 01/01/2010 al 22/06/2013	del 01/01/2011 al 21/06/2014	del 01/07/2015 al 31/12/2017	del 21/06/2016 al 31/12/2018
Periodo de ejercicio	del 23/06/2013 al 22/06/2016	del 22/06/2014 al 21/06/2017	a partir del 01/08/2018	a partir del 01/07/2019
Valor razonable	0,68 euros	0,20 euros	4,312 euros	3,771 euros
Precio de ejercicio	4,92 euros	3,56 euros		

(*) Plan de incentivos a medio/largo plazo con concesión gratuita de acciones a los beneficiarios

Cabe señalar que, por lo que respecta al plan de incentivos a medio/largo plazo asignado en 2016, se adjudicaron un total de 870 544 derechos sobre acciones ordinarias de Mediaset S.p.A., cuyo periodo de concesión comenzará a partir del 1 de agosto de 2019. En 2016, no se ejercieron 3 110 000 opciones asignadas de acuerdo con el plan de 2010, debido a que había expirado el periodo de ejercicio.

A continuación se incluye un resumen de los cambios en los planes de opciones sobre acciones y en los planes de incentivos a medio/largo plazo:



	Plan de opciones sobre acciones 2010	Plan de opciones sobre acciones 2011 (fuera de dinero)	Plan de incentivos 2015 (*)	Plan de incentivos 2016 (*)	Total
Opciones en circulación a 1/1/2015	3 110 000	-	-	-	3 110 000
Opciones emitidas durante el ejercicio	-	-	816 756	-	816 756
Opciones ejercidas durante el ejercicio	-	-	-	-	-
Opciones no ejercidas durante el ejercicio	-	-	-	-	-
Opciones vencidas/canceladas durante el ejercicio	(100 000)	-	-	-	(100 000)
Opciones en circulación a 31/12/2015	3 010 000	-	816 756	-	3 826 756
Opciones en circulación a 1/1/2016	3 010 000	-	816 756	-	3 826 756
Opciones emitidas durante el ejercicio	-	-	-	870 544	870 544
Opciones ejercidas durante el ejercicio	-	-	-	-	-
Opciones no ejercidas durante el ejercicio	(3 010 000)	-	-	-	(3 010 000)
Opciones vencidas/canceladas durante el ejercicio	-	-	-	-	-
Opciones en circulación a 31/12/2016	-	-	816 756	870 544	1 687 300

(*) Plan de incentivos a medio/largo plazo con concesión gratuita de derechos que pasarán a ser acciones asignadas

Los planes de incentivos se reconocen en los estados financieros a su valor razonable:

- Plan de opciones sobre acciones 2015: 4,312 EUR por opción;
- Plan de opciones sobre acciones 2016: 3,771 EUR por acción;

El valor razonable de los planes de opciones sobre acciones se calculó utilizando el método binomial

El valor razonable de los planes de incentivos se calculó basándose en el precio de mercado de las acciones en la fecha de adjudicación.

A continuación se incluyen las hipótesis subyacentes en los principales importes utilizados en el modelo de cálculo de los planes de opciones sobre acciones:

Plan de opciones sobre acciones 2010

Precio medio de la acción	5,08 euros
Volatilidad histórica	31,46 %
Tipo sin riesgo	2,46 %
Rentabilidad prevista del dividendo	10,32 %

La filial Mediaset España también cuenta con planes de planes de opciones sobre acciones, asignados en 2010, y 2011. En la tabla que se incluye a continuación se resumen las características de estos planes:

Plan de opciones sobre acciones 2011

Fecha de adjudicación	26/07/2011
Periodo de consolidación del derecho	del 26/07/2011 al 26/07/2014
Periodo de ejercicio	del 26/07/2014 al 26/07/2016
Valor razonable	1,21 euros
Precio de ejercicio	5,83 euros

A continuación se incluye un resumen de los cambios en los planes de opciones sobre acciones asignadas por Mediaset España:

	Plan de opciones sobre acciones 2010	Plan de opciones sobre acciones 2011	Total
Opciones en circulación a 1/1/2015	558 500	444 450	1 002 950
Opciones emitidas durante el ejercicio			
Opciones ejercidas durante el ejercicio	(558 500)	(156 500)	(715 000)
Opciones no ejercidas durante el ejercicio			
Opciones vencidas/canceladas durante el ejercicio			
Opciones en circulación a 31/12/2015		287 950	287 950
Opciones en circulación a 1/1/2016		287 950	287 950
Opciones emitidas durante el ejercicio			
Opciones ejercidas durante el ejercicio		(287 950)	(287 950)
Opciones no ejercidas durante el ejercicio			
Opciones vencidas/canceladas durante el ejercicio			
Opciones en circulación a 31/12/2016			

A continuación se incluyen las hipótesis subyacentes en los principales importes utilizados en el modelo de cálculo:

Plan de opciones sobre acciones 2011

Precio medio de la acción	5,08 euros
Volatilidad histórica	31,46 %
Tipo sin riesgo	2,16 %
Rentabilidad prevista del dividendo	10,32 %

16. OPERACIONES CON PARTES VINCULADAS

La tabla resumida que se incluye a continuación recoge, en lo que respecta a los principales grupos a efectos de la cuenta de resultados y del balance, los datos de las sociedades que son las contrapartes de estas operaciones.

Los valores totales de las operaciones/posiciones con partes vinculadas y su impacto en los tipos pertinentes de estados financieros se incluyen en las tablas específicas correspondientes al Balance y a la Cuenta de resultados elaboradas de conformidad con la Decisión n.º 1559 de la CONSOB, del 27 de julio de 2006, que se presentan al principio de los presentes Estados Financieros.

	Ingresos	Costes de explotación	Ingresos/ (gastos) financieros	Deudores comerciales	Acreeedores comerciales	Otras cuentas a cobrar/ (cuentas a pagar)
ENTIDAD DOMINANTE						
Fininvest S.p.A.	0,2	4,9	-	0,1	0,0	0,0
ENTIDADES VINCULADAS						
A.C. Milan S.p.A.*	0,3	2,4	-	0,3	10,2	0,1
Alba Servizi Aerotrasporti S.p.A.	0,1	0,6	-	0,0	0,1	-
Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.*	9,5	0,4	-	3,0	5,2	0,7
Fininvest Gestione Servizi S.p.A.	0,1	0,0	-	0,0	-	-
Isim S.p.A.	-	-	-	-	-	-
Mediobanca S.p.A.	-	0,1	(6,8)	0,0	-	(99,5)
Mediolanum S.p.A.*	4,7	0,0	-	0,9	-	-
Trefinance S.A.*	-	0,0	-	-	-	-
Otras sociedades vinculadas	0,0	1,0	-	0,0	-	0,1
Total Entidades vinculadas	14,6	4,6	(6,8)	4,3	15,5	(98,6)
ENTIDADES CONTROLADAS DE FORMA CONJUNTA Y ASOCIADAS						
Furia de Titanes II A.I.E.	-	-	-	-	-	-
Auditel S.p.A.	-	6,0	-	-	-	-
Aunia Publicidad Interactiva SLU	0,6	0,1	-	0,3	0,0	-
Blasteem S.r.l.	-	0,3	-	0,0	0,1	(0,0)
Boing S.p.A.	9,6	42,9	0,1	4,0	23,5	3,6
Emissions Digital Catalunya SA	0,9	8,0	-	0,1	1,9	-
Fascino Produzione Gestione Teatro S.r.l.	-	55,7	0,0	0,7	15,1	(22,4)
La Fabbrica De la Tele SL	0,0	26,4	-	0,0	8,8	-
Mediamond S.p.A.	60,7	10,0	0,7	44,8	5,0	4,9
MegaMedia Televisión SL	0,3	6,8	-	0,1	2,7	-
Nessma Lux S.A.**	-	-	0,1	0,0	-	2,0
Pegaso Television INC**	-	-	0,6	2,0	-	4,2
Producciones Mandarina SL	0,1	11,3	-	0,1	5,8	-
Publisia S.r.l.	-	-	-	-	-	-
Società Funivie Maddalena S.p.A.	-	0,0	-	-	-	-
Supersport Televisión SL	1,8	9,8	-	0,9	0,9	0,0
Titanus Elios S.p.A.	-	4,6	-	-	-	4,9
Tivù S.r.l.	2,9	1,2	-	1,3	0,5	-
Total entidades controladas de forma conjunta y asociadas	77,0	183,1	1,6	54,5	64,3	(2,6)
PRINCIPALES DIRECTIVOS ESTRATÉGICOS (***)	-	0,6	-	-	-	(0,7)
FONDO DE PENSIONES (Mediafonf)	-	-	-	-	-	(0,8)
OTRAS PARTES VINCULADAS****	0,0	0,0	-	0,1	-	-
TOTAL PARTES VINCULADAS	91,8	193,4	(5,1)	59,0	79,8	(102,6)

* La cifra incluye la sociedad y sus sociedades filiales, asociadas o controladas de forma conjunta

** La cifra incluye la sociedad y sus filiales

*** La cifra incluye los consejeros de Mediaset S.p.A. y Fininvest S.p.A., sus familiares cercanos y las sociedades sobre las que estas personas ejercen control, control conjunto o tienen una influencia significativa, o poseen una participación significativa, directa o indirectamente, del 20% de los derechos de voto, como mínimo

**** La cifra incluye operaciones con varios consorcios cuya actividad principal es la gestión operativa de la transmisión de señal de televisión.

Los *ingresos y deudores comerciales* adeudados por *entidades asociadas* principalmente guardan relación con las ventas de espacios publicitarios en televisión. Los *costes* y los

acreedores comerciales relacionados principalmente guardan relación con compras de producciones televisivas y derechos de emisión y con las comisiones pagadas a las asociadas por la venta de espacios publicitarios gestionados a través de concesiones exclusivas por parte de sociedades del Grupo.

La partida *otras cuentas a cobrar/(cuentas a pagar)* principalmente guarda relación con las cuentas a pagar en relación con préstamos y líneas de crédito adeudadas a sociedades vinculadas, cuentas corrientes entre empresas y préstamos concedidos a asociadas. La partida *otras cuentas a cobrar* adeudadas por Boing S.p.A. principalmente guarda relación con la contraprestación remanente adeudada a R.T.I. S.p.A. por la enajenación de la unidad de negocio llevada a cabo el 1 de abril de 2013.

Las cuentas a pagar en relación con préstamos y líneas de crédito adeudadas a sociedades vinculadas, por importe de 199,5 millones de euros, guardan relación con disposiciones de la línea de crédito renovable con una vigencia de 8 años concedida por Mediobanca en noviembre de 2016.

Las operaciones incluidas en la partida *personal directivo clave* guarda relación con las operaciones del Grupo con los consejeros de Mediaset S.p.A. y Fininvest S.p.A., sus familiares cercanos y las empresas sobre las que estas personas ejercen control, control conjunto, influencia considerable o en las que poseen una participación significativa, directa o indirectamente, del 20% de los derechos de voto como mínimo.

Para más información de acuerdo con lo dispuesto en la NIC 24 sobre la retribución de los directivos clave, véase el Informe sobre Retribuciones.

La partida *Otras partes vinculadas* incluye las operaciones del Grupo Mediaset con varios consorcios en relación con la gestión de operaciones de transmisión de señal de televisión.

Los principales efectos en los flujos de efectivo consolidados generados por las operaciones con partes vinculadas durante el ejercicio guardaban relación con salidas de efectivo para la adquisición de derechos relacionados con la sociedad Milan A.C. por importe de 46,1 millones de euros, que se calculó principalmente siguiendo las instrucciones de Lega Calcio y con salidas de efectivo para el pago de dividendos por importe de 8,2 millones de euros a la sociedad matriz Fininvest S.p.A. Durante el ejercicio, se cobraron también dividendos de sociedades vinculadas y entidades controladas de forma conjunta, por un importe total de 2,5 millones de euros.

17. COMPROMISOS

Los principales compromisos de las empresas del Grupo Mediaset pueden resumirse como se indica a continuación:

- compromisos de compra de derechos de televisión y cine por un importe total de 1228,5 millones de euros (1437,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2015). Estos compromisos futuros guardan principalmente relación con contratos de tipo *volume deal* del Grupo Mediaset con algunos productores líderes de American TV.
- compromisos relacionados contratos de arrendamiento de programas y contenidos por un importe total de 336,3 millones de euros, de los que 10,0 millones de euros se atribuyen a asociadas (588,4 millones de euros a 31 de diciembre de 2015). Esta partida incluye principalmente los compromisos de compra de derechos de misión exclusivos en todas las plataformas en relación con la Liga de Campeones de la UEFA para los ejercicios 2015-2018;
- compromisos de proyectos artísticos, producciones televisivas y contratos con agencias de prensa por importe aproximado de 169,1 millones de euros (102,3 millones de euros a 31 de diciembre de 2015), de los que 18,0 millones de euros se atribuyen a Partes Vinculadas;
- compromisos correspondientes a servicios de capacidades de transmisión digital por importe de 237,7 millones de euros (230,9 millones de euros a 31 de diciembre de 2015);
- compromisos contractuales relativos al uso de la capacidad satelital por importe de 59,8 millones de euros (72,0 millones de euros a 31 de diciembre de 2015);
- compromisos para la adquisición de nuevos equipos, mantenimiento de la infraestructura de redes, arrendamientos y alquileres plurianuales, prestación de servicios de EDP y compromisos con asociaciones comerciales en relación con el uso de derechos de propiedad intelectual, por un importe total de 287,2 millones de euros.

En nombre del Consejo de Administración

El Presidente

**LISTA DE INVERSIONES DE CAPITAL INCLUIDAS EN LOS ESTADOS FINANCIEROS
CONSOLIDADOS DEL GRUPO A 31 DE DICIEMBRE DE 2016**

(valores en millones de euros)

Sociedades consolidadas partida por partida	Domicilio social	Moneda	Capital Social	% participación del Grupo (*)
Mediaste S.p.A.	Milán	EUR	614,2	0,00 %
Publitalia '80 S.p.A.	Milán	EUR	52,0	100,00 %
Digitalia '08 S.r.l.	Milán	EUR	10,3	100,00 %
Prmoservice Italia S.r.l.	Milán	EUR	6,7	100,00 %
Publieurope Ltd.	Londres	EUR	5,0	100,00 %
R.T.I. S.p.A.	Roma	EUR	500,0	100,00 %
Videotime S.p.A.	Milán	EUR	52,0	99,17 %
Elettronica Industriale S.p.A.	Lissone (MB)	EUR	363,2	100,00 %
E.I. Towers S.p.A.	Lissone (MB)	EUR	2,8	40,60 %
Fortress Italia S.r.l.	Génova	EUR	0,0	40,60 %
Netrotter S.r.l.	Lissone (MB)	EUR	0,1	38,57 %
EIT Radio S.r.l.	Lissone (MB)	EUR	0,1	40,60 %
Towertel S.p.A.	Lissone (MB)	EUR	22,0	40,60 %
FP Tower S.r.l.	Roma	EUR	0,5	40,60 %
Medusa Film S.p.A.	Roma	EUR	120,0	100,00 %
Monradio S.r.l.	Milán	EUR	6,1	80,00 %
Taodue S.r.l.	Roma	EUR	0,1	100,00 %
Medset Film S.a.s.	París	EUR	0,1	100,00 %
Media4Commerce S.p.A.	Milán	EUR	11,7	100,00 %
Mediaset Premium S.p.A.	Milán	EUR	141,0	88,89 %
Mediaset Investment S.a.r.l.	Luxemburgo	EUR	50,5	100,00 %
RB1 S.p.A.	Milán	EUR	1,0	100,00 %
Radio Mediaset S.p.A.	Milán	EUR	7,4	100,00 %
Radio Studio 105 S.p.A.	Milán	EUR	0,8	100,00 %
I Radio 105 USA Corp	Miami (Florida)	EUR	0,0	100,00 %
Virgin Radio Italy S.p.A.	Milán	EUR	10,1	100,00 %
Radio Engineering CO S.r.l.	Milán	EUR	0,1	100,00 %
Edizioni Donegani S.r.l. (in liquidazione)	Milán	EUR	0,0	100,00 %
Unibas S.p.A.	Milán	EUR	0,0	100,00 %
Mediaset España Comunicación S.A.	Madrid	EUR	168,4	50,21 %
Publiespaña S.A.U.	Madrid	EUR	0,6	50,21%
Publimedia Gestión S.A.U.	Madrid	EUR	0,1	50,21%
Integracion Transmedia S.A.U.	Madrid	EUR	0,1	50,21 %
Netsonic S.L.	Barcelona	EUR	0,0	35,08 %
Grupo Editorial Tele 5 S.A.U.	Madrid	EUR	0,1	50,21 %
Telecinco Cinema S.A.U.	Madrid	EUR	0,2	50,21 %
Conecta 5 Telecinco S.A.U.	Madrid	EUR	0,1	50,21 %
Mediacinco Cartera S.L.	Madrid	EUR	0,1	62,66 %
Premiere Megaplex S.A.	Madrid	EUR	0,2	50,21 %
Sogecable Editorial S.L.U.	Madrid	EUR	0,0	50,21 %
Advertisement 4 Adventure, SLU (anteriormente, Sogecable Media S.L.U.)	Madrid	EUR	0,0	50,21 %

Asociadas y negocios conjuntos	Domicilio social	Moneda	Capital Social	% participación del Grupo (*)
Agrupación de interés Económico				
Furia de Titanes II A.I.E.	Santa Cruz de Tenerife	EUR	0,0	17,07 %
Auditel S.r.l.	Milán	EUR	0,3	26,67 %
Aunia Publicidad Interactiva SLU	Madrid	EUR	0,0	25,10 %
Blasteem S.r.l.	Turín	EUR	0,0	40,00 %
Boing S.p.A.	Milán	EUR	10,0	51,00 %
Emissions Digital Catalunya S.a.	Barcelona	EUR	4,2	17,40 %
Fascino Produzione Gestione Teatro S.r.l.	Roma	EUR	0,0	50,00 %
La Fabrica De La Tele S.L.	Madrid	EUR	0,0	15,06 %
Mediamond S.p.A.	Milán	EUR	2,4	50,00 %
Megamedia Television S.L.	Madrid	EUR	0,1	15,06 %
Monte Maddalena Telecomunicazioni S.r.l.	Brescia	EUR	0,0	26,59 %
Nessma S.A.	Luxemburgo	EUR	11,3	34,12 %
Nessma Broadcast S.a.r.l.	Túnez	Dinar	1,0	20,06 %
Pegasso Television INC	Miami (Florida)	USD	83,3	21,95 %
Producciones Mandarina S.L.	Madrid	EUR	0,0	15,06 %
Publisia S.r.l.	Milán	EUR	0,0	30,00 %
Titanus Elios S.p.A.	Roma	EUR	5,0	29,75 %
Tivù S.r.l.	Roma	EUR	1,0	48,16 %
Società Funivie Maddalena S.r.l.	Brescia	EUR	0,0	12,58 %
Supersport Media S.l.	Madrid	EUR	0,1	15,06 %

Inversiones de capital mantenidas como "Disponible para la venta"	Domicilio social	Moneda	Capital Social	% participación del Grupo (*)
Aprok Imagen S.L. (in liquidazione)	Madrid	EUR	0,3	1,53 %
Aranova Freedom S.C.aR.L.	Bolonia	EUR	0,0	13,34 %
Ares Film S.r.l.	Roma	EUR	0,1	5,00 %
Audiradio S.r.l. (in liquidazione)	Milán	EUR	0,0	9,50 %
ByHours Travel S.L.	Madrid	EUR	0,0	3,41 %
Check Bonus S.r.l.	Milán	EUR	0,8	16,00 %
Cinetittà Digital Factory S.r.l.	Roma	EUR	6,0	15,00 %
Class CNBC S.p.A.	Milán	EUR	0,6	10,90 %
Club Dab Italia Società Consortile per Azione	Milán	EUR	0,2	10,00 %
Deporvillage S.L.	Barcelona	EUR	0,2	5,97 %
Grattacielo S.r.l.	Milán	EUR	0,1	100,00 %
Hundredrooms S.L.	Palma de Mallorca	EUR	0,6	6,56 %
Innovación y Desarrollo Nuevos	Madrid	EUR	0,0	3,74 %
Isalud Health Services	Barcelona	EUR	0,0	1,29 %
Job Digital Networks SL	Barcelona	EUR	0,0	12,17 %
Kirch Media GmbH & Co.	Unterföhring (Germania)	EUR	55,3	2,28 %
Radio e Reti S.r.l.	Milán	EUR	1,0	10,00 %
RMC2 S.r.l.	Milán	EUR	0,0	19,00 %
Romaintv S.p.A. (in liquidazione)	Roma	EUR	0,8	9,68 %
Sportsnet Media Limited	George Town (Gran Caimán)	USD	0,1	12,00 %
Springlane GmbH	Dusseldorf	EUR	0,1	8,29 %
Tavolo Editori Radio S.r.l.	Milán	EUR	0,0	16,04 %
Westwing Group GmbH (già Jade 1290 GmbH)	Múnich	EUR	0,1	2,61 %

(*) Las participaciones del Grupo se han calculado sin tener en cuenta la autocartera mantenida por las filiales.

[Consta logotipo corporativo del Grupo Mediaset]

Informe Anual Consolidado 2016

Certificación de los Estados financieros anuales consolidados de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 154-bis del Decreto Legislativo 58/98



Certificación de los Estados Financieros Consolidados de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 154, parte dos, del Decreto Legislativo 58/98

1. Las personas abajo firmantes, Fedele Confalonieri, Presidente del Consejo de Administración y Luca Marconcini, el Directivo Asignado para la elaboración de los documentos contables de la sociedad de Mediaset S.p.A. certifican, también teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 154, parte dos, apartados 3 y 4, del Decreto Legislativo n.º 58, de 24 de febrero de 1998,

- la idoneidad relativa a las características del Grupo y
- la aplicación efectiva

de los procedimientos administrativos y contables para la elaboración de los Estados Financieros Consolidados, durante el ejercicio financiero 2016.

2. La evaluación de la idoneidad de los procedimientos administrativos y contables para la elaboración de los Estados Financieros Consolidados a 31 de diciembre de 2016 se llevó a cabo de acuerdo con las normas y metodologías definidas por Mediaset S.p.A. en consonancia con el modelo *Marco Integrado de Control Interno* publicado por el *Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway*, que representa un conjunto de principios generales de referencia relativos al sistema de controles internos que generalmente está aceptado en el ámbito internacional.

3. Además, se certifica también que:

3.1 Los Estados Financieros Consolidados:

a) se elaboran de conformidad con las Normas Internacionales de Contabilidad aplicables reconocidas en la Comunidad Europea, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento (CE) n.º 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de julio de 2002, así como con las medidas publicadas para poner en práctica lo dispuesto en el artículo 9 del Decreto Legislativo n.º 38/2005;

b) reflejan los saldos declarados en los libros y en los asientos contables;

c) son adecuados y apropiados para ofrecer una imagen fiel y exacta del Balance, la Cuenta de resultados y la situación financiera de la Entidad emisora y del grupo de empresas incluidas en la consolidación;

3.2 El Informe del Consejo de Administración sobre las actividades contiene un análisis fidedigno del progreso y del resultado de las actividades, así como de la situación de la Entidad emisora y de las empresas del grupo incluidas en la consolidación, junto con la descripción de los principales riesgos e incertidumbres a los que están expuestas.

19 de abril de 2017

En nombre del Consejo de Administración
El Presidente

(Fedele Confalonieri)

El Directivo asignado para la elaboración
de los documentos contables de la sociedad

(Luca Marconcini)

[Consta logotipo corporativo de EY]

Mediaset S.p.A.

Estados financieros consolidados a 31 de diciembre de 2016

Informe de los auditores independientes de conformidad con lo dispuesto en los artículos 14 y 16 del Decreto Legislativo n.º 39, de 27 de enero de 2010



Informe de los auditores independientes de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 14 y 16 del Decreto Legislativo n.º 39, de 27 de enero de 2010 (Traducción del texto original redactado en italiano)

Para los Accionistas
de Mediaset S.p.A.

Informe sobre los estados financieros consolidados

Hemos auditado los estados financieros adjuntos del Grupo Mediaset, que incluyen el estado consolidado de posición financiera a 31 de diciembre de 2016, así como la cuenta de resultados consolidada, el estado consolidado de ingresos globales, el estado consolidado de flujos de efectivo y el estado consolidado de cambios en el patrimonio neto correspondientes al ejercicio cerrado en la fecha mencionada, además de un resumen de las principales políticas contables y otras notas explicativas.

Responsabilidad de los Consejeros en relación con los estados financieros consolidados

Los Consejeros de Mediaset S.p.A. son responsables de la elaboración y presentación correcta de los presentes estados financieros consolidados de conformidad con lo dispuesto en las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea, así como de acuerdo con lo dispuesto en las normativas adoptadas para desarrollar el art. 9 del Decreto Legislativo 38/05.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad es emitir una opinión sobre estos estados financieros consolidados basada en nuestra auditoría. Hemos realizado nuestra auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría (en adelante, las NIA de Italia) aplicadas de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11, apartado 3, del Decreto Legislativo n.º 39, de 27 de enero de 2010. Estas normas exigen que cumplamos los requisitos éticos y que planifiquemos y realicemos la auditoría para obtener garantías razonables sobre si los estados financieros están carecen de incorrecciones significativas.

Una auditoría implica llevar a cabo procedimientos para obtener pruebas de auditoría sobre las cifras y los datos contenidos en los estados financieros consolidados. Los procedimientos seleccionados dependen del criterio profesional del auditor, incluida la evaluación de los riesgos de existencia de incorrecciones significativas en los estados financieros consolidados, ya fueran causadas por fraude o error. Al realizar la evaluación de los riesgos, el auditor tiene en cuenta el control interno relativo a la confección y debida presentación por la entidad de los estados financieros consolidados para diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en las circunstancias pertinentes, pero no a efectos de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad. Además, una auditoría consiste en evaluar la idoneidad de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por los Consejeros, así como en evaluar la presentación general de los estados financieros consolidados.

Consideramos que las pruebas de auditoría que hemos obtenido son suficientes y apropiadas para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados ofrecen una imagen fiel y exacta de la posición financiera del Grupo Mediaset a 31 de diciembre de 2016, así como de sus resultados financieros y sus flujos de efectivo correspondientes al ejercicio cerrado en dicha fecha de conformidad con lo dispuesto en las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea y con lo dispuesto en el artículo 9 del Decreto Legislativo n.º 38/05.

Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

Opinión sobre la coherencia del Informe sobre operaciones y de determinada información específica incluida en el Informe sobre gobierno corporativo y la estructura accionarial de la Sociedad con los estados financieros consolidados

Hemos llevado a cabo los procedimientos establecidos en la Norma de Auditoría (NA de Italia) n.º 720B con el fin de expresar una opinión sobre la coherencia del Informe sobre operaciones y de determinada información específica incluida en el Informe sobre gobierno corporativo y la estructura accionarial de la Sociedad establecidos en el apartado 4 del artículo 123-bis del Decreto Legislativo 58/98, con los estados financieros consolidados, según lo exigido por la legislación aplicable. Los Consejeros de Mediaset S.p.A. son responsables de la elaboración del Informe sobre operaciones y del Informe sobre gobierno corporativo y la estructura accionarial de la Sociedad de conformidad con lo dispuesto en las leyes y normativas aplicables. En nuestra opinión el Informe sobre operaciones y la información específica incluida en el Informe sobre gobierno corporativo y la estructura accionarial de la Sociedad son coherentes con los estados financieros consolidados del Grupo Mediaset a 31 de diciembre de 2016.

Milán, 28 de abril de 2017

EY S.p.A.

Firmado por: Luca Pellizzoni, Socio

El presente informe ha sido traducido al inglés únicamente para comodidad de los usuarios internacionales.



**Doña M^a Soledad Valcárcel Conde,
Traductor-Intérprete Jurado de Inglés,
nombrado por el Ministerio de Asuntos
Exteriores y de Cooperación, certifica que la
que antecede es una traducción fiel y
completa al español de un documento
redactado en inglés.**

En Madrid, a 14 de junio de 2019.

Firmado: M^a Soledad Valcárcel Conde

**Mrs. M^a Soledad Valcárcel Conde, Sworn
English Translator-Interpreter, designated
by the Ministry of Foreign Affairs and
Cooperation, hereby certifies that the
foregoing is an accurate and complete
translation into Spanish of a document
written in English.**

Madrid, 14 June 2019.

Signed: M^a Soledad Valcárcel Conde

**M^a SOLEDAD VALCÁRCEL CONDE
Traductora-Intérprete Jurada de INGLÉS
N.º 4195**

