

# MEDIASET *españa.*

## RESULTADOS ANUALES *Enero – Diciembre 2013*

*Madrid, 27 de febrero de 2013*

### ÍNDICE:

Principales magnitudes

1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
2. Generación de Cash-Flow
3. Balance de Situación
4. Evolución de la audiencia

## PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	2013	2012
Total ingresos netos	826,8	886,7
Total costes operativos	739,6	821,8
<b>EBITDA adj<sup>(1)</sup></b>	<b>87,2</b>	<b>64,9</b>
Margen EBITDA	10,5%	7,3%
<b>EBIT</b>	<b>70,2</b>	<b>48,8</b>
Margen EBIT	8,5%	5,5%
<b>Beneficio neto</b>	<b>4,2</b>	<b>50,1</b>
<b>Beneficio neto adj<sup>(2)</sup></b>	<b>49,3</b>	<b>65,3</b>
BPA ADJ	0,12 €	0,16 €
<b>Posicion financiera</b>	<b>93,5</b>	<b>73,7</b>

(1) EBITDA Adj, incluye el consumo de derechos TV

(2) Beneficio neto ajustado excluye el impacto de los elementos no cash como la amortización de PPA (de Cuatro y DTS) y el deterioro de valor de sociedades participadas

- **Mediaset España mantiene su liderazgo con una cuota del mercado publicitario en TV de 43,7% y registra un EBITDA ajustado en 2013 de 87,2 millones de Euros, un 34% superior al registrado en 2012 y un EBIT un 44% superior al del año anterior.**
- Mediaset España consigue **mejorar los márgenes operativos hasta un 10,5% (margen EBITDA adj) y hasta un 8,5% (margen EBIT)** gracias a la capacidad y flexibilidad de adaptarse a las condiciones del mercado, **reduciendo los costes operativos un 9,8%** en 2013.
- Mediaset España conserva un **balance libre de deuda** y una **posición neta de caja positiva de 93,5 millones de Euros** a 31 de diciembre de 2013.
- Según los últimos datos de **Infodax**, la inversión publicitaria total durante 2013 ha caído un -8,0% con respecto a 2012, con una disminución en la **inversión publicitaria en televisión del -6,2%**.
- Los **ingresos totales netos** en 2013 suman **826,8 millones de Euros**, con unos ingresos netos de publicidad de 766,6 millones de Euros y 60,3 millones de Euros de "Otros ingresos", estos últimos inferiores a los de 2012 principalmente por menores ingresos procedentes del cine.
- El **Beneficio Ajustado Neto** de 2013 alcanza los **49,3 millones de Euros**.
- Mediaset España, con su **amplia oferta televisiva** mantiene su **liderazgo en audiencia con un cuota máxima histórica del 29,0% en 24h Total Individuos**.
- Mediaset España continúa liderando en 2013 la **audiencia en Internet alcanzando a 31 de diciembre de 2013, 18,7 millones de usuarios únicos y 175 millones de páginas vistas**.

## 1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	2013	2012	Variación %
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>826,82</b>	<b>886,73</b>	<b>(6,8%)</b>
Consumo de derechos	(173,93)	(210,47)	(17,4%)
Costes de personal	(104,85)	(109,26)	(4,0%)
Otros costes operativos	(460,85)	(502,06)	(8,2%)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>87,19</b>	<b>64,94</b>	<b>34,3%</b>
Otras amortizaciones, provisiones	(9,02)	(8,14)	10,8%
Amortización PPA	(8,00)	(8,00)	-
<b>EBIT</b>	<b>70,17</b>	<b>48,80</b>	<b>43,8%</b>
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	(69,19)	7,50	-
Resultado Financiero	(3,27)	(3,97)	(17,7%)
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>(2,28)</b>	<b>52,33</b>	<b>-</b>
Impuesto de Sociedades	6,18	(2,79)	-
Minoritarios	0,26	0,60	-
<b>Beneficio Neto</b>	<b>4,16</b>	<b>50,14</b>	<b>-</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>49,31</b>	<b>65,34</b>	<b>(24,5%)</b>

El **Beneficio Neto Ajustado** en 2013 asciende a **49,31 millones de Euros**, lo que supone un margen de 6,0% sobre ingresos.

La diferencia de 45,15 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe al impacto de las amortizaciones de PPA en Cuatro y DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (DTS), derivado de la asignación definitiva del precio de adquisición a activos y pasivos de las sociedades respectivas, así como el importe (neto de impuestos) del resultado del test de deterioro practicado sobre la participación en DTS en aplicación de la normativa contable en vigor.

## 1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Indicadores	2013	2012	Variación %
<b>Ingresos brutos de publicidad</b>	<b>802,24</b>	<b>857,33</b>	<b>(6,4%)</b>
- Medios Propios	767,05	827,22	(7,3%)
- Medios Ajenos	35,19	30,10	16,9%
Descuentos	(35,68)	(50,61)	(29,5%)
<b>Ingresos netos de publicidad</b>	<b>766,56</b>	<b>806,71</b>	<b>(5,0%)</b>
Otros ingresos	60,26	80,01	(24,7%)
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>826,82</b>	<b>886,73</b>	<b>(6,8%)</b>

Los **ingresos brutos de publicidad** en 2013 ascienden a un total de 802,24 millones de Euros, un descenso del 6,4%, en línea con el mercado.

Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, que comprenden los ingresos publicitarios de los 8 canales del Grupo; TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, LA SIETE, BOING, DIVINITY, ENERGY y NUEVE, así como la publicidad del grupo en Internet y teletexto, alcanzan el total de 767,05 millones de Euros.

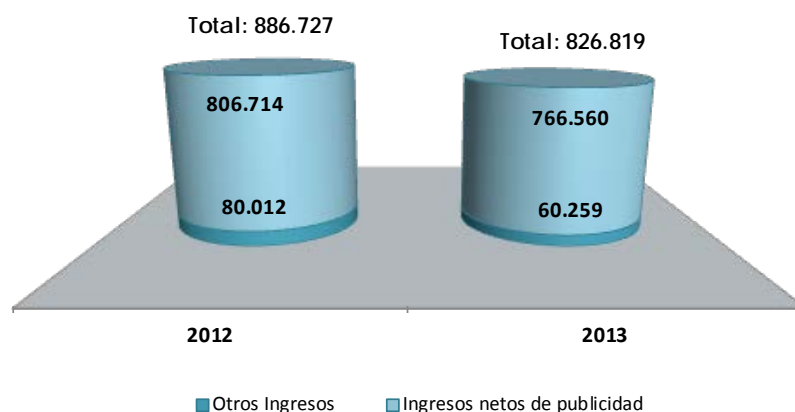
Los **ingresos publicitarios de medios ajenos**, suman un total de 35,19 millones de Euros, con un incremento de 5,09 millones de Euros (+16,9%) derivado de mayores ingresos publicitarios de soportes que no son propiedad del grupo, como la televisión de pago, canales temáticos e Internet, así como venta de publicidad en exteriores (iWall).

Los **ingresos netos de publicidad** después de descuentos suman 766,56 millones de Euros.

“**Otros ingresos**” incluyen principalmente la venta de derechos de co-producción cinematográfica así como los ingresos por juego y merchandising. Dichos ingresos ascienden a 60,26 millones de Euros. Esta cifra se ha reducido con respecto a 2012, año en el que se generaron importantes ingresos de las películas “Lo Imposible” y “Tadeo Jones”, estrenadas en el último trimestre de 2012.

Finalmente, los **ingresos netos totales** a 31 de diciembre de 2013 suman 826,82 millones de Euros.

Total Ingresos Netos, Publicitarios y Otros Ingresos, en miles de €



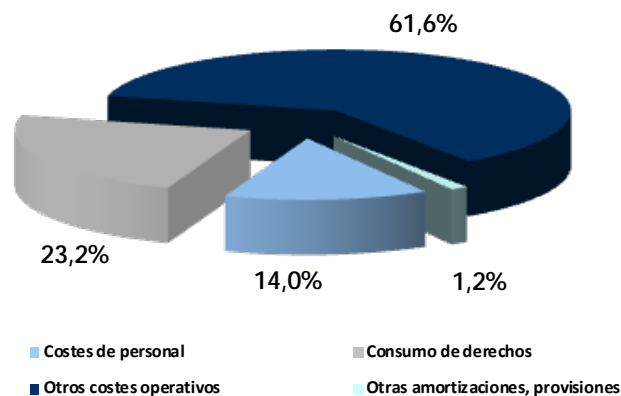
## 1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** en 2013 ascienden a 748,65 millones de Euros, lo que representa una disminución de 81,27 millones de Euros (un -9,8%) con respecto a 2012, a pesar de tener un canal más y haber emitido la Copa Confederaciones y el Eurobasket. Esta disminución de costes se debe principalmente a unos menores costes de derechos deportivos (principalmente la "UEFA EURO 2012") y del cine de la película "Lo imposible" así como la capacidad de la compañía de adaptar su base de costes a la realidad del mercado y materializar ahorros significativos en la parrilla.

**Tabla 3: Costes operativos**

Millones de €	2013	2012	Variación %
Costes de personal	104,85	109,26	(4,0%)
Consumo de derechos	173,93	210,47	(17,4%)
Otros costes operativos	460,85	502,06	(8,2%)
Otras amortizaciones, provisiones	9,02	8,14	10,8%
<b>Total Costes Operativos</b>	<b>748,65</b>	<b>829,92</b>	<b>(9,8%)</b>
Amortización PPA	8,00	8,00	-
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>756,65</b>	<b>837,92</b>	<b>(9,7%)</b>

### Estructura de Costes Operativos



Desde la adquisición de Cuatro, y debido al deterioro del mercado publicitario, el Grupo ha reforzado las políticas de control de costes, reduciendo sus costes operativos en 2013 en 220,79 millones de Euros (un 22,8%) de manera acumulada en los últimos tres años.

€ millones	2010*	2011	2012	2013	Var.
<b>Costes Operativos</b>	<b>969,44</b>	<b>824,12</b>	<b>829,93</b>	<b>748,65</b>	<b>-22,8%</b>

\*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

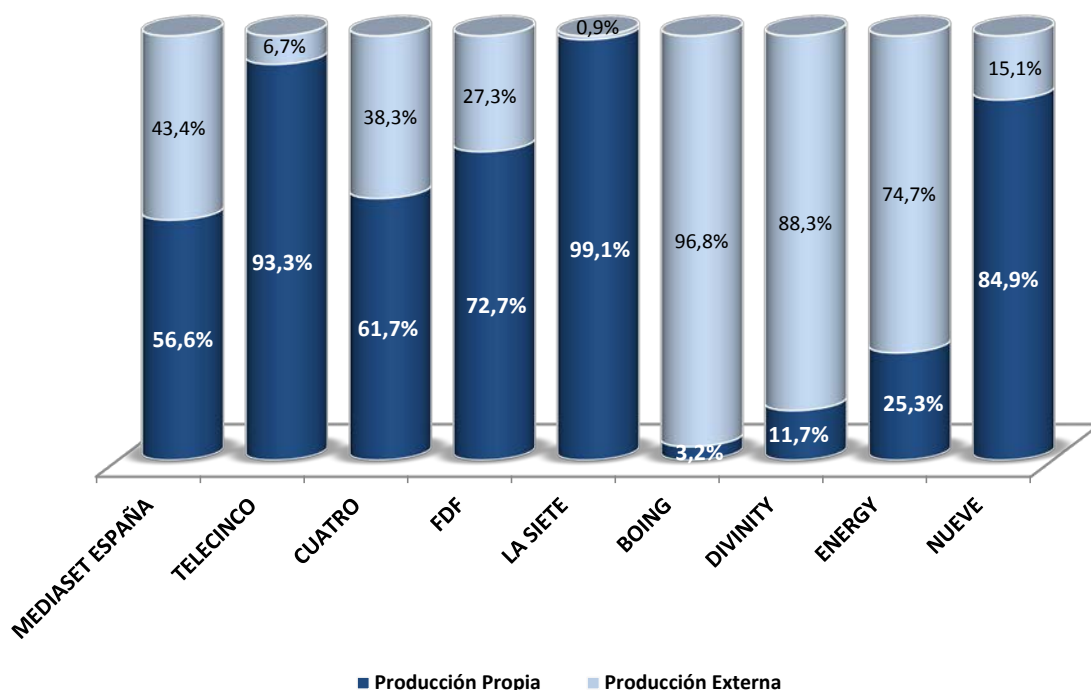
## Contenido

La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. A nivel grupo, el 56,6% corresponde a contenidos de producción propia frente al 43,4% de producción externa.

En el canal TELECINCO, en 2013, el 93,3% de la programación corresponde a producción propia y el 6,7% a programación de derechos de terceros (frente al 94,4% y al 5,6% en 2012, respectivamente).

La composición de la parrilla de CUATRO es un 61,7% de producción propia y un 38,3% de producción externa.

En cuanto a los demás canales, el 99,1% de la parrilla de LA SIETE es de contenidos de producción propia; el canal FACTORIA DE FICCIÓN tiene un 72,7% de producción propia frente a un 27,3% de derechos de terceros, DIVINITY tiene un 11,7% de producción propia y 88,3% de derechos de terceros, ENERGY 25,3% de producción propia y 74,7% de derechos de terceros, el canal BOING nutre casi la totalidad de su parrilla con contenidos de terceros (96,8%) y el canal NUEVE 84,9% de producción propia y 15,1% de derechos de terceros.



## 1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

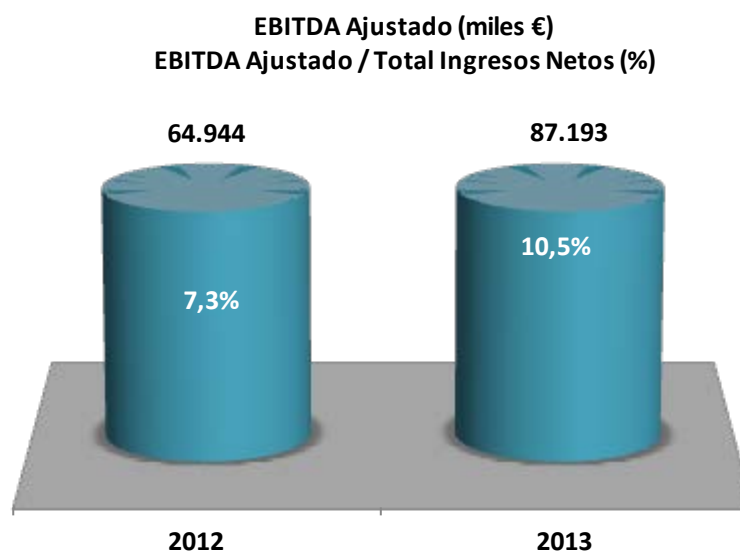
El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, asciende a un total de 87,19 millones de Euros, con un incremento 22,25 millones de Euros, (34,3%) respecto a 2012. Representa un margen sobre ingresos netos del 10,5%, aumentando 3,2 puntos en comparación con el margen obtenido en 2012.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los 70,17 millones de Euros, lo que supone un incremento del 43,8% comparado con el año anterior. Representa un margen sobre ingresos netos del 8,5%, un margen 3,0 puntos superior al alcanzado en 2012.

En 2013, Mediaset España mejora los márgenes operativos gracias a la efectividad del modelo de negocio y la estricta gestión de costes que han permitido compensar los menores ingresos publicitarios, sin afectar el liderazgo de audiencia de los canales del Grupo y tampoco la cuota de mercado publicitario.

**Tabla 4: Márgenes**

Millones de €	2013	2012
<b>Total ingresos netos</b>	<b>826,82</b>	<b>886,73</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>87,19</b>	<b>64,94</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>10,5%</i>	<i>7,3%</i>
<b>EBIT</b>	<b>70,17</b>	<b>48,80</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>8,5%</i>	<i>5,5%</i>
<b>Beneficio Neto</b>	<b>4,16</b>	<b>50,14</b>
<i>Margen Beneficio Neto</i>	<i>0,5%</i>	<i>5,7%</i>
<b>Beneficio Neto Ajustado</b>	<b>49,31</b>	<b>65,34</b>
<i>Margen Beneficio Neto Ajustado</i>	<i>6,0%</i>	<i>7,4%</i>



## 1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** representa un gasto de 3,27 millones de Euros.

Por otro lado, el resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia<sup>1</sup> y por depreciación de activos financieros** arroja un resultado negativo de 69,19 millones de Euros, que incluye el impacto correspondiente a la amortización de intangibles derivadas de la asignación de parte del precio de adquisición de DTS, así como el write-down (neto de impuestos) de la participación en DTS como resultado del preceptivo test de deterioro ("impairment test") llevado a cabo por el Grupo en aplicación de las normas contables en vigor.

## 1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos y de minoritarios** a 31 de diciembre de 2013 es negativo por 2,28 millones de Euros, siendo el **beneficio neto**, después de impuestos y minoritarios, de 4,16 millones de Euros.

El **resultado neto ajustado**, excluyendo el impacto neto de las amortizaciones de intangibles derivadas de la asignación de parte del precio de adquisición de Cuatro y de DTS y del resultado de las pruebas de deterioro en DTS, suma un total de 49,31 millones de Euros, lo que supone un margen del 6,0% sobre los ingresos netos totales.

---

<sup>1</sup> Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Editora Digital de Medios, S.L. (50%), Pegaso Television Inc. (43,7%), Netsonic, S.L. (38% participación indirecta), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30%), , Big Bang Media S.L. (30%), Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), Aprox Imagen S.L. (3%), 60DB Entertainment, S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30% participación indirecta), DTS Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (22%).



## 2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

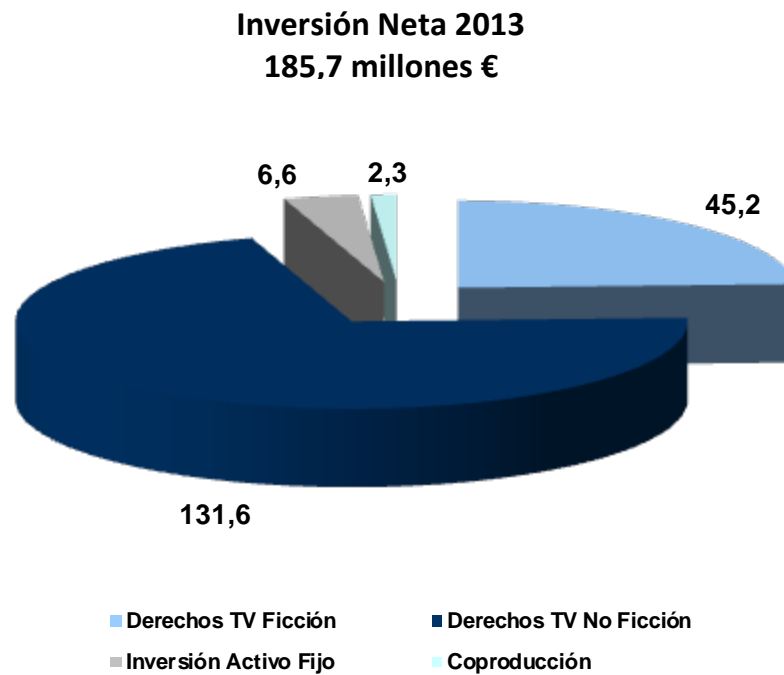
El **flujo libre de caja operativo** en 2013 es positivo de 10,95 millones de Euros, a pesar de la debilidad de la actividad del mercado publicitario.

**Tabla 5: Cash Flow**

Millones de €	2013	2012	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	3,90	49,54	(45,65)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	192,00	226,41	(34,41)
- Consumo Derechos	173,93	210,47	(36,54)
- Amortizaciones	18,08	15,94	2,13
Provisiones	(1,06)	0,21	(1,27)
Otros	57,61	(3,43)	61,04
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>252,45</b>	<b>272,74</b>	<b>(20,29)</b>
Inversión en Derechos	(179,08)	(183,08)	4,00
Inversiones, otras	(6,63)	(8,90)	2,27
Variación Fondo de Maniobra	(55,80)	(40,55)	(15,25)
<b>CASH FLOW LIBRE OPERATIVO</b>	<b>10,95</b>	<b>40,21</b>	<b>(29,26)</b>
Movimientos Patrimonio	6,58	1,22	5,36
Inversiones financieras	(0,59)	38,99	(39,58)
Dividendos cobrados	2,83	22,10	(19,28)
Pago de Dividendos	0,00	(55,26)	55,26
Variación Neta de Tesorería	19,76	47,27	(27,51)
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL</b>	<b>73,72</b>	<b>26,45</b>	<b>47,27</b>
<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL</b>	<b>93,48</b>	<b>73,72</b>	<b>19,76</b>

La **inversión neta total** alcanzó los 185,70 millones de Euros a 31 de diciembre de 2013.

Durante 2013, la inversión en producción ajena ha sido de 131,57 millones de Euros, en series de ficción nacional 45,20 millones de Euros y en co-producciones cinematográficas 2,30 millones de Euros, mientras que las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles fueron 6,63 millones de Euros.



### 3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	2013	2012
<b>Inmovilizado</b>	<b>962,86</b>	<b>1.047,62</b>
- Inm. Financiero	686,80	759,78
- Otro Inmovilizado	276,06	287,84
<b>Derechos y Anticipos</b>	<b>235,54</b>	<b>230,85</b>
- Terceros	183,33	180,85
- Ficción	35,14	30,43
- Coproducción / Distribución	17,07	19,57
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>186,29</b>	<b>176,43</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.384,69</b>	<b>1.454,91</b>
Activo corriente	236,39	219,50
Activo financiero y tesorería	113,53	92,76
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>349,92</b>	<b>312,26</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.734,61</b>	<b>1.767,17</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>1.431,38</b>	<b>1.420,90</b>
Provisiones	10,38	24,32
Acreedores no corrientes	10,06	6,84
Pasivo financiero no corriente	0,01	0,01
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>20,45</b>	<b>31,16</b>
Acreedores corrientes	262,74	296,06
Pasivo financiero corrientes	20,05	19,04
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>282,78</b>	<b>315,10</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.734,61</b>	<b>1.767,17</b>

Nuestro balance refleja una relación saludable entre los activos y pasivos de corto y largo plazo, así como una excelente relación entre la liquidez de cuentas a cobrar y cuentas por pagar.

La evolución de la **librería** muestra adaptabilidad en la composición por tipología de acuerdo con la estrategia de negocio y de inversión del Grupo.

El **activo y pasivo corriente** reflejan una adecuada gestión operativa del circulante.

La **posición financiera neta** a 31 de diciembre de 2013 asciende a un total de 93,48 millones de Euros positivos. La posición financiera supone una fortaleza para el Grupo, sin duda un factor muy positivo considerando las dificultades de los mercados financieros.

## 4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA<sup>2</sup>

### 4.1. Consumo Televisión

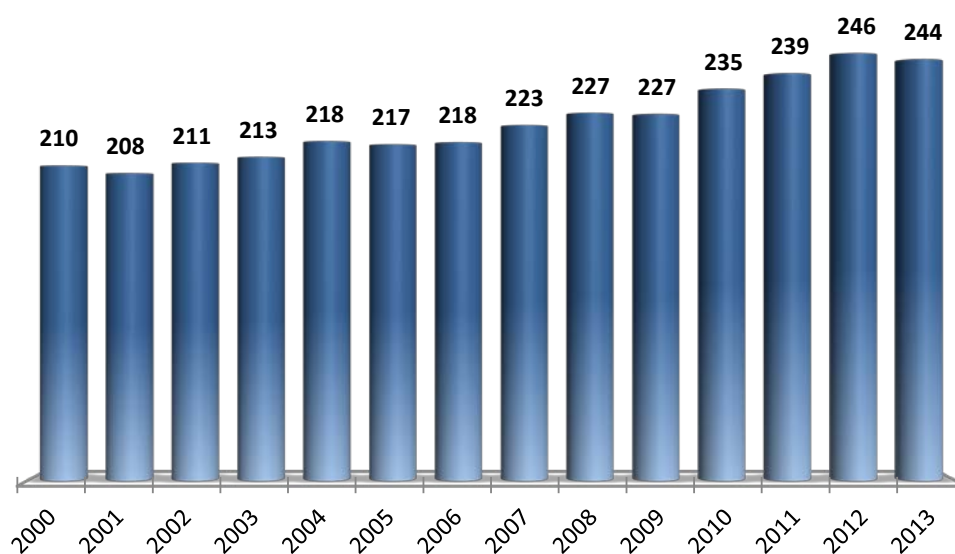
Años	Minutos	Miles
2000	210	5.642
2001	208	5.664
2002	211	5.759
2003	213	5.830
2004	218	6.170
2005	217	6.210
2006	218	6.275
2007	223	6.506
2008	227	6.691
2009	227	6.848
2010	235	7.149
2011	239	7.319
2012	246	7.513
2013	244	7.401

El promedio de consumo televisivo en 2013 se reduce ligeramente con respecto a 2012, situándose en 4 horas y 4 minutos por persona y día, con una media diaria de 7,4 millones de espectadores.

La disminución de la tendencia al alza de los últimos años, sería un reflejo de la estabilización del desempleo. No obstante, el consumo se mantiene fuerte gracias al aumento de la oferta TDT con contenidos específicos para cada espectador, junto con las nuevas estrategias multipantalla con el apoyo de las redes sociales. Los contenidos conectados atraen audiencia al mejorar la experiencia de TV y refuerzan la fidelidad de los espectadores con el programa.

El comportamiento de los espectadores demuestra el poder de los contenidos de televisión, cualquiera que sea la pantalla.

### Consumo TV



<sup>2</sup> Fuente: Kantar Media

## 4.2. Grupo

**Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-diciembre 2013**

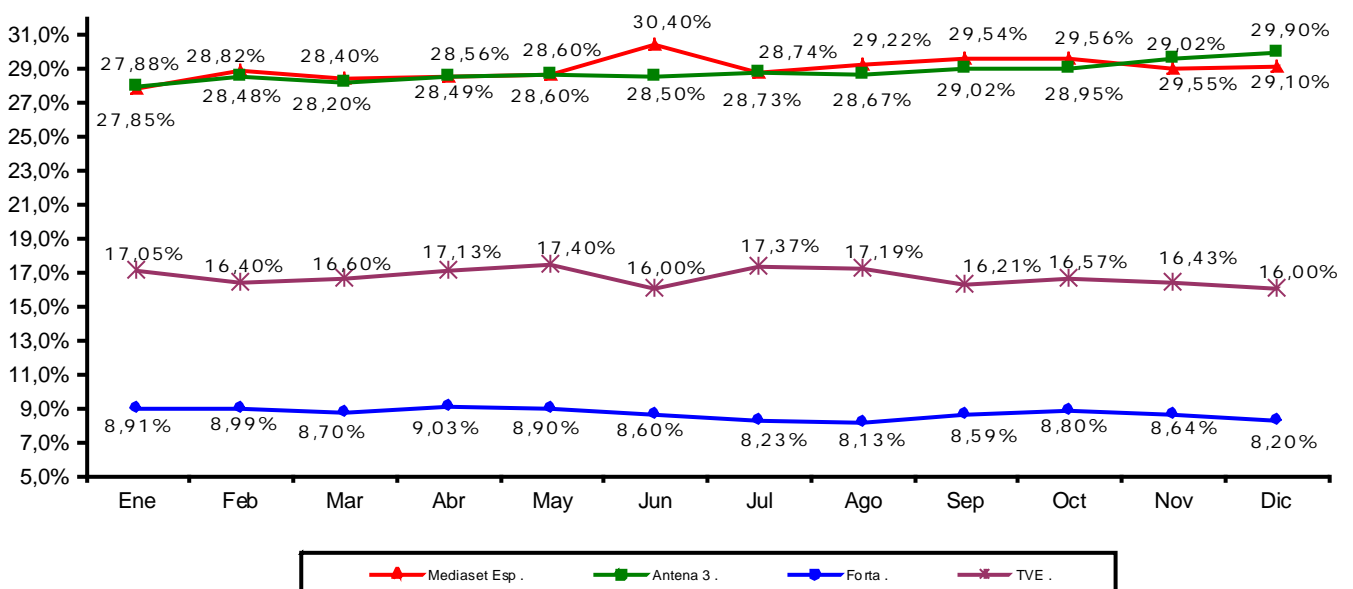
		2013	2012
<b>Total Individuos</b>	<b>Total Día</b>	<b>29,0%</b>	<b>28,1%</b>
	<b>PRIME TIME</b>	<b>27,3%</b>	<b>27,4%</b>
	<b>DAY TIME</b>	<b>29,8%</b>	<b>28,5%</b>
<b>Target Comercial</b>	<b>Total Día</b>	<b>31,0%</b>	<b>30,4%</b>
	<b>PRIME TIME</b>	<b>28,7%</b>	<b>29,3%</b>
	<b>DAY TIME</b>	<b>32,2%</b>	<b>30,9%</b>

Mediaset España cierra 2013 como el grupo de televisión líder con un 29,0% de cuota de audiencia en total día total individuos.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Mediaset España alcanza, en 2013, una cuota de 31,0%, lo que representa records históricos del Grupo en audiencia en total día total individuos y en target comercial.

Las dos primeras emisiones más vistas del 2013 pertenecen a Telecinco correspondientes a los penaltis y la prórroga del partido “España – Italia” de la Copa Confederaciones, con 13,6 millones de espectadores y cerca de 12 millones respectivamente).

**Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos**



## 4.3. Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-diciembre 2013

	TL5		CUATRO	
	2013	2012	2013	2012
<b>Total Individuos</b>				
<b>Total Día</b>	13,5%	13,9%	6,0%	6,0%
<b>PRIME TIME</b>	13,4%	14,4%	5,6%	5,7%
<b>DAY TIME</b>	13,5%	13,7%	6,1%	6,1%
<b>Target Comercial</b>				
<b>Total Día</b>	12,7%	13,6%	7,3%	7,4%
<b>PRIME TIME</b>	12,3%	14,1%	6,9%	7,0%
<b>DAY TIME</b>	12,9%	13,4%	7,4%	7,6%

El canal Telecinco alcanza en promedio el 13,5%, en 2013 en total día total individuos.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco tiene un promedio en el año de 12,7%.

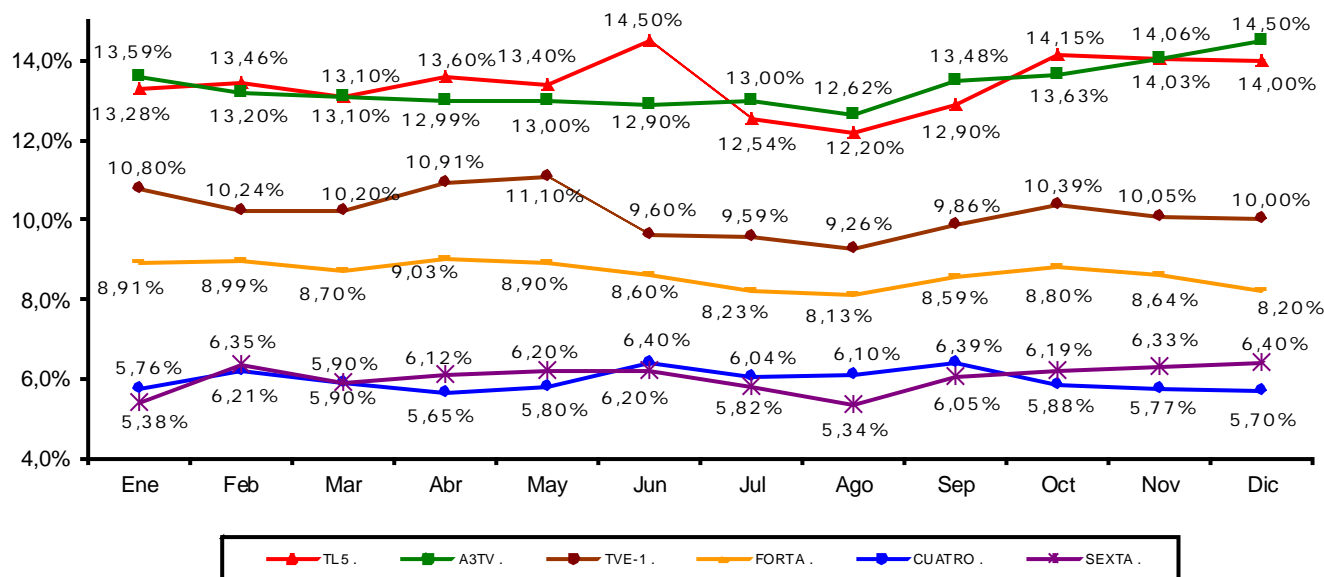
En 2013 Telecinco es la cadena que más días del año lidera, un 54,8%: 200 de los 365 días del año.

Cuatro alcanza una cuota del 6,0% en total día, total individuos y el 7,3% en target comercial.

En “prime time”<sup>3</sup>, total individuos Telecinco lidera con un promedio de 13,4%.

Por su parte Cuatro alcanza una cuota del 5,6% en “prime time”, total individuos.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



<sup>3</sup> Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

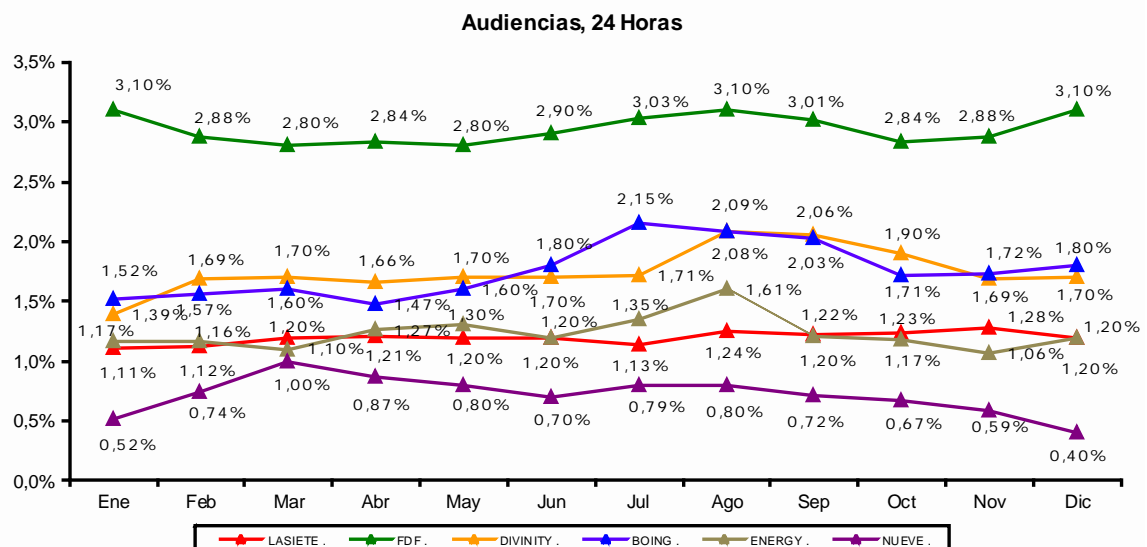
## 4.4. Canales Nueva Generación

**Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-diciembre 2013**

2013			
		Total Individuos	Target Comercial
<b>LASIETE</b>			
	Total Día	1,2%	1,4%
	PRIME TIME	1,3%	1,5%
<b>FDF</b>			
	Total Día	2,9%	3,7%
	PRIME TIME	2,7%	3,3%
<b>DIVINITY</b>			
	Total Día	1,7%	2,4%
	PRIME TIME	1,4%	1,8%
<b>BOING</b>			
	Total Día	1,7%	1,2%
	PRIME TIME	1,3%	0,9%
<b>ENERGY</b>			
	Total Día	1,2%	1,6%
	PRIME TIME	1,1%	1,3%
<b>NUEVE</b>			
	Total Día	0,7%	0,8%
	PRIME TIME	0,5%	0,6%

En 2013 Mediaset España ha completado su oferta televisiva con el lanzamiento a principios de año del canal "NUEVE", una televisión dirigida al gran público femenino. Mediaset España amplía así la oferta según la estrategia multi-canal y con un enfoque de desarrollo de la identidad de cada canal, por género o por producto, consiguiendo excelentes resultados de audiencia en su público objetivo. Boing, en su público objetivo de niños de 4 a 12 años, suma una audiencia del 13,5%, FDF, Divinity y Energy más que duplican la cuota de audiencia en sus respectivos targets y La Siete y Nueve también aumentan sus cuotas en sus públicos objetivos.

En el año, la audiencia en conjunto de los canales de nueva generación suma ya una cuota total de 9,6%, y de 11,1% en target comercial, alcanzando su record histórico.



## 4.5. Audiencia en Internet<sup>4</sup>

En 2013, Mediaset España destaca por la extensión de su servicio más allá del televisor, no sólo con las páginas web propias de cada cadena, sino también mediante aplicaciones para dispositivos móviles y su extensa presencia en redes sociales (Facebook, twitter)

Durante 2013 hemos tenido más de 1.400 millones de páginas vistas, esto significa que el promedio mensual están en torno a 115 millones, con un crecimiento del 30% de enero a diciembre, en nuestros sitios web.

Mediaset España mantiene el liderazgo en Internet en usuarios únicos 11 de los 12 meses del año con un récord de 18,7 millones de usuarios únicos en diciembre. El número de vídeos servidos durante el año con más de 1.069 millones de videos vistos representa el 50% de los videos distribuidos en España entre los sitios web de televisión en 2013. Mediaset España se posiciona como el primer grupo español en cuanto a número de videos vistos en internet, con un promedio de 89 millones de videos vistos por mes.

	Usuarios Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
<i>diciembre 2013</i>	<b>18.698.943</b>	<b>175.636.817</b>	<b>104.133.000</b>
<i>noviembre 2013</i>	<b>17.244.162</b>	<b>168.362.724</b>	<b>68.726.000</b>
<i>octubre 2013</i>	<b>17.132.328</b>	<b>180.535.598</b>	<b>88.947.000</b>
<i>septiembre 2013</i>	<b>18.477.944</b>	<b>308.692.003</b>	<b>79.483.000</b>
<i>agosto 2013</i>	<b>14.217.936</b>	<b>250.946.237</b>	<b>71.097.000</b>
<i>julio 2013</i>	<b>14.959.694</b>	<b>263.255.220</b>	<b>84.159.000</b>
<i>junio 2013</i>	<b>16.687.524</b>	<b>353.542.177</b>	<b>116.914.000</b>
<i>mayo 2013</i>	<b>18.483.679</b>	<b>433.667.636</b>	<b>203.678.000</b>
<i>abril 2013</i>	<b>18.521.114</b>	<b>438.461.808</b>	<b>76.131.000</b>
<i>marzo 2013</i>	<b>16.505.912</b>	<b>437.818.610</b>	<b>66.237.000</b>
<i>febrero 2013</i>	<b>15.168.202</b>	<b>358.681.987</b>	<b>56.554.000</b>
<i>enero 2013</i>	<b>14.368.973</b>	<b>262.403.273</b>	<b>47.475.000</b>

Las distintas marcas del grupo han producido asimismo más de 5 millones de descargas de aplicaciones en smartphones y tabletas, con las app de Mitele, "Tadeo Jones: Train Crisis", "La Voz", "Gran Hermano", "Mujeres y hombres y viceversa", "Mediaset MotoGP", "La noche de Jose Mota" y "Pasapalabra" como las más descargadas.

Asimismo Mediaset España ha liderado la televisión social en 2013. El grupo ha generado más de la mitad de los comentarios sobre televisión en las redes sociales. Ha liderado el impacto social todos los meses del año y ha acumulado más de 53 millones de menciones. La Voz y Gran Hermano 14, ambos de Telecinco, han sido los programas líderes en impacto social en 2013. La final de La Voz, con 752.311 comentarios en redes sociales, es el programa más comentado de la historia de la televisión en España y la decimocuarta temporada de Gran Hermano acumuló más de doce millones de menciones en las redes sociales.

<sup>4</sup> Fuente: OJD Nielsen y ComScore