

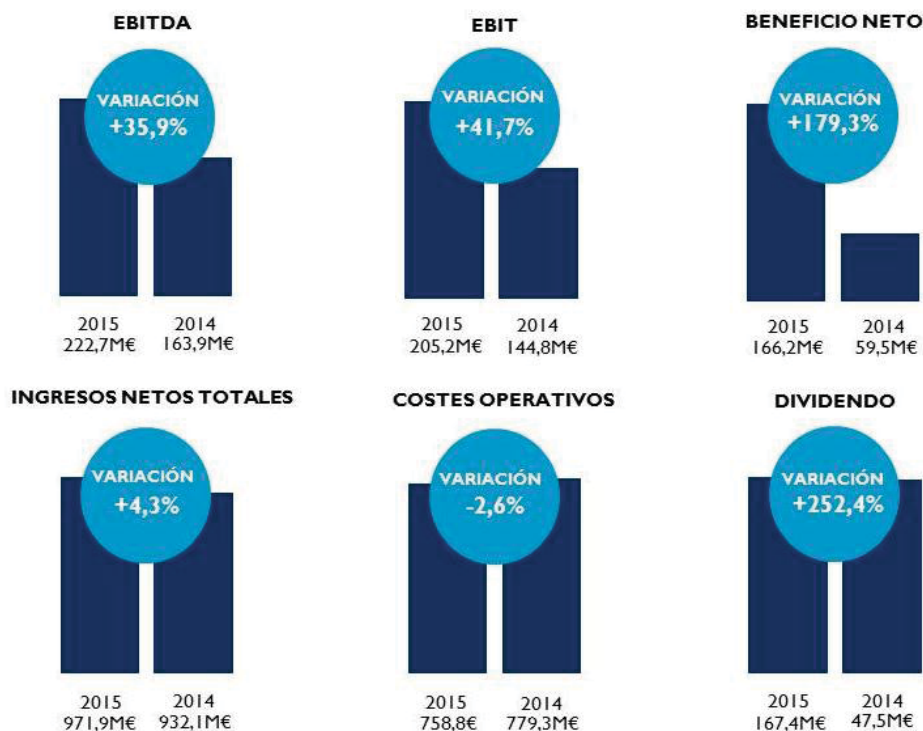
Madrid, 25 de febrero de 2016

RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE 2015

Los mejores resultados de los últimos siete años

Mediaset España obtiene un beneficio neto de 166,2M€, prácticamente el triple que en 2014, y propone el pago de un dividendo ordinario de 167,4M€

- El Consejo de Administración ha propuesto, previa aprobación en la próxima Junta General de Accionistas, la distribución de un dividendo ordinario de 0,50€ por acción en circulación, con un *pay-out* del 100,7%
- Ha obtenido los márgenes más elevados de los últimos siete años: un EBITDA de 222,7M€, un 35,9% más que en 2014, con un margen sobre ingresos totales del 22,9%; y un EBIT de 205,2M€, un 41,7% más que en el mismo periodo del año anterior, con un margen sobre ingresos totales del 21,1%
- Los ingresos brutos por publicidad han crecido un 5% hasta los 933,3M€, mientras que los ingresos publicitarios netos han ascendido a 898M€ (+4,9%)
- Reafirma su liderazgo en la cuota de mercado publicitario en televisión (43,4%), según datos de Infoadex
- Mediaset España ha reducido un 2,6% los costes operativos totales hasta los 758,8M€ respecto a 2014 (779,3M€)
- La posición financiera neta, tras el pago del dividendo y la recompra de acciones, se ha situado en 192,4M€
- En el cuarto trimestre, Mediaset España ha anotado un beneficio neto de 52,3M€ (+52.7% respecto al mismo periodo de 2014) tras alcanzar unos ingresos netos totales de 297,3M€ (+8,5%)
- Revalida el liderazgo en televisión con el dato más alto de su historia (31%) en el conjunto de sus canales, y en internet con una media mensual de 11 millones de usuarios únicos en el conjunto de sus webs



Mediaset España ha cerrado el año 2015 con una mejora en ingresos, márgenes operativos y, en particular, en el beneficio neto, con los valores más altos desde que se iniciara la caída del mercado publicitario en 2008.

Los ingresos brutos por publicidad han alcanzado los 933,3M€, un 5% más respecto a 2014, cifra que después de comisiones ha alcanzado los 898M€ y supone un crecimiento del 4,9% respecto al mismo periodo del año anterior, pese a que en 2014 Mediaset España obtuvo los ingresos generados por la retransmisión de 25 partidos del Mundial de Fútbol de Brasil. Además, ha reafirmado su liderazgo en la cuota de mercado publicitario en televisión con un 43,4%, según datos de Infoadex. La facturación neta total de la compañía ha sido en este periodo de 971,9M€, con un incremento del 4,3% respecto a 2014.

La compañía ha registrado un EBITDA de 222,7M€, lo que representa un margen sobre ingresos netos totales del 22,9% y un incremento del 35,9% respecto a 2014. El margen operativo EBIT se ha situado en 205,2M€, un 41,7% más que en el mismo periodo de 2014, lo que implica un margen sobre ingresos netos totales del 21,1%. Tanto el EBITDA como el EBIT han sido los más altos de la compañía desde que comenzara la crisis económica.

Como resultado, el beneficio neto se ha situado en 166,2M€, cifra 2,8 veces superior a los 59,5M€ registrados en 2014. Este resultado representa un margen sobre ingresos totales del 17,1% y un beneficio de 0,48€ por acción, casi tres veces más que el obtenido en el mismo periodo de 2014.

Desde el punto de vista de la gestión de los recursos, Mediaset España ha conseguido un ahorro de 20,6M€, reduciendo en 2015 un 2,6% sus costes operativos totales hasta los 758,8M€, frente a los 779,3M€ registrados en 2014.

Un ejercicio más, la compañía ha confirmado la fortaleza de su balance y ha mostrado al cierre del año una posición financiera neta positiva de 192,4M€, tras el pago de 47,5M€ de dividendo y la remuneración al accionista por importe total de 294M€ a través de la combinación de amortización y recompra de acciones propias. Mediaset España ha generado un *free cash flow* de 218,7M€ en el año, con un incremento de 74M€ respecto al mismo periodo de 2014 (144,7M€).

Mediaset España propuso ayer en la reunión de su Consejo de Administración, en la que se aprobaron por unanimidad las cuentas anuales consolidadas e individuales, la distribución de un dividendo ordinario de 167,4M€, que deberá ser refrendado en la próxima Junta General de Accionistas. Esta cifra representa un beneficio por acción de 0,50€ y un *pay-out* del 100,7%. De este modo, la compañía revalida su compromiso de remuneración máxima a sus accionistas: desde su salida a Bolsa ha distribuido 2.453,7M€ entre reparto de dividendos (1.763,9M€) y recompra de acciones (689,9M€).

Cuarto trimestre de 2015: ingresos netos totales de 297,3M€ y beneficio neto de 52,3M€

En el cuarto trimestre de 2015 Mediaset España ha registrado unos ingresos netos totales de 297,3M€, con unos costes operativos totales de 221,5M€. El EBIT, de 73,8M€, un 21,8% más que en 2014, supone un margen del 24,8% sobre ingresos netos totales.

El beneficio neto obtenido entre octubre y diciembre de 2015 se ha situado en 52,3M€, con un margen del 17,6% sobre ingresos netos totales, lo que equivale a un beneficio por acción de 0,15€.

Paolo Vasile, consejero delegado de Mediaset España, ha explicado que **“es una satisfacción presentar estos resultados, con los mejores márgenes de los últimos siete años, y haberlos conseguido junto a la plantilla de Mediaset España al completo. Hemos sustentado nuestra gestión en tres parámetros fundamentales: creando contenidos atractivos para el consumo**

tradicional de la televisión y uniéndolos a experiencias integradoras en las segundas pantallas. Ofreciendo a nuestros clientes la mayor eficacia para la difusión de sus mensajes comerciales con la gran cobertura de la televisión generalista o con la segmentación de canales temáticos y plataformas digitales, recibiendo una magnífica respuesta traducida en el liderazgo en la cuota de mercado. Y gestionando eficazmente los recursos, y muy especialmente el control de costes, para generar el mayor valor posible para el mercado y nuestros inversores, que este año se podrá materializar tras su aprobación en la Junta General en una retribución al accionista con el pago de un dividendo ordinario de 167,4 millones de euros, un 252,4% más respecto a 2014. Multiplicar por tres un beneficio que hasta en los años más difíciles de la crisis ha sido el mejor entre todas las empresas de comunicación en España nos sitúa un ejercicio más en un plano empresarial único, el que nos sirve de guía y motivación a todo el equipo humano que formamos parte de esta compañía para seguir buscando el gran objetivo de toda empresa privada: la rentabilidad”.

Mediaset España, líder en televisión con el mejor *share* de su historia, revalida su liderazgo en internet y vuelve a situar sus películas entre las más vistas del año

Mediaset España (31%), grupo líder de audiencia en televisión en 2015 con el mejor dato de su historia, ha liderado también en el *target* comercial (33,1%), *prime time* (29,9%, su dato más alto desde 2008) y *day time* (31,5%, grupo que más crece, +3 décimas).

Telecinco (14,8%): tras liderar los 12 meses del año, hito histórico para las televisiones comerciales en España que la cadena ya alcanzó por primera vez en 2007 y que ninguna otra ha conseguido repetir, se ha alzado con su cuarto triunfo anual consecutivo con el mejor dato de los últimos seis años. Encabeza también el *target* comercial (14,4%, mejor dato desde 2010), *prime time* (15,2%), *day time* (14,6%), mañana (13,9%), tarde (16,3%) y *late night* (19,1%).

Cuatro (7,2%): en el año de su décimo aniversario se ha situado como el canal con mayor crecimiento anual (+5 décimas) con su mejor dato desde 2009 en total día y *day time* (7,5%) y las mejores cifras desde 2010 tanto en *target* comercial (8,2%) como en *prime time* (6,4%).

Canales temáticos:

- **Factoría de Ficción (3,5%)**, líder de los temáticos por cuarto año consecutivo, se consolida como referente entre jóvenes 13-24 años (9,3%).
- **Divinity (2,3%)** ha anotado su récord histórico en total día con un *target* comercial del 3% y un 3,7% en mujeres de 16 a 44 años.
- **Energy (1,5%)** ha cerrado el año con un 2,3% en hombres de 25 a 44 años y un 1,9% en el *target* comercial.
- **Boing (1,6%)**, canal infantil líder de la televisión comercial por cuarto año consecutivo con un 12,5% de *share* en niños de 4-12 años.

Internet:

- **Mediaset España**, grupo audiovisual líder también en internet con una media mensual de 11 millones de usuarios únicos en el conjunto de sus webs (comScore) y un total de 1.138 millones de vídeos consumidos (Videometrix). **Telecinco.es**, de nuevo al frente de las webs de televisión con mayor tráfico (9,8 millones de usuarios únicos mensuales); **Cuatro.com** (3,9 millones de usuarios únicos) ha superado a su principal competidor LaSexta.com (2,1 millones); **Divinity.es** ha cerrado con una media mensual de 1,5 millones de usuarios únicos; y **Mitele.es** ha registrado 2,6 millones de usuarios únicos de media y un total de 460 millones de vídeos servidos. La oferta de **apps** vinculadas a sus principales contenidos acumula más de 11 millones de descargas en *smartphones* y tabletas.

Cine:

- En lo que respecta a la producción cinematográfica, los estrenos de Telecinco Cinema en 2015 han acaparado el 49,9% de la cuota de mercado del cine español: 'Ocho apellidos catalanes' (32M€ y 5,1M espectadores*), película más taquillera del año por delante incluso de 'Star Wars: el despertar de la Fuerza'; 'Atrapa la bandera' (11M€ y 1,9M espectadores*), segunda película española más taquillera; y 'Regresión' (9M€ y 1,4M espectadores*), cuarta en el ranking.

**Datos a cierre de 2015*

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.



@mediasetcom

/mediasetesp

www.mediaset.es/mediasetcom