

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS SEMESTRALES *Enero – Junio 2016*

Madrid, 27 de Julio de 2016

ÍNDICE:

Principales magnitudes

1. Cuenta de pérdidas y ganancias
2. Generación de cash-flow
3. Balance de situación
4. Evolución de la audiencia
5. Internet
6. Media for equity
7. 2016 Hechos relevantes
8. Contacta con nosotros

Conference Call / Web cast details

27 Julio 2016 at 18:00 CET

Teléfono desde España: +34 917 900 879
Teléfono desde UK: +44 203 147 4607
Teléfono desde USA: + 1 866 388 1927

Vía Webcast en el siguiente link:

<http://edge.media-server.com/m/p/4rafyf3p>

O a través de la página de Inversores:

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



PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	1S16	1S15	Var. (%)
Total ingresos netos	521,6	478,5	9,0%
Total costes operativos	361,6	359,0	0,7%
EBITDA adj⁽¹⁾	160,0	119,5	33,9%
Margen EBITDA	30,7%	25,0%	+5,7bp
EBIT	150,1	111,0	35,3%
Margen EBIT	28,8%	23,2%	+5,6 bp
Beneficio neto	117,7	97,8	20,3%
BPA ⁽²⁾	0,35	0,27	29,5%
Posicion Financiera	65,4	244,8	

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

(2) Se excluye las acciones de autocartera a 30 de junio.

Mediaset España registra la primera mitad del 2016 un **EBITDA de €160,0 millones**, un incremento del **33,9%** en comparación con el mismo periodo del año anterior, y también incrementa, el **EBIT** hasta **€150,1 millones**, un **35,3%** superior al de la primera mitad 2015.

- El **total ingresos netos** de los seis primeros meses 2016 suman **€521,6 millones**, con unos **ingresos netos de publicidad de €489,1 millones** y **€32,5 millones** en la línea de “Otros ingresos”.
- Según Infoadex, el **mercado publicitario de TV** creció en los seis primeros meses del año, un **8,4%**, mientras que el **mercado publicitario total creció un 4,7%**. Infoadex confirma el liderazgo de **Mediaset España** con una cuota de mercado del **43,6%**.
- El **margen EBITDA** del periodo es del **30,7%**, **5,7 pp superior** al mismo periodo del año pasado (**25,0%**).
- El **beneficio neto del primer semestre de 2016** alcanza los **€117,7 millones**, un incremento del **20,3%** en comparación con la primera mitad 2015 (**€97,8 millones**).
- Durante el **segundo trimestre del año (abril-junio)**, **Mediaset España** obtuvo una cuota de mercado del **44,3%**, según Infoadex, registrando **€290,8 millones** en ingresos publicitarios netos (un incremento del **12,8%** en comparación con el mismo periodo 2015) y un margen **EBITDA de €89,2 millones** (un margen del **30,7%** sobre ingresos netos totales) obteniendo un resultado neto de **€67,6 millones**.
- **Mediaset España**, a finales de junio 2016 registra, tras el pago de **€167,4 millones** en dividendos el **19 de abril 2016** y la recompra de acciones por importe de **€91,4 millones** en el año, una posición neta de caja de **€65,4 millones**.
- **Mediaset España** obtiene una audiencia del **30,5% en 24 horas total individuos** y del **31,9% en target comercial** en la primera mitad 2016. **Mediaset España** emitió 18 partidos de la **Eurocopa2016** durante el mes de junio.
- **Mediaset España** consigue en el primer semestre 2016, **167,6 millones de usuarios únicos**, **1,75 billones de páginas vistas** y **571,9 millones de video servidos** (fuentes OJD y ComScore).
- El nuevo capital social de **Mediaset España** es de **336.717.490 acciones**, tras la cancelación de las acciones en autocartera de la compañía.
- El 21 de abril 2016, **Mediaset España** lanzó su nuevo canal **HD Be Mad**.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

	1S2016	1S2015	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	521,58	478,53	9,0%
Consumo de derechos	(92,57)	(84,00)	10,2%
Costes de personal	(51,94)	(51,18)	1,5%
Otros costes operativos	(217,08)	(223,82)	(3,0%)
TOTAL COSTES	(361,59)	(359,00)	0,7%
EBITDA ajustado	159,99	119,53	33,9%
Otras amortizaciones, provisiones	(5,87)	(4,55)	28,8%
Amortización PPA	(4,00)	(4,00)	0,0%
EBIT	150,13	110,97	35,3%
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	0,96	16,25	-
Resultado Financiero	(0,40)	0,27	-
Beneficio antes de impuestos	150,68	127,49	18,2%
Impuesto de Sociedades	(33,11)	(29,85)	10,9%
Minoritarios	0,17	0,19	(10,1%)
Beneficio Neto	117,74	97,83	20,3%

El **beneficio neto** del **primer semestre 2016** asciende a **€117,74 millones**, un incremento de **€19,91 millones (+20,3%)** en comparación con el mismo periodo 2015 (**€97,83 millones**).

1.1. Ingresos

Según **Infoadex**, el mercado publicitario convencional creció en el primer semestre un 4,7% hasta los €2.090,4 millones; el mercado televisivo creció un **8,4% hasta los €1.114,9 millones**. Entre los **medios convencionales**, la televisión incrementó su cuota de mercado en **1,8pp, hasta el 53,3%**. Infoadex confirma el **liderazgo de Mediaset España** con una **cuota de mercado del 43,6%** en el primer semestre de 2016.

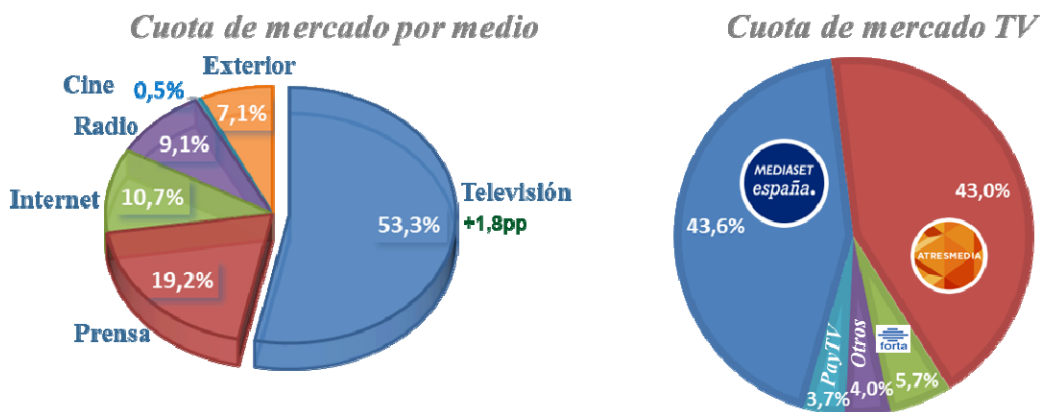


Tabla 2: Ingresos

	1S2016	1S2015	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	507,97	473,20	7,3%
- Medios Propios	491,21	449,74	9,2%
- Medios Ajenos	16,76	23,46	(28,6%)
Comisiones	(18,90)	(19,25)	(1,8%)
Ingresos netos de publicidad	489,08	453,95	7,7%
Otros ingresos	32,50	24,58	32,3%
TOTAL INGRESOS NETOS	521,58	478,53	9,0%

Los **ingresos brutos de publicidad de medios propios**, del primer semestre del año, ascienden a un total de **€491,21 millones**, un incremento del **9,2%**, en comparación con el mismo periodo del año anterior (**€449,74 millones**). En esta línea se incluyen los ingresos generados por los **7 canales en abierto** que el grupo gestiona: **TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY, ENERGY** y desde el 21 de abril **BE MAD**, el nuevo canal HD. La buena marcha del mercado publicitario en el primer semestre del año junto con la **Eurocopa2016**, han permitido a **Mediaset España** obtener un **crecimiento de los ingresos superior a la evolución del mercado publicitario TV**.

Los **ingresos brutos de publicidad de medios ajenos**, que incluyen la venta de publicidad de canales regionales en abierto así como **varios canales de pago, internet y e-walls**, alcanzan los **€16,76 millones** en los seis primeros meses 2016, lo que supone una **disminución de €6,70 millones respecto del 2015**, lo que es debido a la **finalización del contrato de DTS** en 2015. Desde el mes de marzo **Mediaset España** ha incrementado su cartera de clientes con la suma de **nuevos acuerdos con TNT y 13TV**.

El **total de ingresos brutos de publicidad**, suman **€507,97 millones** en la **primera mitad 2016**, lo que supone un **incremento del 7,3%** en comparación con el mismo periodo 2015 (**€473,20 millones**).

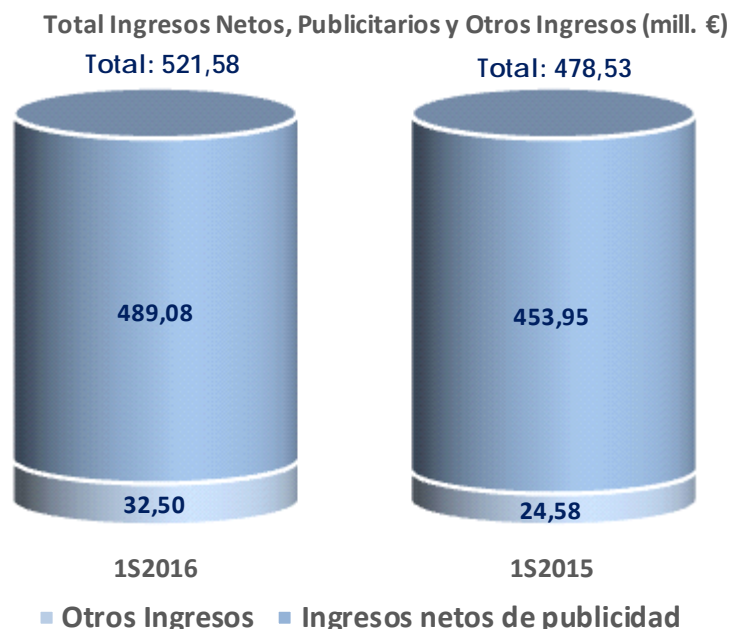
Los **ingresos netos publicitarios**, ingresos después de comisiones, alcanzan los **€489,08 millones** en la **primera mitad 2016**, lo que supone un **incremento del 7,7%** respecto del mismo periodo 2015 (**€453,95 millones**).

La línea de **otros ingresos** está compuesta por varias líneas de negocio: Internet, el juego y actividad cinematográfica entre otros. En la **primera mitad 2016 se registraron un total de €32,50 millones** en comparación con **€24,58 millones** del mismo periodo 2015, esto es un **incremento del 32,3%**. La diferencia se debe principalmente, al **negocio del cine y la venta de derechos**, que han registrado un buen comportamiento en el semestre.

En la primera mitad del año, **Mediaset España** estrenó **dos títulos** de cine: **“Cien años de perdón”** (febrero) y **“Kiki, el amor se hace”** (abril), entre ambos títulos se obtuvo **más de dos millones de espectadores** y **más de €12,00 millones de taquilla**, lo que ha **contribuido de forma positiva a esta línea de ingresos**. En la clasificación de las películas españolas más taquilleras de 2016 los dos estrenos de Mediaset España se sitúan en **primera y segunda posición**.

Además el **buen comportamiento de los ingresos de internet** y del **negocio del juego** han sumado a los **buenos resultados** de esta línea de ingresos.

Total de ingresos netos, en la **primera mitad 2016**, suman **€521,58 millones** un **9,0% superior** (**€478,53 millones**) al mismo periodo 2015 (**€478,53 millones**).



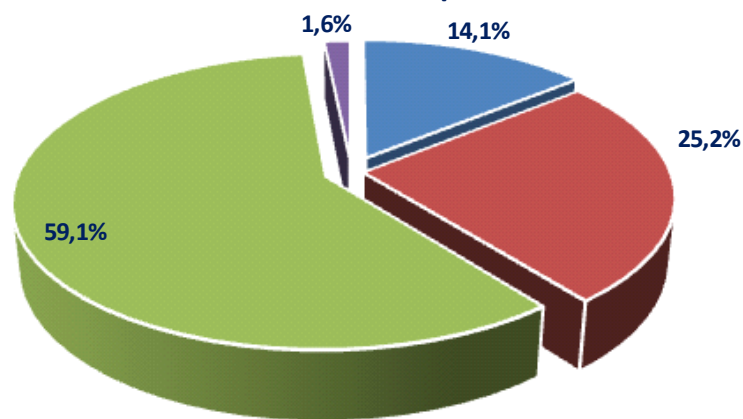
1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** de la **primera mitad 2016**, ascienden a **€367,45 millones**, en comparación con los **€363,55 millones del mismo periodo 2015**, lo que supone un incremento del **1,1% en el periodo**. Los **otros costes operativos** se mantienen prácticamente planos, en comparación con el **mismo periodo 2015**, a pesar de la compra de derechos de la **Eurocopa2016**, lo que es prueba de la **gran flexibilidad del modelo de negocio** de la compañía en la consecución de la optimización de los recursos.

Tabla 3: Costes operativos

	1S2016	1S2015	Variación %
Costes de personal	51,94	51,18	1,5%
Consumo de derechos	92,57	84,00	10,2%
Otros costes operativos	217,08	223,82	(3,0%)
Otras amortizaciones, provisiones	5,87	4,55	28,8%
Total Costes Operativos	367,45	363,55	1,1%
Amortización PPA	4,00	4,00	-
TOTAL COSTES	371,45	367,55	1,1%

Estructura de costes operativos



- Costes de personal
- Consumo de derechos
- Otros costes operativos
- Otras amortizaciones, provisiones

Los **costes operativos del primer semestre** del 2016 son un **27,6%** inferiores a los del mismo **periodo 2010** pro-forma. Esto se traduce en **ahorros de €139,93 millones** en los costes operativos de la **primera mitad 2016** en comparación con el **la primera mitad del 2010**.

millones €	1S2010	1S2011	1S2012	1S2013	1S2014	1S2015	1S2016	Var.
Costes Operativos	507,38	421,86	437,98	375,87	383,90	363,55	367,45	27,6%

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

Contenido

Mediaset España, como resultado de la asignación de canales llevada a cabo por el gobierno en octubre 2015, tiene **7 canales a finales del primer semestre 2016**, el 21 de abril **Mediaset España** lanzó **Be Mad**, su nuevo canal HD.

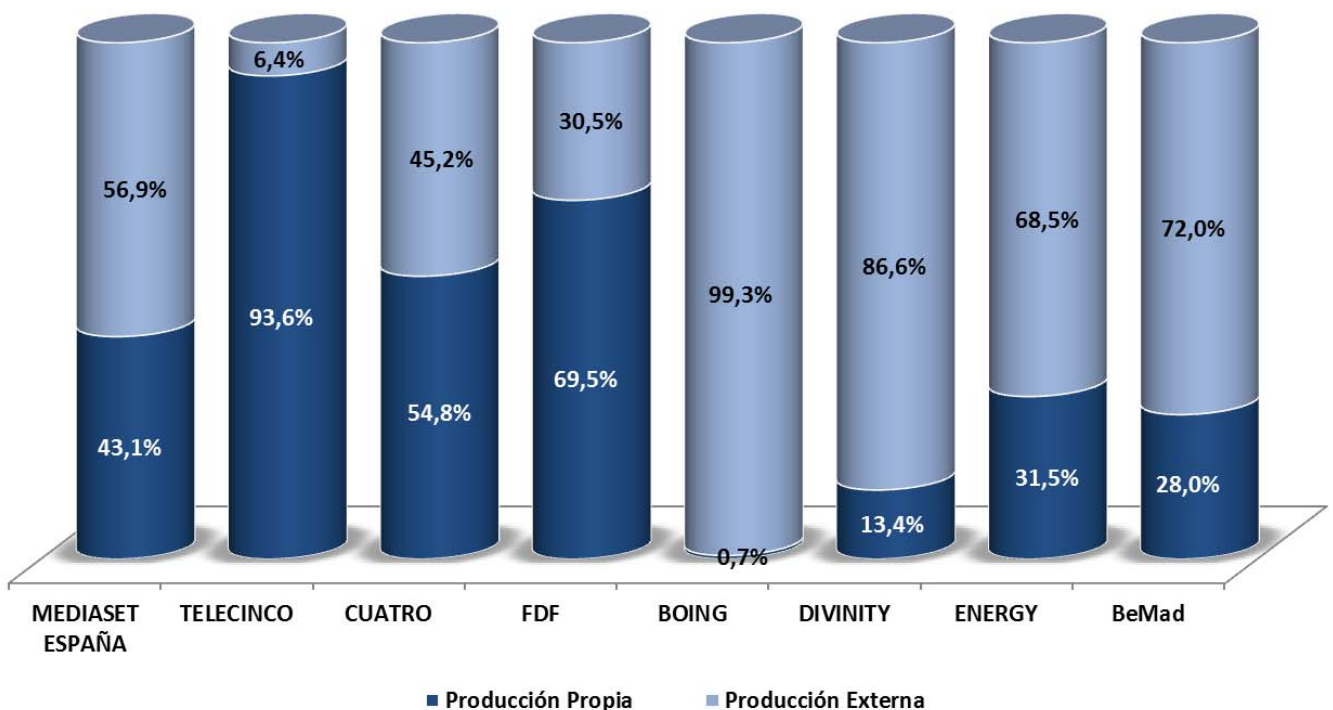
En el periodo **enero a junio 2016**, el grupo **Mediaset**, ha destinado un **43,1%** de sus horas de emisión a la **producción propia** y el **56,9%** a **derechos de terceros**, en comparación con el **46,7%** y el **53,3%** del mismo periodo **2015**, respectivamente.

TELECINCO destinó el **93,6%** de sus horas de emisión a la **producción propia**, en línea con el porcentaje de 2015 (92,5%), mientras que el resto de las horas de emisión (**6,4%**) se asignaron a la **producción externa** (comparado con el 7,5% del año pasado).

CUATRO destinó un **54,8%** de su parrilla a la **producción propia** y un **45,2%** a la **producción de externa**, un incremento de 3.6pp en la producción propia en comparación con el mismo periodo 2015 (51,1% producción propia y 48,9% producción externa, primera mitad 2015).

El promedio de los dos canales principales de Mediaset España muestra que un **75,0%** del total de horas emitidas han sido de programas de producción propia, mientras que el **25,0%** fue de programas de producción ajena.

En cuanto a los demás canales, para la **primera mitad 2016**, **FACTORIA DE FICCION** dedicó un **69,5%** de **producción propia** frente a un **30,5%** de **derechos de terceros**, el canal **BOING** dedica la mayor parte de su parrilla a los **derechos a terceros**, un **99,3%**, **DIVINITY** presenta un **13,4%** de **producción propia** y **86,6%** de **derechos de terceros**, **ENERGY** dedica un **31,5%** de la parrilla a la **producción propia** y un **68,5%** a la **producción externa**. El nuevo canal, **BE MAD**, asigna el **28,0%** de su parrilla a la **producción propia** y el **72,0%** a los **derechos a terceros**.



1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

Mediaset España eleva su **resultado bruto de explotación (EBITDA)** hasta un total de **€159,99 millones** en la **primera mitad 2016**, esto es un **incremento de €40,46 millones (+33,9%)** en comparación con el **mismo periodo 2015 (€119,53 millones)**. La compañía obtiene un **excelente margen EBITDA ajustado**, del **30,7%** sobre el **total ingresos netos totales**, en la **primera mitad 2016**, lo que supone una mejora de **5,7pp** respecto del mismo periodo 2015 (**25,0%**).

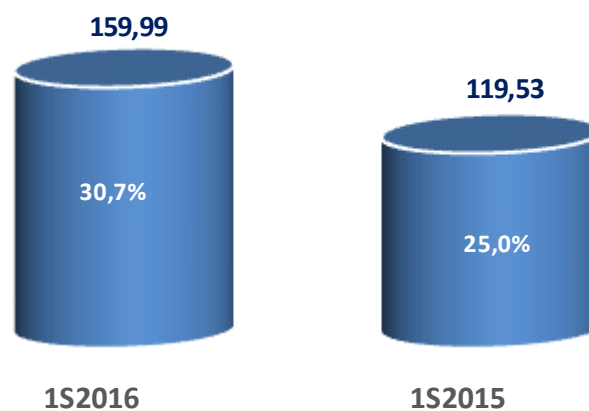
El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€150,13 millones**, lo que representa un incremento del **35,3%** comparado con el **mismo periodo 2015** y supone un margen del **28,8%** sobre el **total ingresos Netos**, **5,6pp** mejor que la **primera mitad 2015 (23,2%)**.

Mediaset España presenta sus mejores márgenes semestrales desde **2008**.

Tabla 4: Márgenes

	1S2016	1S2015
Total ingresos netos	521,58	478,53
EBITDA ajustado	159,99	119,53
Margen EBITDA Ajustado	30,7%	25,0%
EBIT	150,13	110,97
Margen EBIT	28,8%	23,2%
Beneficio Neto	117,74	97,83
Margen Beneficio Neto	22,6%	20,4%

EBITDA Ajustado (mill. €)
EBITDA Ajustado / Total Ingresos Netos (%)



1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero del primer semestre **2016** supone un gasto de **€0,40 millones**.

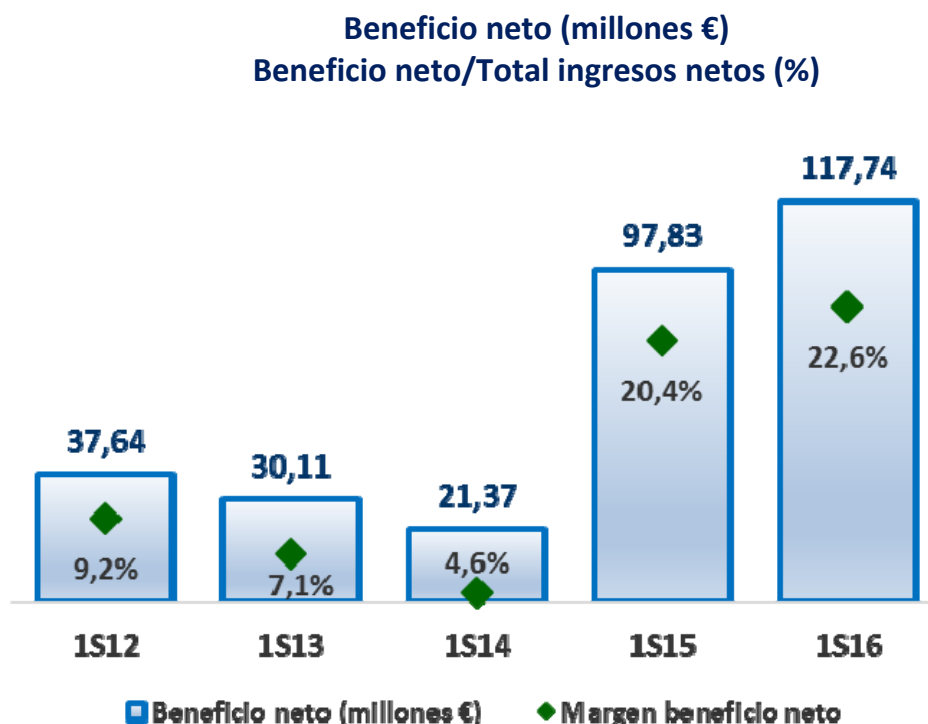
Las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**¹ arrojan un resultado positivo de **€0,96 millones**, que incluye la contribución de las compañías de las que participa **Mediaset España**. Este resultado incluye la indemnización de Telefónica relacionada con el incremento en el número de los abonados de DTS desde la fecha en que tomaron control, tal como estipulado en el acuerdo firmado en la venta de la inversión.

La diferencia con el resultado del **año anterior (€16,25 millones)**, se debe principalmente, por un lado al **exit** de la **Nevera Roja** y por otro, a los **ingresos contingentes** de Telefónica tras la compra de la participación de Prisa en DTS.

1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos**, de los seis primeros meses 2016, es de **€150,68 millones**, en comparación con los **€127,49 millones** del mismo periodo del año anterior.

El **resultado neto, después de impuestos**, suma un total de **€117,74 millones**, en comparación con los **€97,83 millones** de la primera mitad 2015, un **incremento de €19,91 millones (20,3%)**. **Mediaset España** registra un **22,6%** de **margen de resultado neto** en el periodo (sobre ingresos totales).



¹ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Pegaso Television Inc. (43,7%), A.I.E. (Furia de titanes 2) (34% participación indirecta), Supersport TV, S.L. (30%), Producciones Mandarina S.L. (30%), La Fábrica de la Tele S.L. (30%), Megamedia TV, S.L. (30%), Edica 8Tv (40%) y Aunia (50%).

2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** de la primera mitad 2016 es **€130,01 millones**, esto es una mejora de **€24,88 millones** (un **+23,7%**) con respecto del **mismo periodo del año anterior** (€105,13 millones). **Mediaset España** consigue una excelente conversión a tesorería del **81,3% de su EBITDA** (€159,99 millones).

La compañía ha **completado su último programa de recompra de acciones propias el 20 de febrero 2016**, con una **inversión total, en 2016, de €91,40 millones**. Además, el **19 de abril** abonó un dividendo total de **€167,40 millones (€0,497/bruto por acción)** correspondiente a la distribución del beneficio neto del año 2015.

La compañía cuenta con una **posición neta de caja, a 30 de junio 2016 de €65,44 millones**.

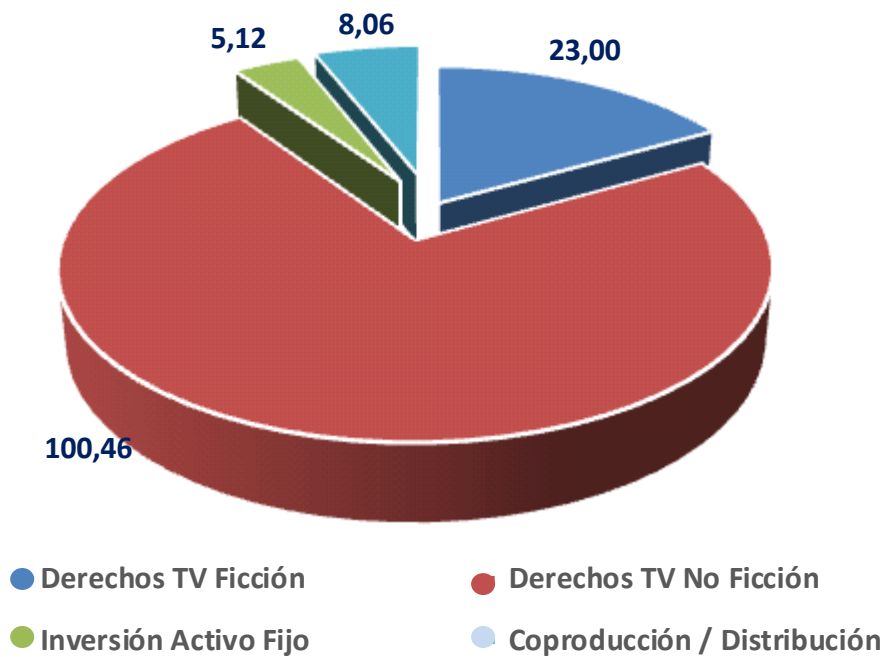
Tabla 5: Cash Flow

	1S2016	1S2015	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	117,57	97,64	19,93
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	101,45	92,50	8,95
- Consumo Derechos	92,57	84,00	8,57
- Amortizaciones	8,88	8,51	0,38
Provisiones	0,97	0,05	0,93
Otros	21,70	21,19	0,51
CASH FLOW OPERATIVO	241,69	211,38	30,31
Inversión en Derechos	(131,52)	(119,14)	(12,38)
Inversiones, otras	(5,12)	(4,10)	(1,03)
Variación Fondo de Maniobra	24,96	16,98	7,98
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	130,01	105,13	24,88
Compra acc. Propias	(91,40)	(71,64)	(19,76)
Movimientos Patrimonio	1,50	(1,70)	3,19
Inversiones/Desinversiones financieras	(1,34)	(6,92)	5,59
Dividendos cobrados	1,67	1,78	(0,12)
Pago de Dividendos	(167,40)	(47,54)	(119,86)
Variación Neta de Tesorería	(126,97)	(20,89)	(106,08)
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	192,41	265,71	(73,30)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	65,44	244,82	(179,38)

La inversión neta total, a 30 de junio 2016 alcanzó los **€136,64 millones**.

Durante la primera mitad del 2016, **Mediaset España**, invirtió **€100,46 millones** en **derechos de terceros**, **€23,00 millones** en series de **ficción nacional**, **€8,06 millones** en **co-producciones/distribución cinematográficas** y **€5,12 millones** en **activos fijos tangibles e intangibles**

Inversión Neta 1S2016
136,64 millones €



3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

	Junio 2016	Diciembre 2015
Inmovilizado	576,11	581,11
- Inm. Financiero	316,67	317,82
- Otro Inmovilizado	259,43	263,29
Derechos y Anticipos	239,57	201,24
- Terceros	197,74	163,82
- Ficción	24,23	22,80
- Coproducción / Distribución	17,60	14,62
Impuesto Anticipado	113,55	134,51
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	929,22	916,86
Activo corriente	255,29	256,87
Activo financiero y tesorería	85,05	212,42
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	340,34	469,29
TOTAL ACTIVO	1.269,57	1.386,15
FONDOS PROPIOS	930,16	1.069,90
Provisiones	9,59	10,39
Acreeedores no corrientes	8,80	8,48
Pasivo financiero no corriente	16,11	7,54
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	34,50	26,41
Acreeedores corrientes	301,40	278,22
Pasivo financiero corrientes	3,51	11,61
TOTAL PASIVO CORRIENTE	304,91	289,84
TOTAL PASIVO	1.269,57	1.386,15

Mediaset España presenta un **buen equilibrio** entre sus **activos y pasivos corrientes**, como lo demuestra el **ratio de liquidez de 1,12x**.

Los **Fondos Propios** de la compañía, se han **reducido** en la **primera mitad 2016 en €139,74 millones**. Esto **se debe**, fundamentalmente al **pago del dividendo (un total de €167,40 millones)** y al **programa de recompra de acciones** de la compañía, por importe de **€91,40 millones** en el periodo.

4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

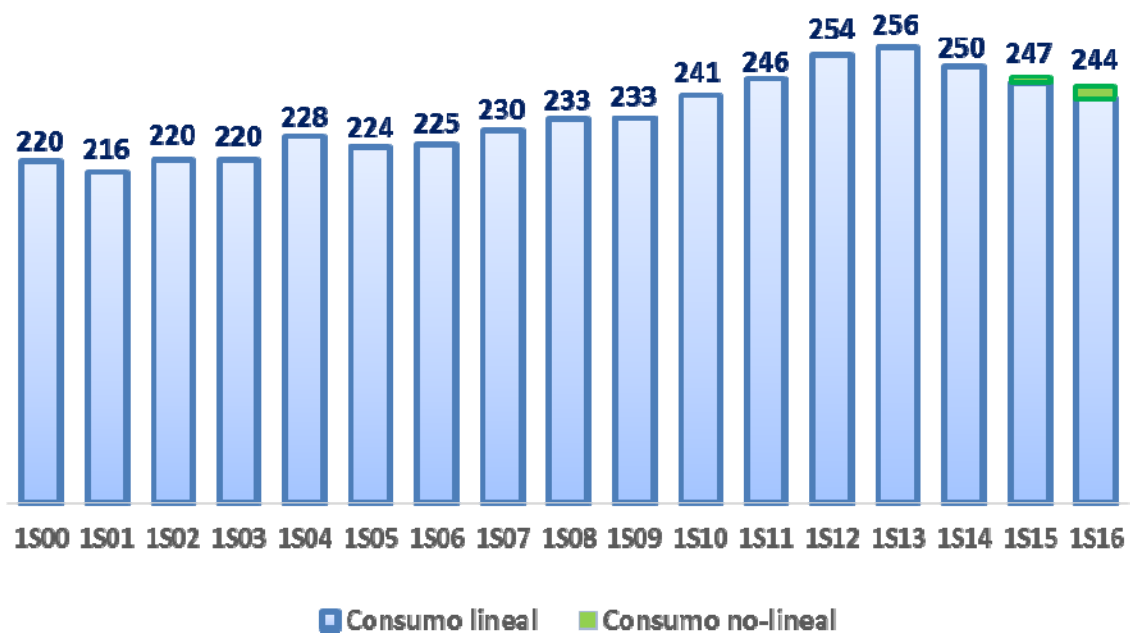
4.1 Consumo Televisión

Años	Consumo			Miles (espectadores)
	Lineal	Non-lineal	Total TV	
1S00	220		220	5.897
1S01	216		216	5.891
1S02	220		220	6.006
1S03	220		220	6.018
1S04	228		228	6.434
1S05	224		224	6.419
1S06	225		225	6.486
1S07	230		230	6.697
1S08	233		233	6.866
1S09	233		233	7.091
1S10	241		241	7.338
1S11	246		246	7.520
1S12	254		254	7.757
1S13	256		256	7.830
1S14	250		250	7.705
1S15	245	2	247	7.749
1S16	240	4	244	7.402

El promedio de consumo televisivo en el primer semestre 2016 fue de 244 minutos, cuatro horas por día y persona y el promedio diario asciende a 7,4 millones de espectadores.

El promedio de consumo lineal ha sido de 240 minutos mientras que el consumo no-lineal fue de 4 minutos por persona y día.

El promedio de consumo de televisión en España continúa por encima de los datos de 2009: consumo televisión 233 minutos y 7,1 millones de espectadores.



² Fuente: Kantar Media

4.2. Audiencias grupo ³

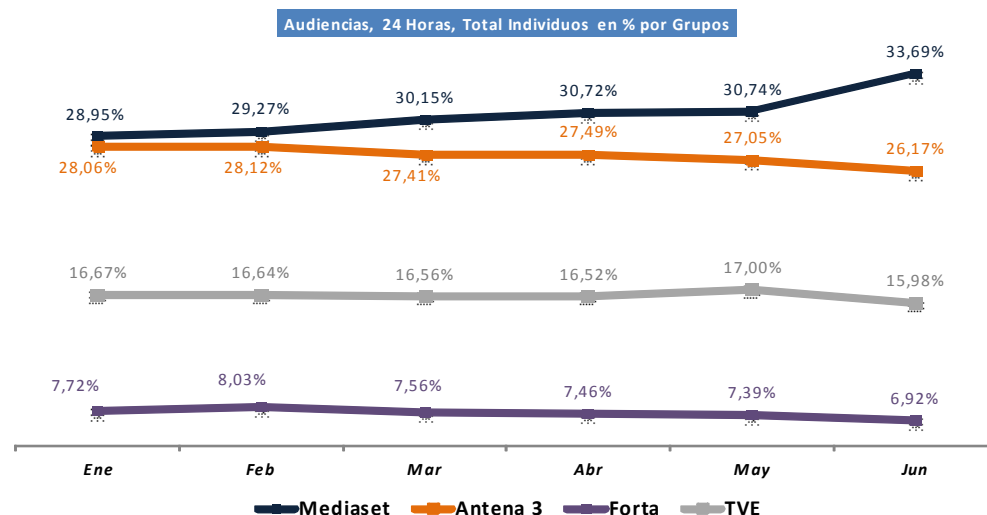
Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero - junio 2016

		1S2016	1S2015
Total Individuos	Total Día	30,5%	31,4%
	PRIME TIME	30,3%	30,5%
	DAY TIME	30,6%	31,9%
Target Comercial	Total Día	31,9%	33,5%
	PRIME TIME	30,9%	31,7%
	DAY TIME	32,5%	34,4%

Mediaset España registra en la primera mitad del año, un **30,5% de audiencia en total individuos total día**, esto es **3,1 pp** por delante de su inmediato competidor, a pesar de **operar menos canales** en el periodo.

En relación a la cuota de audiencia en **target comercial**, **Mediaset España** alcanza el **31,9% en total individuos total día el periodo**, lo que supone una **mejora de 1,5** respecto de su inmediato competidor.

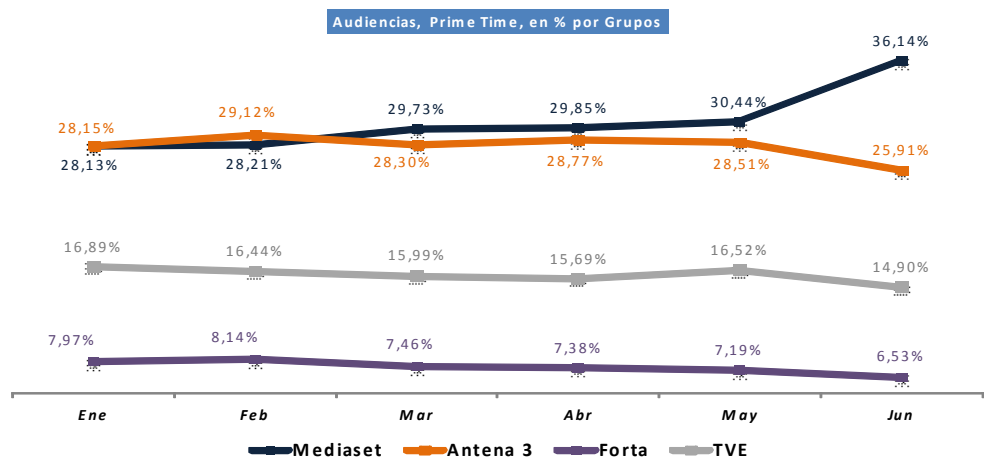
Mediaset España lidera todos los targets, pero **especialmente** los grupos de **mujeres y jóvenes** (13-24 y 25-34 años).



³ Prime Time, franja entre las 20:30 y las 24:00 hrs.

Mediaset España registra un **30,3% de audiencia en Prime Time**, siendo el grupo televisivo más visto en la **primera mitad 2016**, y consigue el **30,9% del target comercial** en el mismo periodo.

Mediaset España ha incrementado, en el **segundo trimestre del 2016** su **cuota de audiencia en 2,3 pp** y el **target comercial en 2,5 pp**, en **comparación con el primer trimestre 2016**. Los buenos resultados de audiencia en el segundo trimestre 2016, se deben a la excelente variedad de programas emitidos que incluía también la retransmisión de los partidos de la **Eurocopa2016** en **Telecinco**.



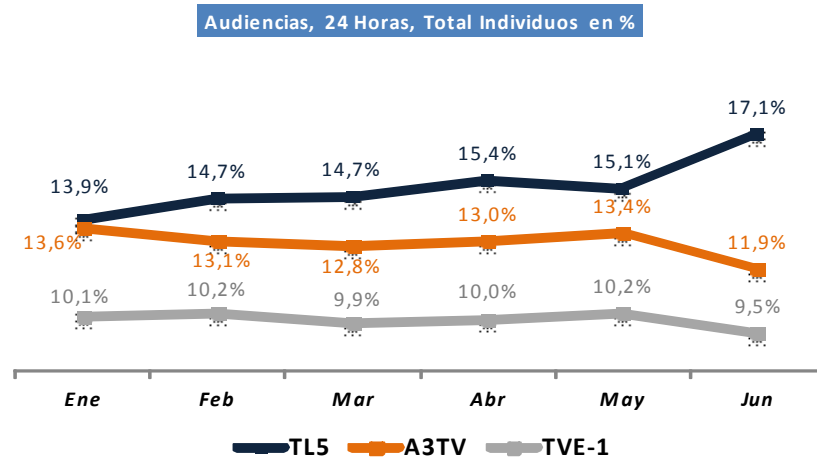
4.3. Audiencia de los canales principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero - junio 2016

		TL5		CUATRO	
		1S2016	1S2015	1S2016	1S2015
Total Individuos	Total Día	15,1%	15,0%	6,7%	7,3%
	PRIME TIME	16,2%	15,6%	5,9%	6,6%
	DAY TIME	14,6%	14,8%	7,0%	7,7%
Target Comercial					
	Total Día	14,4%	14,5%	7,7%	8,5%
	PRIME TIME	14,9%	14,4%	7,4%	7,9%
	DAY TIME	14,1%	14,6%	7,9%	8,8%

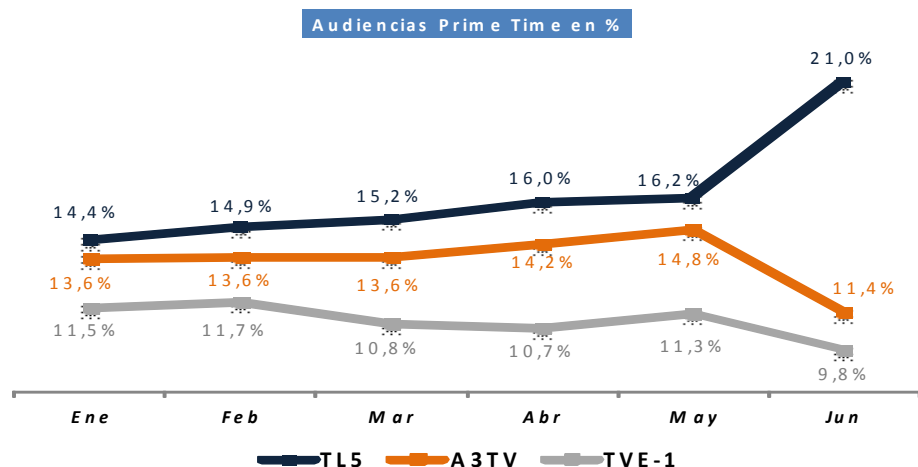
En total día el canal **Telecinco** alcanza una **audiencia del 15,1%**, en el **primer semestre 2016** un **incremento de 0,1 pp** respecto del **mismo periodo 2015** y **2,1 pp** mejor que el dato de su principal competidor (**13,0%**). En relación al **target comercial**, **Telecinco** tiene un **14,4%** en la primera mitad del año.

Telecinco, en el mes de junio, ha emitido **17 partidos de la Euro2016**, 15 de los cuales en prime time. La retransmisión del evento en el mes de junio consigue un promedio de audiencia del **36,5%** y un promedio de **5,5 millones de espectadores**, los **4 partidos de España** consiguieron un promedio de audiencia del **60,0%** y **9,5 millones de espectadores** en promedio.



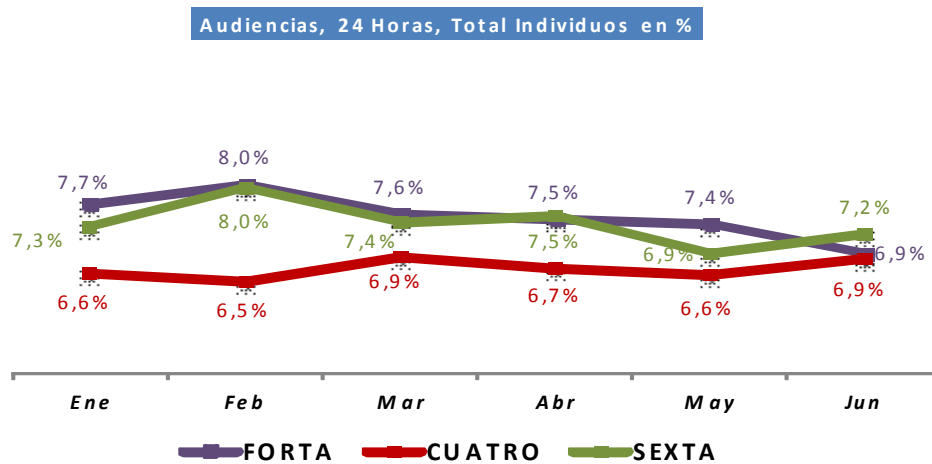
En **“prime time”⁴** **Telecinco** es el canal líder, obteniendo una **audiencia del 16,2%**, un incremento de **0,6 pp** comparado con la **primera mitad del 2015** y 2,6 pp por delante de su principal competidor. En target comercial, **Telecinco** incrementa su cuota de 0,5 pp hasta el **14,9%**.

“**El Príncipe**”, emitida por **Telecinco**, es la **serie de ficción propia más vista en la televisión** durante la **primera mitad 2016**, con un promedio de **4,4 millones de espectadores** y una **cuota de audiencia del 24,4%**, mientras que la serie de ficción propia “**La que se avecina**”, registra el **mejor target comercial (26,1%)** de todas las series de ficción en el periodo. El talent show “**Got talent España**”, emitido también en **Telecinco**, registró el **mejor estreno** de la **primera mitad 2016**, con **3,5 millones de espectadores** y un **21,2%** de cuota de audiencia.

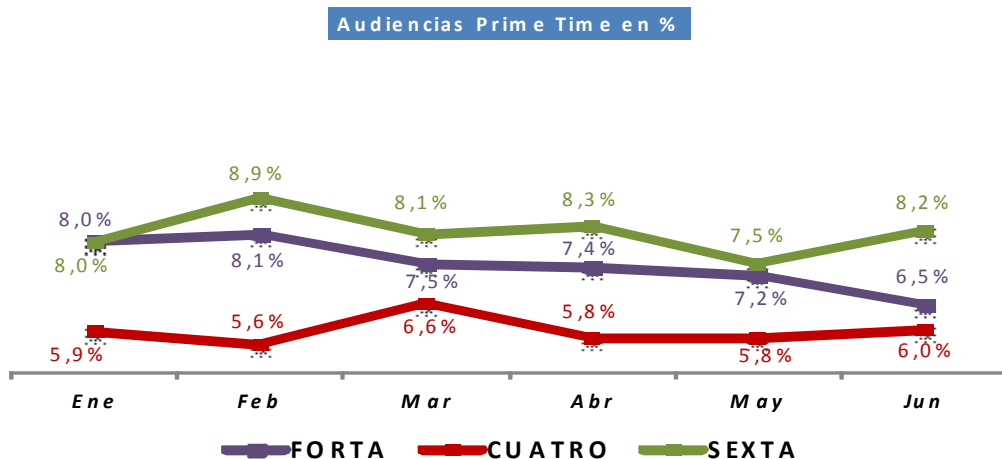


⁴ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

En total día Cuatro, consigue una cuota de audiencia del **6,7%** y un **7,7% en target comercial**, durante la primera mitad 2016.



En Prime time, Cuatro alcanza una cuota de audiencia del **5,9%** y un **target comercial del 7,4%** durante el primer semestre 2016. El programa **“9 meses con Samantha”** es el **mejor estreno del periodo**, con un promedio de **11,1% de cuota de audiencia** y **2,0 millones de espectadores**, la serie **Castle**, en su última temporada, obtiene un **7,9% de cuota de audiencia** y **1,5 millones de espectadores**.



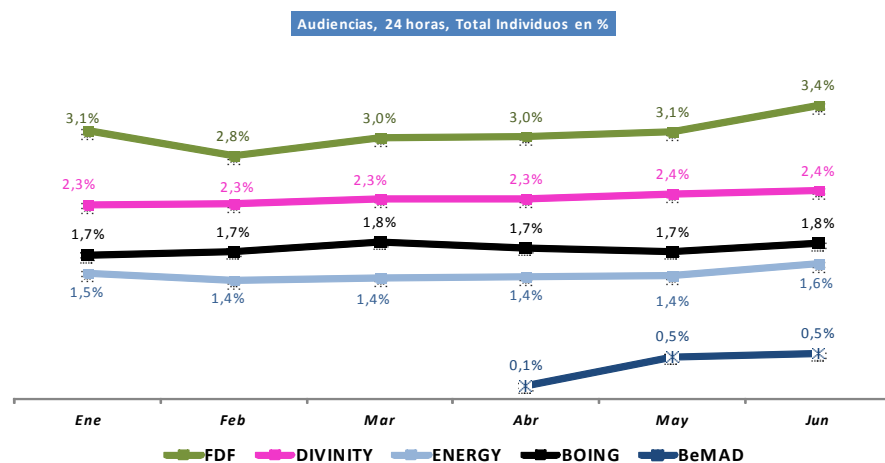
4.4. Audiencia canales targetizados

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero - junio 2016

1S2016			
		Total Individuos	Target Comercial
FDF			
	Total Día	3,1%	3,8%
	PRIME TIME	2,7%	3,1%
DIVINITY			
	Total Día	2,3%	2,9%
	PRIME TIME	2,1%	2,5%
BOING			
	Total Día	1,4%	1,0%
	PRIME TIME	1,2%	0,8%
ENERGY			
	Total Día	1,7%	1,8%
	PRIME TIME	1,9%	1,9%
BEMADtv			
	Total Día	0,2%	0,3%
	PRIME TIME	0,2%	0,3%

En los **6 primeros meses 2016**, la audiencia del conjunto de los canales targetizados suma una **cuota de audiencia** total de **8,8%**, y de **9,8%** en target comercial.

El canal **FDF** alcanza una audiencia del **3,1% en el Total individuos**, mientras que en su **target de 13-24** años registra una audiencia del **8,4%** y para el **grupo 25-34** del **5,1%**. **Divinity** tiene una audiencia en su **target de mujeres 16-44** del **3,5%** mientras que en el **Total individuos** su audiencia es del **2,3%**. **Energy** obtiene una audiencia del **1,7%** en el **Total individuos**, mientras que en su **target de hombres 25-44** años consigue un registro del **2,0 %**. **Boing**, el canal infantil, tiene una audiencia en **Total individuos** de **1,4%**, mientras que en su **target comercial de 4-12** años **multiplica por 9 el registro anterior**, hasta el **12,7%** de audiencia. **Be Mad**, cuyo lanzamiento fue el **21 de abril**, obtiene una **audiencia del 0,2%**, mientras que en su target de **hombres 25-54** consigue **un registro del 0,9%**.



5. Internet⁵

Mediaset España registra en la primera mitad 2016, un **promedio mensual de 27,9 millones navegadores únicos, 291,7 millones de páginas vistas y 95,3 millones de videos distribuidos.**

	Navegadores Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
junio 2016	27.533.192	229.024.452	105.279.820
mayo 2016	25.493.595	254.842.648	108.965.696
abril 2016	28.780.209	307.827.956	94.796.427
marzo 2016	28.129.202	330.822.216	79.529.492
febrero 2016	29.514.837	332.956.010	93.858.895
enero 2016	28.112.516	294.625.352	89.478.249

Mediaset España ha ofrecido la **Euro2016** a través de sus **Apps e internet sites**. La compañía ha desarrollado herramientas específicas con el objetivo de mejorar la experiencia de sus usuarios, tales como el “**bot**”, herramienta que ofrecía **información personalizada al usuario, calendarios interactivos** del evento etc. que han sido muy valorados por los usuarios. Los partidos ofrecidos en **Telecinco**, han tenido un total de **4,3 millones de comentarios** en las **redes sociales**. Además, durante el evento, **2,4 millones de conexiones en directo** fueron servidas a través de **Mitele**, donde el partido **España-Italia**, lideró con **420.000 conexiones**.

El site **Telecinco.es** lidera con un promedio de **8,0 millones de usuarios únicos** en la **primera mitad 2016**, mientras que **Cuatro** registra **3,1 millones** en el mismo periodo, donde ambos sites lideraran frente a su inmediato competidor (fuente ComScore solo PC).

Mediaset España a **30 de junio 2016**, dispone de **175 cuentas sociales activas** en las principales redes sociales, **Facebook, Twitter y Instagram**. La compañía ha registrado más de **3,7 millones de comentarios** en los **primeros seis meses 2016**, lo que supone un **48% del total de comentarios** relacionados con la **televisión en las redes sociales**, muy por delante de su inmediato competidor.

Los **programas más populares** en el periodo fueron **Gran Hermano Vip**, con **más de 7 millones de comentarios** y **Supervivientes** con **más de 2 millones**, a pesar del **periodo electoral y la Euro2016**.

Las App de **Mediaset España** a finales de junio 2016, suman un total de **12,4 millones de descargas**, siendo las más populares: **Mitele con 5,3 millones** de descargas, **GH 3,0 millones** y **La Voz 1,7 millones**. **Mitele** es la **plataforma OTT de Mediaset España** que provee de **contenidos tanto en directo** (más de **60 horas/día de emisiones** en directo de los canales **Telecinco, Cuatro y BeMad**) y **bajo demanda** (con un **catálogo de más de 1.800 horas**, entre series, programas y cine). Los **programas más demandados** en la primera mitad 2016 eran: “**Mujeres y Hombres y Viceversa**” con **34,6 millones** de videos distribuidos, “**La que se avecina**” **25,6 millones**.

Radioset mantiene la **segunda posición** dentro de las radio sites, en la primera mitad 2016, con un promedio de **1,1 millones de visitantes únicos**, por delante de **Cope.es, EuropaFM.com** y **Ondecero.es**.

⁵ Fuente: OJD Nielsen y ComScore
www.mediaset.es/inversores/es

6. Media for Equity

Mediaset España está trabajando con un número de **start-ups** a través de **acuerdos de Media for Equity**, con el **objetivo de invertir en las compañías más rentables** bajo criterios financieros y de inversión. **Mediaset España** diseña **soluciones a medida** para las start-ups que ven los beneficios de la televisión, ofreciendo **espacio publicitario en intercambio por una participación en la compañía o a través de campañas publicitarias por objetivos**. La mayoría de nuestras inversiones se llevaron a cabo en 2015, por este motivo **Mediaset España** no espera en 2016 que se produzca ningún exit, pero en caso que surja una buena oportunidad, la compañía no descartaría la posibilidad.

Mediaset España ha cerrado acuerdos con algunas compañías Alemanas y está trabajando conjuntamente con otros operadores europeos para obtener acceso a empresas start-up relevantes de **Norte América y Asia**.

Mediaset España tiene actualmente varios acuerdos de Media for Equity: **Wimdu, Westing, Deporvillage, isalud, Modalia, Byhours y CornerJob** y continúa trabajando en la obtención de más acuerdos. La compañía vendió su participación en **La Nevera Roja**, en febrero 2015, obteniendo una atractiva plusvalía en la operación.

El Grupo opera su negocio de Media for Equity a través de la compañía **Ad4Ventures**

7. Hechos relevantes

Fecha	Hecho relevante
04/05/2016	Información financiera intermedia 1T16
20/04/2016	Cancelación de acciones
19/04/2016	Pago dividendo ordinario.
13/04/2016	Acuerdos adoptados en junta general ordinaria
11/03/2016	Propuesta de acuerdos para los puntos del orden del día de la junta general ordinaria Convocatoria junta general ordinaria
25/02/2016	Propuesta reparto de dividendo. Informe anual sobre remuneración de consejeros Informe anual de gobierno corporativo Información financiera intermedia año 2015
23/02/2016	Finalización del plan de recompra de acciones.
22/02/2016	Recompra acciones propias 15-19 febrero 2016.
15/02/2016	Recompra de acciones propias 8-12 febrero 2016.
08/02/2016	Recompra de acciones propias 1-5 febrero 2016.
01/02/2016	Recompra de acciones propias 25-29 enero 2016.
25/01/2016	Recompra de acciones propias 18-22 enero 2016.
18/01/2016	Recompra de acciones propias 11-15 enero 2016.
11/01/2016	Recompra de acciones propias 4-8 enero 2016.
04/01/2016	Recompra de acciones propias 28-31 diciembre 2015

Todos estos hechos relevantes están disponibles en la página web de inversores de la compañía:

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

www.mediaset.es/inversores/es

8. Contacta con nosotros

- En nuestra página Corporativa:

www.mediaset.es

- Departamento de Relación con Inversores:

Teléfono: (00 34) 91 396 67 83

Email: inversores@mediaset.es

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