

MEDIASET *españa.*



RESULTADOS 9 MESES 2015 *Enero –Septiembre 2015*

Madrid, 28 octubre 2015

ÍNDICE:

Principales magnitudes

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

PRINCIPALES MAGNITUDES

€ millones	9M15	9M14
Total ingresos netos	674,7	658,2
Total costes operativos	-530,3	-561,4
EBITDA adj⁽¹⁾	144,4	96,8
<i>Margen EBITDA</i>	<i>21,4%</i>	<i>14,7%</i>
EBIT	131,4	84,2
<i>Margen EBIT</i>	<i>19,5%</i>	<i>12,8%</i>
Beneficio neto	113,8	25,2
BPA ADJ ⁽²⁾	0,32	0,07
Free Cash Flow	161,7	92,7
Posicion Financiera	205,7	205,7

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

(2) Excluye la autocartera a 30 septiembre 2015.

Mediaset España alcanza un **EBITDA ajustado de €144,4 millones**, en los primeros nueve meses del año, una mejora del **49,1%** sobre el **2014 (€96,8 millones)**. La línea de **EBIT** también mejora en un **56,1%** respecto al del año anterior, y alcanza la cifra de **€131,4 millones**.

- Los **Ingresos Totales Netos** en los primeros nueve meses del 2015 ascienden a **€674,7 millones**, con unos **Ingresos Netos de Publicidad** de **€634,5 millones** y **€40,2 millones** en la línea de **"Otros ingresos"**.
- Según Infoadex, el **mercado publicitario de televisión** ha crecido un **8,0%** los primeros nueve meses del año, mientras que el **mercado publicitario** creció un **6,4%**. La estimación de la **cuota de mercado para Mediaset España** es del **43,4%** para el mismo periodo.
- El margen **EBITDA** de los nueve primeros meses **2015** es del **21,4%**, un incremento de **6.7 puntos** en comparación con el mismo periodo del año pasado (**14,7%**).
- En los nueve primeros meses del año, **Mediaset España** obtuvo un **Beneficio Neto** de **€113,8 millones**, cuatro veces y media el resultado del **2014 (€25,2 millones)**.
- **Mediaset España** conserva un balance libre de deuda y una **posición neta de caja** positiva de **€205,7 millones** a 30 de septiembre de 2015 y ha generado un cash flow libre de caja de **€161,7 millones**.
- **Mediaset España**, ha distribuido un dividendo de **€47,5 millones el 04 mayo** y adquirió, a 30 septiembre 2015, **acciones propias** por el importe de **€170,3 millones**. La autocartera a **30 septiembre** asciende a un **3,7% del capital social**, **13.4 millones de títulos**. El 20 de octubre la compañía **finalizó su plan de recompra de acciones**, adquiriendo **15,2 millones de títulos**, un **4,2%** del capital social.
- **Mediaset España** consigue una audiencia del **31.3%** en **24 horas total individuos**, un **incremento de 0.7 puntos** sobre el mismo periodo **2014 (30,6%)**.
- **En septiembre Mediaset España** alcanzó una audiencia de **33,6 millones de usuarios únicos**, **393,1 millones de páginas vistas** y más de **99,6 descargas de videos**.
- En el mes de octubre, **Mediaset España** fue adjudicada con un canal **HD**.

1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	9M2015	9M2014	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	674,68	658,16	2,5%
Consumo de derechos	(131,37)	(144,50)	(9,1%)
Costes de personal	(78,15)	(80,41)	(2,8%)
Otros costes operativos	(320,79)	(336,45)	(4,7%)
TOTAL COSTES	(530,31)	(561,35)	(5,5%)
EBITDA ajustado	144,37	96,80	49,1%
Otras amortizaciones, provisiones	(6,95)	(6,64)	4,7%
Amortización PPA	(6,00)	(6,00)	0,0%
EBIT	131,41	84,17	56,1%
Rdo. Participadas y Dep. Activos Fin.	15,74	(58,57)	(126,9%)
Resultado Financiero	(0,01)	(0,63)	(99,1%)
Beneficio antes de impuestos	147,15	24,97	-
Impuesto de Sociedades	(33,55)	(0,11)	-
Minoritarios	0,23	0,35	(34,7%)
Beneficio Neto	113,83	25,21	-

El **Beneficio Neto** de los primeros nueve meses del 2015 asciende a **€113,83 millones**, lo que supone un margen del **16,9 %** sobre el Total Ingresos Netos. Este es el **mejor margen** de unos resultados de 9 meses **desde el comienzo de la crisis**.

1.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Indicadores	9M2015	9M2014	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	659,24	628,27	4,9%
- Medios Propios	626,52	601,60	4,1%
- Medios Ajenos	32,72	26,67	22,7%
Comisiones	(24,79)	(28,69)	(13,6%)
Ingresos netos de publicidad	634,45	599,58	5,8%
Otros ingresos	40,22	58,58	(31,3%)
TOTAL INGRESOS NETOS	674,68	658,16	2,5%

Los **Ingresos Brutos de Publicidad** de los primeros nueve meses del año ascienden a un total de **€659,24 millones**, un incremento del **4,9%**, respecto del mismo periodo del 2014.

Los **Ingresos Brutos de Publicidad de medios propios**, (incluyen los ingresos publicitarios de los 6 canales del Grupo: TELECINCO, CUATRO, FACTORIA DE FICCION, BOING, DIVINITY y ENERGY, así como la publicidad del grupo en **Internet** y **teletexto**), alcanzan un total de **€626,52 millones**, lo que supone una **facturación €24,92 millones** superior al mismo periodo del 2014, un **incremento del 4,1%**.

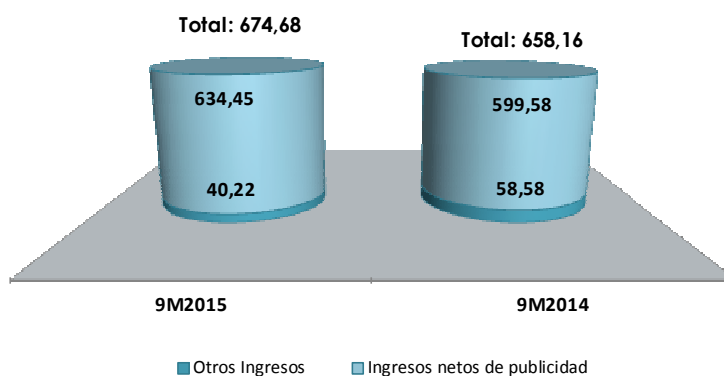
Mediaset España ha ganado cuota de mercado progresivamente en los tres trimestres del año, registrando: un **43,0%** primer trimestre, **43,4%** segundo trimestre y **43,8%** tercer trimestre.

Los **Ingresos publicitarios de medios ajenos** se incrementaron en un **22,7%** respecto del mismo periodo del año anterior, llegando a la cifra de **€32,72 millones**.

Los **Ingresos netos de Publicidad**, después de comisiones, **incrementaron un 5,8%**, hasta un **total de €634,45 millones**.

La línea "**Otros ingresos**" que incluye principalmente la venta y la distribución de derechos de co-producción cinematográfica e ingresos por juego y merchandising entre otros, suman **€40,22 millones**, en comparación con los **€58,58 millones** del 2014. La diferencia se debe fundamentalmente a los estrenos de cine: en los primeros nueve meses del **2015** hubo un estreno, **Atrapa la Bandera** (agosto), mientras que en **2014**, mismo periodo, hubo 2 estrenos: **8 Apellidos Vascos** (marzo) y **El Niño** (agosto).

Total Ingresos Netos, Publicitarios y Otros Ingresos (mill. €)



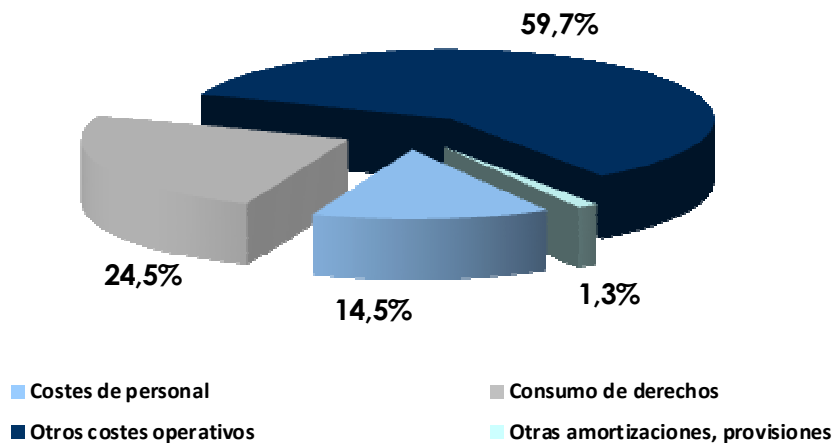
1.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales** de los primeros nueve meses 2015 ascienden a **€537,26 millones**, un **5,4%** inferiores al mismo periodo 2014, lo que ha resultado en ahorros de **€30,73 millones** en el periodo. La mayor parte del citado ahorro se debe a **menores costes de programación** y de **retransmisión**.

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	9M2015	9M2014	Variación %
Costes de personal	78,15	80,41	(2,8%)
Consumo de derechos	131,37	144,50	(9,1%)
Otros costes operativos	320,79	336,45	(4,7%)
Otras amortizaciones, provisiones	6,95	6,64	4,7%
Total Costes Operativos	537,26	567,99	(5,4%)
Amortización PPA	6,00	6,00	-
TOTAL COSTES	543,26	573,99	(5,4%)

Estructura de Costes Operativos



Mediaset España continúa aplicando su política de control de costes, y durante los primeros **nueve meses 2015** su **base de costes** ha sido un **24,4% inferior a la de 2010**, a pesar de operar 6 canales frente a los 4 canales del 2010.

€ millones	9M2010*	9M2011	9M2012	9M2013	9M2014	9M2015	Var.
Costes Operativos	710,65	592,86	596,13	532,55	567,99	537,26	-24,4%

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

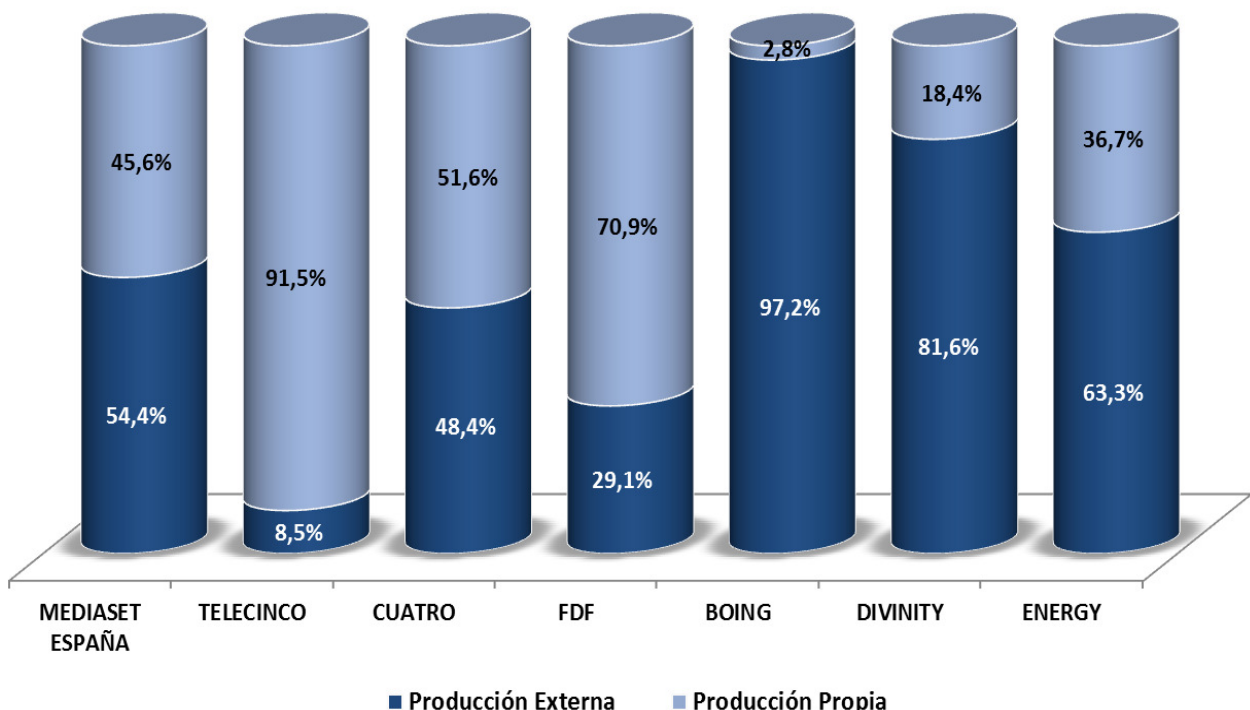
Contenido

En los nueve meses a **septiembre 2015**, el **Grupo Mediaset España** dedicó el **45,6%** del total de las horas de programación a la **producción propia** y el **54,4%** a contenidos de producción externa.

El canal **Telecinco**, en los primeros nueve meses del año asignó un **91,5%** de sus horas de emisión a la **producción propia** y un **8,5%** a la **producción externa**, en línea con los datos del mismo periodo del 2014 (**93,0%** producción propia y **7,0%** producción ajena).

Cuatro asignó un **51,6%** de su parrilla a la producción propia y un **48,4%** a producción externa en comparación con el **57,6%** **producción propia** y **42,4%** **producción externa** del mismo periodo 2014.

En cuanto a los demás canales, el canal **FACTORIA DE FICCION** tiene un **70,9%** de **producción propia** frente a un **29,1%** de **derechos de terceros**, el canal **BOING** es el canal más intensivo en producción externa, dedicando un **97,2%** de su parrilla a la misma, **DIVINITY** presenta un mix **18,4%** de **producción propia** y **81,6%** de **derechos de terceros**. Finalmente **ENERGY** presenta un consumo de **producción propia** del **36,7%** y del **63,3%** en **producción externa**.



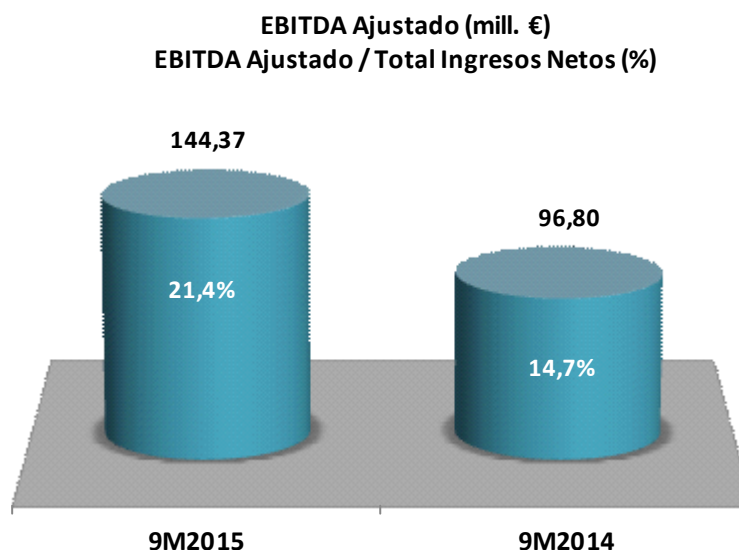
1.3. Resultado de Explotación y Márgenes

El **resultado bruto de explotación (EBITDA ajustado)**, asciende a un total de **€144,37 millones de Euros**, lo que supone un incremento de **€47,57 millones, un crecimiento del 49,1%** respecto del mismo periodo 2014. El margen **EBITDA** asciende hasta el **21,4%** de los ingresos netos (**6,7 puntos mejor que 2014, 14,7%**).

El **resultado neto de explotación, EBIT**, alcanza los **€131,41 millones**, lo que representa un incremento del **56,1%** comparado el mismo periodo 2014. El margen de explotación (**EBIT**) asciende al **19,5% sobre los ingresos totales 2015 (12,8% en 2014)**.

Tabla 4: Márgenes

Millones de €	9M2015	9M2014
Total ingresos netos	674,68	658,16
EBITDA ajustado	144,37	96,80
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>21,4%</i>	<i>14,7%</i>
EBIT	131,41	84,17
<i>Margen EBIT</i>	<i>19,5%</i>	<i>12,8%</i>
Beneficio Neto	113,83	25,21
<i>Margen Beneficio Neto</i>	<i>16,9%</i>	<i>3,8%</i>



1.4. Financieros, Resultado de Participadas

El resultado financiero del periodo supone un gasto de **€0,01 millones**.

El resultado de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia¹**, arroja un resultado positivo de **€15,74 millones**, que incluye entre otros la plusvalía de la venta de **La Nevera Roja, €5,44 millones y €10,00 millones de ingresos contingentes** como resultado de la venta por **Prisa a Telefónica** de la participación de la primera en **DTS**. Incluido en el perímetro de consolidación, se encuentra la **participación del 40%** en la televisión local **catalana 8TV**.

1.5. Resultado del ejercicio

El **resultado antes de impuestos** de los primeros nueve meses del año **es €147,15 millones** y el **Beneficio Neto**, después de impuestos y minoritarios, para el mismo periodo asciende a **€113,83 millones, que es cuatro veces y media** el beneficio neto del 2014 (**€25,21 millones**).

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% participación indirecta) y EDICA 8tv (40%)

2. GENERACIÓN DE CASH FLOW

El **flujo libre de caja operativo** de los primeros nueve meses del **2015** es **€161,71 millones**, un **incremento de €68,99 millones** en comparación con el mismo periodo **2014**.

Durante los primeros nueve meses del 2015, **Mediaset España** distribuyó un dividendo de **€47,54 millones** y adquirió **acciones propias** por valor de **€170,25 millones**, de los cuales **€166,34 millones** correspondían al **plan de recompra de acciones propias** aprobado por el consejo de administración el pasado 8 de mayo. El citado plan de recompra de acciones propias **finalizó el 20 de octubre**, y la inversión final ascendió a **€169,96 millones**.

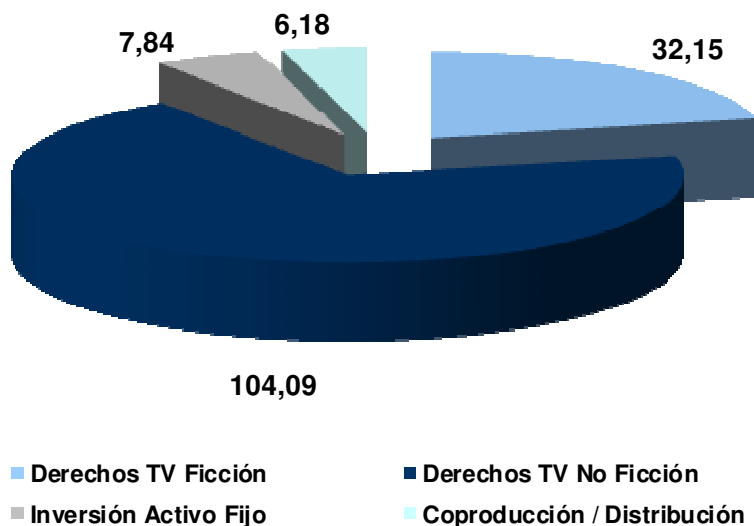
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	9M2015	9M2014	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	113,60	24,86	88,75
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	144,11	157,08	(12,97)
- Consumo Derechos	131,37	144,50	(13,12)
- Amortizaciones	12,74	12,59	0,15
Provisiones	0,18	0,05	0,13
Otros	20,78	61,29	(40,50)
CASH FLOW OPERATIVO	278,68	243,28	35,40
Inversión en Derechos	(142,43)	(150,81)	8,38
Inversiones, otras	(7,84)	(4,13)	(3,71)
Variación Fondo de Maniobra	33,30	4,37	28,92
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	161,71	92,72	68,99
Compra acc. Propias	(170,25)	(307,51)	137,26
Movimientos Patrimonio	0,91	3,86	(2,95)
Inversiones/Desinversiones financieras	(6,93)	321,21	(328,14)
Dividendos cobrados	2,10	1,90	0,19
Pago de Dividendos	(47,54)	0,00	(47,54)
Variación Neta de Tesorería	(60,01)	112,18	(172,19)
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	265,71	93,48	172,23
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	205,70	205,66	0,04

La inversión neta total alcanzó los **€150,27 millones** a 30 septiembre 2015.

Durante los primeros nueve meses del 2015, la inversión en producción ajena ha sido de **€104,09 millones**, mientras que en series de ficción nacional y Co-producción & Distribución la inversión fue **€32,15 millones** y **€6,18 millones** respectivamente. Finalmente las inversiones en activos fijos tangibles e intangibles **fueron €7,84 millones.**

Inversión Neta 9M2015 150,27 millones €



3. BALANCE DE SITUACIÓN

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Septiembre 2015	Diciembre 2014
Inmovilizado	576,84	569,55
- Inm. Financiero	316,24	303,61
- Otro Inmovilizado	260,60	265,94
Derechos y Anticipos	239,55	228,64
- Terceros	193,34	182,49
- Ficción	24,22	25,74
- Coproducción / Distribución	21,98	20,41
Impuesto Anticipado	143,35	164,78
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	959,74	962,97
Activo corriente	200,00	246,36
Activo financiero y tesorería	225,04	277,09
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	425,04	523,45
TOTAL ACTIVO	1.384,78	1.486,42
FONDOS PROPIOS	1.084,94	1.189,41
Provisiones	9,49	9,68
Acreedores no corrientes	8,41	10,43
Pasivo financiero no corriente	17,55	11,15
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	35,46	31,26
Acreedores corrientes	262,58	265,51
Pasivo financiero corrientes	1,80	0,24
TOTAL PASIVO CORRIENTE	264,38	265,75
TOTAL PASIVO	1.384,78	1.486,42

El balance de la compañía muestra una **sólida posición financiera** y una **buena posición de caja**.

Los **Fondos Propios** del Grupo han disminuido en **€104,47 millones** principalmente debido a la adquisición **de autocartera** por la compañía dentro de su **programa de recompra de títulos** así como la **distribución del dividendo ordinario**.

4. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA²

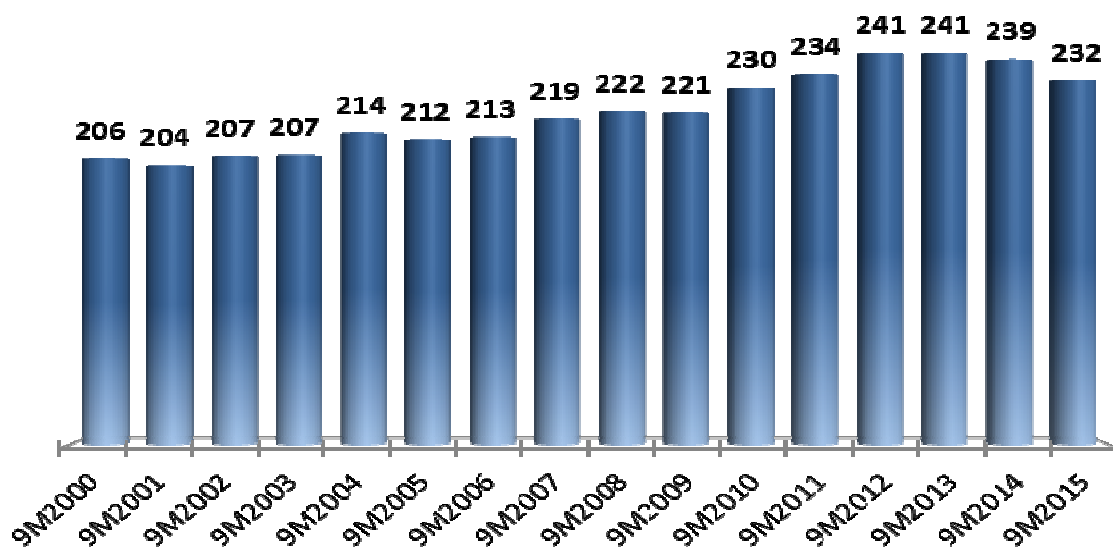
5.1. Consumo Televisión

Años	Minutos	Miles
9M2000	206	5.524
9M2001	204	5.546
9M2002	207	5.641
9M2003	207	5.668
9M2004	214	6.067
9M2005	212	6.075
9M2006	213	6.144
9M2007	219	6.391
9M2008	222	6.540
9M2009	221	6.729
9M2010	230	6.997
9M2011	234	6.425
9M2012	241	7.368
9M2013	241	7.300
9M2014	239	7.278
9M2015	232	7.164

El promedio de **consumo televisivo** de los primeros nueve meses del **2015** es de casi cuatro horas, disminuyendo ligeramente respecto de periodos anteriores. El **promedio diario de espectadores** asciende a **7,16 millones**, niveles similares a los de trimestres anteriores.

La reducción en el número de minutos, desde **niveles de máximos (241 minutos)** hasta los niveles actuales, **232 minutos**, se debe a la mejora de la economía y reducción de la tasa de desempleo.

La medición del consumo en diferido, **Time Shift**, consumo que está **dentro de los 7 días siguientes** a la emisión, representa actualmente un porcentaje muy pequeño, sobre la audiencia, en el mes de septiembre es del **1,2%**. Este consumo **no está incluido** en las cifras que se muestran en la tabla.



² Fuente: Kantar Media

4.2. Grupo

Tabla 7: Audiencia media Mediaset España período enero-septiembre 2015

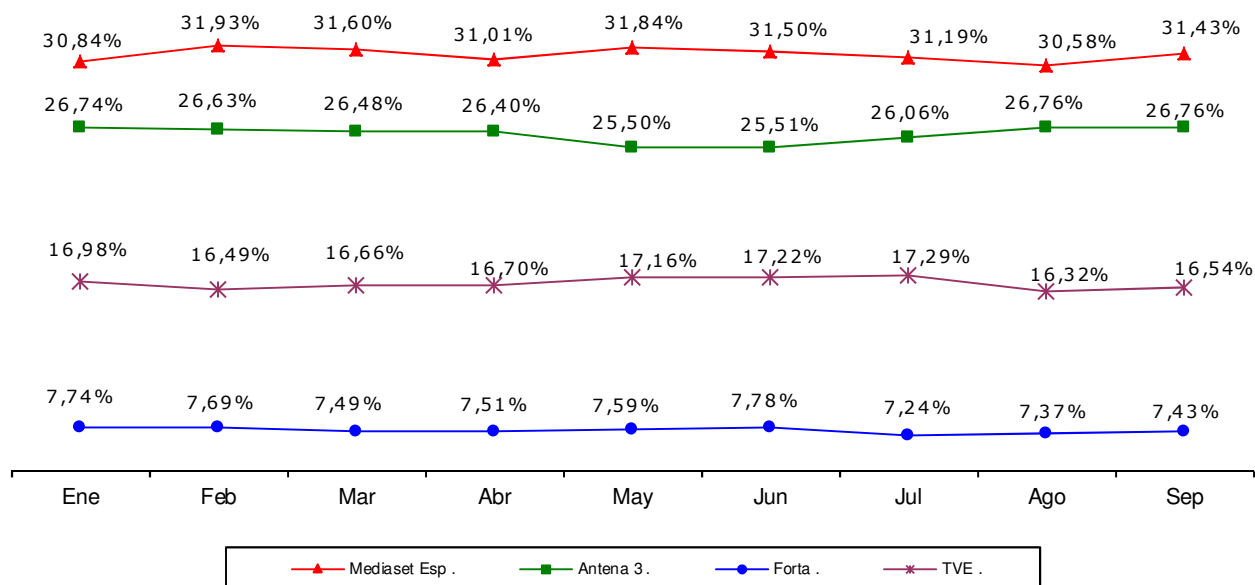
		9M2015	9M2014
Total Individuos	Total Día	31,3%	30,6%
	PRIME TIME	30,3%	29,5%
	DAY TIME	31,8%	31,1%
Target Comercial	Total Día	33,4%	32,7%
	PRIME TIME	31,6%	31,0%
	DAY TIME	34,2%	33,5%

Para el periodo enero-septiembre 2015, **Mediaset España** consigue un **31,3%** de cuota de audiencia en **total día total individuos total día**, **0,7 puntos** mejor que el mismo periodo 2014 (30,6%), a pesar de la compleja comparativa con el **Mundial de Futbol**.

En relación a la cuota de audiencia en **target comercial**, **Mediaset España** alcanzó, en los una cuota de **33,4%** en el periodo lo que supone un incremento de **0,7 puntos** respecto del mismo periodo del año anterior.

En el mes de septiembre **Mediaset España** consigue un buen registro en sus **canales TDT** con una **audiencia del 9,2%** frente al **5,7%** de su inmediato competidor, una diferencia de **3,5 puntos**.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



4.3. Canales Principales

Tabla 8: Audiencia media Telecinco y Cuatro período enero-septiembre 2015

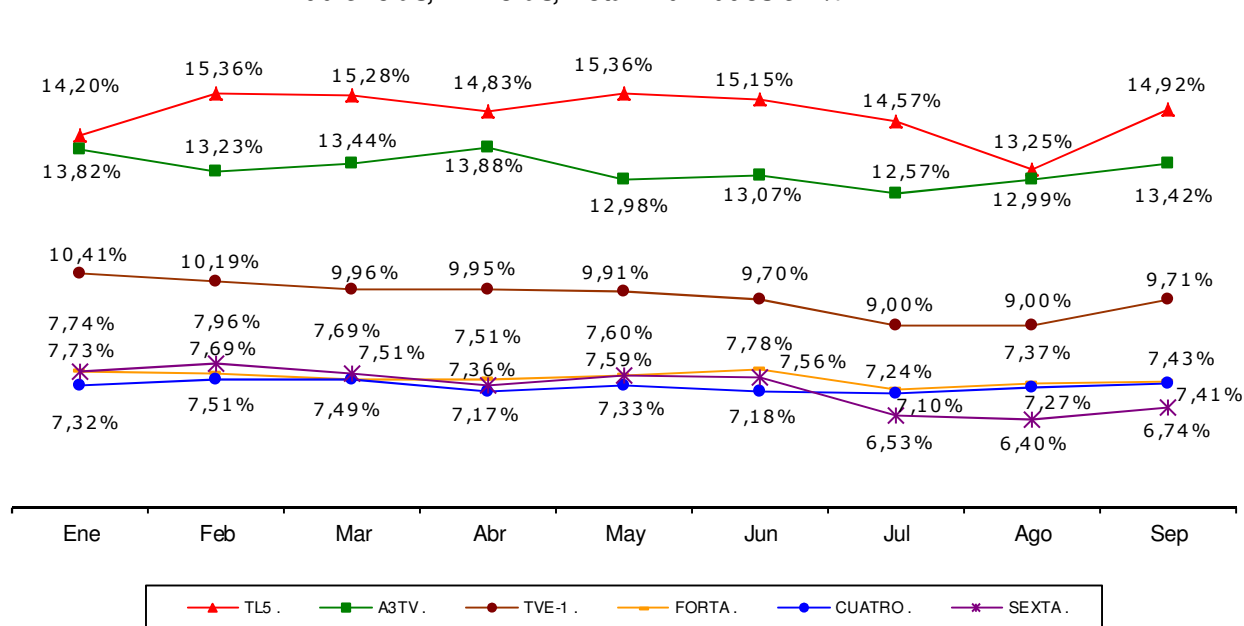
	TL5		CUATRO	
	9M2015	9M2014	9M2015	9M2014
Total Individuos				
Total Día	14,8%	14,5%	7,3%	6,5%
PRIME TIME	15,3%	15,4%	6,6%	5,8%
DAY TIME	14,6%	14,1%	7,7%	6,9%
Target Comercial				
Total Día	14,3%	13,9%	8,4%	7,9%
PRIME TIME	14,1%	14,5%	8,0%	7,2%
DAY TIME	14,4%	13,6%	8,6%	8,3%

Para el periodo **enero-septiembre 2015**, el canal Telecinco alcanza en promedio el **14,8%** de audiencia **en total día total individuos**, una mejora de **0,3 puntos** respecto del. En cuanto al target comercial, **Telecinco** alcanza un **14,3%** a 30 de septiembre 2015 lo que supone un incremento de **0,4 puntos** respecto al mismo periodo de 2014.

El canal **Cuatro** alcanza una audiencia del **7,3%** en total día total individuos y el **8,4%** en target comercial, una incremento sustancial con el año pasado, de +0.8 puntos y +0,5 puntos respectivamente.

En el mes de septiembre, Telecinco ha lanzado de forma exitosa; **La Voz Kids**, que en su segunda edición consigue **mas de 4 millones de espectadores en cada emisión** y **Gran Hermano** que en su decimosexta edición, registra el día de su estreno un **25,3%** de audiencia. La final del **Eurobasket**, se encuentra entre el **top 10** de los programas más vistos del año, con un **44,5%** de audiencia así como las **carreras de motociclismo**, que han registrado más de **2 millones de espectadores** en cada emisión.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



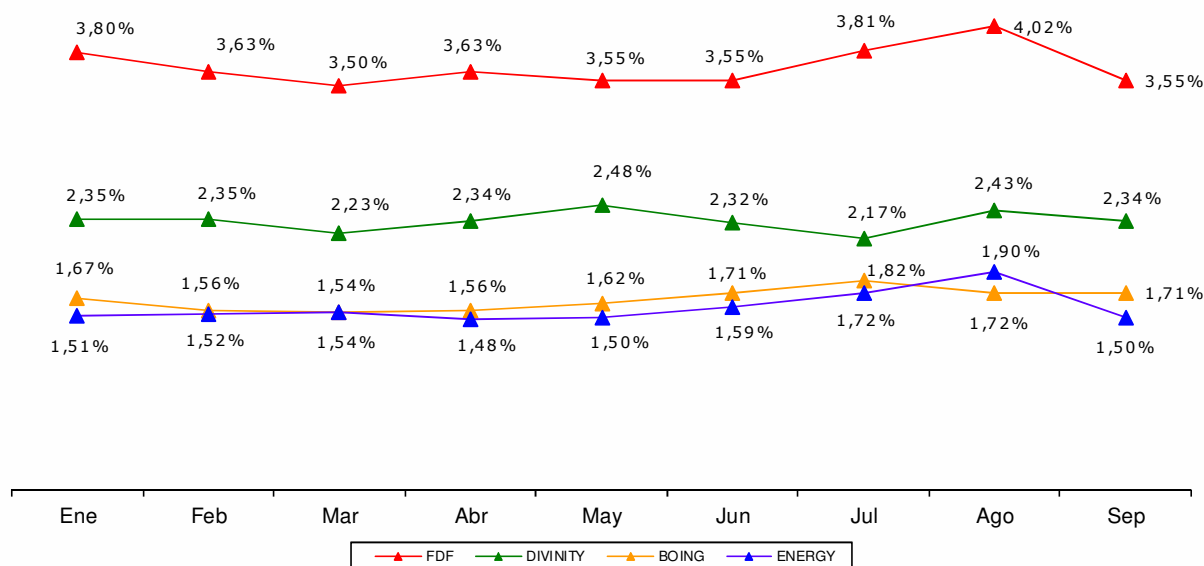
4.4. Canales Nueva Generación

Tabla 9: Audiencia media Canales Nueva Generación período enero-septiembre 2015

9M2015			
		Total Individuos	Target Comercial
FDF			
	Total Día	3,7%	4,4%
	PRIME TIME	3,1%	3,5%
DIVINITY			
	Total Día	2,3%	3,0%
	PRIME TIME	2,5%	3,0%
BOING			
	Total Día	1,7%	1,2%
	PRIME TIME	1,4%	1,1%
ENERGY			
	Total Día	1,6%	2,0%
	PRIME TIME	1,5%	1,9%

La audiencia de **FDF** en el Total individuos es de **3,7% (+0,2 puntos comparado con 2014)**, mientras que en su target de 13-24 años es del **9,5%** y para el grupo 25-34 es de **5,8% (+0,7 puntos)**. **Divinity** consigue un buen registro en su target mujeres **16-44 años** con un **3,7%** de la audiencia mientras que en el Total individuos su audiencia es del **2,3%**. **Energy** tiene una audiencia del **1,6%** en el Total individuos, mientras que en su target de hombres **25-44 años** consigue un registro del **2,4%**. **Boing**, el canal infantil registra una audiencia de **1,7%** en **Total individuos**, en su **target de 4-12 años** llega al **12,5%** de audiencia, más de siete veces su registro Total individuos.

Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



Fuente: OJD Nielsen y ComScore

4.5. Audiencia Online ³

Mediaset España obtiene buenos registros en los **Usuarios Únicos**, con una media de **35,0 millones** en el periodo enero septiembre 2015, un crecimiento del **46,0%** comparado con 2014. **Telecinco.es** consigue una media de **28 millones de usuarios únicos**, mientras que **Cuatro.es** alcanza los **8 millones**. En promedio, **Mediaset España** obtiene **346,8 millones de páginas vistas y 89,2 millones de videos servidos**.

	Usuarios Únicos	Páginas vistas	Videos servidos
septiembre 2015	33.622.451	393.137.885	99.568.833
agosto 2015	28.345.179	268.626.159	61.811.239
julio 2015	31.660.644	284.966.042	79.232.316
junio 2015	33.678.878	310.258.077	95.826.390
mayo 2015	34.469.769	333.761.539	103.754.337
abril 2015	34.907.590	318.336.515	104.278.752
marzo 2015	42.972.712	413.462.784	97.670.297
febrero 2015	36.176.701	398.648.452	79.683.294
enero 2015	38.139.054	400.421.299	80.772.404

Fuentes: Omniture auditado OJD, Comscore (videos streams)

Mediaset España tiene actualmente **187 cuentas activas en las redes sociales** y continua liderando los comentarios en las mismas. En los **9 meses del 2015**, el **58%** de los comentarios de las redes sociales estaban relacionados con contenidos de **Mediaset España**. **Mediaset España** consigue 30 millones de seguidores en las redes sociales, un incremento del **25%** respecto del **2014 (24 millones de seguidores)**.

La **decimosexta edición de Gran hermano**, en su primera emisión, registró más de **600.000 comentarios en Twitter** (fuente Kantar Media) y es el **segundo programa más comentado** en el año excluyendo eventos deportivos.

En cuanto a Apps, **Mediaset España** ha registrado un total de **10,3 millones de descargas** acumuladas a septiembre de 2015, siendo **Mitele** y **GH** son las apps más populares con un total de **4,2** y **2,3 millones de descargas** respectivamente.

Mediaset España lanzó en el mes de **septiembre 2015 radioset.es**, un site donde se concentran los contenidos radiofónicos y que incluye programas como **Mornin Glory**, **Partido a Partido**, **Universo Iker** y **Radio Gran Hermano**. **Radioset.es** complementa la oferta audiovisual con audio en directo, streaming y podcast y actualmente **tiene 2 millones de oyentes a mes**.

³ Fuente: OJD Nielsen y ComScore

5. 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**. Los **ingresos publicitarios** de los acuerdos de intercambio de participación en compañías, se contabilizan en el momento del devengo y cuando se produce el “**exit**” de la inversión, se contabiliza el beneficio o la pérdida en la misma.

Mediaset España tiene actualmente varios acuerdos de Media for Equity: **Wimdu, Westing, Deporvillage, isalud, Modalia y Byhours** y continua trabajando en la obtención de más acuerdos. La compañía ha llevado a cabo una salida de su inversión en **La Nevera Roja**, en febrero 2015, obteniendo ganancias de **€5,4 millones**.

Mediaset España opera su negocio de Media for Equity a través de la marca **Ad4Ventures**.