

Madrid, 13 de abril de 2016

## Junta General de Accionistas 2016 Alejandro Echevarría, presidente

---

Buenos días señoras y señores accionistas, estamos aquí reunidos, un año más, para analizar los resultados del año precedente, que sometemos a su aprobación.

Como podremos comprobar, la compañía ha evolucionado mucho mejor que la economía mundial y nacional. A nivel mundial, se prevé que el crecimiento de la economía esté alrededor del 3,1%; bastante por encima de la media de crecimiento de las economías occidentales, que se sitúan entre un 1,9% y el 1,6% de la Unión Europea, con excepción de Estados Unidos, más cerca del 2,5%.

Rompiendo la positiva tendencia de los países emergentes durante los últimos años, el año 2015 presenta una evolución negativa, que en el caso de Rusia y de América Latina se explica con base en una menor demanda de materias primas y en la caída del precio del petróleo.

Por lo que respecta a España, según los datos macroeconómicos publicados, el PIB ha crecido en torno a un 3,2% en 2015, cerca del doble que Alemania y en fin, de la media de la economía europea; dato que nos permite albergar una fundada esperanza en la ansiada recuperación, sobre todo si se tiene en cuenta que el consumo está evolucionando incluso más positivamente, lo que ha permitido, a su vez, una reactivación del mercado de trabajo, aún penalizado por un desempleo cercano al 21%.

Este factor, junto el alto nivel de endeudamiento frente al exterior (más del 100% del PIB) y el déficit de las Administraciones Públicas, que ha sobrepasado lo comprometido con la Unión Europea, son los tres principales obstáculos contra los que se enfrenta la economía española.

Resulta también importante, cómo no, la indefinición política que, aún a día de hoy, atraviesa nuestro país y que, sin duda, está lastrando el consumo y la inversión. Esperemos que, al menos, este escenario quede despejado cuanto antes mejor.

## EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2015

Durante el año 2015 la publicidad en televisión se ha incrementado en torno a un 6,4%, algo menos que el año pasado, lo cual resulta entendible ya que, en un escenario de recuperación, las comparativas con años precedentes son cada vez más exigentes.

Lo que resulta importante es que, un año más, la publicidad en televisión continúa mostrando su fortaleza, acaparando el 40,1% del total de la inversión publicitaria. Y es que, en contra de lo que se viene preconizando, el consumo televisivo sigue aumentando año tras año de forma continua desde el año 2008, demostrando que la televisión en abierto sigue siendo un soporte imprescindible para los anunciantes.

Pues bien, de este gran pastel que supone la inversión publicitaria en televisión, la mayor porción, un 43,4%, está en manos de Mediaset España.

En cuanto a la audiencia, 2015 sigue colocando a nuestra compañía como líder indiscutible, con una audiencia acumulada del 31%, lo cual, aparte de constituir un record histórico, nos sitúa a 4,2 puntos de diferencia con respecto a nuestro principal competidor.

Para terminar de dibujar el escenario televisivo de 2015, hay que añadir que el Gobierno adjudicó seis nuevas licencias de televisión, tres en calidad estándar y tres en alta definición, concedidas a Mediaset España, Atresmedia, Real Madrid, Conferencia Episcopal Española, Kiss FM y a Secuoya; lo cual supondrá la aparición de cuatro nuevos operadores que integrarán el escenario de la televisión nacional en abierto.

De todo ello les dará cumplida información nuestro consejero delegado, Paolo Vasile.

## DATOS ECONÓMICOS

Comparando los resultados de la sociedad en 2015 con los obtenidos en 2014, resulta que:

- Los ingresos de explotación pasan de 932 millones de euros en 2014 a 971 millones de euros en 2015, gracias al antes citado incremento de los ingresos publicitarios y al excelente rendimiento de nuestras películas (“Ocho apellidos catalanes”, “Atrapa la bandera” y “Regresión”).
- Los gastos de explotación pasan de 787 millones de euros en 2014 a 766 millones de euros en 2015, un decremento del 2,5% que se explica por la

emisión, en 2014, del Mundial de Fútbol y la excelente gestión de los recursos de la compañía.

- El beneficio de explotación alcanza la cifra de 205 millones de euros frente a los 144 millones de euros registrados en 2014, lo que implica un margen operativo (computado como cociente entre el beneficio de explotación y los ingresos netos de explotación) equivalente al 21,1% frente al 15,5% obtenido en 2014.
- Finalmente, el resultado neto atribuible a la sociedad dominante de Mediaset España se ha situado en 166 millones de euros frente a los 59 millones de euros obtenidos en 2014, una mejora muy significativa que se explica fundamentalmente por la recuperación de los márgenes operativos experimentada en el ejercicio a resultas del incremento de los ingresos de explotación.

### DIVIDENDO

El año pasado la compañía volvió a su normal política de dividendo después de dos años en los que, debido a la deteriorada situación del mercado publicitario y a la existencia de potenciales oportunidades de inversión, optó por no repartir dividendos. En 2014 la compañía optó por distribuir una cuantía de 47 millones de euros entre dividendo ordinario y extraordinario.

Este año proponemos a la Junta General de Accionistas el reparto de un dividendo ordinario por importe total de 167 millones de euros, que es la cuantía a la que asciende el íntegro beneficio obtenido por la compañía.

### EVOLUCION DE LA COTIZACION DE LA ACCION

El Ibex35, índice de referencia de la bolsa española, fue el peor índice europeo en el año, con una caída del 7,15% hasta los 9.544,20 puntos. El máximo fue alcanzado el 13 de abril con 11.866,40 puntos mientras que el mínimo anual se fijó el 24 de septiembre con 9.291,40 puntos. Desde la segunda mitad de agosto, el selectivo madrileño entró en pérdidas debido a los recortes tras los malos datos de la economía china, así como por las incertidumbres políticas en España que fueron razón para alejar las inversiones extranjeras en la bolsa española.

A 31 de diciembre la cotización se fijó en 10,03 euros; el mínimo anual fue alcanzado el 1 de octubre con 9,69 euros mientras que el máximo anual se produjo el 16 de julio, fijándose en 13,10 euros.

El volumen total negociado de Mediaset España en 2015 fue de 5.847,5 millones de euros, con una variación positiva de €1.025,1M (un incremento del 21% respecto del año anterior). En cuanto al volumen total de títulos negociados en 2015, este fue de 527,8 millones frente a los 542,3 de 2014; la diferencia se explica por la reducción de capital aprobada el 15 de abril y la consecuente menor cantidad de títulos presente en el mercado.

En cuanto a capitalización bursátil de Mediaset España, a 31 de diciembre fue de 3.672,7 millones de euros, una reducción del 13,6% justificada principalmente por la reducción del 10% del capital de la compañía aprobada en la Junta General de Accionistas.

En el ranking de capitalización bursátil, Mediaset España se coloca en primera posición a nivel nacional entre las compañías del sector media, con una diferencia de más de 1.450 millones de euros respecto a su inmediato competidor (Atresmedia) y un 32% superior al conjunto de las empresas del sector.

### GOBIERNO CORPORATIVO

En cumplimiento de la Recomendación 3 del nuevo Código de Buen Gobierno 2015, procedo a informarles sobre los aspectos más relevantes del Gobierno Corporativo de la sociedad y, en particular:

- a) de los cambios acaecidos desde la anterior Junta General Ordinaria; y
- b) de los motivos concretos por los que la compañía no sigue alguna de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno.

El ejercicio 2015 fue, en general para las empresas cotizadas, el año de las grandes modificaciones de sus textos normativos con el fin de adaptarlos, no sólo a los cambios legislativos, sino también a la entrada en vigor de las nuevas recomendaciones de Gobierno Corporativo. En nuestro caso, tales cambios fueron aprobados en la Junta General Ordinaria celebrada en abril del año pasado.

Asimismo, el Consejo de Administración, en aras de seguir avanzado en materia de Gobierno Corporativo, ha aprobado y puesto en marcha varias políticas: una sobre autocartera, otra de política de dividendos y una tercera que se refiere al proceso de selección de consejeros. Durante el año 2016 tenemos previsto aprobar otras políticas, entre ellas la de comunicación con inversores.

Desde el punto de vista de la transparencia, y en orden a proporcionar a nuestros accionistas toda la información posible, este año hemos publicado en la página web de la compañía los siguientes Informes: el Informe sobre la Independencia del Auditor de Cuentas, el Informe sobre Operaciones Vinculadas, el Informe sobre la Política de Dividendos, así como los Informes elaborados sobre las actividades realizadas durante el ejercicio por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

### Evaluación del Consejo de Administración y de las Comisiones

Durante el primer semestre del ejercicio 2015 se ha llevado a cabo la evaluación del Consejo de Administración y de las Comisiones de la Compañía; evaluación que viene a añadirse a la que se viene realizando sobre el consejero delegado de Mediaset España, cumpliendo así con la normativa legal y con las recomendaciones de gobierno corporativo. En la evaluación han participado la totalidad de los consejeros.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha supervisado la elaboración de un formulario de autoevaluación anual, tanto del Consejo de Administración, como de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, además de la suya propia, que fue sometido a la aprobación del Consejo de Administración.

En base a las valoraciones contenidas en cada uno de los formularios de evaluación, se ha confeccionado un informe final en el que aparecen acumuladas las valoraciones efectuadas por los consejeros; habiéndose definido además un plan de mejora de cara al año 2016.

En relación con el consejero delegado, tal y como viene sucediendo en ejercicios anteriores, ha sido la Comisión de Nombramientos y Retribuciones en pleno la encargada de la evaluación de su desempeño.

En cuanto a las Recomendaciones de buen gobierno que se recogen en el Informe Anual de Gobierno Corporativo que tienen en sus manos, durante el ejercicio 2015, de las 64 recomendaciones que formula la Comisión Nacional del Mercado de Valores a las sociedades cotizadas, Mediaset España cumple con 42, 15 no le son aplicables, 6 son objeto de cumplimiento parcial y sólo 1 no se habría cumplido; se trata de la número 7, que recomienda a las sociedades transmitir en directo a través de la web la celebración de la Junta General de Accionistas. Efectivamente, en el año 2015 no fue posible cumplir con esta recomendación, pero me complace informarles que la presente Junta

General está siendo retransmitida en directo, de manera que su contenido y todo lo que aquí acontezca hoy pueda ser seguido a través de nuestra web.

Por último, debo indicarles que, como en años anteriores, el Informe Anual de Gobierno Corporativo ha sido verificado por una entidad independiente.

## RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

La Responsabilidad Social Corporativa está cada vez más incorporada a la gestión de las compañías. Su inclusión en el Código Unificado de Buen Gobierno en 2015, como una de las funciones que corresponden al Consejo de Administración, ha dotado a la Responsabilidad Corporativa de gran notoriedad, reconocimiento y relevancia, dado el rango jerárquico del órgano sobre el que recaen las responsabilidades de gestión en este ámbito.

En Mediaset España no hemos querido quedarnos atrás, y por esta razón, hemos llevado a cabo, por primera vez en el ejercicio 2015, un estudio de materialidad con el objeto de aportar mayor transparencia al proceso de identificación de aquellos asuntos que tienen mayor relevancia para el negocio y que más reclaman la atención de nuestros principales grupos de interés. Todo ello con la finalidad de enfocar nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa a los requerimientos de los estándares de sostenibilidad, a los que la compañía tiene especial interés en dar respuesta.

En esta labor de identificación de los asuntos relevantes, hemos tenido en cuenta los criterios señalados por los responsables de nuestras principales áreas de actividad, así como por los informes sectoriales, sin olvidar los documentos elaborados por los impulsores de los estándares internacionales (GRI, SASB, Media CSR Forum, RobecoSam, World Economic Forum, Forbes, etc.), o los índices de inversión sostenible (FTSE 4Good y Dow Jones).

A partir de dicho análisis, se ha elaborado una lista de 29 temas relevantes, los cuales han sido analizados internamente por parte de los directivos de las principales áreas de la compañía, que han efectuado una labor de valoración de su impacto en el desempeño y éxito del negocio.

El resultado del proceso de inclusión y participación de los grupos de interés y sus inquietudes ha dado lugar a una “matriz de materialidad”, que incluimos en nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa.

No me gustaría terminar este apartado sin mencionar la destacada mejora que hemos obtenido en la puntuación que nos otorga el último análisis del Carbon Disclosure Project (CDP), donde hemos obtenido una valoración de 99B, la

más alta entre las compañías cotizadas de nuestro sector. Mediaset España participa en esta iniciativa desde 2009, que analiza más de 3.500 empresas internacionales cotizadas en los principales índices bursátiles y está respaldada por 827 inversores institucionales.

## CONTEXTO REGULATORIO

Desde hace algún tiempo a esta parte, se viene criticando de forma generalizada la situación que ostentan Mediaset España y Atresmedia en el mercado televisivo español.

Sucede, que ni esta situación ha sido diseñada así en su origen, ni constituye una situación que sea ilegítima o ilegal en sí misma considerada. Habría que remontarse al año 1989 para recordar que las tres primeras concesiones de televisión privada fueron asignadas a Mediaset España y a Atresmedia, efectivamente, pero también al Grupo Prisa, que optó libremente por lanzar un canal de pago, Canal+. Hay que recordar que, tras ello, se otorgaron sendas concesiones a los Grupos Vocento y Unedisa que dieron lugar a la aparición de cuatro nuevos canales. Es preciso recordar que, en pleno tránsito de la televisión analógica a la digital, se otorgó una nueva concesión analógica que dio origen a la aparición de La Sexta y, al mismo tiempo, se autorizó la transformación de Canal+ en un canal en abierto, CUATRO. Y hay que recordar, por último, que a finales del año pasado se han otorgado seis nuevas licencias de televisión, que han dado lugar a la aparición cuatro nuevos operadores de televisión: la Conferencia Episcopal, Kiss FM, Real Madrid y Secuoya y nada menos que seis nuevos canales.

Por lo tanto, la situación que en la actualidad tenemos no ha sido ajena, desde luego, a los sucesivos intentos del Gobierno de turno por evitarlo. Lo que ocurre es que es el mercado el que, con su normal funcionamiento, autodefine tanto su dimensión como su composición. Ninguna de ambas variables puede ser modificada establemente de forma artificial.

Dicho esto, lo que el sector necesita es estabilidad normativa, algo de lo que viene adoleciendo casi desde la aparición de la televisión privada. Estabilidad normativa para que los operadores podamos planificar nuestra actividad a medio-largo plazo. Ya es suficientemente volátil la economía para que, además, tengamos que vivir en vilo pendientes de cualquier imprevisto cambio normativo que el Gobierno pueda introducir. Entre otras razones porque, en algún caso, estos operadores somos empresas cotizadas en bolsa que cuentan con accionistas, grandes y pequeños, que como nosotros, los gestores, han de ver garantizado que su planificación no queda al albur de cambios repentinos en las reglas de juego.

En íntima conexión con esta cuestión, hay otra que constituye un peligro, no inminente, pero si ciertamente preocupante. Es la intención de algún organismo europeo de ir constriñendo el espacio radioeléctrico reservado a la televisión terrestre digital en favor de los operadores de telecomunicaciones, con sucesivas migraciones de frecuencias.

Estas iniciativas, de las que ya hemos sufrido una hace dos años, denominada “primer dividendo digital”, no sólo reducen el espacio radioeléctrico otorgado a las televisiones, sino que obligan a los telespectadores a la adaptación de sus antenas y efectuar re-sintonizaciones de sus televisores que, aparte del trastorno, conllevan sucesivos desembolsos de dinero, no siempre subvencionados.

La Unión Europea, pero sobre todo el legislador español, tienen que entender que las medidas que pueden ser oportunas e inocuas en el norte de Europa, no lo son tanto en los países meridionales, pues mientras que allí el principal medio de difusión de la televisión es el cable o el satélite, en el sur de Europa la difusión es eminentemente terrestre, en abierto y, por tanto, gratuita. Por ello, los poderes públicos españoles están obligados a tomar las medidas para hacer valer y respetar las singularidades de nuestro país y, por lo tanto, salvaguardar el espacio radioeléctrico suficiente para una oferta tan rica como la actualmente existente en España.

Para que el sector pueda desarrollarse adecuadamente, necesita ser apoyado por el nuevo Gobierno que se constituya, que deberá resolver los temas legislativos pendientes, defendiendo el espectro futuro, garantizando la sostenibilidad de RTVE que tiene que ser prioridad de Estado, ordenando la normativa sobre producción cinematográfica y de la Propiedad Intelectual, etc.

El panorama audiovisual se muestra más competitivo que nunca, con 21 canales privados, pero también con más posibilidades para anunciantes, productoras, servicios de difusión, fabricantes y otros nuevos actores que experimentarán el efecto de este incremento de nuevos contenidos y oportunidades.

## DESPEDIDA

Dicho esto llega el momento de la despedida, en la que es obligado felicitar, un año más, a todo el personal de Mediaset España y su grupo empresarial, sin el cual los resultados que les presentamos no hubieran sido posibles. Gracias también a todos los accionistas por su confianza, que esperamos seguir mereciendo.