



Madrid, 18 de abril de 2018

Junta General de Accionistas 2018
Alejandro Echevarría, presidente

Buenos días señoras y señores, doy la bienvenida a todos los que estando presentes o siguiéndonos a través de la página web de la compañía, asisten a esta Junta General Ordinaria de Accionistas de Mediaset España Comunicación, S.A., para analizar los resultados del ejercicio 2017 que sometemos a su aprobación. Unos datos que, como podrán comprobar, son óptimos, teniendo en cuenta las circunstancias concurrentes.

Según los datos macroeconómicos publicados, la economía española ha crecido en 2017 en un 3,1%, igual que en los dos años precedentes, manteniendo un ritmo que sigue superando ampliamente a la media europea.

El consumo interno, con un crecimiento del 2,5%, continúa evolucionando positivamente, aunque algo por debajo del año pasado. También lo está haciendo el mercado de trabajo, quizás a un ritmo aún lento, pero alentador, con una creación neta de empleo de 500.000 puestos y una caída de la tasa de paro hasta el 16,1%.

Se mantiene así una senda de recuperación que aún cuenta con puntos sombríos, como son el déficit de las Administraciones Públicas y en el alto nivel de endeudamiento frente al exterior, que no se ha visto favorecida precisamente por el contexto político, sometido a continuos avatares como han sido los inacabables asuntos de corrupción política que han salido a la luz o como la crisis catalana.

EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2017

Los datos oficiales publicados por Infoadex muestran un crecimiento del mercado publicitario televisivo del 1%, situándose significativamente por debajo de la evolución experimentada en los dos años precedentes y,

asimismo, por debajo del incremento de PIB experimentado en el ejercicio.

Ha sido un mercado muy volátil, de comportamiento errático a lo largo del ejercicio, con evoluciones trimestrales muy dispares, que pone de manifiesto un comportamiento aún cauteloso y táctico por parte de los anunciantes.

Aun así, la publicidad televisiva sigue acaparando en 2017 una cuota del 40% del íntegro mercado publicitario, consolidándose un año más como el principal soporte de la comunicación comercial; circunstancia que es ciertamente digna de resaltar en un año en el que se ha hecho patente la pujanza de la publicidad on line, que ocupa ya una cuota del 28,9% del mercado.

Y es que la televisión en abierto, la TDT, con una penetración en la sociedad del 99%, sigue siendo el principal medio de comunicación en España, con un consumo medio por habitante de 242 minutos diarios de televisión, erigiéndose en el principal pilar de la producción audiovisual española, pues más dos tercios de la producción española de obras europeas es financiada por los operadores de televisión en abierto.

En este contexto, el grupo Mediaset ha mantenido en 2017 la misma cuota de mercado publicitario que en 2016, un 43,3% según los datos de Infoadex, y ello teniendo en cuenta que en 2017 no se ha contado con eventos deportivos parangonables a la Eurocopa de Fútbol 2016.

Estos datos han venido propiciados por los magníficos resultados de audiencia obtenidos. Mediaset España sigue, un año más, siendo líder de audiencia. Lo es a nivel global, con un 28,7% de audiencia acumulada de todos sus canales; y lo es a nivel individual, con Telecinco al frente, con un 13,3%.

De todas estas cuestiones les dará cumplida información nuestro consejero delegado, Paolo Vasile.

DATOS ECONÓMICOS

Comparando los resultados consolidados del grupo Mediaset en 2017 con los obtenidos en 2016, resulta que:

- Los ingresos de explotación pasan de 992 millones de euros en 2016 a 996 millones de euros en 2017, producto fundamentalmente del incremento de los ingresos publicitarios en el ejercicio.
- Los gastos de explotación pasan de 767 millones y medio de euros en 2016 a 751 millones de euros en 2017, lo cual demuestra una vez más la eficacia de nuestro modelo de gestión y control de costes.
- Finalmente, el resultado neto atribuible a Mediaset España en 2017 se ha situado en 197 millones de euros, frente a los 171 millones de euros obtenidos en 2016; mejora que se explica gracias a la recuperación de los márgenes operativos, basada en el incremento de los ingresos, y en el control de costes.

DIVIDENDO

Este año, se propone a la Junta General el pago de un dividendo ordinario por el 100% del íntegro beneficio obtenido a nivel individual por Mediaset España, esto es, por importe de 164,5 millones de euros.

Se propone, además, aprobar un dividendo extraordinario, a pagar en efectivo con cargo a reservas de libre disposición, por importe total de casi 33 millones de euros que, sumado al dividendo ordinario, permite repartir el 100% del resultado neto consolidado obtenido en el ejercicio 2017, que asciende a 197,5 millones de euros.

En caso de resultar aprobados, ambos dividendos se abonarán a los accionistas el próximo 3 de mayo.

Hay que tener en cuenta, además, que la compañía completó durante el ejercicio 2017 un programa de recompra de acciones por importe de 100 millones de euros, cuya amortización está prevista en el punto quinto del orden del día de esta Junta.

EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DE LA ACCIÓN

En el año 2017 los mercados europeos que mejor se han comportado han sido el FUTSi Mib italiano (+13,6%), el DAX30 alemán (+12,5%), el CAC40 francés (+9,3%) y el FUTSi100 británico (+7,6%), mientras que el Euro Stock50, índice de referencia europeo que aglutina las mayores empresas cotizadas del continente, se revalorizó en un 6,5%.

Por lo que respecta a España, el IBEX35 alcanzó el mejor resultado desde 2013, con una revalorización del 7,4% en el año, con 24 valores al alza y con una evolución interanual marcada por una primera parte muy positiva (hasta mayo la subida fue de casi un 20% superando los 11.100 puntos) y una última marcada por la crisis política catalana que trajo como consecuencia la retirada del mercado de muchos inversores temerosos de las posibles consecuencias negativas del proceso. El balance final fue que el selectivo cerró en positivo en siete de los 12 meses del año, tocando mínimos el 23 de enero (9.305 puntos) y alcanzando su registro más alto el 5 de mayo (11.120 puntos).

El título de Mediaset España cerró el año cotizando a 9,36 euros. El máximo de cotización se registró el 4 de mayo cuando alcanzó los 13 euros; a partir de ahí, y en coincidencia con las incertidumbres relativas a la situación de algún operador de televisión extranjero que produjo un efecto contagio al resto de operadores del sector, el título comenzó a bajar hasta que, el 10 de noviembre, anotó su peor registro (8,62 euros).

El promedio diario de títulos negociados en el ejercicio fue de 1.290.029 (equivalente a 14.153.426 euros), con una caída del 19% respecto al año anterior, y el volumen total negociado se situó en 3.609,1 millones de euros, con una variación negativa del 14,5% respecto al año anterior. El volumen total de títulos negociados se situó en 354,3 millones frente a los 411,5 millones del año anterior, siendo el mes de mayo, en coincidencia con el pago de dividendo anual, el de más negociación de títulos de Mediaset España Comunicación, S.A.

A pesar de que el año 2017 no ha sido un año positivo para la evolución bursátil de su acción, la capitalización bursátil de Mediaset España a 31 de diciembre de 2017 era de 3.151,3 millones de euros, lo que la situaba en el puesto 30 del Ibex35, siendo una vez más líder indiscutido entre las compañías españolas del sector, con una capitalización superior en un 33% al conjunto de todas ellas y marcando una diferencia de 1.187 millones de euros respecto a su principal competidor, Atresmedia.

GOBIERNO CORPORATIVO

En cumplimiento de la Recomendación 3 del Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, procedo a informarles sobre los aspectos más relevantes del Gobierno Corporativo de la

sociedad y, en particular de los cambios acaecidos desde la anterior Junta General Ordinaria y de los motivos concretos por los que la compañía no sigue alguna de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno.

I.- Modificaciones en los textos normativos:

En el ejercicio 2017 se ha llevado a cabo una revisión del Reglamento del Consejo de Administración, del Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y del Reglamento de Nombramientos y Retribuciones, para adaptarlos a las mejores prácticas en materia de buen gobierno.

La propuesta de modificación del Reglamento del Consejo de Administración que hemos puesto a su disposición, afecta a los artículos 9, relativo a la “Composición cualitativa del Consejo”; 21 referente a “La Comisión de Auditoría y Cumplimiento”; y 22, relativo a “La Comisión de Nombramientos y Retribuciones”.

La finalidad de estas modificaciones ha sido adaptar el artículo 21 del Reglamento a los artículos 529 terdecies y 529 quaterdecies de la Ley de Sociedades de Capital.

Y en cuanto a los artículos 9.7 y 22.3 del Reglamento, su modificación se ha efectuado en atención a las novedades introducidas en materia de información no financiera y diversidad por parte del Real Decreto Ley 18/2017, de 24 de noviembre.

Con relación al Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, las últimas modificaciones han tenido como finalidad incorporar las previsiones básicas incluidas en la Guía Técnica 3/2017 de la CNMV sobre las Comisiones de Auditoría y Cumplimiento, así como con las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno que Mediaset España viene cumpliendo.

Estas modificaciones no introducen ninguna novedad que no fuera ya desempeñada por la propia Comisión de Auditoría y Cumplimiento en el desarrollo de su normal actividad, y afectan a los siguientes artículos: el Artículo 3, sobre la composición cualitativa de la Comisión; el artículo 4, sobre la asistencia del auditor interno y, según en qué casos, del auditor externo a las reuniones de la Comisión, así como la necesidad de aprobar de forma preliminar un plan anual de trabajo; el artículo 5.1, sobre la necesidad de definir un proceso de selección del auditor externo, la supervisión de dicho proceso y evaluación anual de la

actuación e independencia de éste en el desempeño de su trabajo; el artículo 5.2, en relación con la supervisión de la información financiera; el artículo 5.3, con respecto al Sistema de Control Interno de dicha información; el artículo 5.5, en relación con la supervisión de la gestión y del control de los riesgos; el artículo 5.7, sobre transparencia y normas de gobierno corporativo, revisión de la política de responsabilidad corporativa, evaluación de riesgos no financieros, y coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad; y el artículo 7, sobre medios y recursos de la Comisión.

Por último, la modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones tenía como única finalidad introducir referencias a la política de diversidad.

II.- Sobre las Recomendaciones de Buen Gobierno, que se recogen en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, de las 64 recomendaciones que efectúa la CNMV a las sociedades cotizadas, Mediaset España cumple con 44, 10 no le son aplicables, 8 son objeto de cumplimiento parcial, y no cumple con 2 recomendaciones. Pasamos a comentarles los motivos por los que la compañía considera que no cumple con estas 2 recomendaciones:

La Recomendación 37 dispone que la estructura de participación de categorías de consejeros en la Comisión Ejecutiva debe ser igual a la del Consejo. En nuestro caso, no ha existido dicha correspondencia, pero sólo debido al hecho de que la presencia de consejeros independientes en su seno ha sido mayor que la existente en el Consejo, lo cual, en nuestro criterio, debe ser entendido en sentido positivo.

La Recomendación 63 establece que los acuerdos contractuales con los consejeros ejecutivos incluyan una cláusula que permita a la Sociedad reclamar el reembolso de los componentes variables de la remuneración cuando el pago no haya estado ajustado a las condiciones de rendimiento o cuando se hayan abonado atendiendo a datos cuya inexactitud quede acreditada con posterioridad. En nuestro caso dicha cláusula no se considera necesaria debido a que el proceso de verificación previo de los requisitos de los que se hace depender el devengo de los componentes variables de la retribución, impide materialmente que estos puedan abonarse sobre la base de datos inexactos.

Siguiendo con el Gobierno Corporativo, he de resaltar que 2017 ha sido un año en el que Mediaset España ha dado un gran paso en materia de diversidad, algo que siempre ha estado entre sus principales objetivos.

El hecho de que 3 de nuestros consejeros independientes hayan dejado su puesto vacante por haber superado el plazo legal de 12 años ostentando tal calificación, y ante la necesidad de renovar el resto de cargos por haber transcurrido el plazo de cuatro años establecido estatutariamente, nos ha dado la oportunidad de integrar a tres nuevas consejeras: Doña Cristina Garmendia, Doña Consuelo Crespo y Doña Gina Nieri, cuyo nombramiento sometemos a esta Junta.

Esta circunstancia, en unión de la renovación de Doña Helena Revoredo, que también se incluye en el orden del día de esta Junta, permite a Mediaset España dar cumplimiento al objetivo fijado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del Consejo de Administración de las sociedades cotizadas y, asimismo, dar cumplimiento a nuestra Política de Diversidad, aprobada por el Consejo de Administración en el ejercicio 2017, que está a su disposición a través de nuestra página web corporativa.

En este proceso de renovación del Consejo de Administración y sus comisiones delegadas, no quiero dejar pasar la oportunidad de agradecer, en mi propio nombre y en el del Consejo de Administración en pleno, los servicios prestados por los Sres. José Ramón Álvarez Rendueles, Giuliano Adreani, Angel Duráñez, Alfredo Messina y Giuseppe Tringali. Su colaboración durante todos los años que han ostentado la condición de consejeros ha sido inestimable y fundamental para la obtención de los exitosos resultados que Mediaset España ha venido cosechando durante tantos años, colocándola a la cabeza de los grupos multimedia europeos.

Asimismo, quiero dar la bienvenida a los nuevos consejeros que, con la anuencia de ustedes, nuestros socios, se incorporarán al Consejo de Administración, Doña Gina Nieri, Don Niccolò Querci y Don Borja Prado, que continúa a nuestro lado.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Nuestro compromiso por transmitir y dar a conocer la gestión de la Responsabilidad Corporativa se ha visto reforzada en el año 2017 a través

nuestro Informe Anual Corporativo, que incluye y desarrolla de forma pormenorizada todos los aspectos de la Responsabilidad Corporativa del grupo: aspectos sobre el Buen Gobierno, los Recursos Humanos, la gestión responsable de los contenidos y publicidad, de nuestros consumos y emisiones, y, en fin, sobre otros datos que conforman la denominada información no financiera del grupo.

En este sentido, Mediaset España ha continuado avanzando en su modelo de reporting con el objetivo de reflejar, de forma integrada, la creación de valor por parte del negocio a lo largo del tiempo. Por ello, Mediaset España desarrolla su Informe siguiendo las recomendaciones del *Marco Internacional de Reporting Integrado*, siendo pionera en el sector audiovisual en incorporar dichas tendencias. Enfoque de reporting que complementa siguiendo las directrices para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), dando respuesta a las cada vez más exigentes demandas de información de nuestros distintos grupos de interés.

Todo ello verificado por un auditor externo, en este caso, la compañía PWC.

Uno de los puntos que ha centrado nuestro trabajo durante el ejercicio 2017 ha sido la transparencia de la información en materia fiscal, lo cual nos ha supuesto una excelente valoración por parte de analistas externos, alcanzando el segundo puesto en el ranking publicado por la Fundación Compromiso y Transparencia de 2017.

El compromiso por desarrollar un negocio audiovisual responsable ha sido, un año más, el motor de Mediaset España. La compañía aprovecha su liderazgo para promover la concienciación social y ambiental a través de sus canales de televisión, de sus plataformas de Internet y, asimismo, cediendo espacios publicitarios a favor de organismos sin ánimo de lucro, los cuales, en 2017, han ascendido a 13 millones de euros.

Este compromiso también se traduce en hacer accesible nuestra programación a personas con discapacidad visual o auditiva, haciendo de nuestra televisión un instrumento de integración social y cultural sin barreras. En 2017, Mediaset España ha emitido a través de sus canales más de 41.000 horas de programas subtítulos (lo que ha representado un incremento de más de un 6% respecto del año anterior); más de 1.920 horas de contenidos emitidos con audio descripción (lo que ha representado un incremento del 7% respecto del año anterior) y más de

1.256 horas de contenidos traducidos en lengua de signos (lo que ha representado un incremento de casi un 30% respecto del año anterior).

Nuestra compañía es una pieza del puzzle necesario para la construcción de un entorno sostenible, y por tanto, reconoce el valor de las alianzas para lograrlo. Por ello, asume el compromiso público de participar e impulsar diversas iniciativas en este sentido, tales como el Pacto Mundial, el Carbon Disclosure Project, FTSE4GOOD IBEX, el Cluster de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad, el Cluster de Cambio Climático de Forética y desde 2017, el Responsible Media Forum, formado por las principales compañías de medios de comunicación a nivel internacional.

Ninguno de los compromisos asumidos por Mediaset España serían posibles sin la participación e implicación de todos y cada uno de quienes formamos parte de la compañía, y para ello se impulsan distintas campañas de sensibilización y concienciación entre nuestros trabajadores. Un pequeño ejemplo ha sido la iniciativa ‘Taponos para una nueva vida’, demostrando cómo un simple gesto diario, como es depositar los taponos en un contenedor, ha contribuido al tratamiento médico de 14 niños con dificultad de acceso a terapias específicas.

Toda nuestra gestión responsable podrán encontrarla en nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa disponible en nuestras Cuentas Anuales y en nuestra página web.

CONTEXTO REGULATORIO

Dicho esto, los principales retos que atañen al sector televisivo desde un punto de vista regulatorio son, como habitualmente, de naturaleza variopinta.

Especial importancia tiene para nosotros, como ya señalábamos el año pasado, el denominado segundo dividendo digital, es decir, el proceso de migración que todos los operadores de televisión terrestre digital tendremos que acometer para trasladar nuestros canales de televisión a la banda sub-700 Mghz, con la finalidad de liberar la actual banda de frecuencias en las que emitimos, que quedarán a disposición de las empresas de telecomunicaciones. Les recuerdo que un proceso similar fue ya acometido en el año 2015.

Esta segunda migración debe estar completada en todos los países de la

eurozona para el año 2020. Sin embargo, las autoridades europeas han dado la posibilidad a los Estados miembros de decidir, en función de sus especiales circunstancias, prorrogar este proceso hasta 2022. Así ha sucedido por ejemplo en Italia, país en el que, como ocurre en España, el principal medio de difusión televisiva es la televisión terrestre digital.

España aún no ha tomado una decisión al respecto, que habrá de adoptarse en breve. Desde Mediaset España, en coordinación con el resto de operadores, lo único que hemos pedido al Gobierno español es que este proceso es: (i) que se planifique en el tiempo que resulte necesario, ni antes ni después, con la finalidad de evitar cualquier tipo de distorsión o complicación en un proceso que, ya de por sí, es bastante complejo; (ii) que no se modifique el actual *statu quo*, es decir, que no se modifique el ancho de banda que actualmente tiene asignado la TDT; y (iii) que se lleve a cabo sin impacto económico para todos los afectados, ciudadanos y operadores de televisión, que somos simples sujetos pasivos de esta decisión. Peticiones que consideramos totalmente razonables y que, esperamos, puedan ser atendidas.

No menos importancia tiene otra cuestión pendiente, que es la armonización de las obligaciones impuestas a los medios audiovisuales en general. Como también explicábamos el año pasado, las televisiones estamos sometidas a estrictas reglas relativas a la emisión de publicidad, protección de menores, inversión en cine, financiación de RTVE, etc. Como es conocido, todas estas obligaciones son objeto de un riguroso control y seguimiento por parte de los órganos regulatorios.

Sin embargo, existe otra parte del sector audiovisual que no está sometido a dichas reglas ni, por tanto, a ningún control. Me refiero a los medios digitales y, en particular, a las nuevas plataformas de contenidos audiovisuales que tanta pujanza han obtenido en el último año; plataformas que, en la mayoría de las ocasiones, ni siquiera tributan en España.

No pedimos un trato peor para estos nuevos agentes. Pedimos simplemente que todos estemos sometidos a las mismas reglas, pues de lo contrario se estaría permitiendo la perpetuación de un mercado audiovisual totalmente distorsionado. De poco sirve mantener un férreo control de los operadores, por así decirlo, “tradicionales”, si se permite la existencia de una puerta trasera de acceso franco para operadores de nueva generación carentes del más mínimo control, los cuales, hay que recordarlo, no son precisamente pequeñas empresas sino verdaderas multinacionales.

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 de Mediaset España por su confianza, que esperamos seguir mereciendo.

Cedo ahora la palabra al Consejero Delegado, Paolo Vasile.