

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

DISCURSO PRESIDENTE D. ALEJANDRO ECHEVARRIA

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 2016, que sometemos a su aprobación.

Se tratan, como se podrá comprobar, de unos resultados óptimos, acordes con la recuperación del mercado publicitario y coherentes con el crecimiento de la economía española, que ha sido muy positivo.

Efectivamente, según los datos macroeconómicos publicados, la economía española ha crecido en 2016 en un 3,2%, igual que en 2015, siguiendo un ritmo que supera ampliamente a la media europea y, en particular, a Alemania y al Reino Unido, con un crecimiento del 2% en ambos casos, y a Francia que no ha pasado del 1'3%.

Se mantiene así una senda de recuperación que se ha visto, en parte, favorecida, por la clarificación del entorno político en nuestro país, que ha tornado a una situación más estable que la que cabía esperar a principios de 2016.

El consumo está evolucionando positivamente. También lo está haciendo el mercado de trabajo, quizás a un ritmo aún lento, pero alentador. En fin, parece que todo apunta a una senda de estable recuperación, donde los puntos más sombríos, aparte de una aún elevada tasa de desempleo, siguen radicando en el déficit de las Administraciones Públicas y en el alto nivel de endeudamiento frente al exterior.

EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2016.

Tal y como indicaba al comienzo de mi intervención, el mercado publicitario en Televisión ha evolucionado favorablemente, pues su crecimiento se ha situado en un 5,5%; y ello a pesar de que, en el seno de una tendencia plurianual positiva, las comparativas con años precedentes son vez más exigentes.

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

Lo cierto es que, de nuevo, la publicidad en Televisión ha dado muestra de una salud envidiable en el conjunto del mercado publicitario, llegando incluso a incrementar su cuota en el mercado de la publicidad, hasta alcanzar un 40,5%, a pesar de la creciente pujanza de la publicidad en internet, que sigue creciendo (26,8%) a costa de otros soportes publicitarios tradicionales.

Dentro de este panorama general, Mediaset ha alcanzado en 2016 una cuota de mercado publicitario televisivo del 43,3%, ligeramente por encima de nuestro principal competidor.

Esta situación viene sustentada, cómo no, por un alto consumo televisivo; demostrándose, de esta forma, que la televisión sigue siendo el principal medio de entretenimiento de los españoles. Efectivamente, durante el año 2016, los españoles hemos destinado un promedio de 248 minutos por persona al consumo audiovisual, de los que 214 minutos, es decir, el 86'2%, se ha dedicado a la visualización en directo de los canales televisivos en abierto.

En cuanto a la audiencia, 2016 sigue colocando a nuestra Compañía como líder indiscutible, con una audiencia acumulada de todos sus canales del 30'2%, lo cual nos sitúa a 3'1 puntos de diferencia con respecto a nuestro principal competidor.

Por último, he de destacar en este somero repaso que, en abril de 2016, hemos lanzado un nuevo canal, BeMad, fruto de la licencia que nos fue otorgada a finales de 2015. Con este canal, son siete los canales que edita y emite MEDIASET, conformando la más completa y variada oferta televisiva de nuestro país, que cubre todos los targets de la población, ya sea por edad o por sexo.

De todas estas cuestiones les dará cumplida información nuestro Consejero Delegado, Paolo Vasile.

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

DATOS ECONOMICOS

Comparando los resultados de la Sociedad en 2016 con los obtenidos en 2015, resulta que:

- Los ingresos de explotación pasan de 972 millones de euros en 2015 a 992 millones de euros en 2016, producto fundamentalmente del incremento de los ingresos publicitarios en el ejercicio.
- Los gastos de explotación pasan de 767 millones de euros en 2015 a 768 millones de euros en 2016, lo cual supone un incremento casi inexistente a pesar de haber adquirido los derechos de emisión de la Eurocopa de Fútbol; lo cual demuestra una vez más la eficacia de nuestro modelo de negocio.
- Finalmente, Mediaset España ha obtenido en 2016 un beneficio consolidado de 171 millones de Euros, frente a los 166 millones de Euros obtenidos en 2015.

DIVIDENDOS

El año pasado la Compañía repartió un dividendo ordinario que ascendió a 167 millones de Euros.

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 147 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 28 millones y medio de euros que, sumado al dividendo ordinario, permite repartir el 100% del resultado neto ajustado consolidado obtenido en el ejercicio 2016, que asciende a casi 176 millones de euros.

En caso de resultar aprobados, ambos dividendos se abonarán a los accionistas el próximo 9 de mayo.

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

EVOLUCION DE LA COTIZACION DE LA ACCION

Al final de 2016, los principales índices europeos presentaron una evolución positiva: el británico FT100 aumentó un 14%, el DAX alemán se incrementó en un 7% y el Cac40 francés subió un 5%.

Frente a ellos, el Ibex35 fue uno de los índices europeos con peor evolución, cayendo un 2%. El cierre anual lo situó en 9.352'1 puntos, alcanzando el máximo el 16 de diciembre (9.412 puntos) y el mínimo el 27 de junio (7.645 puntos), tras el Brexit y al día siguiente de nuestras Elecciones Generales, el 26 de junio

En este contexto, la acción de Mediaset España cerró 2016 con una cotización de 11'15 euros, un 11% superior al cierre de 2015; colocándose entre los diez mejores valores del Ibex35. El mínimo anual se alcanzó el 11 de febrero, con 8'26 euros por título, mientras que el valor máximo se consiguió el 7 de junio, con 12'01 euros por acción, denotando así una gran volatilidad.

El promedio de volumen de negociación diaria fue 1.600.620 títulos, equivalente a 16.428.399 euros diarios. Mientras que el volumen total negociado durante 2016 ascendió a 4.222 millones de euros.

En cuanto al valor de capitalización bursátil de Mediaset España, a 31 de diciembre de 2016, fue de 3.754'4 millones de euros, el más alto entre las compañías del sector medios de comunicación, con una diferencia de más de 1.400 millones de euros con respecto a su inmediato competidor (Atresmedia), y un 29% superior al conjunto de las empresas del sector.

Mediaset España se ubica, un año más, en cuarta posición en la clasificación europea de broadcasters, detrás de ITV, Prosieben y Mediaset Italia.

GOBIERNO CORPORATIVO

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

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

- a) de los cambios acaecidos desde la anterior junta general ordinaria; y
- b) del nivel de cumplimiento de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno.

El ejercicio 2015 fue, en general, para las empresas cotizadas, entre ellas nosotros mismos, el año de las grandes modificaciones de sus textos normativos con el fin de adaptarlos, no sólo a los cambios legislativos introducidos, sino también a la entrada en vigor de las nuevas recomendaciones de Gobierno Corporativo aprobadas por la CNMV.

En este sentido, durante 2016 la Compañía ha culminado su cuadro de Políticas, todas ellas accesibles en nuestra página web corporativa, que son las siguientes:

- Política de Responsabilidad Corporativa.
- Política Medioambiental.
- Política sobre Dividendos.
- Política sobre Autocartera.
- Política de Selección de Consejeros.
- Política de Relaciones con Inversores.
- Y la Política Fiscal, en relación con la cual ha de subrayarse que la Compañía ha suscrito “Código de Buenas Prácticas Tributarias” impulsado por la Agencia Tributaria.

Además, el Consejo de Administración aprobó su nuevo Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores, incorporando las modificaciones normativas introducidas en la materia a nivel comunitario.

Resta mencionar que, como en años anteriores, se ha llevado a cabo la auto-evaluación tanto del Consejo de Administración, como de las Comisiones, a las que hay que añadir la evaluación sobre el desempeño del Consejero Delegado de Mediaset España. Y que en todas ellas han participado la totalidad de los Consejeros.

En cuanto a las Recomendaciones de buen gobierno que se recogen en el Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al ejercicio 2016,

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

que tienen en sus manos, de las 64 recomendaciones que formula la Comisión Nacional del Mercado de Valores para las sociedades cotizadas, Mediaset España cumple con 48, 13 no le son aplicables, y 3 son objeto de cumplimiento parcial.

En definitiva, teniendo en cuenta las recomendaciones que no le son aplicables y las que han sido parcial pero mayoritariamente cumplidas, la Compañía ha conseguido en el año siguiente a la aprobación del nuevo Código de Buen Gobierno un nivel de cumplimiento rayano en el 100%

Por último, debo indicarles que, como en años anteriores, tanto el Informe Anual de Gobierno Corporativo, como el Informe sobre Remuneración de los Consejeros, han sido verificados por una entidad auditora independiente.

Aparte de dichos Informes, y con el ánimo de proporcionar a nuestros accionistas toda la información posible, este año hemos publicado en la página web de la compañía el Informe sobre la Independencia del Auditor de Cuentas y el Informe sobre Operaciones Vinculadas, así como los Informes elaborados sobre las actividades realizadas durante el ejercicio por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA.

Enmarcado en el desarrollo de un negocio audiovisual comprometido, y aprovechando el liderazgo indiscutible del Grupo en el sector audiovisual, Mediaset España no sólo ha cumplido con su misión de entretenimiento, sino que ha seguido impulsando la responsabilidad corporativa desde la gestión interna de la compañía.

La accesibilidad de los contenidos constituye un aspecto fundamental de la responsabilidad de los medios de comunicación. Por ello, Mediaset España mantiene año a año su compromiso de hacer accesible su programación a las personas con discapacidad visual o auditiva, como instrumento de integración social y cultural de estos colectivos. En este sentido, a través de

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

sus canales ha emitido multitud de series, películas y programas con subtítulos, traducidos en lengua de signos o con audiodescripción. Durante 2016, las cadenas de Mediaset España han emitido 39.448 horas de programas subtítulos, siendo Telecinco, Boing y Energy las cadenas que han ofrecido más horas de contenido con esta funcionalidad. El cine ha ocupado casi el 70% de los programas emitidos con subtítulo.

Por otro lado, consideramos que una emisión responsable de la publicidad es imprescindible para la sostenibilidad del negocio y, por ello, tenemos implantados mecanismos de gestión y control específicos dirigidos a un estricto cumplimiento de la legislación vigente, y al seguimiento de las guías de actuación definidas por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (“Autocontrol”), a la cual la compañía se encuentra adherida desde 1995.

Además, me gustaría señalar que, un año más, la Compañía ha cedido parte de sus espacios publicitarios en apoyo de causas sociales, en este caso por un valor de 10 millones y medio de euros.

En otro orden de cosas, durante 2016 Mediaset ha mejorado su calificación en el análisis de “Carbon Disclosur Proyect” sobre Cambio Climático, alcanzando la categoría A, lo que la sitúa como la primera compañía del sector en la inclusión de medidas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero; habiendo revisado, por primera vez, todas las categorías de emisiones de Alcance 3, calculadas de acuerdo con el Grin Gas Protocol.

Por último, debemos mencionar que Mediaset ha mantenido su participación con diversas iniciativas de responsabilidad corporativa, como son Global Compact, Futsiforgud, Global Reporting Iniciatif, la Asociación de Emisores Españoles, y, por primera vez en 2016, Cluster sobre Transparencia, Buen Gobierno e Integridad de Forética, demostrando así su compromiso y afán de mejora continua en materia de transparencia.

CONTEXTO REGULATORIO.

2016 ha sido testigo de la aparición de los seis nuevos canales de televisión que fueron adjudicados por el Gobierno en octubre de 2015, que han ido apareciendo paulatinamente durante el primer semestre del año pasado. De

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

esta forma, BeMad (de Mediaset), Atreseries (de Atresmedia), Ten (de Sequoya), DKiss (de KissFM), 13Tv (de la Conferencia Episcopal) y Real Madrid Tv han venido a integrar una oferta televisiva compuesta, en total, por 21 canales nacionales de TDT en abierto, una de las más ricas de los países de nuestro entorno.

Damos la bienvenida a los nuevos canales y les deseamos suerte en su singladura, pues sabemos, por propia experiencia, el esfuerzo de todo tipo que conlleva el asentamiento y consolidación de nuevos canales de televisión, algo que a nosotros nos costó toda la década de los 90.

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 televisión hertziana, el denominado segundo dividendo digital, que, como Vds. sabrán, está pendiente de ser aprobado definitivamente por las instituciones europeas. Se trata, como ya ocurrió en 2015, de trasladar de nuevo los canales de TDT, en este caso a la banda 700 Mghz, con la finalidad de liberar la actual banda 800 Mghz en favor de las empresas de telecomunicaciones.

Esta segunda migración está prevista para 2.020, pero seguramente se dé a los Estados miembros de la UE la posibilidad de prorrogarla hasta 2.022 en atención a circunstancias especiales. Circunstancias que creemos que concurren el caso de España, donde el principal medio de difusión televisiva es la TDT, a diferencia del norte y centro de Europa, donde el cable o el satélite es dominante. Y, sobre todo, teniendo en cuenta que la última migración, que obligó a los televidentes a pasar por un complejo proceso de adaptación de antenas y re-sintonización de televisores, tuvo lugar hace apenas dos años.

Otra cuestión pendiente, no menos relevante, es la armonización de las obligaciones impuestas a los medios audiovisuales en general. Las televisiones estamos sometidas a estrictas reglas relativas a la emisión de publicidad, protección de menores, inversión en cine, etc. que son estrechamente controladas por los órganos regulatorios. Mantener al margen de dichas reglas y su control a los medios audiovisuales distintos de

Madrid, 27 de abril de 2017

Junta General de Accionistas 2017
Alejandro Echevarría, Presidente

las televisiones tiene, hoy en día, escaso sentido; máxime a la vista del creciente consumo de estos medios, sobre todo entre el público más joven. Seguramente ello exige una revisión de la actual Ley General de la Comunicación Audiovisual, que después de siete años de vigencia, se ha visto ampliamente superada por la realidad social y económica de nuestro país.

Otro frente pendiente es el diseño definitivo de un modelo sostenible de televisión pública, cuyos problemas de financiación no vienen de la parte de los ingresos, como ha puesto de manifiesto la CNMC, sino de un adecuado dimensionamiento estructural. Somos conscientes de las dificultades que conlleva esta tarea, pero no puede dilatarse por más tiempo su solución.

DESPEDIDA.

Dicho esto, llega el momento de la despedida, en la que es obligado felicitar, un año más, a todo el personal de Mediaset 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