

Madrid, 10 de abril de 2019

Junta General de Accionistas 2019
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 2018 que sometemos a su aprobación. Unos datos que, como podrán comprobar, son óptimos, teniendo en cuenta las circunstancias concurrentes.

Los datos sobre la evolución económica disponibles indican que en 2018 la economía española habrá avanzado en torno a un 2,4%, un registro inferior al de los dos ejercicios anteriores, pero que sigue estando a la cabeza del crecimiento en la Unión Europea.

En términos de empleo, la buena marcha de la economía española se tradujo en una caída de la tasa de paro por debajo del 15% a finales de 2018, con una creación de más de medio millón de nuevos puestos de trabajo.

A nivel global, producto de las actuales incertidumbres, parece que 2019 apunta a una continuación en el crecimiento del PIB, inferior a 2018, pero siempre por encima de la media europea.

EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2018

Según los datos hechos públicos por Infoadex, la publicidad en TV ha caído ligeramente en el ejercicio, un 0,8%, lo que en la práctica apunta a un mercado plano.

Esta evolución va acompañada además de una alta volatilidad del mercado, tras la que subyace un cauteloso comportamiento de los anunciantes a la hora de planificar sus campañas, lo que hace enormemente difícil efectuar previsiones a corto plazo.

Eso no quita para que, una vez más, la televisión en abierto se muestre como el medio predominante en el conjunto del mercado publicitario convencional, con

una cuota del 38,6%, lo que evidencia la potencia de nuestro medio como herramienta de comunicación publicitaria.

Este dato no oculta, sin embargo, la creciente pujanza de la publicidad online, que alcanza ya un 31,6% de la tarta publicitaria, lo cual aconseja razonar en términos de un único “mercado audiovisual”, en el que los operadores, televisivos y digitales, compiten por atraer y captar la atención, tanto de los consumidores, como de los anunciantes. Negar este hecho es negar la realidad.

En este mercado audiovisual, que alcanzó en 2018 los 3.078 millones de euros de inversión, con un incremento del 4,1% sobre el año anterior, el Grupo Mediaset obtuvo el 30,6% de cuota a través de sus canales de televisión, plataformas digitales de contenidos y conjunto de webs, que combinan la notoriedad y cobertura de la oferta televisiva tradicional con una sólida plataforma digital.

Un año más, el consumo de televisión (medido en minutos por espectador y día) sigue siendo alto, 234 minutos al día, si bien anotando una ligerísima flexión frente a los 240 minutos del año 2017.

En cuanto a la audiencia, los datos del muestran que nuestro Grupo continúa siendo líder, tanto a nivel global, con un 28,8% de audiencia acumulada de nuestros canales, como a nivel individual, estando Telecinco a la cabeza con un 14,1% de audiencia.

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

DATOS ECONÓMICOS

Comparando los resultados consolidados del Grupo en 2018 con los correspondientes a 2017 se aprecia lo siguiente:

- Los ingresos de explotación pasan de 996,3 millones de euros en 2017 a 981,6 millones de euros en 2018.
- Los gastos de explotación pasan de 750,9 millones de euros en 2017 a 724,7 millones de euros en 2018, una reducción muy considerable que refleja la adaptabilidad de nuestro modelo de negocio a la realidad del mercado y que es tanto más meritorio cuanto que se produce en un año en el que hemos incurrido en un coste extraordinario relevante: la retransmisión de la totalidad de los partidos de fútbol del Campeonato Mundial de Rusia.

- Finalmente, el resultado neto atribuible a la Sociedad Dominante, Mediaset España, se sitúa en 200,3 millones de euros frente a los 197,5 millones de euros de 2017, un incremento del 1,4% obtenido, como hemos dicho, en el contexto de un mercado publicitario plano.

REMUNERACIÓN A LOS ACCIONISTAS

El año pasado la compañía repartió un dividendo ordinario por importe de 164,7 millones de euros, que fue complementado con un dividendo extraordinario de 32,8 millones de euros, dando lugar a un dividendo total de 197,5 millones de euros.

En 2019, la compañía ha lanzado un programa de recompra de acciones propias por un importe de 200 millones de euros, que se espera completar en su mayor parte a lo largo del presente ejercicio y del que, a fecha de hoy, se han invertido ya 57'2 millones de euros según la última comunicación efectuada a la CNMV.

Además, se propone a la Junta General el pago de un dividendo ordinario por el 50% del beneficio neto obtenido a nivel consolidado por Mediaset España, por importe de 100,2 millones de euros; que, en caso de resultar aprobado, se pagará el próximo 30 de abril.

De esta forma, el importe total destinado a la remuneración de los accionistas de Mediaset España se situará en torno a 300 millones de euros una vez completado el plan de recompra de acciones.

EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DE LA ACCIÓN

El año 2018 la evolución de los mercados bursátiles estuvo marcada por la volatilidad y por las dudas. Los máximos anuales se alcanzaron en el mes de enero para, a partir de entonces, comenzar a descender a medida que se consolidaba la ralentización económica de las grandes economías, entre ellas las europeas. A ello hay añadir las incertidumbres derivadas de situaciones excepcionales como el Brexit, la guerra arancelaria entre Estados Unidos y China o la política monetaria de los Bancos Centrales.

Por lo que respecta a los índices bursátiles europeos, se han producido caídas significativas y generalizadas: -18,3% en el DAX alemán, -12,5% en el FUTSI 100, -16,1% en el FUTSIMIB, -11% en el CAC 40 francés. Y, por último, el Euro Stoxx 50, índice de referencia europeo que aglutina las mayores empresas cotizadas del continente, cayó un 14,3% en el año.

El IBEX 35 ha experimentado la misma dinámica, cayendo un 15%, la mayor caída desde 2010, con sólo ocho valores al alza y veintisiete a la baja.

En el caso de Mediaset España, nuestro título fue penalizado con una caída del 41,3%, propiciada por sucesivos informes de analistas financieros que han estado castigando fuertemente al sector a nivel, no sólo español, sino europeo. El máximo de cotización de nuestro título se produjo el 5 de enero alcanzando los 9,83 euros, y a partir de ahí se produjo un descenso continuado que culminó con un mínimo de 5,37 euros, registrado el 27 de diciembre.

El número de títulos de Mediaset España negociados en 2018 ascendió a 342,3 millones. En cuanto al volumen contratado, este fue de 2.576,6 millones de euros, una cifra inferior a la registrada el ejercicio anterior, debiéndose hacer notar que la negociación bursátil se encuentra cada vez más fragmentada entre los mercados oficiales y las plataformas alternativas, lo que hace más complicado llegar a comparativas homogéneas.

La capitalización bursátil de Mediaset España alcanzó 1.798 millones de euros a 31 de diciembre, lo que sitúa a la compañía en el puesto trigésimo segundo entre los miembros del IBEX 35 y en el cuarto por lo que respecta a los grupos de medios de comunicación europeos. A nivel local, dicha capitalización bursátil representa, a su vez, el 85% del valor de mercado conjunto del resto de los grupos de comunicación españoles cotizados.

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: **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.

En cuanto a los cambios introducidos desde la anterior Junta General Ordinaria, debo indicarles que se ha llevado a cabo una revisión del Reglamento del Consejo de Administración, que afecta a los siguientes artículos:

- Artículo 6 “Competencias del Consejo de Administración”: la modificación tiene como finalidad adaptar la redacción a los requerimientos del artículo 253 Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de

Capital, en su redacción dada por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en lo que a la publicación de la información no financiera se refiere.

- Artículo 21 “Comisión de Auditoría y Cumplimiento”: la modificación introduce unas medidas técnicas de mejora en lo que a la redacción de las competencias de control y supervisión del auditor externo respecta.
- Y, por último, la modificación del artículo 28 “Retribución del Consejero” responde a la necesidad de adaptar su redacción a los criterios establecidos en la Sentencia del Tribunal Supremo 98/2018, de 26 de febrero, de manera que incluya todos los conceptos retributivos por los que puedan ser remunerados los Consejeros, tanto por su pertenencia al Consejo de Administración y sus Comisiones, como por el ejercicio de funciones delegadas o ejecutivas; estableciéndose dentro de las competencias de la Junta General la de fijar el importe máximo anual de la retribución correspondiente a todos los Consejeros, sea cual sea el concepto. Por este motivo, se ha considerado oportuno proponer una nueva redacción a todo el artículo.

Si lo desean, podrán encontrar más información sobre estas modificaciones en la Memoria justificativa formulada por el Consejo de Administración, que les ha sido facilitada junto con el resto de la documentación.

En cuanto a las Recomendaciones de buen gobierno que se recogen en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, durante el ejercicio 2018, de las 64 Recomendaciones que la Comisión Nacional del Mercado de Valores efectúa a las sociedades cotizadas, 11 no son aplicables a Mediaset España, que cumple con 45 de las 53 restantes, y de éstas 7 son objeto de cumplimiento parcial. Hay, además, una que merece un comentario explicativo:

La Recomendación 63 establece que los acuerdos contractuales deben incluir 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.

La Sociedad no considera necesario incluir la mencionada cláusula debido a que cuenta con un procedimiento interno de verificación del cumplimiento de los componentes variables, que permite a la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y al Consejo de Administración impedir totalmente que puedan abonarse retribuciones variables sobre la base de datos inexactos.

En otro orden de cosas, 2018 supuso para Mediaset España el año de culminación de su proceso de impulso de la diversidad.

El Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, incorpora como recomendación, la aprobación de una política de selección de consejeros que favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias y género, con el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo de administración.

Esta recomendación fue plenamente adoptada por Mediaset España en su Política de Selección de Consejeros, que a día de hoy ya cumple plenamente, pues el 30% de sus miembros son mujeres, demostrando una gestión responsable de la igualdad de género que se traslada también a la plantilla de la empresa, en la que la proporción de empleo femenino es del 50,36%.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Los últimos cambios legislativos producidos tras la aprobación de la **Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad** ha venido a ampliar las materias no financieras sobre las cuales las compañías deben informar, abarcando cuestiones relativas a empleados, derechos humanos, corrupción, medioambiente, proveedores, información fiscal, etc.

Con estos nuevos requerimientos, se ha dado un gran impulso a nivel estatal y europeo a la Responsabilidad Corporativa, y se ha intensificado la presencia de la sostenibilidad en las compañías, haciendo que los órganos de administración y dirección integren cada vez más en su gestión la debida atención a impactos sociales, ambientales e intangibles para el buen desarrollo del negocio.

En Mediaset España la nueva legislación no ha supuesto ningún cambio, puesto que son ya varios los años en los que venimos facilitándoles una información transparente, precisa y amplia sobre la gestión integrada de los aspectos financieros y no financieros del negocio que cumple ampliamente con los nuevos requisitos legales.

Así, para la elaboración del estado de información no financiera que se presenta en la reunión de hoy para su votación, hemos seguido la regulación vigente, incluida la Ley 11/2018, los Estándares GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad en su versión GRI Estandars, el suplemento sectorial Media GRI-G4, ambos emitidos por Global Reporting Initiative así como las recomendaciones del marco internacional de reporting integrado del

Internacional Integrated Reporting Council. Este informe ha sido verificado por la firma Deloitte.

Asimismo y aprovechando su posición de indiscutible liderazgo, a lo largo de 2018 Mediaset España ha promovido numerosos valores e iniciativas de índole social y medioambiental a través de sus programas, de sus Informativos, de sus Contenidos Digitales, así como mediante la cesión de espacios publicitarios a instituciones sin ánimo de lucro, manteniendo año a año su compromiso de hacer accesible su programación a personas con discapacidad auditiva o visual.

Así, en el 2018 el grupo de canales de Mediaset España ha cedido espacios publicitarios en apoyo a causas sociales por importe de 9 millones de euros, se han emitido más de 42.000 horas de programas subtítulos, más de 2.000 horas de contenidos emitidos con audio descripción y más de 1.400 horas de contenidos traducidos en lengua de signos.

Durante el 2018 Mediaset España ha seguido participando en las principales iniciativas de sostenibilidad nacionales e internacionales, renovando un año más su compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, el Responsible Media Forum, el Código de buenas prácticas de la Agencia Tributaria, el Cluster de Transparencia, buen gobierno e integridad y el Cluster de Cambio Climático de Forética, Asociación de emisores españoles, el Carbon Disclosure Project y la Fundación Seres, siguiendo formando parte del índice Futsiforgood IBEX.

Una gestión del Grupo Mediaset España que se realiza año tras año de forma responsable y comprometida con nuestros accionistas y grupos de interés.

CONTEXTO REGULATORIO

Dicho esto, los principales retos que atañen al sector televisivo desde un punto de vista regulatorio son dos, fundamentalmente.

Especial importancia tiene para nosotros 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.

El Gobierno tiene ya preparado el Real Decreto mediante el cual se llevará a cabo esta segunda migración, estableciendo un proceso transitorio que permitirá

a España completarla en el año 2020, cumpliendo así la previsión establecida por la Unión Europea. Confiamos en que este nuevo Plan de la televisión terrestre Digital incorpore las medidas oportunas para (i) evitar cualquier tipo de distorsión o complicación en un proceso que, ya de por sí, es bastante complejo; (ii) sin modificar el ancho de banda que actualmente tiene asignado la TDT; y (iii) sin impacto económico para todos los afectados, ciudadanos y operadores de televisión, que somos simples sujetos pasivos de esta decisión. Son peticiones que consideramos totalmente razonables y que, esperamos, puedan ser atendidas.

También resulta trascendental proceder, cuanto antes, a una armonización de las obligaciones impuestas a los medios audiovisuales. Carece del más mínimo sentido que las televisiones estén sometidas a los más estrictos controles, de los que, además, las autoridades hacen un desproporcionado alarde, quizás para ocultar el hecho de que el mundo Internet, que está presente en nuestro hábitos cotidianos y más en el de nuestros hijos, crece día a día ante nosotros en un contexto de total impunidad: no hay protección de menores, ni control de la publicidad en términos cuantitativos y cualitativos, no hay obligación de invertir en cine, ni obligación de financiar a Radio Televisión Española ni, en fin, de pagar impuestos en España. Vds. dirán si tan desiguales reglas tienen algún sentido.

Las novedades normativas que nos llegan desde Europa, como son la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, así como la Directiva sobre Copyright, exigen una adaptación de la trasnochada y obsoleta Ley General de la Comunicación Audiovisual. Este será uno de los principales retos a los que habrá de enfrentarse el nuevo Gobierno que resulte de las próximas elecciones. Confiamos en que esta adaptación que pedimos se haga de forma rápida, ecuánime y efectiva.

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.