

PROCESO DE DETERMINACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES



En 2022 Mediaset España llevó a cabo un análisis para identificar los impactos, reales o potenciales, positivos o negativos, más significativos de sus actividades y sus relaciones comerciales en la economía, el medio ambiente y las personas. En este proceso se contempló el principio de doble materialidad, considerando los asuntos relevantes desde la perspectiva de negocio y de los grupos de interés, identificando, por un lado, los principales asuntos ambientales, sociales y de buen gobierno (asuntos ESG) con el potencial de impactar la posición financiera y el desarrollo futuro del Grupo, y por otro, los principales impactos del negocio sobre el medio ambiente, el clima y la sociedad.

Como punto de partida del análisis se consideraron los asuntos materiales identificados en el ejercicio anterior, que fueron revisados en virtud de su pertinencia, relevancia e impacto en el ejercicio actual. A ellos se añadió el análisis de los requerimientos de información de analistas/índices de inversión a los que responde habitualmente el Grupo (MSCI, MOODYS, S&P, FTSE4Good), de las tendencias en materia de sostenibilidad definidas en los estándares de reporting de sostenibilidad (Estándares GRI; Sustainability Accounting Standard Board Standards) y de los asuntos planteados por los principales operadores audiovisuales internacionales, prestando especial atención al último análisis realizado por el Responsible Media Forum sobre los asuntos materiales en el ámbito de la sostenibilidad para el sector media. Todo ello dio lugar a la configuración de la batería de temas relevantes para los grupos de interés y el Grupo.

Una vez definido este universo de temas relevantes, se evaluó la importancia de los impactos reales y potenciales, en virtud de su gravedad (escala, alcance y carácter irremediable) y probabilidad de ocurrencia.

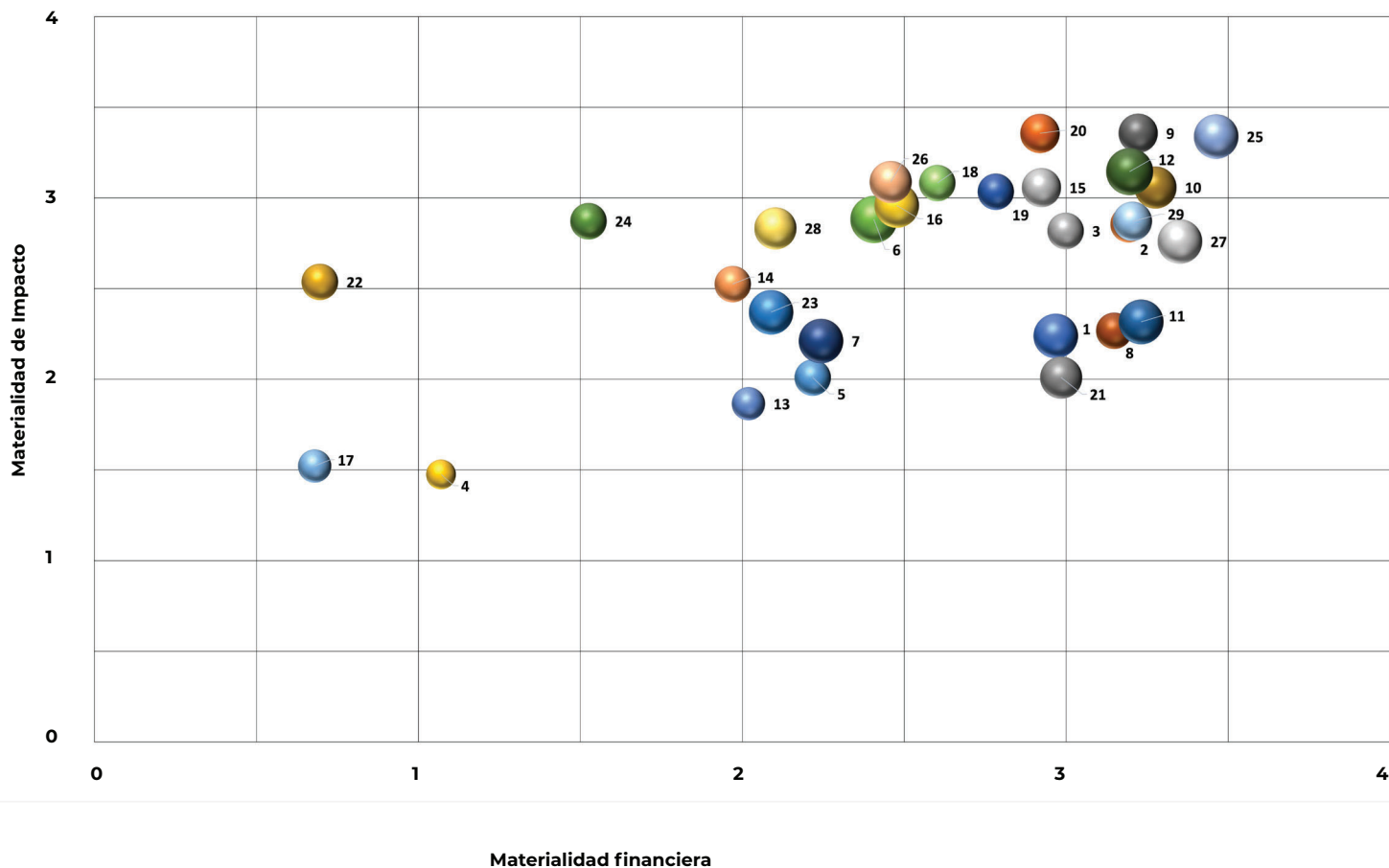
A su vez, se llevó a cabo un análisis documental de la valoración que hace cada grupo de interés a cada uno de los estos temas y se complementó con la realización de una encuesta interna a los directivos del Grupo, en la que valoraron el grado de relevancia de los temas planteados desde la doble perspectiva de materialidad.

A partir del análisis del grado de importancia que tienen los distintos asuntos relevantes para los representantes de los principales grupos de interés y del análisis de las valoraciones de la encuesta interna a los directivos del Grupo, se conformaron las perspectivas de materialidad financiera y materialidad de impacto.

En la materialidad financiera se integraron las valoraciones de los analistas e índices de inversión, estándares de reporting de sostenibilidad con enfoque financiero, la regulación y la valoración de la perspectiva financiera de la encuesta a los directivos.

Por su parte, en la materialidad de impacto se tomaron en cuenta los estándares de reporting de sostenibilidad con enfoque multistakeholder, los asuntos relevantes destacados por los principales operadores audiovisuales internacionales y la valoración de la perspectiva de impacto de la encuesta a los directivos del Grupo.

La matriz que se presenta a continuación refleja la valoración de los 29 temas en función de la relevancia e impacto para la compañía y sus grupos de interés.



Gobernanza/ética

- 1. GESTIÓN RESPONSABLE DE LA RELACÓN CON LOS CLIENTES
- 2. ANTICORRUPCIÓN E INTEGRIDAD EN LAS PRÁCTICAS DE NEGOCIO
- 3. LIBRE COMPETENCIA
- 4. LOBBY RESPONSABLE
- 5. RESONSABILIDAD FISCAL
- 6. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
- 7. CONTROL INTERNO Y COMPLIANCE
- 29. SOSTENIBILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Negocio

- 8. PROPIEDAD INTELECTUAL/ DERECHOS DE AUTOR
- 9. LIBERTAD DE EXPRESIÓN, INDEPENDENCIA EDITORIAL Y PLURALISMO
- 10. PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS
- 21. USO SEGURO DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES
- 27. CIBERSEGURIDAD
- 28. DIGITALIZACIÓN

Social

- 11. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA
- 12. IGUALDAD, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN
- 13. DIÁLOGO SOCIAL
- 14. CAPTACIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO
- 15. SEGURIDAD SALUD Y BIENESTAR
- 16. DESARROLLO DE HABILIDADES
- 17. GESTIÓN RESPONSABLE DE TRABAJADORES FREELANCE
- 18. ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES
- 19. CONTENIDOS RESPONSABLES
- 20. PUBLICIDAD RESPONSABLE
- 22. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL
- 23. INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD
- 24. CONCIENCIACIÓN DE LA AUDIENCIA/USUARIOS

Ambiental

- 25. ESTRATEGIA AMBIENTAL
- 26. TRANSICIÓN HACIA UN MODELO BAJO EN CARBONO

Nada Importante	0	Importante	2
Poco Importante	1	Muy Importante	3

Top 10 materialidad financiera

- Contar con un marco de gestión que permita prevenir o remediar la exposición del Grupo ante cualquier ciberataque;
- Aplicar mecanismos que permitan prevenir cualquier forma de corrupción en las operaciones del Grupo (soborno, lavado de dinero, extorsión, malversación, fraude, etc.) y garanticen la integridad en sus prácticas de negocio.
- Garantizar la protección de los datos personales y el ejercicio de derechos de los interesados e informar adecuadamente sobre las finalidades de tratamiento de los datos personales en el momento de su recogida;
- Garantizar la libertad de expresión e independencia editorial, así como el pluralismo de ideas, en los contenidos informativos y audiovisuales;
- Garantizar el debido ejercicio de los derechos de propiedad intelectual;
- Contar con una estrategia ambiental que permita afrontar la regulación vigente y requerimientos próximos, así como la integración de los riesgos y oportunidades climáticas en la gestión del negocio;
- Aplicar mecanismos que prevengan cualquier actividad contraria a los principios de regulación de mercado y de la competencia.
- Garantizar la no discriminación por motivos de género, raza, etnia, religión, identidad sexual o capacidad funcional, en el entorno laboral, así como el acceso igualitario a las distintas categorías profesionales;
- Establecer las medidas necesarias para garantizar el ejercicio del derecho fundamental de libre asociación y negociación colectiva;
- Contar con un marco de gestión que evite la complicidad del Grupo en cualquier violación de los derechos humanos por parte de su cadena de suministro y que promueva el compromiso de sus proveedores en materia de cambio climático.

Las expectativas de los inversores institucionales destacan fundamentalmente los siguientes temas principales:

- Transparencia en la composición y funcionamiento del Consejo de Administración y sobre su responsabilidad en la supervisión de los riesgos asociados a las actividades del Grupo;
- Contar con una estrategia ambiental que permita afrontar la regulación vigente y requerimientos próximos, así como la integración de los riesgos y oportunidades climáticas en la gestión del negocio;
- Garantizar la libertad de expresión e independencia editorial, así como el pluralismo de ideas, en los contenidos informativos y audiovisuales;
- Garantizar la protección de los datos personales y el ejercicio de derechos de los interesados e informar adecuadamente sobre las finalidades de tratamiento de los datos personales en el momento de su recogida;
- Garantizar la no discriminación por motivos de género, raza, etnia, religión, identidad sexual o capacidad funcional en el entorno laboral del Grupo, así como el acceso igualitario a las distintas categorías profesionales;
- Contar con acuerdos marco establecidos con los representantes de los trabajadores de cara a abordar temas de reorganización del negocio.

Top 10 materialidad de impacto ESG

- Garantizar la libertad de expresión e independencia editorial, así como el pluralismo de ideas, en los contenidos informativos y audiovisuales;
- Garantizar la no discriminación por motivos de género, raza, etnia, religión, identidad sexual o capacidad funcional, en el entorno laboral del Grupo, así como el acceso igualitario a las distintas categorías profesionales;
- Garantizar la seguridad, salud y bienestar, tanto física como mental, en el entorno laboral;
- Facilitar que los contenidos esenciales emitidos sean accesibles para las personas con discapacidad;
- Garantizar la protección de los datos personales y el ejercicio de derechos de los interesados e informar adecuadamente sobre las finalidades de tratamiento de los datos personales en el momento de su recogida;
- Garantizar el cumplimiento de la regulación y autorregulación en la publicidad que emite el Grupo en todo momento y en todas las ventanas.
- Contar con una estrategia ambiental que permita afrontar la regulación vigente y requerimientos próximos, así como la integración de los riesgos y oportunidades climáticas en la gestión del negocio;
- Adoptar un marco de gestión que contemple la transición del modelo de negocio hacia una economía con bajo nivel de emisiones de carbono;
- Integrar la diversidad en los contenidos emitidos, para que sean un reflejo de la sociedad;
- Garantizar la inversión en la formación de los trabajadores, tanto en el ámbito técnico como en la creación de contenidos y digitalización.

Por su parte, los directivos del Grupo Mediaset destacaron entre los principales asuntos con el potencial de impactar la posición financiera y el desarrollo futuro del Grupo:

- Transparencia e integridad en las prácticas fiscales realizadas por el Grupo
- Prevenir cualquier forma de corrupción en las operaciones del Grupo;
- Aplicar mecanismos que prevengan cualquier actividad contraria a los principios de regulación de mercado y de la competencia;
- Garantizar el debido ejercicio de los derechos de propiedad intelectual;
- Contar con un marco de gestión que permita prevenir o remediar la exposición del Grupo ante cualquier ciberataque;
- Establecer las condiciones laborales que permitan atraer y retener el talento clave para el éxito del negocio y propiciar las condiciones necesarias para que se desarrolle;
- Acelerar la adaptación de la operativa y procesos de negocio para responder a la creciente demanda de digitalización.

IMPACTO DE LOS TEMAS RELEVANTES SOBRE LOS GRUPOS DE INTERÉS

TEMA RELEVANTE	GRUPO DE INTERÉS	GRI STANDARD	RESPUESTA MEDIASET ESPAÑA
GOBERNANZA/ ÉTICA			
Gestión responsable de la relación con los clientes		418-1	El negocio publicitario Valor de los datos personales
Anticorrupción e integridad en las prácticas de negocio		GRI 2-9,205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 415-1, 417-1, 417-2, 417-3	Gestión integrada de riesgos Valor de los datos personales Transparencia fiscal Información complementaria
Libre competencia		206-1	Relación con las instituciones Información complementaria
Lobby responsable			Relación con las instituciones
Responsabilidad fiscal		201-4, 207-2	Transparencia fiscal
Consejo de administración		GRI 2-9, 2-10,2-11,2-12,2-13,2-17,2-18	Reglamento del Consejo de Administración Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Informe Anual de Gobierno Corporativo
Control interno y compliance		GRI 2-12, 201-2	Gestión integrada de riesgos
Sostenibilidad de la cadena de suministro		GRI 2-6, 204-1, 414-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2, 308-1, 308-2	Gestión de la cadena de proveedores
NEGOCIO			
Propiedad intelectual/ derechos de autor		201-1	El negocio audiovisual
Libertad de expresión, independencia editorial y pluralismo de ideas		M1, M2, M3	El negocio audiovisual Valor del equipo humano
Privacidad y protección de datos		418-1	Valor de los datos personales
Uso seguro de los contenidos audiovisuales		M4, M5, M6	El negocio audiovisual
Ciberseguridad		418-1	Ciberseguridad
Digitalización			El negocio audiovisual Valor de los datos personales



Empleados



Artistas y profesionales del sector



Accionistas e Inversores



Anunciantes



Audiencia



Proveedores



Sindicatos



Competencia



Administración



Comunidad

IMPACTO DE LOS TEMAS RELEVANTES SOBRE LOS GRUPOS DE INTERÉS

TEMA RELEVANTE	GRUPO DE INTERÉS	GRI STANDARD	RESPUESTA MEDIASET ESPAÑA
SOCIAL			
Libertad de asociación y negociación colectiva		407-1	Valor del equipo humano
Igualdad, diversidad e inclusión		401-1, 401-2, 401-3, 405-1, 405-2, 406-1	Valor del equipo humano
Diálogo social		402-1, 403-4	Valor del equipo humano
Captación y retención del talento		404-1, 404-2, 404-3	Valor del equipo humano
Seguridad salud y bienestar		403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10	Valor del equipo humano
Desarrollo de habilidades		404-1, 404-2, 404-3	Valor del equipo humano
Accesibilidad de los contenidos audiovisuales		M4, M5,	El negocio audiovisual
Contenidos responsables		M2, M3, M4, M5, M7	El negocio audiovisual
Publicidad responsable		GRI 2-13, 416-1, 416-2, 417-3, M2, M3	El negocio publicitario
Alfabetización mediática e informacional		en alfabetización: M7	El negocio audiovisual Creación de valor para la sociedad
Inversión en la comunidad		201-1, 201-2, 201-3, 201-4, 413-1, M7	Cesión de espacios publicitarios Campañas de comunicación social Valor generado y distribuido Apoyo del emprendimiento
Concienciación de la audiencia/usuarios			Creación de valor para la sociedad
AMBIENTAL			
Estrategia ambiental		GRI 2-27, 201-2, 301-1, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6, 305-7, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5,	Gestión de la huella ambiental
Transición hacia un modelo bajo en carbono			



Empleados



Artistas y profesionales del sector



Accionistas e Inversores



Anunciantes



Audiencia



Proveedores



Sindicatos



Competencia



Administración



Comunidad