

Madrid, 14 de abril de 2021

Junta General de Accionistas 2021 **Alejandro Echevarría, presidente de Mediaset España**

Señoras y señores accionistas, corresponde a esta Junta General Ordinaria el análisis y aprobación, en su caso, de los resultados del ejercicio 2020 que, visto lo acontecido, debo calificar como muy positivos, tanto en términos absolutos, como relativos.

CONTEXTO ECONOMICO EN 2020

La pandemia que venimos sufriendo está dejando un rastro difícil de olvidar. A fecha de formulación de las Cuentas Anuales, la mortandad a nivel mundial se acercaba a los dos millones y medio de personas fallecidas, situándose en torno a los 110 millones las personas contagiadas, todo lo cual ha provocado una contracción económica histórica, sólo parangonable a la Gran Depresión sufrida en 1929, con un PIB mundial cayendo más de un 4%.

En 2020 la economía española se redujo en un 11%, obteniendo el peor dato entre las grandes economías de la Zona Euro, debido a su gran dependencia del turismo y, en general, del sector terciario, el gran perjudicado por la pandemia, la cual ha dejado sentir sus efectos con carácter general en toda la Zona Euro, que ha caído en un 7'5%. La ralentización de la actividad económica ha provocado un incremento en la tasa de paro superior al 16% y la deuda pública estaría rayando el 120% del PIB anual.

EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2020

Menos actividad, menos consumo, menos publicidad. En este contexto, y según los datos hechos públicos, la total inversión publicitaria cayó en España un 17'2% en 2020, la mayor caída entre los países de nuestro entorno, afectando a todos los medios de comunicación, pero en dispar medida, pues mientras los medios convencionales cayeron un 18'1% en su conjunto, los medios digitales sólo cedieron un 5'3% de inversión.

En el caso de la inversión publicitaria televisiva, ésta descendió un 18'4%. Es de destacar que durante 2020 la inversión publicitaria en el ámbito digital casi alcanzó la inversión publicitaria en el resto de medios tradicionales en su conjunto, siendo innegable la total convergencia que se viene produciendo entre oferta la televisiva tradicional y la oferta audiovisual proveniente de operadores digitales, y la absorbente presión publicitaria que el medio televisivo recibe del ámbito digital audiovisual.

Aun así, el resultado obtenido por el Grupo Mediaset ha sido óptimo, pues ha captado el 31% de cuota de este Mercado Publicitario Audiovisual gracias a la oferta audiovisual generada por sus canales de televisión y plataformas digitales de contenidos. Dentro del ámbito puramente televisivo, la cuota de mercado

publicitario obtenida ha sido del 43'2%, confirmando un año más nuestro liderazgo, a una considerable distancia de nuestro inmediato competidor. La pandemia también ha marcado, cómo no, los hábitos de consumo de los ciudadanos. El intermitente confinamiento sufrido durante el ejercicio 2020, ha provocado un incremento del consumo audiovisual en general y del televisivo en particular. En esta época convulsa, la televisión se ha revelado plenamente como un medio de información, de entretenimiento, de compañía. Así, el consumo televisivo ha pasado de 222 minutos al día, a 241 minutos por persona y día, alcanzando picos muy superiores. En cuanto a la audiencia, los datos demuestran que nuestro Grupo continúa siendo líder, tanto a nivel global, con un 28,4% de audiencia acumulada de nuestros canales, como a nivel individual, estando Telecinco a la cabeza con un 14,6% de audiencia, a 2'6 puntos de distancia de nuestro principal competidor. De todas estas cuestiones les dará cumplida información nuestro consejero delegado, Paolo Vasile.

DATOS ECONÓMICOS

Comparando los resultados consolidados del Grupo en 2020 con los correspondientes a 2019 se aprecia lo siguiente:

- Los ingresos de explotación caen un 11'6%, pasando de 946,2 millones de euros en 2019 a 836,6 millones de euros en 2020, debido a la reducción de los ingresos publicitarios televisivos, que no se ha podido ver compensada suficientemente con el incremento experimentado con otros ingresos.

- Los gastos de explotación se redujeron en un 11%, pasando de 681,3 millones de euros en 2019 a 606,1 millones de euros en 2020; una reducción muy considerable que, como ven, compensa en gran medida la caída de los ingresos, demostrando la capacidad de adaptación de nuestro modelo de negocio a la realidad del mercado sin perjudicar nuestro liderazgo tanto en términos de audiencia como publicitarios.

- Finalmente, el resultado neto atribuible a la sociedad cabecera del grupo se reduce en un 15'6 % en el ejercicio 2020, situándose en 178,7 millones de euros frente a los 211,7 millones de euros registrados en 2019. Pese a esta disminución, el resultado neto obtenido es ciertamente resaltable si se tiene en cuenta el desfavorable contexto en el que se ha obtenido, evidenciado la eficiencia de nuestra capacidad de gestión, enfocada a maximizar el rendimiento de la compañía y su grupo de sociedades.

DIVIDENDOS E INVERSIONES

Durante el ejercicio 2020 la Junta General acordó no repartir dividendo alguno. Se trató de una decisión basada en estrictos criterios de prudencia, en línea con la adoptada por la mayoría de las compañías, ante la gran incertidumbre que presentaba la evolución de la economía española a mediados del año pasado, recién salidos de un largo periodo de confinamiento. Debo recordar, además, que por aquel entonces se encontraba aún en marcha el proceso de fusión transfronteriza por absorción de Mediaset España y Mediaset Italia por parte de Mediaset Investment N.V. (MFE), en cuyo seno estaba previsto el reparto de un dividendo desde la sociedad absorbente. Pero como les consta, esta operación de fusión tuvo que ser finalmente cancelada.

En el mes de marzo de 2020, Mediaset España adquirió un 4'25% del capital social del operador audiovisual alemán ProSieben.Sat por un contravalor de 61'2 millones

de euros, que unido al 5'5% adquirido en noviembre de 2019 y al 3'43% comprado a principios de 2021 por un importe de 103,9 millones de euros, sitúa a Mediaset España como principal accionista de este operador alemán, con un 13'18% de su capital social.

Se trata de una inversión de carácter netamente industrial, que responde a los retos que presenta actualmente el mercado audiovisual, cada vez más global, y a la necesidad de generar polos de agregación que nos permitan competir con los grandes operadores internacionales.

A día de hoy, la posible evolución de la economía española a lo largo del ejercicio 2021 aún presenta grandes incógnitas, que esperemos sean resueltas de forma favorable. Ante esta situación fluctuante, y al objeto de poder recuperar el nivel de inversión en producción de contenidos audiovisuales (ralentizado al mínimo durante 2020 por efecto del confinamiento y las restricciones a la movilidad), y afrontar cualquier otra oportunidad de inversión, la propuesta del Consejo de Administración es destinar a reservas voluntarias el beneficio neto distribuible obtenido por Mediaset España Comunicación, S.A. en el ejercicio 2020.

Por último, en este apartado debo indicarles que, a 31 de diciembre de 2020, la autocartera ascendía a 14.269.073 acciones propias, equivalentes al 4,36% del capital social, por un valor nominal de 7.135.000 euros.

EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción de Mediaset España y, en general, los títulos de las compañías televisivas europeas, se han visto fuertemente penalizados en Bolsa debido al impacto del Covid-19. Tras los generalizados descensos en marzo de 2020, el valor entró en un movimiento vacilante hasta finales de octubre, coincidiendo con la presentación de resultados de los primeros nueve meses del año. A partir de ese momento, y hasta finales del año, el título consiguió avanzar un 59,1%.

El 22 de junio, Mediaset España abandonó el Ibex 35, pasando a integrar el índice Ibex Medium Cap, al no cumplir con los requisitos de capitalización y volumen de negociación requeridos. Esta circunstancia se debió, por un lado, al fuerte impacto de la pandemia en términos económicos, y por otro lado al elevado número de acciones que fueron inmovilizadas a resultas del ejercicio del derecho de separación en el seno del proyecto de fusión MFE, que llegó a ascender a 35 millones de títulos aproximadamente. El 5 de agosto de 2020 se procedió a la liberación de estos títulos. La máxima cotización anual del título se registró el 7 de enero, con 5'67 euros por acción, mientras que el mínimo anual se obtuvo el 23 de marzo, con 2'67 euros por título. A 31 de diciembre de 2020, la acción de Mediaset España cotizaba a 4'26 euros.

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. En el ejercicio 2020 se ha realizado una profunda revisión y actualización de las normas de gobierno corporativo en Mediaset España, con el fin de recoger las adaptaciones derivadas de la reforma parcial del Código de Buen Gobierno de la CNMV, así como el contenido de la Circular 1/2020 de la CNMV, que modifica los modelos de Informe

Anual de Gobierno Corporativo y de Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros.

En consecuencia, se han introducido modificaciones en la “Política de Selección de Consejeros y de Diversidad” y en la “Política de Comunicación, Contactos e Implicación con Accionistas, Inversores Institucionales y Asesores de Voto”. Además, se ha llevado a cabo la adaptación de los Reglamentos de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

También se ha adaptado el Reglamento del Consejo de Administración, en concreto sus artículos 6, 13, 19, 21, 22, 38 y 40. En este sentido, hemos puesto a su disposición un Informe formulado por el Consejo de Administración en el que se da cuenta de estas modificaciones.

Por último, he de informarles del grado de cumplimiento de las recomendaciones de buen gobierno, que se recogen en nuestro Informe Anual de Gobierno Corporativo. En este sentido, de las 64 Recomendaciones de buen gobierno que la CNMV efectúa a las sociedades cotizadas, la compañía cumple con 48 Recomendaciones, 7 no le son aplicables y en 6 Recomendaciones el cumplimiento es parcial. Hay 3 Recomendaciones que requieren de un comentario adicional, que son las siguientes: la Recomendación 15 establece que, hasta el 31 de diciembre de 2022, “el número de consejeras no sea inferior al 30% de los miembros del Consejo de Administración”. La Sociedad ha venido cumpliendo con esta Recomendación en los años precedentes hasta que, en el mes de febrero de 2020, se produjo la dimisión de Doña Helena Revoredo como consejera de la sociedad. Actualmente su vacante está pendiente de ser cubierta de acuerdo con nuestra “Política de Selección de Consejeros y de Diversidad” y las Recomendaciones de la CNMV en este sentido.

La Recomendación 17 prevé que cuando la Sociedad cuente con un accionista que controle más del 30% del capital social, como es nuestro caso, el número de consejeros independientes ha de representar, al menos, un tercio del total de consejeros. Tal y como les he indicado anteriormente, la Sociedad ha venido cumpliendo con esta Recomendación hasta el mes de febrero de 2020, cuando se produjo la dimisión de la Sra. Revoredo como consejera de la compañía, momento a partir del cual los consejeros independientes representan el 25% del total de consejeros. Esta vacante se encuentra pendiente de ser cubierta de acuerdo con la “Política de Selección de Consejeros y de Diversidad” de la Sociedad y las Recomendaciones de la CNMV en este sentido.

La Recomendación 63 indica 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.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

La dramática situación que nos ha tocado vivir, que aún estamos sufriendo, han permitido demostrar que la televisión, nuestra televisión, es en verdad un servicio público esencial, como así está calificado legalmente. Ha sido y es esencial en la información que trasladamos a los ciudadanos sobre las características de la enfermedad, sobre la evolución de la situación sanitaria, sobre las medidas preventivas y reactivas adoptar, sobre las pautas adoptadas por las distintas autoridades y, en fin, sobre la necesaria concienciación acerca del comportamiento a seguir. Ello no ha sido óbice para que hayamos continuado sensibilizando a la sociedad, a través de nuestros canales y plataformas digitales, sobre la igualdad de género y el respeto a la diversidad, el medio ambiente, la protección a la infancia, etc., a través de las campañas de 12 Meses, entre otras.

Estamos convencidos de la capacidad de integración social y cultural sin barreras que ofrece la televisión, y por ellos hemos mantenido nuestro compromiso de hacer accesible la programación a personas con discapacidad visual o auditiva. En este sentido, en 2020 nuestros canales de televisión han emitido 44.581 horas de contenidos subtítulos; 2.265 horas de contenidos con audio descripción y 1.458 horas de contenidos traducidos en lengua de signos. Seguimos cediendo espacios publicitarios gratuitos a instituciones sin ánimo de lucro y organismos públicos para la promoción de distintas iniciativas de índole social o ambiental. El conjunto de estos espacios en 2020 está valorado en más de 40 millones de euros.

Hemos adquirido créditos de carbono para absorber 600 toneladas de CO₂, que suponen más del conjunto de nuestras emisiones de Alcance 1 y 2, a través del apoyo al Proyecto Southern Cardamom REDD+.

Como en años anteriores, para la elaboración del estado de información no financiera, hemos seguido escrupulosamente la regulación vigente, incluidos los Estándares GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad y 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. De todo ello da cuenta pormenorizada el Informe Anual Corporativo que hoy se presenta a su votación, que ha sido verificado por la firma Deloitte.

CONTEXTO REGULATORIO

En este apartado de mi informe me limitaré a reiterar la necesidad de que se proceda, cuanto antes, a una racional y efectiva armonización de las obligaciones que atañen a los distintos medios audiovisuales, televisivos y digitales, nacionales e internacionales. La confluencia de distintas ofertas audiovisuales en el mismo dispositivo hace injustificable la coexistencia de distintos regímenes, siempre en perjuicio de la televisión. En plena globalización, donde los propios organismos públicos promocionan y propician las concentraciones empresariales, la creación de campeones, no ya nacionales, sino europeos, capaces de contrarrestar la presión competitiva de operadores internacionales, no parece que tenga mucho sentido mantener la presión regulatoria sobre un mercado televisivo local, cada vez más integrado en una oferta audiovisual que es, como he dicho, global.

Esperemos que, comenzando por la adaptación de la obsoleta Ley General de la Comunicación Audiovisual, el legislador pueda dar respuesta a la nueva realidad económica y social hoy imperante.

Dicho esto, espero y confío en que podamos superar entre todos las especiales circunstancias que han enmarcado esta Junta General y que podamos volver cuanto antes a un contexto de total normalidad. Gracias a todos los accionistas de Mediaset España por su confianza, que esperamos seguir mereciendo. Cedo ahora la palabra al Consejero Delegado, Paolo Vasile.