

Madrid, 7 de enero de 2014

PAOLO VASILE, ENTRE LOS 15 CONSEJEROS DELEGADOS MEJOR VALORADOS DEL IBEX 35 SEGÚN UN ESTUDIO PUBLICADO POR LA REVISTA FORBES

- El estudio, que ha sido realizado con el asesoramiento de Deloitte, el Instituto de Empresa y Ernst&Young, ha valorado la gestión en 2013 de los principales directivos de las 35 empresas del Ibex
- La creación de valor para los accionistas en Bolsa, la capacidad para levantar nuevos fondos en los mercados, las políticas de diversificación de la actividad y las estrategias de Recursos Humanos y de reducción del endeudamiento han sido los principales criterios que se han utilizado para realizar esta valoración
- Paolo Vasile: *“No debemos volvernos locos por el liderazgo, porque lo que antes era un valor, hoy puede ser sólo un riesgo. Mantendremos nuestro pacto con nuestros accionistas, que han creído en nosotros. Y mantendremos nuestro compromiso con el público ofreciéndole una televisión viva, colorida, no una propuesta gris”*

“Con una subida de más del 60% en Bolsa y un valor de mercado superior a los 3.000 millones de euros, Mediaset es la punta de lanza del mercado televisivo en España. Los inversores se están anticipando a una gran subida de los ingresos”. Con estas palabras describe la revista Forbes la gestión en 2013 de Paolo Vasile, una labor que ha situado al **consejero delegado de Mediaset España entre los 15 directivos mejor valorados del Ibex 35**, según un estudio publicado por este medio y que ha sido realizado con el asesoramiento de Deloitte, el Instituto de Empresa y Ernst&Young.

El estudio ha valorado la gestión en 2013 de los consejeros delegados de las 35 empresas del Ibex atendiendo a diversos criterios, entre los que destacan *“la creación de valor para los accionistas en Bolsa, la capacidad para levantar nuevos fondos en los mercados o las políticas de diversificación de la actividad”*, así como *“las estrategias de Recursos Humanos y de reducción del endeudamiento”*.

Según Paolo Vasile, *“los retos son sin duda diferentes de los que hemos tenido en los años de crisis, incluido el que termina ahora. Debemos mantener la cabeza fría y no dejarnos llevar por un espíritu competitivo. Lo que más importa es seguir midiendo con la misma meticulosidad de siempre el resultado empresarial”*. Además, ha avanzado que *“no debemos volvernos locos por el liderazgo, porque lo que antes era un valor, hoy puede ser sólo un riesgo. Mantendremos nuestro pacto con nuestros accionistas, que han creído en nosotros. Y mantendremos nuestro*

compromiso con el público ofreciéndole una televisión viva, colorida, no una propuesta gris”.

Mediaset España, grupo audiovisual líder en 2013 con un 29% de share

Mediaset España ha cerrado 2013 como el grupo audiovisual líder en nuestro país con un **29% de share en total día y con un 31% en target comercial**. Por cadenas, Telecinco (13,5%) ha liderado la oferta generalista y Factoría de Ficción (2,9%) la temática, con sendas victorias en el horario de máxima audiencia.

Además, la compañía **ha liderado los grupos de televisión en Internet** con una media mensual de 5,2 millones de visitantes únicos, 1.200 millones de páginas vistas en todo el año y más de 1.000 millones de vídeos vistos en 2013, según Comscore, lo que representa casi el 50% del consumo de vídeos de televisión en España. También ha sido el **grupo de medios más participado en redes sociales**: según Global In Media, los contenidos de Mediaset han generado **el 55% de los comentarios relacionados con la televisión con más de 53 millones de menciones**.

En lo que respecta a la **publicidad**, ha liderado en 2013 el ranking de los *spots* más vistos copando los 55 primeros puestos. Sus canales han reforzado su compromiso de bloques cortos en *prime time*, una estrategia que ha permitido a Telecinco liderar el *rating* publicitario de esta franja con una media del 3,9%.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET*españa.*



 @mediasetcom