**INFORME ANUAL Y DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2013**

**Atresmedia, primer Grupo de comunicación en Europa que verifica su informe de RC de acuerdo a la nueva guía GRI G.4**

**CONTENIDOS:** Más de **2 millones de euros recaudados en campañas de acción social** (Cruz Roja, Aldeas Infantiles, Banco de Alimentos) y 172.000 euros entregados al Hospital de Parapléjicos de Toledo gracias a la Carrera PONLE FRENO

80% más de audiodescripción (1.446 horas), un 51% más de signado (658 horas) y casi un 20% más de programación subtitulada (35.881 horas) para mejorar la accesibilidad

**PUBLICIDAD:** Más de 10,2 millones de euros en emisión de campañas publicitarias sin coste para entidades no lucrativas en televisión y radio

Firma de un código para impulsar la autorregulación de la publicidad en radio y de un acuerdo de buenas prácticas con la Asociación Española de Anunciantes

**RR.HH:** Firma del VIII Convenio Colectivo

Inversión de372.487 euros para la formación de la plantilla impartida a más de mil empleados

Cerca de 1.500 horas de voluntariado con una inversión aportada de casi 10.000 euros

**FUNDACIÓN ATRESMEDIA**: 2013 ha sido el ‘Año de la Educación’ por lo que ha centrado gran parte de su actividad en torno a esta materia

Ampliación del Programa de Asistencia Hospitalaria a 21 nuevos hospitales, por lo que en 2013 ya llega a 118 los hospitales y a más de 150.000 los niños.

**MEDIO AMBIENTE**: valoración de 60D en el Carbon Disclosure Project (CDP), la más alta del sector

Reducción del 13% en el consumo de agua y reciclaje del 57,29% del papel consumido

Recogida por parte de HAZTE ECO de más de 27.000 firmas en apoyo a la campaña “Salvar el Ártico” de Greenpeace

**GRUPOS DE INTERÉS:** Único medio de comunicación español en el “Media CR Forum” y único medio audiovisual con presencia en el comité de RC de la Asociación Española para la Calidad

19/Mayo/2013

Atresmedia acaba de publicar el Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa (RC) correspondiente al ejercicio 2013, con el que se ha convertido en el **primer medio de comunicación en Europa que elabora dicho informe atendiendo a los criterios establecidos por la nueva guía GRI G.4** en su nivel “exhaustivo”. El uso de este nuevo standard garantiza que el contenido de su Informe trata los asuntos más relevantes para sus grupos de interés. Así, el Informe ha sido **revisado por GRI (Global Reporting Initiative)**, que le ha otorgado su sello “Materiality Matters” y verificado asimismo externamente por la entidad certificadora **AENOR**.

Este es el **séptimo Informe de Responsabilidad que publica el Grupo** y recoge de manera unificada todos los aspectos financieros y no financieros (sociales, ambientales y de buen gobierno) de Atresmedia, lo que demuestra la integración de la Responsabilidad Corporativa (RC) en el modelo de negocio de la Compañía como un eje clave para generar confianza en sus grupos de interés y obtener un valor diferencial.

Siguiendo esta línea de transparencia y accesibilidad de la información –Atresmedia es el medio de comunicación mejor valorado entre las empresas cotizadas por la calidad de su información pública de acuerdo al Informe Reporta 2012 y 2013 y Antena 3 lidera el ranking de responsabilidad corporativa de las televisiones públicas y privadas publicado por la Fundación Compromiso y Transparencia-, el Grupo ha creado un *microsite* específico del Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa, alojado en **atresmediacorporacion.com**, que permite consultar y descargar toda la información incluida en el presente informe.

**Responsabilidad Corporativa**

Este canal de comunicación ha permitido suprimir la edición impresa del Informe Anual y de RC y reforzar el compromiso de la Compañía con la eficiencia en el uso de recursos naturales.

 Comunes al resto de sectores

 Específicas de su negocio

Áreas estratégicas en la RC de Atresmedia

**La RC de Atresmedia en 2013**

**Contenidos de TV, Radio y Multimedia: cada vez más comprometidos**

Tres han sido las grandes campañas sociales emprendidas por Atresmedia junto a las entidades Cruz Roja, Aldeas Infantiles y el Banco de Alimentos. En total, se han recaudado **más de 2.060.000 euros** (656.354 euros aportados directamente por Atresmedia) que permitirán ayudar a más de 8.000 familias en riesgo de perder su hogar —en el caso de la campaña de Cruz Roja—, a más de 4.000 niños a tener cubiertas sus necesidades básicas durante todo un año —en el caso de Aldeas Infantiles— y a más de 1,5 millones de personas a poder disponer de los alimentos distribuidos por los Bancos de Alimentos.

Campañas que integran el COMPROMISO ATRESMEDIA y se suman a sus grandes proyectos de RC PONLE FRENO (Seguridad Vial), HAZTE ECO (Medio Ambiente) y EL ESTIRÓN (ideas para crecer sanos), a los que hay que añadir en 2014 OBJETIVO BIENESTAR, dirigida a mejorar la calidad de vida a través de tres grandes ejes: dieta saludable, actividad física y mente sana.

Cada uno de ellos ha conseguido diferentes hitos en 2013, entre los que destacan:

* PONLE FRENO: la V Carrera Ponle Freno, con más de 17.000 corredores batió récord de participación y también de recaudación, 172.000 euros entregados al Hospital de Parapléjicos de Toledo recogidos a través de las inscripciones de la carrera.
* EL ESTIRÓN: Acuerdo con el Ministerio de Sanidad para impulsar los hábitos de alimentación saludables y la actividad física, además de la celebración de la 1ª Edición de los Premios El Estirón Coles Activos para reconocer a los centros educativos que luchan contra la obesidad infantil
* HAZTE ECO: recogida de más de 27.000 firmas en apoyo a la campaña “Salvar el Ártico” de Greenpeace.

Dentro de su gran acción por la Seguridad Vial, ya trabaja intensamente en 2014 en la iniciativa ‘2020 Cero Víctimas’, la gran causa de PONLE FRENO para los próximos años.

Por otra parte, Atresmedia mantiene su reto de que todas las personas, independientemente de sus limitaciones visuales o auditivas, tengan acceso a los contenidos audiovisuales. De ahí los esfuerzos para incrementar, año tras año, la accesibilidad de la programación, superando con creces las exigencias de la Ley General Audiovisual.

Las principales herramientas de accesibilidad que se emplean son la audiodescripción, el signado y el subtitulado de contenidos. En 2013, **se han emitido 1.446,6 horas de programación audiodescrita y 658,3 horas de programas signados, un 80% y un 51% respectivamente**, más que en 2012. La **programación subtitulada ha aumentado un 20%** alcanzando un total de 35.881,6 horas.

En cuanto a la programación infantil, Atresmedia Televisión emitió en 2013 un total **de 2.347 horas de programas para menores** (fuente Kantar Media), destacando Neox con 1.935 horas especialmente dirigidas al público infantil.

**Más que Publicidad**

Atresmedia Publicidad se ha propuesto contribuir y liderar el proceso de mejora de la actividad publicitaria y de la televisión como soporte publicitario. En consecuencia, durante 2013, ha desarrollado diferentes acciones orientadas a promocionar la transparencia, la eficacia y la innovación en las comunicaciones comerciales como es el **acuerdo de buenas prácticas firmado con la Asociación Española de Anunciantes** para contribuir activamente a una mayor transparencia y eficacia del mercado publicitario.

Otro de los principales logros de 2013, en materia de autorregulación, ha sido la firma del “**Acuerdo de Corregulación de la Comunicación Comercial en Radio”,** un código análogo al que ya existe para el contenido publicitario en televisión.

Un año más ha dedicado parte de su espacio televisivo y radiofónico a la emisión de campañas publicitarias sin coste para entidades no lucrativas, por valor de 10.240.084 euros en 2013:

Valor spots sin coste ONG. . . . . . . . . . . . . . 5.542.630€

Valor cuñas sin coste ONG. . . . . . . . . . . . . .4.697.455€

De forma adicional, Atresmedia Publicidad trabaja por una publicidad responsable que aporte valor y que vaya más allá de la comunicación comercial convencional. Por ello, se compromete a tener siempre activa una cartera de productos que ofrezcan a los clientes la posibilidad de unirse a acciones con fines sociales, como las campañas de RC del Grupo.

**El capital humano**

Consciente de que gran parte de su éxito depende de sus empleados, Atresmedia lleva a cabo una gestión de sus recursos humanos que busca el crecimiento personal y el desarrollo profesional de las personas. El hito más importante en 2013 ha sido el acuerdo del VIII Convenio Colectivo, que ha supuesto un gran avance para la compañía. Asimismo, durante 2013 se ha constituido una Comisión para la conciliación de la vida laboral y personal.

Además, 1.070 trabajadores han recibido formación complementaria y se ha mejorado la comunicación interna a través de los mandos intermedios y otros canales de comunicación como la intranet, la revista digital corporativa MASD3 o el Manual de Acogida. El Voluntariado está cada vez más presente entre los empleados; en 2013 93 profesionales participaron en 12 actividades de voluntariado corporativo puestas en marcha, entre ellas atención en comedores sociales o residencias de ancianos, lo que ha supuesto una donación a la comunidad de 1.429 horas y una inversión aportada de 9.657 euros.

Nº de empleados . . . .. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 1.829

Antigüedad media . . . . . . . . . . . . . . . . .. . . . . . . . . . 11,76 años

% contratos indefinidos . . . . . . . . . . . . .. . . . . . . . . . .81%

% de plantilla en convenio . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .86%

Inversión en formación . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .372.487€

Plazas ofertadas de prácticas . . . . . . . . . . . . . . .. . . . .355

Horas de voluntariado . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .1.429

Índice de frecuencia de accidentes . . . . . . . . . . . . . . . 2,27

Este esfuerzo ha sido destacado en el Informe Randstad Employer Branding 2013, que ha distinguido por segundo año consecutivo a Atresmedia como una de las tres empresas de comunicación con mayor atractivo laboral.

**La Fundación Atresmedia, comprometida con la infancia**

En 2005 se creó la Fundación Atresmedia con el objetivo de canalizar la acción social del Grupo. Desde sus inicios, se ha centrado en el impulso de proyectos que contribuyan a mejorar la sociedad, en especial relacionados con dos de los colectivos más vulnerables: la infancia y la primera juventud. 2013 ha sido el ‘Año de la Educación’ para la Fundación, por lo que gran parte de sus actividades han estado orientadas a mejorar el ambiente escolar y reconocer la figura del buen profesor.

En este sentido, destacan los Premios “Iniciativas que educan”, que reconoció los trabajos llevados a cabo por colegios y profesores, familias, ONG y fundaciones, organismos públicos y empresas para mejorar las buenas prácticas educativas o el evento “Gracias profes”, que congregó a más de 1.000 personas y otras 2.000 vías streaming.

Por su parte, la convocatoria Te Toca! y Te Toca Junior! también estaba centrada en conocer las opiniones e inquietudes de jóvenes y niños en materia de Educación. Ambos batieron su récord de participación: más de 700 participación en Te Toca! y 300 propuestas de Te Toca Junior!

Con motivo de su campaña anual por los Derechos de la Infancia, la Fundación emprendió en 2013 “Una Escuela, Una Vida”, que recaudó 124.000 euros para que 8.000 niños de Chad aprendieran a leer y a escribir y se construyera una biblioteca dotada de material escolar.

Otras de las grandes áreas de actuación de la Fundación es su Programa de Asistencia Hospitalaria, **que se extendió en 2013 a 21 nuevos centros, hasta llegar a un total de 118 hospitales y a más de 150.000 niños**. Este programa incluye talleres de radio, visitas con personajes famosos a los hospitales, reparto de cuentos en el Día del Libro o el Día Internacional de la Discapacidad y la emisión del Canal FAN3, una señal única, gratuita y sin publicidad, diseñada para los niños que se encuentran hospitalizados.

En 2013, el Canal FAN 3 ha recibido el Premio Ciudadanos, el Premio Grada y el Premio Prodis. Por su parte, el Proyecto PRO, la escuela audiovisual puesta en marcha por la Fundación para fomentar la integración laboral de personas con discapacidad, ha sido reconocido con el Premio Solidario del Seguro y el Premio Avata Hispania.

**Acción medioambiental**

Pese a que el impacto ambiental de Atresmedia es relativamente pequeño debido a su actividad como medio de comunicación, el grupo mantiene una política de gestión ambiental que marca las prioridades estratégicas en materia de sostenibilidad, así como las acciones específicas dirigidas a aumentar la eficiencia energética, minimizar el consumo de recursos, reducir la generación de residuos e incrementar la concienciación de la sociedad sobre la necesidad de cuidar el entorno.

En 2013 se ha producido una reducción del 2,73% del consumo energético, del 3,3% en la generación de residuos y del 13% en el consumo de agua, además se ha reciclado el 57,29% del papel consumido.

Dentro de la acción de Responsabilidad Corporativa de Neox, HAZTE ECO, Atresmedia recogió más de 27.000 firmas en apoyo a la campaña “Salvar el Ártico” de Greenpeace, puso en marcha su segunda campaña de concienciación sobre prevención de incendios forestales en colaboración con WWF-ESPAÑA y se sumó a la ‘Hora del Planeta’ en apoyo a la defensa del Medioambiente.

Como consecuencia de su trabajo en el ámbito medioambiental, **Atresmedia ha recibido una valoración de 60D en el Carbon Disclosure Project (CDP), la más alta de su sector**. Esta calificación, mejor que la del año anterior, demuestra el compromiso del Grupo con la lucha contra el cambio climático.

**Una RC cada vez más activa**

La actividad de Atresmedia en materia de Responsabilidad Corporativa se ha intensificado de manera muy significativa en los últimos años y es cada vez más activa. Además de los avances en contenidos, publicidad, recursos humanos o medioambiente, entre las grandes acciones del Grupo en 2013 destaca también la cuarta **reunión celebrada con todos sus grupos de interés** para optimizar su actuación en RC y elaborar un estudio de materialidad, así como **su incorporación, como primer grupo de Comunicación español, en el Media Corporate Social Responsibility Forum** (Media CSR Forum), un foro especializado en la Responsabilidad Corporativa de los medios de comunicación, integrado por algunas de las mayores compañías de comunicación internacionales como BBC, The Guardian, BSkyB o RTL Group, así como. Compromiso que se suma a su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas o su presencia en el índice de sostenibilidad FTSE 4 Good Ibex.

En 2014, continúa formando parte de diversos foros que puedan mejorar su gestión de la RC y se ha convertido en el **único medio audiovisual con presencia en el comité de Responsabilidad Corporativa de la Asociación Española para la Calidad**, en miembro del Consejo Asesor del Observatorio de Voluntariado Corporativo y socio de la plataforma “Voluntare”.

Una de las distinciones más relevantes que respaldan el creciente compromiso del Grupo en esta materia es la Medalla de Oro de Cruz Roja 2013 por la labor social realizada a través de las campañas de responsabilidad corporativa del Grupo, así como el galardón de la Fundación del Comisariado Europeo del Automóvil (CEA) por la labor desarrollada en favor de la prevención de los accidentes de tráfico con Ponle Freno, entre otros.