



**ANTENA 3 DE TELEVISIÓN, S.A.  
JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS**

**24 de marzo de 2010**

**Discurso del Excmo. Sr. D. José Manuel Lara Bosch  
Presidente del Consejo de Administración**

Buenas tardes, señoras y señores accionistas:

Un año más tengo el privilegio de darles la bienvenida, en mi nombre y como Presidente del Consejo de Administración de Antena 3. Agradecemos su asistencia a esta Junta General, en la que se examinarán y aprobarán las cuentas anuales del ejercicio 2009, así como la aplicación del resultado positivo de ese año.

Como otras veces el Consejero Delegado de la sociedad, don Silvio González, será quien se ocupe de explicar los detalles de las cuentas.

Antes de empezar mi intervención de hoy quiero dedicar un recuerdo especial a quienes iniciaron la aventura de Antena 3 hace ya veinte años, que son precisamente los que acaba de cumplir esta gran empresa. La voluntad y la ilusión de aquel equipo de pioneros -que encabezaban el Conde de Godó y Manuel Martín Ferrand- son un patrimonio de esta casa, que hemos intentado conservar y mejorar todos los que hemos tenido la fortuna de participar en su gestión.

Dicho esto volvamos al presente. Creo que puedo prescindir de referirme con detalle a la difícil situación económica en la que estamos inmersos. Todos ustedes conocen de sobra hasta qué punto y con qué intensidad la crisis está afectando a la economía española, y me parece innecesario reiterar las dificultades que todos conocemos.

Las cuentas que ahora sometemos a su aprobación demuestran, a mi juicio, que los gestores del Grupo Antena 3 están sabiendo capear este temporal con habilidad, capacidad de innovación y rigor en la contención del gasto. Deben saber ustedes que en 2009 las caídas en la inversión publicitaria alcanzaron porcentajes y duraciones



para los que no se conocían precedentes. Algunos sectores de anunciantes prácticamente han desaparecido del mercado y otros han quedado tan menguados que son casi irreconocibles.

Esta brusca reducción de la demanda acabó por presionar a la baja los precios de la publicidad, de toda la publicidad, que retrocedieron hasta niveles de hace un lustro. Por este motivo, la recuperación que todos esperamos, cuando por fin se produzca, no podrá ser tan rápida como nos gustaría, ni afectará de igual manera a todos los operadores. Son muchos las dificultades y pocas las empresas que tienen capacidad de sobrevivir a períodos tan críticos. Anticipo como inevitables importantes cambios en el sector, que en parte han comenzado ya y que continuarán imparables durante los próximos años, hasta concluir el proceso de ajuste.

Estoy seguro de que Antena 3 es una de las empresas multimedia mejor preparadas para ese desafío y estoy convencido de que más pronto que tarde recogeremos los beneficios de los esfuerzos y los sacrificios que estamos haciendo en los últimos años, para aumentar nuestra eficiencia y para mejorar la calidad y la diversidad de nuestra oferta.

Como mejor prueba de este prudente optimismo puedo decir con orgullo que los accionistas de Antena 3 hemos invertido en una empresa que ha sido capaz de conseguir un beneficio neto de 60,8 millones de euros en 2009, más que ninguno de nuestros competidores, en el peor año de la historia de la publicidad, mejorando además nuestra posición relativa dentro de este mercado, que es cada día más competitivo y más global.

Además de haber amortiguado de forma significativa por la vía de los ingresos la caída del conjunto de la inversión, Antena 3 ha conseguido mantener un control estricto del gasto, aplicando con rigor una exigente disciplina presupuestaria, que nos ha permitido situar los gastos del Grupo en su nivel más bajo de los últimos cinco años.

En cuanto a la radio, en 2009 aumenta también nuestro índice de audiencia, tanto en su programación convencional, a través de Onda Cero, como en la programación



musical, o sea Europa FM. La apuesta que hicimos en su día a favor del equilibrio, de la profesionalidad y de la libertad editorial está dando ya sus frutos y ha encontrado la complicidad de una gran audiencia, que nos elige cada día para la información y para el entretenimiento.

El conjunto de estos resultados, relativamente buenos, permiten que el Consejo de Administración proponga a esta Junta General el abono de un nuevo dividendo, a cargo de los beneficios de 2009, que será complementario del que ya se pagó a cuenta, en el pasado mes de diciembre, manteniendo así la política y el compromiso de máxima retribución al accionista.

Dicho esto y después de reiterar mi felicitación personal y la de todo el Consejo de Administración a los gestores, a los trabajadores y a todos los colaboradores que han aportado su esfuerzo en un contexto tan difícil, me referiré brevemente a la situación de la televisión en España, a sus cambios más recientes y a su futuro más inmediato.

Como les decía antes, estamos en tiempos de cambios y ajustes, de anticipación y de adaptación, de oportunidades e incertidumbres. Por poner un solo ejemplo bien conocido de esos cambios: desde el comienzo de este año, y por primera vez en su historia, la televisión pública estatal ha dejado de emitir publicidad y ha quedado sometida a un nuevo régimen de financiación, del que forma parte una aportación de los operadores privados.

Hemos respaldado parcialmente este cambio, porque está en línea con nuestra petición histórica de acabar con un modelo que otorgaba a la televisión pública una doble fuente de financiación: los Presupuestos del Estado, por un lado, y además la actividad comercial, en descarnada competencia con las televisiones privadas comerciales, ignorando casi siempre las obligaciones como prestadora de un servicio público esencial.

Sin embargo, sigue sin resolverse este mismo problema en el ámbito de las televisiones autonómicas y también quedan pendientes otras cuestiones no menos importantes: el concepto de televisión pública, su programación y financiación a todos



los niveles, la subvención forzosa al cine español por parte de las televisiones privadas, las restricciones publicitarias, etc.

Por fin ha llegado el momento que nos permitirá resolver la ecuación sobre la respuesta del mercado a la desaparición de un competidor publicitario tan destacado y tan potente como era TVE. Veremos si la realidad confirma, matiza o desmiente a los profetas de la publicidad y si finalmente la inversión pasa de largo o se queda en el medio televisivo, que es la opción por la que nosotros apostamos y que de momento se está confirmando.

En la misma línea de las que consideramos “buenas noticias” merece sin duda destacarse el cambio de criterio del legislador, para no obstaculizar las posibles operaciones de integración entre operadores audiovisuales, con el objetivo de reducir su fragmentación y reforzar su viabilidad económica, bastante en entredicho en este momento.

La nueva regulación de 2009 permite que se produzcan participaciones simultáneas en más de una concesión de ámbito nacional, con el límite del 27% de la audiencia total. Esta es la cobertura legal que se utilizará en el proceso de integración entre Tele 5 y Cuatro, ya en marcha, que fue comunicado a los mercados financieros el pasado mes de diciembre de 2009 y que es la primera manifestación palpable de ese proceso de concentración del mercado, que acaba de comenzar.

En nuestro caso se ha decidido explorar, con voluntad constructiva, cualquier posibilidad de aumentar nuestro tamaño, valorando la integración con otro operador que sea idóneo, siempre que ello repercuta en mejoras para la empresa y para los resultados distribuidos a sus accionistas. Esta posición de Antena 3 ha sido comunicada públicamente y es la que mantendremos en el futuro, abiertos a cualquier opción que beneficie a nuestros accionistas y que nos permita consolidar nuestra personalidad propia como Grupo de comunicación independiente. Nuestras señas de identidad son irrenunciables.

El año 2009 también ha sido el año de la aparición de la TDT de pago, como



consecuencia inmediata de otro cambio normativo urgente. Por el momento el único canal que existe ofrece fútbol, como contenido *premium*, pero no hay duda de que se ha abierto un camino económico, televisivo y tecnológico en el que sin duda aparecerán nuevas oportunidades de negocio y nuevos modelos de explotación.

Sin perjuicio de lo ya expuesto y de su importancia objetiva, el cambio más importante ocurrirá dentro de unos pocos días, en la fecha prevista para el tantas veces anunciado “apagón analógico y encendido digital”. Veinte años después del nacimiento de las primeras televisiones privadas, al que antes me he referido, tendrá lugar otro hecho singular, que modifica el futuro de forma radical e irreversible: la sustitución de la tecnología analógica (superada y llena de limitaciones) por la tecnología digital, nueva y repleta de posibilidades.

Se sabe que el mundo nunca vuelve a ser el que ya fue. Que el tiempo ni tropieza ni vuelve. Que volver la vista atrás nos convierte en estatuas de sal. Desde hace años nosotros estamos trabajando para este futuro, que ya tocamos con la punta de los dedos y en el que Antena 3 quiere seguir siendo protagonista, como lo fue en 1990. Un nuevo mundo audiovisual, más fragmentado, más creativo, más competido, más interesante en suma. Con múltiples ofertas, en diferentes soportes, con productos de calidad para espectadores activos y selectivos. Una visión multiplataforma del negocio, tanto en sus contenidos como en sus formas de distribución, con ideas nuevas, que permiten integrar y hacer reconocibles programaciones diversas, familias de canales, que se presentan al público bajo una misma referencia editorial y a través de múltiples ventanas de distribución.

Miramos con mucha atención la forma en la que se entregan los contenidos a los usuarios finales, porque hemos apostado por ir a buscar al espectador, sin quedarnos esperando a que sea él quien nos encuentre. Llevamos tiempo trabajando en la gestión rentable de marcas de contenidos en ese nuevo entorno multiplataforma, que tiene como causa primera, como primer impulso, el desarrollo suficiente de la tecnología en TDT.

Queremos ser también innovadores en la venta de la publicidad, ofrecer a nuestros



anunciantes creatividad y soluciones brillantes, nuevas alternativas para sus problemas de comunicación. Ser en fin distintos, originales, mejores y .... rentables, sobre todo rentables.

Por eso hemos inventado la pauta publicitaria única, para reconstruir en lo posible audiencias masivas y poder ofrecerlas a nuestros anunciantes, que las necesitan para sus productos. Integraremos la radio, la televisión, internet, el teléfono móvil y cualquier ventana en la que podamos posicionarnos para que todos nos vean. Ese es el objetivo de nuestro proyecto.

En el futuro próximo, que tenemos la obligación de vivir como un presente, será un requisito fundamental el entorno legislativo, o sea las reglas comunes de juego. Es absolutamente imprescindible disponer de la seguridad jurídica que nos permita concebir y ejecutar planes ambiciosos, de largo y medio plazo. Necesitamos, en fin, una regulación que esté a la altura de nuestro tiempo.

Acaba de aprobarse la nueva Ley General de lo Audiovisual. Sin duda era una necesidad en la que todos coincidimos. Su periodo de gestación y tramitación ha sido largo y creemos que su resultado no ha sido, desgraciadamente, el que hubiéramos deseado. Es posible que algún día nos lamentemos de la oportunidad perdida para definir de una vez por todas la televisión pública; o que nos arrepintamos de no haber abandonado por fin los prejuicios frente a la publicidad y de haber insistido en la indefensión de los espectadores, como si no fueran responsables y libres, como si necesitaran ser tutelados por los poderes públicos.

También es posible que ese día nos lamentemos por no haber modernizado el régimen legal de los operadores de televisión o por haber desaprovechado la oportunidad de retirarles su condición de perpetuos sospechosos de algo. Pero en todo caso, lamentos aparte, con esta nueva ley se ha dado un paso importante en el esfuerzo de unificar normas y ofrecer seguridad para los próximos años. Menos es nada.

No quiero extenderme más. Como les decía antes cedo ahora la palabra al Consejero



Delegado, don Silvio González, para que él les haga un repaso más detallado de los resultados económicos y de los hechos más significativos del pasado ejercicio 2009. Aprovecho la ocasión para felicitarle pública y personalmente por su trabajo y el de su equipo directivo y para desear esa misma línea de rigor y buen hacer en este ejercicio 2010.

Muchas gracias a todos ustedes.