

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.****JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS****22 de abril de 2015****Discurso del Sr. D. Silvio González Moreno  
Consejero Delegado**

Señoras y señores accionistas, bienvenidos a esta Junta General de Atresmedia y muchas gracias por su asistencia.

No hace ni tres meses que José Manuel Lara Bosch nos abandonó, dejando detrás de sí un legado personal y profesional de extraordinario nivel y para los que tuvimos la fortuna de trabajar con él un vacío muy difícil de llenar. Mis primeras palabras sólo pueden ser para rendirle un sincero tributo de admiración y respeto. También de agradecimiento por haberme permitido compartir con él muchas horas de trabajo y de experiencias comunes.

Ya se ha señalado la enorme transformación que ha tenido nuestro Grupo bajo su presidencia. Alternándose años de bonanza con otros de extrema dificultad, Atresmedia ha reforzado su posición en los mercados y se ha convertido la referencia de la industria audiovisual española, tanto en el entretenimiento como en la información. Sobre ese legado debemos construir el futuro del Grupo.

Paso a presentarles los rasgos más sobresalientes de la actividad y de los resultados del Grupo Atresmedia durante el ejercicio 2014.

Como todo apuntaba hace ya un año, 2013 fue un punto de inflexión en la crisis económica de nuestro país y 2014 registró un significativo relanzamiento de la actividad económica, concretado en un incremento del PIB del 1,4% frente a una caída del 1,2% en el año anterior. En el período de seis años que va 2008 a 2013 el PIB ha caído en promedio anual también el 1,2%, lo que pone de manifiesto la profundidad de la crisis sufrida.

Con la misma dinámica se comportó la demanda interna y, de modo específico, el consumo de los hogares que pasó de caer el 2,3% a subir el 2,4% en los dos años mencionados. Todas las cifras en términos reales. Aunque todavía el desempleo es muy



elevado, en 2014 ha descendido la tasa de paro y se ha incrementado el empleo por primera vez en varios años.

Sin duda, todo ello se ha traducido en una mejoría significativa en los mercados de nuestros clientes, los anunciantes, y es la base del cambio en la evolución de la publicidad. Los signos positivos se iniciaron en la segunda mitad de 2013 y se confirmaron en el pasado año, cuando registró un crecimiento del 6,4%. El reforzamiento de esta tendencia favorable a lo largo del pasado año, continuada en los primeros meses del presente, junto con la generalización de sectores económicos que incrementan sus inversiones, hace pensar que ha comenzado un nuevo ciclo publicitario.

En este contexto, la **incertidumbre regulatoria** que sufre el sector de la televisión en abierto en nuestro país ha complicado todavía más la gestión, al dificultar la visión a medio plazo que es imprescindible en cualquier actividad económica. En mayo de 2014, el Ministerio de Industria decidió el cierre de nueve canales de televisión, tres de ellos de Atresmedia, en ejecución de una sentencia del Tribunal Supremo que estableció la existencia de defectos formales en el procedimiento normativo de adjudicación de canales digitales.

Atresmedia, fue el más perjudicado a pesar de que había cumplido todos los duros requisitos impuestos por la legislación vigente en la fecha de otorgamiento.

De acuerdo con lo previsto por la Ley General Audiovisual y el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre, el Consejo de Ministros del pasado viernes 17 de abril aprobó las bases de un **concurso público para la adjudicación de seis licencias** para la explotación en abierto de canales de televisión. Tres de las licencias son para la emisión en calidad estándar (SD) y otras tres en alta definición (HD), limitándose a una licencia por modalidad el número máximo de adjudicaciones que podría conseguir un licitador. Atresmedia concurrirá a este concurso en la confianza de que nuestras ofertas cumplirán todos los requisitos para ser adjudicatarios de dos de las nuevas licencias.

Por otra parte, existen tres recursos pendientes de sentencia en el Tribunal Supremo que podrían suponer el cierre de ocho nuevos canales, de los que dos corresponderían a Atresmedia. En conjunto se habrán puesto en entredicho diecisiete de los veinticuatro canales nacionales de TDT previstos inicialmente, que representaban una oferta amplia, variada y gratuita para los espectadores. Con independencia de cuál sea la resolución



final del Supremo, insisto que siempre hemos cumplido con todos los requisitos y obligaciones legales que nos fueron impuestas.

Esperamos del Gobierno que tome todas aquellas medidas necesarias para acabar con la incertidumbre que afecta al sector de televisión en abierto, respete los derechos adquiridos de los operadores y por fin podamos actuar con un marco regulatorio estable.

Es una condición imprescindible para que se puedan desarrollar las estrategias de largo alcance que son necesarias, no sólo para nuestros accionistas, sino para que la industria española de contenidos, que es lo mismo que decir la televisión en abierto, pueda competir en el mundo audiovisual abierto y cambiante en el que ya estamos inmersos.

Permítanme haber un breve repaso de las magnitudes económicas más relevantes de Atresmedia correspondientes al ejercicio 2014.

Los **Ingresos Netos Consolidados** fueron de 883 millones de euros, frente a los 830 millones de euros del año anterior, lo que supone un incremento del 6,4%, en línea con la variación del total del mercado publicitario.

Los **Gastos de Explotación** fueron de 756 millones de euros en 2014, sólo 6 millones por encima de los del año anterior, 0,8%. Debo recordar que en 2013 redujimos los gastos de explotación en el 13%, 115 millones de euros en valor absoluto. Todo ello pone de manifiesto que los esfuerzos de control de gastos y mejora de la eficiencia son políticas bien establecidas en nuestro Grupo y que tiene la consistencia necesaria para mantenerse en el largo plazo.

En consecuencia, el **Beneficio Bruto de Explotación** ha pasado de 40 millones de euros en 2012 a 80 millones en 2013 y a 128 millones en el pasado año. Las cifras anteriores se pueden resumir de una manera muy simple y directa: en 2014, por cada euro adicional ingresado se ha incrementado el resultado en noventa céntimos.

El **Beneficio Neto Consolidado** ha sido de 47 millones de euros, similar al alcanzado en el año anterior. Hay que explicar que la nueva Ley del Impuesto sobre Sociedades ha minorado la tarifa del impuesto del 30% al 28% en 2015 y el 25% en años sucesivos. Como consecuencia de ello ha sido necesario ajustar el valor en libros de los activos por impuesto diferido, que provienen en su mayor parte de la fusión con La Sexta, en 35



millones de euros. Este ajuste no ha tenido ningún efecto en la caja ni lo tendrá en el futuro. Descontando dicho importe el beneficio neto habría sido de 81 millones de euros, un 76% superior al del año anterior.

En diciembre de 2014 se repartió un **dividendo** a cuenta de 10 céntimos de euro por acción, totalizando 22,3 millones de euros. Se propone a esta Junta General una distribución del resultado que incluye, además, un nuevo reparto de otros 10 céntimos por acción (7 céntimos para las acciones de serie especial), hasta un total de 22,5 millones de euros. Con ello se repartirá la práctica totalidad del resultado del ejercicio, dando continuidad a la política de remuneración al accionista que ha sido tónica general desde hace ya muchos años.

Esta distribución de dividendos es posible por la elevada capacidad de generación de caja de nuestro Grupo. Como prueba de ello, la **deuda financiera neta** se redujo de 185 millones de euros a finales del 2013 hasta 134 millones a diciembre de 2014, una bajada de 51 millones de euros que refuerza la solidez de nuestro balance.

En lo que refiere al **mercado de valores**, el IBEX 35 se mantuvo en positivo durante prácticamente todo el año 2014 y cerró con una modesta subida del 3,7%. La cotización de nuestra acción comenzó el año en positivo, hasta un máximo de 14,77 euros, pero cayó hasta 9,55 euros, se recuperó en el otoño y cerró en 11,65 euros, una caída del 3,2%. Cabe destacar que en los primeros meses de este año nuestra acción ha mostrado una gran fortaleza y se sitúa ya en 14,73 euros por acción, una revalorización de más del 26% sobre el cierre del año. Los resultados publicados, las favorables expectativas de la economía española y de la publicidad en particular están en la base de esta evolución tan positiva.

### Televisión

Pasando a nuestro negocio de televisión, en primer lugar es necesario destacar el efecto sumamente negativo que ha tenido para nosotros el cierre de nueve canales de TDT a raíz de la sentencia del Tribunal Supremo a la que ya me he referido. Atresmedia ha sido el operador que más lo ha sufrido, no solamente por perder tres canales frente a sólo dos de cada uno del resto de licenciatarios, sino porque nuestros canales eran los de más audiencia entre todos los cerrados. Se puede apreciar este impacto a través de la evolución de las audiencias por trimestres. En el primer trimestre de 2014



incrementamos nuestra audiencia en 1,8 puntos, con el mismo número de canales que el año anterior; y en el cuarto trimestre perdimos 2,7 puntos como consecuencia de la pérdida de tres canales. En el conjunto del año 2014 la cuota de audiencia de nuestros canales fue del 27,7% frente al 28,8% de 2013.

Por cadenas, Antena 3 alcanzó una cuota de pantalla del 13,6%, su mejor registro en cinco años. La Sexta registró una cuota media del 7,2%, aumentando en 1,2 puntos y cerrado el mejor año de su historia. Entre los temáticos, Neox obtuvo el 2,6% y Nova el 2,5%, en este caso el mejor dato de su historia. Xplora, con el 1,6%, y laSexta3 y Nitro, con el 1,7% cada uno de ellos, cerraron en mayo siendo los canales líderes en su género y público objetivo.

Estas audiencias se han conseguido con el modelo de televisión que hemos venido construyendo en Atresmedia, al que me he referido en otras ocasiones y del que nos sentimos orgullosos. Sus atributos son calidad, respeto, responsabilidad, innovación, creatividad y variedad y constituyen la base de todos nuestros programas: desde los informativos de Antena 3 y La Sexta hasta el entretenimiento de "El Hormiguero 3.0", "Top Chef" o "Pesadilla en la cocina", pasando por nuestras grandes ficciones como "El tiempo entre costuras", "Velvet", "Amar es para siempre" o "El secreto de Puente Viejo", por citar sólo algunos de los programas más reconocidos.

Con todo lo anterior se pone de manifiesto que el proceso de fusión con La Sexta ha sido un completo éxito, que la generación de valor ha superado las expectativas y que ya hace tiempo que gestionamos todos los canales sin fisuras y con la máxima eficacia.

Los **Ingresos Netos Totales** de Atresmedia en 2014 fueron de 734 millones de euros, creciendo un 24% sobre los registrados en el ejercicio anterior.

Los **Gastos de Explotación** fueron de 644 millones de euros sólo 4 millones más que en 2012, incremento inferior al 1%.

El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 90 millones de euros, multiplicando por 2,4 el nivel alcanzado en el año anterior. El resultado antes de impuestos fue de 87 millones de euros.

El **Beneficio Neto** fue de 45 millones de euros, frente a 34 millones de 2013. Este



resultado incluye el impacto del ajuste fiscal mencionado al comentar las cifras consolidadas.

### Radio

Atresmedia Radio alcanzó una **audiencia** récord en la 3ª ola de 2014 del Estudio General de Medios con 5 millones de oyentes. Nuestra cadena Onda Cero, con una audiencia media de 2,6 millones de oyentes, mantiene su segunda posición entre las cadenas radiofónicas generalistas. Europa FM con más de 2,0 millones de oyentes, es la tercera cadena temática. Además, en 2014 lanzamos una segunda fórmula musical con el nombre de Melodía FM que ya ha alcanzado la cifra de 255.000 oyentes.

En el mercado de radio el *prime time*, como se suele denominar a la franja más importante del día, son las primeras horas de la mañana. Afrontamos ahora el gran reto de sustituir al director y comunicador que hemos tenido al frente de esa franja en Onda Cero durante muchos años, Carlos Herrera. Sin ninguna demora hemos comenzado ya el cambio con un nuevo concepto "Más de uno", en que dividimos la franja en dos partes, una primera con la información como motor y con Carlos Alsina dirigiéndola y una segunda en la que se da entrada al entretenimiento con Juan Ramón Lucas. Ambos son profesionales de gran calidad y de contrastada trayectoria.

Carlos en Onda Cero, dirigiendo con gran éxito el programa vespertino "La Brújula" y Juan Ramón con una dilatada experiencia en otras cadenas, donde también consiguió atraer cada vez a más oyentes. Creemos que este cambio permitirá seguir manteniendo la trayectoria de crecimiento que ha mostrado Onda Cero desde hace ya mucho tiempo.

El mercado de publicidad en radio, aunque en menor medida que el de televisión, ha tenido un comportamiento positivo, creciendo el 4,1%.

Los **Ingresos Netos** de Atresmedia Radio en 2014 fueron de 81,2 millones de euros, ligeramente superiores a los 80,5 millones del año anterior

Los **Gastos de Explotación** se mantuvieron prácticamente al mismo nivel del año anterior, 63,6 millones de euros. Debo señalar que esta cifra incluye los gastos de operación y de lanzamiento de la nueva radiofórmula Melodía FM, lo que significa que se ha hecho un gran esfuerzo en el resto de gastos para que el total no se incrementara.



El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 17,6 millones de euros, en línea con los 17 millones en 2012.

#### Otras Actividades

**Atresmedia Digital** ha consolidado y expandido todas las actividades relacionadas con Internet. En el año 2014 las distintas páginas web gestionadas han alcanzado la cifra de 17 millones de usuarios únicos al mes, habiéndose lanzado quince portales verticales de contenidos diversos como deportes, ciencia, tecnología o famosos. La plataforma Atresplayer, que fue lanzada en 2013, está ya muy cerca de los 4 millones de instalaciones y ha tenido más de 530 millones de reproducciones, duplicando el dato del año anterior. Con ello, Atresmedia Digital ha alcanzado el puesto número trece entre las plataformas españolas, adelantando quince posiciones. La última iniciativa ha sido el lanzamiento de Atrestube, el multicanal de Atresmedia en YouTube, que tiene ya más de treinta canales de entretenimiento e información.

**Atresmedia Cine**, que es nuestro vehículo para cumplir con la obligación legal de invertir en cine español, ha tenido un ejercicio excepcional. Se han producido ocho largometrajes y la explotación en salas de nuestros productos ha alcanzado una recaudación en taquilla de 34,9 millones de euros, lo que representa el 27% del total. Tres de las cinco películas más vistas en 2014 han sido coproducidas por Atresmedia Cine: "Torrente 5", "Exodus: dioses y reyes" y "La isla mínima". Esta última no sólo ha sido un éxito económico sino que, además, ha recibido los mayores reconocimientos de la crítica, destacando diez "Goyas", entre ellos el de mejor película.

**Atresmedia Publicidad** continúa siendo la mayor comercializadora española de publicidad con una cuota del 23% del total del mercado publicitario de medios convencionales. La inquietud por reforzar el producto vendido y mejorar la atención al cliente ha llevado a la creación de la Oficina del Anunciante. La apuesta por la innovación ha hecho posible la creación de Atresmedia Lab, cuyo objetivo es la creación de nuevas fórmulas de publicidad multipantalla y de nuevas ideas que permitan incrementar la eficacia de los spots. En la misma línea, ha contribuido a la creación de Aunia, la primera plataforma española que aglutina contenido *online* de diversos medios de comunicación para garantizar a los anunciantes la presencia de su marca en contenidos profesionales, de calidad y en un entorno seguro.



En ocasiones anteriores me he referido a la necesidad de crear fuentes de ingresos no directamente ligadas a nuestra actividad tradicional de publicidad en televisión y radio. Con este fin hemos creado **Atresmedia Diversificación**. Durante este primer año, en el ámbito internacional se ha lanzado el canal Atres Series, único canal de series 100% en español. Junto con los canales Antena 3 Internacional y Hola TV se han superado ya los 25 millones de hogares abonados, principalmente en Latinoamérica y Estados Unidos. Se convierte así en el operador europeo de televisión privada con más señales fuera de sus fronteras. Igualmente se ha iniciado la actividad de *media for equity*, que busca participaciones en compañías de elevado potencial a cambio de la publicidad que necesitan para impulsar su crecimiento.

Es bien conocida la inquietud de nuestro Grupo por todo lo relacionado con la **Responsabilidad Corporativa**, con iniciativas directas de nuestras sociedades o a través de la **Fundación Atresmedia**. Contamos ya con un gran número de actividades. Algunas son de largo recorrido, como Ponle Freno, que en este año ha conseguido que más de 200.000 personas y 700 entidades se hayan adherido al manifiesto "2020 Cero Víctimas" y que se hayan batido récords de participación y recaudación en la carrera Ponle Freno. También el Programa de Asistencia Hospitalaria y el Canal FAN3, creados por la Fundación Atresmedia para hacer más agradable la estancia a los niños hospitalizados y sus familias, llevan ya varios años en marcha, cubren ya 130 hospitales y atienden a más de 170.000 niños. Otras actividades son nuevas, como Objetivo Bienestar y Constantes y Vitales, que son campañas para la sensibilización sobre la importancia del cuidado de la salud. Con esto sólo menciono algunas de las muchas actividades que desarrollamos en este ámbito, que creo que de la máxima importancia para un grupo de comunicación como es Atresmedia.

Como **conclusión** de todo lo anterior, creo que el ejercicio 2014 ha sido un año excelente para Atresmedia. Hemos sabido aprovechar el punto de inflexión económico que se ha producido para mejorar nuestros resultados, manteniendo nuestra posición competitiva en los mercados tradicionales de radio y televisión, ello a pesar de que el entorno regulatorio no ha sido favorable para el sector y muy especialmente para nuestro Grupo. Con ello hemos mejorado nuestro margen de explotación, pasando del 10% al 15% y las perspectivas parecen indicar que esta tendencia se prolongará en el próximo futuro. Pero, además, hemos profundizado en el desarrollo de los negocios relacionados con Internet y hemos lanzado nuevas iniciativas de diversificación. Estas actividades son



clave para nuestro futuro y pondremos todos los esfuerzos para su ampliación, de modo que cada vez tengan más peso en nuestro Grupo.

Continuaremos además desarrollando nuestro modelo como medio de comunicación, sabemos bien la importancia que tenemos dentro del sistema de equilibrios y contrapesos de una sociedad democrática y que la información plural y libre es esencial para que los ciudadanos estén bien informados. Perseguimos conseguir la mayor audiencia posible, pero con límites porque estamos comprometidos con una sociedad, que pretendemos se desarrolle de una forma más abierta y más tolerante.

Por todo lo anterior, estoy convencido que estamos en la mejor posición para beneficiarnos de la mejora del mercado que, según todas las opiniones, será prolongada. Si es así, en el próximo futuro podremos ampliar nuestra rentabilidad y acometer nuevos proyectos que permitan que Atresmedia continúe gozando de una posición sólida en el nuevo mundo audiovisual, en el que las barreras de entrada desaparecen y las fronteras se difuminan. Continuar siendo un operador de referencia en ese entorno será uno de los grandes objetivos de nuestra gestión.

Muchos son las que han contribuido a alcanzar estos logros. En primer lugar José Manuel Lara, que durante tantos años ha dirigido e impulsado a nuestro Grupo hasta convertirlo en la máxima referencia del sector audiovisual español, tanto por sus contenidos como por sus resultados. También la dedicación y el apoyo del Consejo de Administración han constituido un factor fundamental para alcanzar los objetivos a los que me he referido. Finalmente, el equipo directivo y todos y cada uno de los profesionales del Grupo Atresmedia han aportado sin escatimar todas sus cualidades y todo su esfuerzo en el día a día, donde se construye la sólida realidad que hoy somos. Quiero expresar mi gratitud y respeto a todos ellos.

Por último y como siempre, debo agradecerles a todos ustedes, señoras y señores accionistas, la confianza depositada en Atresmedia. En último término, todo nuestro esfuerzo se encamina a satisfacer sus expectativas. Creo sinceramente que lo hemos logrado en los últimos años y esperamos seguir contando con su apoyo para continuar haciéndolo en los próximos años.

Muchas gracias