

Antena 3 de Televisión, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de Gestión Intermedio Consolidado del período de seis meses terminado el 30 de junio de 2009

Evolución del negocio y situación del Grupo

Los ingresos netos del Grupo en el primer semestre de 2009 alcanzan los 365,5 millones de euros, frente a los 476,9 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2008, lo que supone una caída del 23,4%.

Según Infoadex, la evolución del mercado publicitario de medios convencionales, fuente principal de ingresos del grupo, continúa siendo negativa en este primer semestre, con un decrecimiento del 29,2% respecto al mismo periodo de 2008. La caída de los ingresos netos consolidados del grupo ha sido sustancialmente menor que la caída del mercado publicitario.

Ha continuado incrementándose la penetración y la audiencia de los nuevos canales de televisión digital terrestre, lo que ha llevado a una mayor fragmentación de la audiencia en detrimento de la posición que venían manteniendo los canales tradicionales. A pesar de ello, la cuota promedio de audiencia de Antena 3 ha sido del 15,2% en total individuos y del 16,1% en el llamado "target comercial", el de mayor interés para los anunciantes y en que se alcanza el liderazgo absoluto.

Además, una parte de la erosión ocasionada por la nueva oferta digital terrestre ha sido recogida a través de los canales Neox y Nova, primero y tercero de entre estos tipos de canales. Conjuntamente ya representan en el primer semestre de 2009 el 1,5% de la audiencia total, con lo que Antena 3 se sitúa como operador líder en canales digitales.

Las dos ofertas radiofónicas de Uniprex, Onda Cero y Europa FM, han seguido registrando una evolución positiva durante el primer semestre del año 2009 en lo que se refiere al número de oyentes. De acuerdo con la última ola del Estudio General de Medios, la audiencia conjunta superó los 3 millones y Europa FM registra un incremento del 10% en el número de oyentes y supera el millón de oyentes.

Los gastos de explotación del acumulado a junio de 2009 se reducen un 2,8% respecto del mismo periodo de 2008, debido a la disminución de los gastos variables ligados a los resultados y a la política de contención en programación, gastos corrientes y de estructura mantenida por el grupo y especialmente acentuada en este año.

El Resultado Bruto de Explotación acumulado a junio 2009 alcanza los 45,9 millones de euros, frente a los 148,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2008. El margen sobre ingresos netos se sitúa en un 12,6% en el acumulado a junio de 2009.

En el primer semestre de 2009 los resultados financieros mejoran respecto del mismo periodo de 2008 por el menor coste de las coberturas. El resto de gastos financieros se mantienen en línea con el año anterior ya que el incremento de la deuda financiera se compensa con su menor coste.

El Resultado antes de impuestos del acumulado a junio 2009 es de 29,0 millones de euros, frente a los 111,4 millones de euros del mismo periodo de 2008. El Resultado Consolidado del primer semestre de 2009 alcanza los 22,7 millones de euros, frente a los 80,0 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

A 30 de junio de 2009 el flujo neto de efectivo de actividades de explotación es positivo por importe de 16,4 millones de euros. En el segundo trimestre de 2009 se procede al reparto del dividendo complementario del ejercicio 2008, a razón de 0,12 euros/acción en términos brutos, en total, 24,1 millones de euros. También en el segundo trimestre de 2009, se ha realizado la liquidación parcial de la cobertura del plan plurianual de retribución variable por importe de 23,7 millones de euros. La posición financiera neta del Grupo es negativa por importe de 202,0 millones de euros frente a los 140,4 millones de euros de diciembre de 2008.

Operaciones con vinculadas

Las operaciones con partes vinculadas realizadas durante los seis primeros meses del ejercicio 2009 no han afectado sustancialmente a la situación financiera o los resultados del Grupo durante este periodo.

Principales riesgos asociados a la actividad

Las actividades de las sociedades del Grupo y, por lo tanto, sus operaciones y resultados, están sujetas a riesgos del entorno en que se desarrollan, y, en todo caso, a factores exógenos, especialmente la situación macroeconómica que incide de modo relevante en el volumen del mercado publicitario.

El modelo de Gestión de Riesgos implantado en el Grupo Antena 3 ha permitido identificar y clasificar los riesgos detectados, en las siguientes categorías: riesgos asociados a la estrategia, riesgos operativos (espacios publicitarios y política comercial, producción de programas, adquisición de derechos de emisión, compras y contrataciones en general), riesgos relacionados con la salud y seguridad laboral, riesgos relacionados con la tecnología y los sistemas de información, riesgos financieros, riesgos de integridad y riesgos de información para la toma de decisiones.

El Grupo Antena 3 tiene establecidos los cauces oportunos para que toda la información relevante que afecta a la gestión de riesgos esté identificada y actualizada, para comunicarse en forma y plazo a la organización, y poder tomar las medidas oportunas.

Uso de instrumentos financieros por el Grupo y principales riesgos financieros

La Sociedad Dominante realiza operaciones con instrumentos financieros para la cobertura del riesgo de tipo de cambio de las compras de derechos de emisión que se producen en el ejercicio.

Con objeto de cubrir los mayores costes del plan trienal de retribución variable que se producirían como consecuencia del incremento del precio de la acción de la Sociedad Dominante, en el ejercicio 2006 se cerró un contrato de permuta financiera. El pasivo cubierto por este concepto se calcula teniendo en cuenta el precio inicial contratado de las acciones de la Sociedad Dominante.

El Grupo tiene establecidos los sistemas de gestión de riesgos necesarios para asegurar que las transacciones en los mercados se realizan de acuerdo con las políticas, normas y procedimientos establecidos y todas las operaciones se realizan dentro de los límites aprobados en cada caso.

Los principales riesgos financieros del Grupo son:

- a) Riesgo de tipo de cambio.- Los riesgos de tipos de cambio se concentran fundamentalmente en los pagos a realizar en mercados internacionales por adquisición de derechos de emisión. Con el objetivo de mitigar el riesgo de tipo de cambio, el Grupo sigue la política de contratar instrumentos de cobertura, fundamentalmente seguros de cambio.
- b) Riesgo de liquidez.- El Grupo mantiene una política de liquidez consistente en la contratación de líneas de crédito e inversiones financieras temporales por importe suficiente para soportar las necesidades de financiación en base a las expectativas de evolución de los negocios.
- c) Riesgo de crédito.- El Grupo no tiene riesgo de crédito significativo, manteniendo un elevado control sobre las operaciones de venta, con período medio de cobro a clientes reducido y exigiendo aval para las ventas de publicidad con cobro aplazado. Las colocaciones de tesorería o contratación de derivados se realizan con entidades de elevada solvencia.

Evolución previsible de la actividad del Grupo

El entorno macroeconómico nacional e internacional continúa siendo muy complicado sin que pueda confirmarse ninguna mejora con respecto a la tendencia negativa de los últimos trimestres. En este contexto, los mercados publicitarios, fuente principal de ingresos para el Grupo, anticipan y reaccionan en exceso sobre la tendencia general de la economía. Por esta razón los ingresos ordinarios han sufrido un retroceso en este semestre con respecto al mismo período del año anterior. Es de destacar, no obstante, que las ventas del Grupo se han comportado sensiblemente mejor que las del mercado en su conjunto.

Para el futuro más próximo cabe esperar que se mantenga la tendencia negativa del mercado publicitario, si bien más atenuada. En un negocio de costes fijos como es la televisión, las reducciones de gastos no pueden compensar las fuertes caídas de la publicidad por lo que los resultados del Grupo sufrirán un retroceso en el conjunto del año con respecto al ejercicio anterior, como ha ocurrido en su primera mitad.

A mayor plazo puede esperarse una mejora del mercado publicitario claramente por encima de la recuperación del producto interior bruto. Los cambios en la regulación audiovisual que se han puesto en marcha en los últimos meses facilitarán un ajuste de la estructura del mercado televisivo para hacerlo sostenible a medio plazo.

En este marco, el Grupo Antena 3 aspira a mantenerse como uno de los actores principales en sus mercados y beneficiarse de las oportunidades que vayan surgiendo. Continuará el reforzamiento de los canales de televisión digital terrestre y las mejoras en la oferta radiofónica. Asimismo, continuará la política de contención de costes que se ha mantenido en los últimos años y se mantendrá un elevado nivel de disciplina en todos los aspectos financieros.

Con todo ello, se busca paliar el efecto negativo de la difícil situación económica y, al mismo tiempo, realizar una gestión que mantenga la posición en el mercado y permita aprovechar las oportunidades de manera eficiente y rápida tan pronto como surjan.