



ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.

JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

23 de abril de 2014

Discurso de D. Silvio González

Consejero Delegado

Señoras y señores accionistas, bienvenidos y muchas gracias por su asistencia a esta Junta General en la que, entre otros puntos, someteremos a su aprobación las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio 2013.

Todo parece indicar que el año 2013 supuso un punto de inflexión en la tendencia negativa que ha venido manteniendo la actividad económica en nuestro país. El conjunto de medidas de política económica, el alivio en las tensiones financieras internacionales y un enfoque del gasto algo menos restrictivo han dado como fruto una mejora en la mayor parte de los indicadores económicos.

Con todo, el PIB registró un descenso del 1,2% en términos reales, si bien es cierto que la segunda mitad del año presentó ya cifras positivas, que parecen haberse prolongado en el primer trimestre de este año 2014. Por su parte, la demanda nacional -y muy especialmente el gasto en consumo de los hogares- han corregido sus variaciones extremadamente negativas del año anterior y han acabado en positivo en el segundo semestre de 2013. A pesar de todo el trabajo que aún nos queda por hacer y de los riesgos e incertidumbres internacionales, creo que las perspectivas actuales son mucho mejores que las que se dibujaban en años pasados.

En este contexto, el **mercado publicitario**, que es nuestra principal fuente de ingresos, ha vuelto a caer en 2013. El total mercado lo ha hecho el 8%: en concreto la televisión cayó el 6,2% y la radio el 11%. Sólo Internet ha registrado una variación positiva, aunque apenas del 1,8%. Como referencia, el tamaño actual del mercado es la mitad de lo que fue en 2007 y sólo representa el 0,42% del PIB, frente al 0,74% en 2007. Pocos sectores de nuestra economía han sufrido tanto en esta crisis como lo ha hecho la publicidad.



Los resultados obtenidos en este contexto de singulares dificultades demuestran la resistencia y la capacidad de gestión de nuestro Grupo. La televisión y la radio siguen gozando de una excelente salud como fuentes de entretenimiento e información y como soportes publicitarios. Por todo ello, nuestra visión de futuro es claramente favorable para Atresmedia.

Sin embargo, como les recordaba el Presidente hace unos instantes, el Ministerio de Industria ha decidido el cierre inminente 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.

Esta medida sin precedentes supone un inmediato perjuicio, tanto para el mercado audiovisual (todavía en proceso de consolidación, tras la necesaria fusión de operadores) como para los espectadores y la industria del entretenimiento y la información. Y, por supuesto, para nuestro Grupo.

Debemos recordar una vez más en que Atresmedia cumplió en su día con las rigurosas obligaciones que hicieron posible el tránsito del modelo analógico de televisión al digital y que asumió su papel de locomotora, con los muchos riesgos de aquel proceso, no tan lejano. No olvidemos tampoco que fue un proyecto de gran complejidad, en todos los aspectos, y con un importante coste económico. Por ello, defendemos que la existencia de un defecto de técnica legislativa, cuya responsabilidad exclusiva corresponde al Gobierno, debería haberse corregido adoptando medidas jurídicas adecuadas, similares a las que ya se han tomado en otros casos parecidos. Debemos concluir que ha faltado la voluntad política necesaria para arbitrar una solución justa y también respetuosa con los derechos adquiridos de los operadores.

Cumpliremos con la responsabilidad que nos corresponde como administradores y exigiremos, por todos los medios a nuestro alcance, la reparación del daño que nos causa esa decisión gubernamental.

Dicho lo anterior y como no puede ser de otra manera, a partir del próximo 6 de



mayo trabajaremos para reducir en lo posible el impacto de la pérdida de canales, reorientando nuestra oferta de contenidos y ajustando nuestra política comercial.

Antes de entrar en las cifras concretas quiero destacar el éxito que ha supuesto la ejecución de la **fusión** con Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A., a la que ya me referí en la anterior Junta General. En aquel momento, apenas habían transcurrido seis meses desde la fecha de fusión y ya anticipé que sus resultados estaban siendo un éxito. Desde la perspectiva actual, no puedo sino corroborar esas palabras. Hemos profundizado en la integración durante estos meses y los resultados han sido excelentes en todas las áreas.

Acabamos el año 2013 siendo líderes en audiencia y hemos seguido siéndolo en los primeros meses de este año, añadiendo también el liderazgo en el mercado publicitario de televisión. Todo ello con una más que importante reducción de costes, mejorando las sinergias identificadas inicialmente y añadiendo un ajuste adicional ante el mal comportamiento del mercado en el primer trimestre de 2013. Creo sinceramente que debemos estar satisfechos con esta operación, que ha añadido un valor muy significativo a nuestro Grupo. Me gustaría aprovechar la ocasión para felicitar a todos los que han participado en la fusión y para agradecerles el esfuerzo y la voluntad integradora.

Pasamos a exponer, de forma resumida, **las cifras** más relevantes de las cuentas anuales del ejercicio 2013. Debe tenerse en cuenta que la fecha efectiva de fusión con La Sexta fue el mes de octubre del ejercicio 2012. Por lo tanto la comparación de los datos de estos dos ejercicios, 2012 y 2013, debe incluir ese factor y su necesaria corrección. Por ello, en algunos casos me referiré a cifras *pro forma*, que incluyen de forma integrada en una única contabilidad la totalidad del ejercicio 2012, con la suma de Antena 3 y los nueve meses de actividad independiente de La Sexta.

Los **Ingresos Netos Consolidados** fueron de 830 millones de euros, frente a los 741 millones de euros del año anterior, lo que supone un incremento del 12%. En cifras *pro forma*, se registra un descenso del 3% frente a una caída del 8% del total del mercado publicitario. Por quinto año consecutivo, nuestras ventas se han comportado mejor que el mercado en su conjunto, con el consiguiente incremento



de nuestra cuota.

Los **Gastos de Explotación** en 2013 fueron de 750 millones de euros, un 6,8% por encima de los registrados en el año anterior. Sólo se han incrementado los gastos de programación y de distribución de la señal, mientras que todos los demás se han reducido, incluidos los de personal. Sin embargo, los gastos conjuntos e integrados de 2012, contando ambas empresas, fueron de 865 millones de euros. Es decir, que en un solo ejercicio se ha llevado a cabo un ajuste de gastos de 115 millones de euros, que representan el 13% de total. Y lo que es más importante y, si me permiten, bastante más difícil: se ha ejecutado esta reducción tan significativa sin perjudicar a nuestra capacidad de competir en cuotas de audiencias, puesto que han seguido aumentando, tanto en televisión como en radio e Internet.

El Beneficio Bruto de Explotación se ha duplicado, al pasar de 40 millones de euros en 2012 a 80 millones de euros en 2013.

El **Beneficio Neto Consolidado** ha sido de 46 millones de euros, frente a 32 millones de euros en 2012, con un aumento del 44%. En la medida en que el mercado publicitario vaya mejorando, estos resultados podrán crecer significativamente en los próximos años, aunque teniendo en cuenta el nivel de mercado en el que nos encontramos considero que estas cifras son por sí mismas satisfactorias.

Durante el año 2013, no se distribuyó ningún **dividendo**, aplicando entonces un criterio de máxima prudencia en una situación excepcional, tanto en lo particular como en lo general. En el momento actual, una vez cerrado el ejercicio, con una situación financiera más sólida y unas mejores perspectivas de mercado, se propone a esta Junta General el reparto de un dividendo con cargo al ejercicio 2013 de 0,11 euros por acción.

La **deuda bancaria neta del Grupo** a finales del ejercicio era de 150 millones de euros. En el mes de agosto se firmó una operación de financiación sindicada por importe de 270 millones de euros, con vencimiento final a cuatro años, dotando de estabilidad a las necesidades de financiación del Grupo. El efectivo generado por



actividades de explotación ha sido de 61 millones de euros y el flujo neto de inversiones alcanzó los 21 millones de euros, incluyendo la inversión obligatoria en cine español, por importe de 16 millones de euros.

El **mercado de valores** en España se mantuvo relativamente débil durante la primera mitad del año 2013. A partir del verano, con una política monetaria más laxa por parte del BCE, el Ibex 35 remontó, cerrando el año con una revalorización del 21,4%.

Nuestro valor tuvo un comportamiento claramente positivo durante los primeros meses y excepcional en la segunda parte del año. El precio de cierre fue 12,02 euros por acción, revalorizándose el 208,2%. Además de las causas generales que afectaron a todo el mercado, en el caso de Atresmedia, hay factores específicos que apoyan esta brillante y continuada trayectoria. Por una parte, la valoración inicial de la acción era baja, en términos comparativos. Por otra, la ejecución de la fusión y los resultados alcanzados, tanto en cuota de audiencia como de mercado, han sido muy bien valorados por los inversores.

Finalmente, las expectativas de mejora de la economía y de nuestros resultados son altamente favorables, reconociéndose así el valor del esfuerzo realizado en los años pasados para mejorar la estructura productiva de Atresmedia y dotarla del tamaño adecuado y de la necesaria flexibilidad para adaptarse eficazmente a los cambios.

Televisión

En lo que se refiere al negocio de televisión, lo primero que debo destacar es la excelente evolución de la **audiencia**. Nuestro conjunto de siete canales fue el que más creció a los largo del año 2013. En el último trimestre, alcanzó el liderazgo, con una cuota del 29,5%. La audiencia media del año fue del 28,8%, lo que supone un crecimiento de 3,0 puntos porcentuales sobre 2013, incluyendo todo el año los canales de laSexta.

Antena 3 y laSexta fueron los únicos canales principales que crecieron respecto al año anterior. Antena 3 lo hizo en 0,9 puntos y laSexta en 1,1 puntos. El resto de



canales, Neox, Nova, Nitro, Xplora y laSexta3, acumularon una audiencia del 9,3% en promedio anual, frente al 9,6% de nuestro principal competidor, que cuenta con un canal más que nosotros. Estas cifras son incluso mejores en el *target* comercial, que es el más demandado por los anunciantes y el que tiene un mayor valor económico.

A mi juicio, esta es la prueba objetiva del éxito real de un modelo de televisión que hemos venido construyendo en los últimos años y al que me he referido en ocasiones anteriores. Es también la mejor prueba de que la calidad, el respeto y la responsabilidad no están reñidos con la innovación, la creatividad y la variedad de géneros, ni mucho menos con el reconocimiento de los anunciantes y del público. No es, no ha sido nunca, un camino fácil, ni está exento de riesgos, pero la claridad del planteamiento y el compromiso de todos, junto la constancia y el rigor en la ejecución han acabado por dar este resultado, del que sin duda podemos felicitarnos.

Los **Ingresos Netos Totales** de Atresmedia en 2013 fueron de 678 millones de euros frente a 592 millones de euros en el año anterior, lo que supone un aumento del 14,5%, incluyendo el impacto positivo de la incorporación de los ingresos de La Sexta. Si descontamos ese efecto, se habría producido un descenso en torno al 4%, frente a una caída del mercado de publicidad en televisión del 6%.

Los **Gastos de Explotación** fueron de 640 millones de euros frente a los 587 millones de euros de 2012, lo que supone un aumento del 9%. Utilizando las cifras *pro forma* que he explicado antes, el descenso de gastos ha sido superior al 14%.

El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 38 millones de euros, frente a los 6 millones de euros en el ejercicio anterior. El resultado antes de impuestos superó los 30 millones de euros.

El **Beneficio Neto** fue de 35 millones de euros, similar al del ejercicio anterior.

Radio

Nuestra cadena de radio Onda Cero se mantiene en segunda posición entre las



cadena radiofónicas españolas, con una **audiencia** media en 2013 de 2.598.000 oyentes, similar a la alcanzada en el año anterior. Por su parte, la cadena musical Europa FM tuvo 2.045.000 oyentes, incrementando su audiencia en un 2%. Nuestra oferta incluye también una nueva radio musical, Melodía FM, cuyo programa estrella, el morning show diario, que presenta Nuria Roca, está siendo muy bien recibido por la audiencia, a pesar de sus limitaciones de cobertura. Sumando toda su oferta, Uniprex cuenta con cerca de 5 millones de oyentes, consolidándose así como el segundo grupo de radio en número de oyentes. Pero el primero en rentabilidad.

A diferencia de lo ocurrido en otros años de mayor estabilidad, el mercado de la publicidad en radio cayó el 11%, tres puntos más que el mercado total.

Los **Ingresos Netos** de Atresmedia Radio en 2013 fueron de 80,5 millones de euros, frente a los 82,8 millones del año anterior, con un descenso del 2,7%, a gran distancia de la caída de su mercado.

Los **Gastos de Explotación** se redujeron de 71,8 a 63,6 millones de euros, el 11,4%, en línea con los esfuerzos de ahorro en todo el Grupo.

El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 17 millones de euros, frente a 11 millones en 2011, lo que representa un incremento del 54,7%.

Otras Actividades

Las actividades relacionadas con Internet forman parte del día a día del trabajo de Atresmedia. Es difícil encontrar una iniciativa que no tenga su reflejo en ese ámbito. Tenemos la ambición de ser actores principales de cualquier desarrollo audiovisual que tenga como marco la red. Esta iniciativa se ha hecho visible con el lanzamiento de ATRESPLAYER, una nueva plataforma *on line* multisorte para disfrutar de toda la oferta de Atresmedia, sean canales de televisión, emisoras de radio o programas en directo. **Atresmedia Digital**, que gestiona este conjunto de actividades, alcanzó en 2013 la cifra de 12,0 millones de usuarios únicos al mes, con un 32% de incremento, al tiempo que se conseguían cifras récord en el visionado de nuestros productos audiovisuales.



Atresmedia Cine está dedicada a cumplir con la obligación legal de invertir en cine español y ha alcanzado un resultado económico altamente satisfactorio, a pesar de que la actividad cinematográfica, y específicamente la recaudación de taquilla, se sitúan en mínimos históricos. En este contexto, durante el año 2013 hemos estrenado quince largometrajes, entre los que destacan “Mamá”, “Tres bodas de más” y “Zipi y Zape y el Club de la Canica”.

Atresmedia Publicidad concentra toda la venta de publicidad del Grupo. Como en ejercicios anteriores, ha tenido un año muy difícil con un mercado poco favorable. A pesar de estos inconvenientes, su desempeño ha sido de nuevo brillante y por quinto año consecutivo las ventas de publicidad en televisión de Atresmedia han evolucionado mejor que el total del mercado, incrementándose nuestra cuota una vez más. La mejora del producto televisivo y radiofónico es la base para esa actividad comercial, que consigue poner en valor nuestros atributos, de modo que los anunciantes los reconozcan y los paguen, tanto con sus inversiones como con su confianza en Atresmedia.

Somos muy conscientes de los problemas que implica tener a la publicidad como casi única fuente de ingresos, la sujeción a sus ciclos y su sensibilidad para los cambios de tendencia. Por eso estamos trabajando en la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos, todavía incipientes, que nos permitan participar en otros negocios muy distintos a la comunicación, en cuya gestión tenemos una menor implicación pero a los que podemos aportar el enorme valor que la publicidad supone para cualquier proyecto empresarial con capacidad de crecimiento. Esta alternativa de **diversificación** tiene su propio equipo interno de dirección y gestión y debería permitirnos aprovechar el valor de la publicidad disponible y no consumida por los anunciantes, además ampliar nuestras líneas de actividad e incorporar experiencia de negocio y resultados económicos complementarios.

Las numerosas e importantes actividades de **Responsabilidad Corporativa**, que se realizan directamente por las distintas sociedades del Grupo o a través de la **Fundación Atresmedia**, están cada día más integradas en nuestra cultura empresarial y son el escenario más adecuado para hacer visible el compromiso con nuestros valores y con la sociedad española.



En 2013 merece destacarse la incorporación al Media Corporate Social Responsibility Forum, que está especializado en responsabilidad corporativa de los medios de comunicación y del que forman parte algunas de las mayores compañías de comunicación internacionales, siendo Atresmedia el único integrante español. También se han llevado a cabo campañas solidarias junto con instituciones tan respetadas e importantes como la Cruz Roja, Aldeas Infantiles y el Banco de Alimentos y se ha continuado la campaña de sensibilización social Ponle Freno, que tantos logros ha alcanzado en su ya larga trayectoria. El nuevo esfuerzo para contribuir a la seguridad del tráfico se concreta en la campaña -2020 Cero Víctimas- que tiene la ambición de conseguir que en el año 2020 no haya en España ni un solo fallecido por accidente de tráfico.

Igualmente, han continuado los distintos proyectos de protección y apoyo a la infancia que desarrolla la Fundación Atresmedia, cuyo prestigio contribuye de forma decisiva al reconocimiento y la visibilidad de nuestros esfuerzos, como grupo de empresas y como medio de comunicación social.

Este **compromiso de Atresmedia** ha sido reconocido públicamente con varias distinciones, entre las que cabe destacar la Medalla de Oro de la Cruz Roja, el título de empresa de comunicación con mayor atractivo laboral, según el informe Randstad Employer Branding 2013, y la valoración como el medio de comunicación con mejor calidad de información pública, según el Informe Reporta 2013. Estos dos últimos por segundo año consecutivo.

Como **resumen y conclusión**, podemos afirmar que el ejercicio 2013 ha sido excepcionalmente positivo para Atresmedia, aunque tengo sólidas y fundadas razones para creer que podremos mejorarlo en los próximos años, a poco que nos ayuden algunas cosas que no dependen de nosotros: especialmente la situación económica general y el entorno regulatorio.

En este importante momento de rendir cuentas ante ustedes, que son los propietarios de la empresa, quiero resaltar que los buenos resultados obtenidos en todas las áreas del Grupo, tienen su base en la solidez de un modelo propio, reconocible y diferenciado de negocio, tanto en televisión como en radio. Las



posiciones alcanzadas en cuota de audiencia y de mercado son las más altas de nuestra historia y la eficacia en la gestión de costes ha sido contrastada una vez más.

Creo también que, de cara al futuro, lo más importante es la solidez del modelo, su credibilidad económica y audiovisual y el nivel de aceptación alcanzado en todos los grupos de interés que tienen relación con nosotros. Esta fortaleza nos ayudará a aprovechar antes y mejor los beneficios de la necesaria recuperación económica, manteniendo siempre nuestro compromiso de ofrecer a la sociedad española unos contenidos que entretengan e informen con rigor y con respeto.

Estos resultados que hoy les presenta el Consejo de Administración son, sin duda, el fruto del trabajo y el esfuerzo de muchos. En primer lugar, del propio Consejo, al que personalmente debo un agradecimiento sincero, porque ha orientado y apoyado permanentemente la gestión directiva de Grupo, ofreciendo toda su confianza y pleno respaldo, especialmente en los momentos de mayor riesgo e incertidumbre, que no han sido pocos. También debe valorarse el magnífico trabajo de los directivos y de todos los profesionales que han aportado su esfuerzo, su talento y su voluntad de hacer las cosas bien, sin escatimar dedicación y generosidad. Destaco hoy especialmente su capacidad para trabajar en equipo y para vivir como propios los objetivos comunes, que solo son alcanzables con ese esfuerzo compartido, coordinado y siempre en una misma dirección.

Finalmente, quiero agradecerles a todos ustedes, señoras y señores accionistas, la confianza que nos otorgan. Como he dicho en muchas ocasiones, nuestro fin último es hacer de Atresmedia un grupo cada vez más sólido y rentable. Tenemos la satisfacción de haberlo conseguido durante estos años y confiamos en ser merecedores de su apoyo para seguir haciéndolo en el futuro.

Muchas gracias.