

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.****JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS****20 de abril de 2016****Discurso del Sr. D. José Creuheras Margenat  
Presidente del Consejo de Administración**

Buenas tardes, señoras y señores accionistas:

Les doy la bienvenida en mi nombre y en el del Consejo de Administración que tengo el honor de presidir.

Hace ahora un año realicé mi primer discurso ante esta Junta como Presidente de Atresmedia. En aquel discurso subrayé mi compromiso personal con esta Compañía y asumí, con humildad pero con confianza, el reto de perpetuar el legado que nos dejó José Manuel Lara Bosch. Doce meses después de aquellas palabras, me presento hoy ante todos ustedes para hacer balance del Ejercicio. Un ejercicio que ha estado repleto de desafíos pero que, tal y como reflejan los resultados (de los que en breve les dará detalle el Consejero Delegado de la Sociedad, Silvio González), hemos gestionado con éxito gracias a su apoyo, al trabajo y compromiso del gran equipo de profesionales de Atresmedia y al respaldo, experiencia y alta cualificación de nuestro Consejo de Administración.

2015 ha sido un año intenso y exigente que ha vuelto a poner a prueba la eficacia de nuestra Organización. Por tanto, detrás de los Resultados que a continuación someteremos a su aprobación se halla el permanente esfuerzo de un colectivo por reforzar la posición en el mercado que ocupa



Atresmedia y ser lo que hoy somos, el principal grupo de comunicación de nuestro país.

Sólo con grandes dosis de innovación, trabajo e inconformismo se puede ser un actor fundamental en el negocio audiovisual. Sólo con una constante mejora en los procesos de gestión y, sobre todo, con una alta capacidad de adaptación pueden sortearse los obstáculos y desafíos que presenta un área de actividad tan compleja y dinámica como la nuestra.

Estoy convencido de que somos lo que somos, y estamos donde estamos, gracias a que en los momentos más difíciles, durante estos últimos años, cuando la crisis económica nos hacía más vulnerables, supimos como pocos anticiparnos y sentar unas bases que, ahora, nos hacen ser más fuertes y poder afrontar el futuro con optimismo y plenas garantías.

En 2015, Atresmedia ha reforzado su posición como actor fundamental en el negocio audiovisual gracias a un modelo único, líder, sostenible y rentable, que ha sabido conjugar las exigencias comerciales con el reconocimiento público y que es relevante y excelentemente valorado tanto por espectadores y oyentes como por anunciantes.

Atresmedia, a través de la actividad de todas sus Divisiones, se ha convertido en una marca asociada a la calidad, la apuesta por el talento, la creatividad y el apoyo a la industria, tanto para el público como para el propio sector. Nuestra manera de entender el negocio nos diferencia del resto y nos aporta cada día más valor, confirmando que la estrategia marcada en los últimos años es la correcta.

Hemos sido capaces de que nuestro liderazgo no se limite sólo a los datos de audiencia o económicos. Pues se extiende también a nuestra capacidad



de fijar la agenda, de generar los debates y conversaciones que importan a los ciudadanos. En definitiva, de ser referentes.

La organización del debate a cuatro, celebrado en nuestra sede central durante las pasadas Elecciones Generales es, posiblemente, el mejor ejemplo del nivel de prescripción y liderazgo que hemos alcanzado en la sociedad. También, por qué no decirlo, de lo que esta Compañía es capaz de hacer.

Aquella noche marcamos un hito sin precedentes como grupo de medios de comunicación, protagonizamos un acontecimiento único en audiencias (con un 48,2% de cuota y más de 9 millones de espectadores) y dimos un paso adelante en nuestra capacidad de ser el principal referente informativo de nuestro país.

Aquel gran evento demostró hasta qué nivel contribuimos en Atresmedia a construir el relato que cada día cohesiona a la sociedad, una sociedad que es cada vez más diversa y que se ve reflejada, como en ninguno otro sitio, en la apuesta por la pluralidad que ha hecho nuestro Grupo.

Cada una de nuestras Divisiones ha vuelto a ser protagonista en sus respectivas áreas de negocio y ámbitos de influencia, contribuyendo decisiva y activamente al éxito global de la Compañía.

Atresmedia Televisión ha afianzado un modelo propio que sigue demostrando que audiencia y prestigio pueden ir de la mano y que ese no es un coto de la televisión pública. Nuestra manera de entender la televisión es atractiva para espectadores y anunciantes, cuenta con el reconocimiento social y es muy rentable. Nos encontramos, por tanto, ante una fórmula de éxito que se ha visto reforzada en los últimos meses con el nacimiento de los canales Mega y Atreseries, dos nuevas marcas



que ya gozan de la confianza de la audiencia y cosechan excelentes resultados.

Atresmedia Radio inició a mediados del pasado año un proceso de renovación en su emisora principal, Onda Cero, que será, sin duda alguna, la palanca que nos permitirá seguir creciendo. De nuevo, nuestra Organización afronta con decisión el desafío que supone todo cambio, conscientes de que ese es el camino hacia la excelencia. Y lo hacemos apoyándonos en el talento interno, la fidelidad de nuestros oyentes y en la solidez que ha demostrado nuestra apuesta por una radio cercana, equilibrada y diversa. En este contexto, nuestro Grupo Radiofónico ha vuelto a ser en 2015 el más rentable del mercado, registrando el segundo mejor Ejercicio en términos de rentabilidad de su historia.

Atresmedia Publicidad, por su parte, ha vuelto a demostrar su efectividad a la hora de poner en valor y monetizar la actividad de cada una de nuestras Divisiones, situándose como la mayor comercializadora de publicidad multimedia del mercado español con un 19,3% del total de la inversión en medios. Su eficacia es proporcional a su prestigio en el mercado, que la ha vuelto a señalar como la exclusivista mejor valorada en calidad de servicio comercial.

Atresmedia Diversificación sigue explorando con eficacia nuevas vías de ingresos y su aportación al Grupo es cada vez mayor. Destaca la extraordinaria expansión de nuestros canales internacionales, que ya superan los 32 millones de hogares abonados en todo el mundo, y que nos convierte en el operador privado de Europa con más suscriptores fuera de sus fronteras. Asimismo, conscientes de que la capacidad de creación de marca es un activo fundamental de nuestra Compañía, pusimos en marcha un plan de inversión en startups que nos ha llevado a



contar con un portfolio de 10 participadas, a través del modelo media for equity, en sectores claves de nuestra economía como las finanzas, la restauración, la salud o el empleo.

Atresmedia Digital nos ha hecho cerrar 2015 como el grupo audiovisual líder en Internet. Todo un hito, que habla por sí solo y viene a confirmar el éxito de nuestra estrategia multiplataforma, el atractivo de nuestros contenidos y, en definitiva, la fortaleza de nuestro modelo. Por último, Atresmedia Cine ha logrado acaparar un tercio de la taquilla del cine español, incorporando a este éxito de público premios y reconocimientos del más alto nivel.

El balance que acabo de realizar está condicionado por nuestros aciertos y errores, pero también por el entorno en el que se desenvuelve Atresmedia, y ese entorno es determinante en nuestra actividad como Grupo Audiovisual.

Qué duda cabe de que hemos dejado atrás los peores años de la crisis y, como muestran claramente nuestros Resultados, estamos aprovechando, como pocos, todas las oportunidades que nos proporciona un mercado que ha confirmado en 2015 encontrarse en la senda de la recuperación.

Y junto a este periodo de mejora económica, con el cierre de 2015 parece abrirse también una etapa de mayores certezas tras años de inestabilidad e incertidumbre, consecuencia directa de decisiones administrativas que perjudicaron notablemente a Atresmedia Televisión.

Minimizados los negativos efectos de aquellas decisiones, con un mapa estable de cadenas en abierto, esta nueva etapa de mayores certezas deberá proporcionar a nuestra actividad cotas más altas de seguridad. Dicho de otro modo, la llegada de nuevos operadores al mercado, fruto



del último concurso de canales de televisión en abierto, configuran una foto fija que no debería afectar a nuestra posición.

No obstante, el profundo proceso de cambio que viene produciéndose en el modelo industrial, donde es tan importante el contenido como su forma de distribución, y que está ligado a la evolución tecnológica y a los cambios en el patrón de comportamiento de la sociedad, nos obliga a estar atentos a la entrada y evolución de los nuevos actores del sector audiovisual.

Nuestra clara y decidida apuesta por la comunicación multiplataforma, enfocada a la gestión rentable de marcas de contenidos, nos protege pero no evita que tengamos que reinventarnos cada día para seguir siendo lo que somos.

No quiero dejar de mencionar que 2015 ha sido además un año de grandes celebraciones. A la conmemoración del 25º aniversario de Antena 3 y Onda Cero, dos de las grandes marcas de nuestro Grupo, se han sumado los cumpleaños de nuestros canales más veteranos de TDT, Neox y Nova, que celebraron una década de éxitos con sus segundos mejores datos anuales. La Fundación Atresmedia cumplió también diez años comprometida con la sociedad, la educación y la infancia.

En el ejercicio 2015 Atresmedia ha continuado también con el proceso de mejora de su Sistema de Gobierno Corporativo. En la Junta General Ordinaria de Accionistas de ese año se adoptaron los acuerdos necesarios para que nuestra normativa interna fuera acorde con las reformas legislativas más recientes, incorporando también la práctica totalidad de las recomendaciones del Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas, que había sido aprobado por la CNMV en febrero de ese mismo año.



Con este objetivo, el Consejo de Administración ha realizado un importante esfuerzo para cumplir con sus recomendaciones. Merece destacarse la aprobación de políticas corporativas, entre ellas, una específica sobre el gobierno corporativo. También se ha incrementado la transparencia informativa de la Sociedad, publicando en su web corporativa documentación adicional a la exigida legalmente. Por último, hemos reforzado y perfeccionado significativamente nuestro Modelo de gestión de riesgos y cumplimiento, que está integrado en el Sistema de gobierno corporativo de Atresmedia.

En el informe Anual de Gobierno Corporativo de 2015 está recogido con detalle nuestro grado de cumplimiento de las recomendaciones del Código, junto con la explicación de los motivos por los que, excepcionalmente, algunas de ellas no se cumplen o se cumplen sólo parcialmente debido, en la mayoría de los casos, a la dimensión de la Sociedad y a la estructura de su capital social.

Las propuestas de acuerdo del Consejo de Administración que hoy se someten a la aprobación de los accionistas incluyen las modificaciones necesarias en los Estatutos Sociales para su adaptación a la reciente reforma de la Ley de Sociedades de Capital, que ha consolidado la importancia creciente de la Comisión de Auditoría y Control.

Tanto sus competencias como el grado de especialización, responsabilidad y nivel de independencia de sus miembros se han visto progresivamente reforzados por los cambios normativos, singularmente en todo lo relacionado con la auditoría de cuentas de la Sociedad y con la implantación y supervisión de las medidas de control interno.

El orden del día de esta Junta General también incluye la información a los accionistas sobre la reciente reforma del Reglamento del Consejo de



Administración, que se ha realizado en 2016 con el mismo objetivo de adaptar esta norma interna a la nueva regulación sobre la composición y atribuciones de la Comisión de Auditoría en las sociedades cotizadas.

En el marco del cumplimiento de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de la CNMV, pero sobre todo como muestra del grado de compromiso que tiene esta Compañía con la sociedad, el Grupo se ha dotado de una nueva política general de Responsabilidad Corporativa. Esta nueva política refleja los valores que guían la estrategia de responsabilidad corporativa así como el carácter transversal y la solidez que está adquiriendo ésta en Atresmedia.

Con nuestra oferta multiplataforma llegamos cada día a casi 30 millones de personas y gracias a esta fuerza somos capaces de actuar como un verdadero agente transformador de la realidad. A través de las campañas que aglutina la marca Compromiso Atresmedia, en 2015 hemos seguido impulsando nuevas acciones para combatir la siniestralidad vial, promover la investigación científica en nuestro país, proteger la propiedad intelectual y la cultura, respetar el medioambiente y fomentar los hábitos de vida saludables entre los ciudadanos.

Entre los logros conseguidos por nuestras iniciativas quiero resaltar la aprobación por el Congreso de los Diputados de la solicitud al Gobierno del proyecto Ponle Freno para que la educación vial sea una asignatura obligatoria en los colegios, la creación de la Agencia Estatal de Investigación impulsada por Constantes y Vitales y la medalla de oro otorgada a Crea Cultura por la Federación de la Propiedad Intelectual. A estos compromisos, en 2015 hemos incorporado una preocupación más: luchar contra la violencia de género, una de las grandes lacras de nuestra sociedad.





Asimismo, hemos seguido apoyando la labor de otras entidades no lucrativas donando más de 200.000 euros para sus causas, y emitiendo sin coste sus campañas de sensibilización por un valor de más de 6 millones de euros. Me gustaría destacar la iniciativa solidaria impulsada por Antena 3 Noticias junto a Cruz Roja que consiguió recaudar más de un millón de euros para atender las necesidades humanitarias de los refugiados llegados a Europa.

Por otra parte, somos conscientes de que el éxito de Atresmedia se apoya también en sus profesionales, y para asegurar su satisfacción y bienestar, en 2015 hemos apostado por reforzar su formación y por ampliar las medidas de conciliación que les permitan equilibrar su vida profesional y personal. No quiero dejar pasar la oportunidad de agradecer a todos los profesionales del Grupo que han participado con entusiasmo en el Programa de Voluntariado Corporativo y han destinado más de 2.000 horas a ayudar en comedores sociales, acompañar a personas mayores o a realizar actividades lúdicas con personas discapacitadas.

Termino ya. 2015 ha sido, sin duda, un buen año. Lo cerramos con la convicción de que hemos hecho un gran trabajo. Todas nuestras Áreas de Actividad han demostrado estar a la altura de los desafíos con los que nos hemos ido encontrando y los han superado con esfuerzo y talento.

Sabemos de nuestra capacidad y de nuestras fortalezas y que contamos con el mejor equipo posible. (Aprovecho para agradecer, una vez más, su actitud y compromiso que son nuestro mayor activo).

Nuestro inconformismo nos impulsa a mirar de frente los retos y las amenazas. Nos gusta lo que hacemos y nos sentimos orgullosos, pero sin renunciar a seguir creciendo y mejorando.



Encaramos, en definitiva, el futuro con optimismo, pese a que sabemos que no será fácil.

Con la garantía de que estamos listos ante cualquier contingencia.

Y con la seguridad de que nuestro Grupo, más que cualquier otro, es el más capacitado para aprovechar las múltiples oportunidades que están por venir.

Muchas Gracias

Cedo ahora el uso de la palabra al Consejero Delegado, para que les informe con detalle de los resultados económicos del ejercicio 2015.