



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

24 de abril de 2013

Discurso de D. Silvio González
Consejero Delegado

Señoras y señores, buenas tardes, bienvenidos y muchas gracias por su asistencia a esta Junta General de Accionistas.

En los últimos años ha sido habitual comenzar esta intervención haciendo referencia a la mala situación económica general de nuestro país y a su influencia negativa en el mercado publicitario. También a cómo esos hechos han venido presionando a la baja en nuestros ingresos, a pesar de haber mejorado nuestras cuotas de audiencia y de mercado.

El año 2012 no ha sido una excepción y se han repetido los mismos comportamientos de actividad económica muy débil, reducción significativa del consumo de las familias y consiguiente caída del mercado publicitario. Las referencias han dejado de serlo y en la actualidad operamos con los niveles más bajos de inversión en publicidad, comparados con la economía en su conjunto.

Las cifras concretas de caída han sido las siguientes: el 15,8% en el total de medios convencionales, el 18,9% en televisión y el 13,6% en radio. El tamaño del mercado en 2012 representa menos del 60% del que se registró en el año 2007.

Debemos confiar en que las rigurosas políticas de ajuste aplicadas en España y en el conjunto de la Unión Europea, empiecen a dar sus frutos o, tal vez, que cambie sustancialmente el enfoque de la política económica, para que sea factible el comienzo de una recuperación de la actividad. Por tímida que ésta sea, sabemos que conllevará una rápida reacción de la publicidad, especialmente de la publicidad en televisión, que en estos años ha mejorado sus atributos como vehículo insustituible para la creación y el mantenimiento de marcas, objetivo principal de los anunciantes.



El hecho de que la televisión y la radio continúen siendo imprescindibles (a diferencia de lo que ocurre con otros soportes) es uno de los puntos que nos permite mantener una visión optimista acerca del futuro de nuestros negocios, sin dejar de ser realistas.

Es un hecho que el **consumo** de estos medios no deja de crecer, y que incluso aumenta de año en año, desmintiendo a quienes siempre pronostican su fin inminente. Por mucho que sorprenda a esos adivinos del futuro nunca hubo tantos espectadores y oyentes como ahora y nunca fue mayor la influencia y la proyección social de estos medios, con evidente ventaja sobre todos los demás, incluido internet.

Además de estos aspectos generales hay otro punto que es especialmente relevante para nuestro Grupo y cuya culminación ha tenido lugar durante el ejercicio 2012. Me refiero a la **fusión** por absorción de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A. por Antena 3 de Televisión, S.A., que fue aprobada por la Junta General del pasado año y ejecutada una vez que se obtuvieron las autorizaciones preceptivas, o sea en el mes de octubre pasado y un poco más tarde de lo previsto.

Como he comentado en diversas ocasiones, con esta operación se constituye el más importante grupo audiovisual de España y esa fortaleza de base nos permite mantener una posición de liderazgo en los mercados en los que operamos.

También quiero destacar que la fusión operativa con La Sexta se ha ejecutado en un tiempo récord y cumpliéndose, e incluso mejorando, todos los objetivos que nos habíamos marcado, que sin duda eran ambiciosos y exigentes. Se están alcanzando todas las sinergias de ingresos y gastos que nos habíamos propuesto, al tiempo que no ha habido ningún deterioro en las variables operativas. Así, desde el primer momento, se han mejorado los registros de audiencia y se ha incrementado la cuota de mercado. Simultáneamente, se ha reforzado la imagen de grupo, un grupo sólido y diverso, variado y con un alto nivel de calidad, con un estilo propio, diferenciado y reconocible, capaz de atraer a públicos distintos y complementarios



y, en definitiva, muy adecuado para cubrir todas las necesidades de comunicación comercial de los anunciantes. Estamos orgullosos del trabajo que hemos realizado entre todos y de haber hecho esa integración con éxito, sin ruido y con eficacia.

El orden del día de la reunión de hoy incluye también una propuesta que es consecuencia directa de este "estirón empresarial" que acabo de explicarles.

Después de rematar esa fusión descubrimos que nuestra denominación de siempre ya no era suficiente, que no reflejaba nuestra nueva realidad y que no era capaz de recoger todo lo que ya éramos: un grupo de comunicación global, con varios canales de televisión, con distintas ofertas de radio, con una oferta comercial diversificada, con producción cinematográfica, con presencia propia en contenidos informativos y en líneas editoriales, con diversidad de contenidos, soportes tecnológicos, líneas de actividad, etc. Necesitábamos un nombre nuevo, una denominación en la que estuviéramos todos, porque esa diversidad de ideas y ese trabajo en común y con un objetivo compartido es lo que nos hace más fuertes, más complejos y más atractivos, tanto para el público como para los anunciantes. El nuevo nombre que hoy les proponemos, ***Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.***, mantiene el recuerdo de nuestro origen, al que no queremos renunciar, pero al mismo tiempo cambia lo necesario para ampliar el horizonte de ese futuro que buscamos y nos ofrece una identidad ampliada, en la que nos sentimos cómodos para trabajar y seguros de nuestras posibilidades.

Resumo a continuación las cifras más relevantes de las cuentas anuales del ejercicio 2012.

Los **ingresos netos consolidados** fueron de 741 millones de euros, frente a los 805 millones de euros del año anterior, lo que supone un descenso del 8% frente a la caída del 16% del total del mercado publicitario. Aunque la cifra de 2012 incluye la incorporación de La Sexta en el cuarto trimestre, un año más se han mejorado las cuotas de audiencia y de mercado.

Los **gastos de explotación** fueron de 702 millones de euros, un 3,1% superiores a los registrados en el año anterior. Este incremento también incluye los gastos por



incorporación de La Sexta en el cuarto trimestre y la inversión realizada en los derechos de retransmisión de la Fórmula 1. Descontando solamente la incorporación de La Sexta, los gastos se han reducido en el 3,0%. También en este ejercicio, difícil por tantas cosas, se ha realizado un esfuerzo muy importante para ajustar los costes a la débil situación del mercado.

El beneficio bruto de explotación ha pasado de 124 millones de euros en 2011 a 39 millones de euros.

El **beneficio neto consolidado** ha sido de 32 millones de euros, frente a 93 millones de euros en 2011. Teniendo en cuenta las difíciles circunstancias del ejercicio 2012, podemos considerar que estos resultados son más que favorables, aunque se encuentren muy lejos de nuestras aspiraciones y de lo que cabría esperar en una situación económica normalizada.

En diciembre pasado se distribuyó un **dividendo** a cuenta de 11 céntimos por acción, por un total de 21 millones euros. Habida cuenta de los resultados obtenidos en el ejercicio y del entorno económico general, el Consejo de Administración propone que este sea el único dividendo con cargo a 2012.

La **deuda bancaria neta del Grupo** a finales del ejercicio era de 133 millones de euros. El efectivo generado por actividades de explotación ha sido de 58 millones de euros, habiéndose dedicado 26 millones de euros para inversiones, incluida la inversión obligatoria en cine español. Finalmente, se han pagado dividendos por 66 millones de euros y se han dedicado 19 millones de euros a la compra de acciones propias.

El ejercicio 2012 no fue un buen año para el **mercado de valores** en España, a diferencia de lo ocurrido en otras plazas europeas, que tuvieron un comportamiento mucho más positivo. Hasta el verano fue extremadamente negativo, lastrado principalmente por el agravamiento de la crisis de deuda soberana. El cambio de actitud del BCE alivió la situación de modo sustancial. Con todo, el IBEX 35 cerró el año con una caída del 4,66% y la acción de Antena 3 cayó el 16,13%, cerrando a 3,90 €.



Cabe destacar que en lo que llevamos de año la evolución de nuestro valor ha sido mucho más positiva. Frente al descenso del IBEX35 del 1,5% el precio de nuestra acción se ha incrementado en más del 23%

Televisión

Como dije antes, sometimos a la aprobación de la pasada Junta General de Accionistas el acuerdo de fusión alcanzado con Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A. y preveíamos entonces que podría llevarse a cabo su integración a principios del tercer trimestre de 2012, aunque finalmente no pudo consumarse hasta el 31 de octubre, después de haberse modificado parcialmente algunas de las condiciones iniciales establecidas por las autoridades de Competencia, que hacían imposible esta integración.

Ahora quiero destacar, de modo específico, los logros obtenidos en términos de audiencia. Tomando el conjunto de canales de Antena 3 y La Sexta, si en el cuarto trimestre de 2011 la audiencia total era del 25,4%, en el cuarto trimestre de 2012, primero de la integración efectiva, se alcanzó el 27,6%, es decir un incremento de 2,2 puntos, el más alto de todos los operadores de televisión a lo largo del año. Esta evolución positiva ha continuado en el primer trimestre de este año, en el que hemos alcanzado el 28,2%. El canal Antena 3 incrementó en un punto porcentual su cuota media en 2012 con respecto a 2011, superando el 12%. Por su parte, La Sexta ha alcanzado sus más altos niveles de audiencia, en torno al 6%, con la importante diferencia de que no incluye ningún acontecimiento deportivo en su renovada programación.

Los canales complementarios alcanzaron una cuota media de audiencia del 8,8%. Nuestra oferta de canales Antena 3, Neox, Nova y Nitro se ha complementado con la incorporación de La Sexta, Xplora y La Sexta 3 y, sin ninguna duda, constituye la oferta televisiva más completa, variada y reconocible de las que existen en nuestro país. La audiencia obtenida, el aplauso del público, el prestigio y la repercusión social de nuestros contenidos son las mejores pruebas de ello y nuestro estímulo más importante en el trabajo diario



La innovación y la variedad continúan siendo ingredientes básicos de nuestro éxito. Estos atributos se combinan con la calidad, el respeto y la responsabilidad a la hora de afrontar los programas que lanzamos. Creemos firmemente en nuestro modelo de entretenimiento familiar y de información rigurosa y abierta y comprobamos cada día que los anunciantes y la audiencia reconocen y valoran esta oferta.

El importe neto de la **cifra de negocios** de Antena 3 de Televisión en 2012 fue de 592 millones de euros frente a 633 millones de euros en el año anterior, lo que supone un descenso del 6,5% frente a una caída del mercado de publicidad en televisión del 19%. Las ventas de Antena 3 incluyen el impacto positivo de la incorporación de los ingresos de La Sexta en el cuarto trimestre. Si descontamos ese efecto, el descenso habría estado en torno al 13%, en todo caso muy inferior al total mercado.

Los **gastos de explotación** fueron de 587 millones de euros frente a los 525 millones de euros de 2011. Igualmente, esta evolución recoge el impacto de la incorporación de La Sexta en el cuarto trimestre de 2012. Excluyéndolo, los gastos se habrían incrementado un 4,0%, reflejando la inversión en derechos de Fórmula 1.

El **beneficio bruto de explotación** fue de 6 millones de euros, frente a los 109 millones de euros en el ejercicio anterior. El **beneficio neto** fue de 36 millones de euros frente a los 96 millones alcanzados en el ejercicio anterior.

Radio

El mercado de la publicidad en radio se ha comportado menos negativamente que el total del mercado de publicidad convencional. Aun así, un descenso del 14% es muy superior a los registrados en años anteriores.

En este contexto, nuestra cadena de radio Onda Cero ha continuado mejorando sus resultados de audiencia. En la última oleada del Estudio General de Medios alcanzó 2.615.000 oyentes, un 6,6% por encima de la misma ola del año anterior. Es el



quinto año consecutivo en el que Onda Cero incrementa su audiencia y se consolida como una cadena de referencia en la radio española.

Por su parte, la cadena musical Europa FM superó los 2 millones de oyentes, incrementando su audiencia en un 30%. Es la cadena con mayor crecimiento en valor absoluto y se acerca al segundo puesto entre las musicales.

Los **ingresos netos** del negocio radio en 2012 fueron de 82,8 millones de euros, frente a los 89,4 millones del año anterior, un descenso del 7,5% que representa la mitad del registrado por el mercado en su conjunto.

Los **gastos de explotación** pasaron de 70,6 a 71,8 millones de euros, incremento ligeramente superior a un millón.

El **beneficio bruto de explotación** fue de 11 millones de euros, frente a 18,8 millones en 2011.

Otras Actividades

Atresmedia Digital viene gestionando brillantemente las actividades del Grupo en el mundo de Internet. Así, durante el pasado año alcanzó la cifra de 9,1 millones de usuarios únicos al mes, 32% de incremento, y 72 millones vídeos vistos en media mensual, con un crecimiento del 36%. Todos nuestros programas pueden ser vistos en nuestras páginas web, a través de cualquier dispositivo con acceso a la Red. Generamos así una fidelidad de ida y vuelta entre la televisión tradicional y las nuevas modalidades de distribución de contenidos audiovisuales, al tiempo que obtenemos ingresos publicitarios adicionales y, cada vez más, ingresos directos de los consumidores.

Canalizamos a través de **Atresmedia Cine** nuestra obligación de invertir en cine español y lo hacemos con éxito, en un entorno negativo y en una actividad en la que la rentabilidad ha sido siempre esquiva. Aunque el número de estrenos de este año ha sido inferior al del anterior, Atresmedia Cine ha recaudado el 20% de toda la taquilla del cine español, con películas como "Luces Rojas", "El Cuerpo" y, de



modo destacado, “Tengo Ganas de ti”.

Atresmedia Publicidad también ha superado el año de forma sobresaliente. Con un rendimiento por encima del mercado y, pese al importante descenso de la inversión publicitaria, ha conseguido reivindicar el valor añadido del producto que ofrecemos, así como la riqueza de nuestros soportes, mejorando notablemente la eficacia comercial. Además, ha aprovechado de forma muy eficaz la integración con La Sexta generando una nueva oferta comercial basada por un lado en el principio de máxima cobertura y, por otro, en el de máxima afinidad.

Creo que es muy importante resaltar nuestras iniciativas en el ámbito de la **Responsabilidad Corporativa**, por lo que tiene de aportación a la sociedad, más allá de lo que es de esperar en las actividades de negocio de una gran empresa privada. Nuestro compromiso para seguir siendo unos medios de comunicación responsables y de calidad es muy firme y juega un destacado papel en nuestra agenda. Gracias a ello, Antena 3 ha alcanzado la máxima calificación entre las empresas de medios de comunicación en el Informe Reporta 2012, que evalúa la calidad de la información aportada por las empresas cotizadas; es la televisión más valorada en Informe GECA 2012 y una de las compañías más atractivas para trabajar, según el Informe “Employer Branding” de Randstad.

En esta materia han sido muchas las iniciativas llevadas a cabo durante 2012. Puedo destacar los acuerdos de colaboración con instituciones altruistas tan prestigiosas como el Banco de Alimentos, ADENA-WWF y UNICEF, las campañas contra la obesidad infantil, la protección del medio ambiente o la ya clásica de seguridad vial, cuya denominación “Ponle Freno” es ampliamente reconocida.

En estas acciones juega un papel fundamental nuestra **Fundación Antena 3** que, a su vez, desarrolla proyectos adicionales relacionados con la protección y apoyo a la infancia.

Hasta aquí he pretendido reseñar brevemente las actividades que hemos desarrollado en el pasado ejercicio, las magnitudes económicas más relevantes y los retos y dificultades a los que hemos tenido que hacer frente.



Creo sinceramente que el balance de todo ello es singularmente positivo y que, como les decía antes, estamos en la mejor disposición para aprovechar cualquier mejora que se produzca en la actividad económica. Ese es el deseo común y el objetivo final del esfuerzo de todos nosotros. En 2011 tuvimos que dedicar mucho tiempo para alcanzar unos términos satisfactorios en la fusión con La Sexta. En los nueve primeros meses de 2012 hubo que resolver, con mucha ambición, bastante optimismo y no poco trabajo, todos los trámites legales y algunos obstáculos, consiguiendo por fin hacer efectiva esa operación. Pues bien, como he dicho anteriormente, en el último trimestre de 2012 llevamos a cabo la integración entre Antena 3 y La Sexta con rapidez, con eficacia y mejorando desde el primer momento las variables operativas. Reitero que fue el gran desafío del ejercicio y que nos sentimos orgullosos de su resultado y de nuevo agradezco el esfuerzo, el talento, la generosidad y la dedicación de todos los que trabajaron en ese proyecto.

No me cabe ninguna duda de que también debemos sentirnos razonablemente satisfechos con los resultados económicos que ahora presentamos y estoy seguro de que ustedes apreciarán su importancia y el compromiso que acreditan de todos los que trabajamos en esta empresa, con la ilusión de hacer las cosas bien y con la esperanza de que los tiempos mejores lleguen pronto.

No quiero acabar esta intervención sin mi agradecimiento a todos lo que han hecho posible estos logros: al Consejo de Administración, por su apoyo constante a la gestión; al equipo de dirección y a todos los profesionales que forman parte de **Atresmedia** que, una vez más, han trabajado con esfuerzo, con ilusión, con ambición profesional, con creatividad y con unos niveles de exigencia y de dificultad cada vez mayores.

También y como siempre, a todos ustedes, señoras y señores accionistas, quiero agradecerles la confianza que depositan en esta compañía y reiterar nuestro compromiso con sus intereses. Para ello continuaremos trabajando, para hacer de Atresmedia una sociedad cada vez más sólida y rentable.

Muchas gracias.