



Grupo PRISA

Nota analistas

"Grupo Prisa incorpora a Marco Polo en su negocio de televisiones locales"

17 de noviembre de 2003

GRUPO PRISA INCORPORA A MARCO POLO EN SU NEGOCIO DE TELEVISIONES LOCALES

La entrada de MARCO POLO demuestra la atraktividad de la apuesta de PRISA por el desarrollo de la televisión local, un sector en plena expansión y con grandes posibilidades de crecimiento

Descripción del acuerdo

MARCO POLO INVESTMENTS, la sociedad de capital riesgo, se ha incorporado al accionariado de **PROMOTORA DE EMISORAS DE TELEVISIÓN, SA (PRETESA)**, la compañía del **Grupo PRISA** dedicada al desarrollo de la televisión local a través de la marca **LOCALIA TV** y a la prestación de servicios y suministro de contenidos para las televisiones autonómicas.

La incorporación de **MARCO POLO** se realizará a través de la compra del 11% del capital social de **PRETESA**. El precio de compraventa de las acciones está compuesto por una parte fija que asciende a 8.222.655 euros, cantidad que puede verse incrementada en función del grado de cumplimiento del plan de negocio acordado por las partes.

Origen y Estructura accionarial

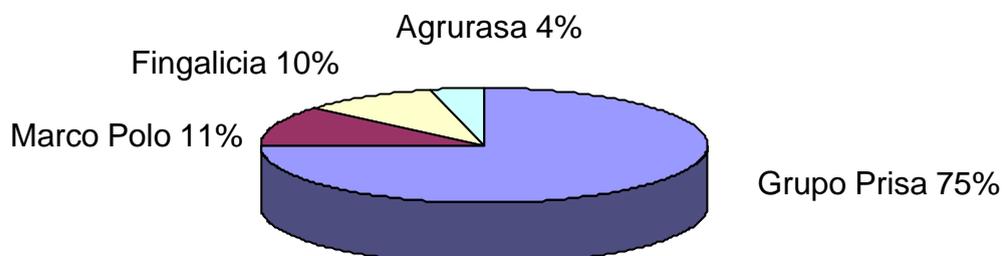
Grupo Prisa constituyó **PRETESA** en diciembre del año 1999, con la finalidad de desarrollar y participar en el negocio de las televisiones locales en España.

Desde entonces, **PRETESA** ha crecido en número de emisoras (75 en total), ha incorporado nuevos socios hasta un 25% del capital y ha diseñado un modelo de programación a partir de la emisión de programas de actualidad, del fortalecimiento de los programas dedicados al deporte y de una apuesta por los proveedores de contenidos nacionales e internacionales como Laurent Films, Sogepaq, Disney, Televisa Paramount y Warner

En julio de 2002 se incorporaron al accionariado de la compañía las sociedades **FINGALICIA con un 10%** –participada por el **Banco Pastor** e **Inversiones Ibersuizas-** y **AGRUPACIÓN RADIOFÓNICA SA (AGRURASA)**, con un 4% del capital social de **PRETESA**.



Tras la incorporación de MARCO POLO, la estructura accionarial de PRETESA se reparte de la siguiente manera:



La entrada de nuevos accionistas en el capital de Pretesa **demuestra la importancia de la apuesta por el desarrollo del televisión local**, un sector en plena expansión y con grandes posibilidades de crecimiento en el mercado publicitario y por el modelo de Pretesa, basado en **la calidad de su programación** y con el **valor añadido** de ofrecer los contenidos y la información más próxima a la audiencia a la que se dirige.

Para el Grupo PRISA, tiene **carácter prioritario el desarrollo de su proyecto de televisión local**, una línea de actividad que ha demostrado en el último ejercicio sus posibilidades de crecimiento en la confianza de espectadores y anunciantes, con sustanciales incrementos en los ingresos publicitarios.

Efectos económicos para Prisa

En el ejercicio 2003, el impacto en las cuentas consolidadas de Prisa derivados de la entrada del nuevo socio supondrán:

- En la cuenta de resultados: un ingreso extraordinario por importe de 7,4 millones de euros
- En balance, un incremento de tesorería de 8,2 millones de euros



Descripción de los negocios

MARCO POLO INVESTMENTS es la primera sociedad de capital riesgo española creada específicamente para invertir en proyectos de los sectores TMT (Tecnologías, Multimedia y Telecomunicaciones). Su estrategia se basa en la inversión, dentro o fuera de España, en proyectos en etapa de desarrollo o expansión. **MARCO POLO** ha sido promovida por GBS Finanzas y Fincorp Finanzas Corporativas y sus accionistas son 42 empresas e instituciones financieras líderes en sus respectivos segmentos de actividad, entre ellas El Corte Inglés, ONCE, Grupo Godó, Grupo Vips, Indra, Amper, Unión FENOSA, Banco Sabadell, Cajamadrid y otras entidades financieras y de ahorro, así como varias sociedades familiares e inversores particulares.

LOCALIA TV cuenta ya con 75 emisoras -38 asociadas y 37 participadas directamente por **PRETESA** y ha afianzado -por su amplia implantación, por la diversidad de su oferta y por la vinculación directa de cada una de sus estaciones con las demandas de información y entretenimiento de sus audiencias- su posición como oferta líder de televisión local en España. Para el Grupo PRISA, tiene carácter prioritario el desarrollo de su proyecto de televisión local, una línea de actividad que ha demostrado en este ejercicio sus posibilidades de crecimiento en la confianza de espectadores y anunciantes, con sustanciales incrementos en los ingresos publicitarios.

En la actualidad, las emisoras de **LOCALIA** cuentan con una audiencia acumulada mensual de más de seis millones de espectadores y un área de cobertura de más de 22 millones, lo que supone alrededor del 40% de la población. Su programación, basada en la información y el entretenimiento, se nutre de contenidos de alta calidad que se alejan de los modelos propuestos por la mayoría de las televisiones locales que operan en España. En tres años de funcionamiento, las emisoras de **LOCALIA** han consolidado una programación local propia y diferenciada, centrada en los contenidos que más interesan a los ciudadanos y con una decidida vocación de servicio que se pone de manifiesto en la especial cobertura de acontecimientos especiales como la Semana Santa sevillana, los sanfermines de Pamplona, el seguimiento de la jornada electoral a la Asamblea de la Comunidad de Madrid y otras manifestaciones culturales y sociales de carácter local.

La parrilla de las distintas emisoras se complementa con las mejores películas y con emisiones deportivas del máximo interés, como los partidos de la Liga de Segunda División de fútbol y los encuentros de la Liga argentina y la Premier League británica, así como acontecimientos deportivos de primera magnitud como el mundial de fútbol sub-20 que se celebrará próximamente en los Emiratos Árabes, en el que se hará un seguimiento especial de la selección española, o el Giro de Italia, entre otros.

