

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.****JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS****19 de abril de 2017****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.

Hoy comparezco ante ustedes para hacer balance del Ejercicio 2016 en el que Atresmedia ha vuelto a obtener unos excelentes Resultados. Tras mi intervención, el Consejero Delegado de la Compañía, Silvio González, les ofrecerá todos los detalles sobre ellos, pero permítanme que antes les dibuje una visión general sobre los desafíos que hemos tenido que afrontar durante el pasado año. Desafíos que, a la vista de las cifras que hoy sometemos a su aprobación, hemos sido capaces de transformar en oportunidades y éxitos que nos reafirman como el principal Grupo de Comunicación de nuestro país. Y en este camino han sido fundamentales tanto su apoyo (el de ustedes los accionistas), como el del Consejo de Administración. Sin olvidar por supuesto el trabajo y el talento que aporta de forma constante el gran equipo de profesionales que integra Atresmedia.

Y estos éxitos se producen en un contexto donde se han consolidado los síntomas de recuperación económica que percibíamos ejercicios atrás. Es cierto, por tanto, que lo peor parece haber pasado. Pero también lo es que el mercado publicitario (nuestra principal fuente de ingresos) sigue aún lejos de alcanzar su mejor nivel. Afortunadamente, Atresmedia ha demostrado, incluso en las peores circunstancias, su enorme capacidad para optimizar y adaptarse al entorno. Esta cualidad nos define, nos diferencia y nos hace ser quienes somos. Y lo que es más importante, lo que seremos en el futuro.



En consecuencia, un año más nuestra Organización ha sido puesta a prueba y ha superado con creces los obstáculos. Tener clara la estrategia es otro factor clave para explicar un nuevo año de éxitos. La apuesta de nuestra Compañía por la calidad, la pluralidad, la profesionalidad y el apoyo a la industria nos han consolidado como un actor fundamental y de referencia en el sector audiovisual y en la sociedad en su conjunto. De igual modo, el inconformismo de nuestra Organización nos ha empujado históricamente a la búsqueda de nuevos nichos de negocio, nuevos enfoques de nuestra actividad y mejoras constantes en los procesos de gestión. Todas estas, y no otras, forman parte de la receta que venimos aplicando año tras año para sortear las numerosas complejidades e incertidumbres que caracterizan un mercado tan dinámico y cambiante como en el que operamos.

Es incuestionable que si ahora nos hallamos en el lugar en que estamos es porque en los momentos más duros de los últimos años, cuando éramos más vulnerables a causa de la crisis económica, nos adelantamos y pusimos los cimientos de un modelo caracterizado por la búsqueda de la excelencia, el prestigio y la innovación. El cortoplacismo nunca fue nuestra opción y esta apuesta está dando sus frutos.

Nuestro modelo es transversal a toda la Compañía y estoy convencido de que aún mejor que ningún otro las necesidades comerciales con el reconocimiento y la valoración más positiva por parte de espectadores, oyentes y anunciantes. Hemos sido capaces de liderar sin traicionar nuestros principios y así se nos ha reconocido.

El liderazgo en audiencia o resultados económicos no es lo único que nos importa. Es más, estamos convencidos de que son, en gran medida, reflejo y recompensa al sentido de responsabilidad que tiene este Grupo. Dicho de otro modo, somos plenamente conscientes de nuestra relevancia como fijadores del relato que comparte y cohesiona a la sociedad. De nuestro papel como agente transformador de nuestro entorno. Situar a la pluralidad informativa como un valor distintivo del conjunto de nuestros medios de comunicación es la evidencia del compromiso de Atresmedia en atender las demandas de una sociedad cada vez más diversa y plural. No es casualidad, por tanto, que nuestros medios se sitúen como los más creíbles según todos los estudios y estamos muy orgullosos de ello.

Este reconocimiento se extiende a la 'marca Atresmedia'. El estudio RepTrack España 2016 nos ha otorgado la calificación de Grupo Audiovisual con mejor reputación basándose en el juicio de los consumidores, que tomaron en consideración nuestra



solidez financiera, nuestra capacidad de innovación, nuestra posición de liderazgo frente a la competencia y nuestra oferta informativa y de entretenimiento. También fuimos valorados como la empresa más atractiva para trabajar en el sector de grupos de comunicación por el informe Randstad Employer Branding 2016.

Y déjenme que muestre mi satisfacción por este último estudio. Especialmente porque José Manuel Lara me enseñó que el valor de una empresa se mide por su capacidad de generar equipos eficaces y el de Atresmedia lo es. Ser una empresa en la que aspiran a trabajar las nuevas generaciones y los mejores profesionales del sector confirma el reconocimiento social de nuestra actividad pero también el de su eficacia. Me gusta pensar que de algún modo, ¿por qué no?, es un reflejo del sentimiento de pertenencia que poseen nuestros colaboradores sobre un proyecto común.

Un equipo que ha hecho posible que cada una de nuestras Divisiones haya sido una referencia en sus respectivas áreas de negocio y ámbitos de influencia, aportando su esfuerzo y talento al éxito global de la Compañía.

**Atresmedia Televisión** ha afianzado aún más si cabe su modelo, caracterizado por la calidad, el prestigio y la innovación en sus seis canales. Con él hemos demostrado que se puede aunar televisión, buena imagen, éxito de audiencia y rentabilidad y ser una referencia informativa. Antena 3 cerró 2016 e inició 2017 como la televisión más vista, estrechando de forma más que notable la distancia con su principal competidor. laSexta, por su parte, celebró su décimo aniversario consolidada como la tercera cadena privada de España mientras que nuestra oferta de canales de segunda generación sigue obteniendo magníficos resultados de audiencia y siendo una referencia en el mercado televisivo. Nuestra capacidad para generar nuevas marcas ha quedado de nuevo demostrada con Mega y Atreseries, los canales más jóvenes de Atresmedia Televisión. Ambos han sido líderes en sus segmentos en 2016.

Todos estos éxitos se han producido en un contexto de gran complejidad. Es bueno recordar que, entre otros factores, durante el pasado ejercicio tuvimos que afrontar la entrada de nuevos operadores tanto en TDT como en las diferentes modalidades de televisión de pago y que los cambios en los patrones de consumo nos han obligado a reinventarnos cada día para competir por el tiempo de ocio de nuestros públicos.

**Atresmedia Radio** ha cerrado un ejercicio que sólo puede calificarse como excelente. De nuevo, Onda Cero, su emisora principal, fue puesta a prueba en su capacidad de



afrontar los mayores retos. En estas circunstancias, seguir siendo la emisora más rentable por oyente del mercado y haber logrado cerrar la oferta más completa y atractiva del sector, con la incorporación de José Ramón de la Morena, merece ser destacado. Nuestra División Radiofónica puede presumir de contar con un proyecto sólido y con unas perspectivas de futuro más que prometedoras apoyadas en los mejores índices de rentabilidad. Europa FM, que no para de crecer, y Melodía FM conforman una apuesta ganadora que complementa al Grupo y le otorga un valor añadido que nos sitúa en una posición de privilegio.

**Atresmedia Publicidad**, por su parte, ha continuado optimizando todos y cada uno de los recursos de Atresmedia, monetizando al máximo la actividad de nuestras Divisiones. Su eficacia y profesionalidad la ha convertido, un año más, en la mayor comercializadora de publicidad multimedia del mercado español y la exclusivista de televisión mejor valorada.

**Atresmedia Digital** ha cerrado 2016 convirtiéndonos en el grupo audiovisual líder en Internet y confirmándonos como una referencia indiscutible en el universo digital. Su papel es clave en la estrategia multiplataforma de Atresmedia y sus éxitos nos permiten tomar ventaja en la carrera por adaptarnos a las nuevas formas de consumo del contenido audiovisual.

**Atresmedia Diversificación** ha continuado la exploración de nuevas vías de ingresos no ligadas a la publicidad tradicional. Entre sus éxitos más relevantes se encuentra el importante crecimiento en el número de hogares abonados a nuestros tres canales internacionales: Antena 3 Internacional, que celebró en 2016 su 20 aniversario, iHOLA TV! y Atreseries. Estos tres canales ya superan los 45 millones de abonados en todo el mundo, una cifra que nos ha situado como el primer operador mundial con mayor número de abonados después de las 'majors' norteamericanas. Asimismo, hemos continuado apostando por la inversión en *startups* a través del modelo *Media for Equity*, y lo hemos hecho con gran acierto y en sectores claves, desde las finanzas a la restauración pasando por la salud o el empleo.

**Atresmedia Cine**, por último, ha estrenado 12 películas en 2016 que acapararon el 38,4% de toda la taquilla del cine español. Nuestra División Cinematográfica sigue demostrando que en España se puede aunar calidad, reconocimiento y buena taquilla.



Más allá de los desafíos que como Organización nos fijamos cada año; de las circunstancias macroeconómicas y su influencia en el mercado publicitario o de los cambios que la sociedad va generando de forma constante, Atresmedia tiene que afrontar los retos que el entorno jurídico-administrativo nos plantea. Desde hace años, en este sentido, reclamamos a los legisladores unos mayores niveles de estabilidad que doten, a su vez, de mayores dosis de seguridad a nuestro negocio.

El segundo dividendo se sitúa ya en el horizonte cercano y sin duda será uno de los futuros grandes procesos para el sector, por lo que ya venimos reclamando de las autoridades mayores niveles de complicidad de los que obtuvimos en el primer dividendo. Complicidad también a la hora de establecer un calendario que beneficie a usuarios e industria en esta transición y complicidad a la hora de fijar las claves que derivarán de este proceso y que marcarán en gran medida la evolución del negocio de la televisión en abierto.

También esperamos de las Administraciones que afronten la necesaria convergencia normativa derivada de la imparable convergencia tecnológica. O lo que es lo mismo, si los contenidos viajan y se consumen ya por una multiplicidad de soportes parece lógico y justo que todos los operadores debamos tener los mismos derechos y obligaciones. La protección al menor, especialmente, no puede circunscribirse únicamente al ámbito de las televisiones en abierto.

En el año 2016 Atresmedia ha seguido trabajando para mejorar su transparencia y para perfeccionar y ampliar el vigente Sistema de Gobierno Corporativo, siguiendo las directrices de la CNMV sobre esta materia. De este modo, se ha aumentado la presencia de consejeras independientes en el Consejo de Administración, que ya representan un 30,77%, incrementando asimismo su participación y responsabilidad en las distintas Comisiones del Consejo. Con ello se ha alcanzado anticipadamente el objetivo de representación proporcional establecido en la Política de selección de consejeros, que inicialmente había previsto un 30% de consejeros independientes para el año 2020.

Además, junto con otras medidas organizativas que también se han implantado o mejorado en 2016 para reforzar el compromiso de la Sociedad con las mejores prácticas de gobierno corporativo, debe destacarse especialmente el nombramiento de una consejera independiente para desempeñar el cargo de consejera coordinadora, con las facultades especiales que legalmente corresponden a este cargo, que sin duda contribuye



a consolidar una estructura más exigente y profesional en la configuración y el funcionamiento.

También durante 2016 Atresmedia revisó su seguimiento del Código de acuerdo con la Guía técnica de buenas prácticas para la aplicación del principio “cumplir o explicar” (difundida por la CNMV en julio de 2016) y como resultado de este análisis, se aprobaron nuevas medidas para la mejora del gobierno corporativo. Entre otras, la modificación del Reglamento del Consejo de Administración con el fin de garantizar la dedicación de los consejeros a la Sociedad, limitando el número de consejos a los que puede pertenecer un consejero. También mejoró su transparencia, incorporando a su web corporativa informes que hasta ahora eran internos; encargó a una firma externa e independiente la evaluación del consejo y de sus comisiones; y acordó que el auditor externo, que hasta ahora asistía de forma regular a la Comisión de Auditoría y Control, asista también al Consejo, al menos una vez al año.

El impacto que genera nuestra oferta multiplataforma nos convierte, como decía anteriormente, en un agente transformador de la realidad. Una responsabilidad que asumimos plenamente y que vehiculamos a través de la marca “Compromiso Atresmedia”, que aglutina nuestras campañas para prevenir la siniestralidad vial, la promoción de la investigación científica, la protección de la propiedad intelectual y la cultura, el respeto por el medio ambiente, el fomento de los hábitos de vida saludables entre la ciudadanía y la lucha contra la violencia de género.

Nuestras iniciativas han conseguido logros como la expansión a lo largo de la geografía española de las Carreras Ponle Freno o la celebración del II Congreso sobre bienestar organizado por Objetivo Bienestar. También hemos logrado que más de cien mil personas se hayan sumado a la campaña sobre uso e instalación de desfibriladores de Constantes y Vitales. En ese sentido, y aplicando un principio de coherencia, nuestro Grupo se ha convertido en espacio cardioprotegido con la instalación de esta tecnología en sus sedes.

Asimismo, hemos apoyado a otras entidades no lucrativas con donaciones y con la cesión de espacios para campañas sociales de ONGs valorados en cerca de 12 millones de euros, lo que supuso un 49% más respecto a 2015.

Por otra parte, sabemos que nuestro éxito debe mucho a la labor de nuestros profesionales. Su satisfacción y bienestar son una cuestión importante para



Atresmedia. Por eso hemos ampliado las medidas de conciliación para equilibrar la vida profesional y personal.

Tampoco quiero olvidar mi agradecimiento a los trabajadores del Grupo que participaron en el Programa de Voluntariado Corporativo, donando más de 2.500 horas para ayudar en comedores sociales, acompañamiento a personas mayores o discapacitadas y talleres formativos para jóvenes en desempleo.

Asimismo, en 2016 hemos puesto en marcha Atresmedia Formación con ánimo de contribuir al progreso de la industria audiovisual a través de cursos en materias propias del sector como televisión, radio o cine.

Acabo ya. 2016 ha sido, por descontado, un buen año. Lo terminamos con la evidencia de haber realizado un trabajo excelente. Todas nuestras Áreas han estado una vez más a la altura de los retos que se han encontrado. Somos conscientes de cuál es nuestra fuerza y de que contamos con un equipo humano de primer orden, al que deseo reiterar, una vez más, la actitud y el compromiso que muestran en su labor. Son nuestro mejor capital. La línea estratégica de Atresmedia, basada en un modelo líder, sostenible y rentable, es la correcta. Hemos sabido adaptarnos mejor que nadie a los cambios de nuestro ecosistema. Si 2016 fue excelente, 2017, estamos seguros, lo volverá a ser.

Con estas certezas y apoyados en la confianza que depositan en nosotros afrontamos el futuro con la seguridad de que alcanzaremos cualquier objetivo que nos marquemos.

Muchas gracias

Cedo ahora el uso de la palabra al Consejero Delegado, para que les informe con detalle de los resultados económicos del ejercicio 2016.