

Antena 3 de Televisión, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de Gestión Intermedio Consolidado del período de seis meses terminado el 30 de junio de 2012

Evolución del negocio y situación del Grupo

Los ingresos netos del Grupo en el primer semestre de 2012 alcanzan los 384,7 millones de euros frente a los 420,9 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2011, lo que supone una disminución del 8,6%. En el entorno de crisis económica actual en el que nos encontramos, con una caída del mercado publicitario de medios convencionales del 15,6% en el primer semestre de 2012 respecto al mismo periodo del pasado ejercicio, según los últimos datos publicados por Infoadex, el descenso registrado en los ingresos netos consolidados del Grupo ha sido significativamente menor, lo que pone de manifiesto el buen comportamiento del Grupo Antena 3 en relación al resto del mercado.

De modo generalizado se han producido retrocesos en casi todos los soportes. El medio televisión ha experimentado un descenso del 16,5%, mientras que el mercado de la publicidad en radio ha decrecido un 12,8% con respecto al mismo periodo del pasado ejercicio.

La audiencia media acumulada a junio de 2012 de los canales que conforman la oferta de televisión de Antena 3 ha sido del 17,8% frente al 16,5% del primer semestre del año anterior. El canal principal alcanza una audiencia media en el primer semestre de 2012 del 12,2% con un incremento de 1,0 con respecto al mismo periodo del año pasado. Esto le convierte en el canal con el mayor crecimiento en el periodo de junio 2011 a junio 2012. Con respecto a los canales complementarios, consiguen aportar un share conjunto del 5,6%, lo que supone un crecimiento de 0,3 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior. Así, Neox alcanza una cuota de audiencia del 2,7%, Nova del 1,4%, mientras que Nitro consigue captar una cuota de audiencia del 1,5%.

Tanto Onda Cero como Europa FM, las dos ofertas radiofónicas de Uniprex han seguido incrementado el número de oyentes durante los seis primeros meses del presente ejercicio. De acuerdo con el último informe del EGM, Onda Cero ha alcanzado los 2,5 millones de oyentes de audiencia media, con un incremento del 5% en número de oyentes con respecto a la segunda ola de 2011 y se mantiene en línea con respecto a la primera ola de 2012.

Una vez más, Europa FM es la radio que tiene el mayor crecimiento en términos absolutos respecto a la primera ola de 2012 y respecto a la segunda ola 2011, superando los 1,8 millones de oyentes.

Los gastos de explotación, sin incluir dotaciones a la amortización, acumulados a junio de 2012 han sido de 350,6 millones de euros frente a los 342,9 millones de euros registrados en el mismo periodo del ejercicio 2011, lo que supone un incremento del 2,2%. Este crecimiento proviene, por una parte, por la programación de televisión, y especialmente por la Fórmula 1, cuyo coste se ha compensado con una importante reducción en el resto de gastos.

El Resultado Bruto de Explotación, calculado como resultado de explotación más dotación a la amortización, acumulado a junio de 2012 alcanza los 34,1 millones de euros, frente a los 77,9 millones de euros obtenidos en el primer semestre de 2011. El margen sobre ingresos netos se sitúa en un 8,9%.

El Resultado antes de impuestos del primer semestre de 2012 ha ascendido a 22,3 millones de euros, frente a los 68,9 millones de euros del mismo periodo de 2011, lo que supone una disminución del 67,7%.

En el mes de mayo de 2012 se procedió al reparto del dividendo complementario del ejercicio 2011, a razón de 0,23 euros/acción en términos brutos, en total 44,8 millones de euros.

A 30 de junio de 2012 el flujo neto de efectivo de actividades de explotación es positivo por importe de 22,9 millones de euros.

Operaciones con vinculadas

Las operaciones con partes vinculadas realizadas durante los seis primeros meses del ejercicio 2012 no han afectado sustancialmente a la situación financiera o los resultados del Grupo durante este periodo.

Principales riesgos asociados a la actividad

Las actividades de las sociedades del Grupo y, por lo tanto, sus operaciones y resultados, están sujetas a riesgos del entorno en que se desarrollan, y, en todo caso, a factores exógenos, especialmente la situación macroeconómica que incide de modo relevante en el volumen del mercado publicitario.

El modelo de Gestión de Riesgos implantado en el Grupo Antena 3 ha permitido identificar y clasificar los riesgos detectados, en las siguientes categorías: riesgos asociados a la estrategia, riesgos operativos (espacios publicitarios y política comercial, producción de programas, adquisición de derechos de emisión, compras y contrataciones en general), riesgos relacionados con la salud y seguridad laboral, riesgos relacionados con la tecnología y los sistemas de información, riesgos financieros, riesgos de integridad y riesgos de información para la toma de decisiones.

El Grupo Antena 3 tiene establecidos los cauces oportunos para que toda la información relevante que afecta a la gestión de riesgos esté identificada y actualizada, para comunicarse en forma y plazo a la organización, y poder tomar las medidas oportunas.

Uso de instrumentos financieros por el Grupo y principales riesgos financieros

La Sociedad Dominante realiza operaciones con instrumentos financieros para la cobertura del riesgo de tipo de cambio de las compras de derechos de emisión que se producen en el ejercicio.

El Grupo tiene establecidos los sistemas de gestión de riesgos necesarios para asegurar que las transacciones en los mercados se realizan de acuerdo con las políticas, normas y procedimientos establecidos y todas las operaciones se realizan dentro de los límites aprobados en cada caso.

Los principales riesgos financieros del Grupo son:

- a) Riesgo de tipo de cambio.- Los riesgos de tipos de cambio se concentran fundamentalmente en los pagos a realizar en mercados internacionales por adquisición de derechos de emisión. Con el objetivo de mitigar el riesgo de tipo de cambio, el Grupo sigue la política de contratar instrumentos de cobertura, fundamentalmente seguros de cambio.
- b) Riesgo de liquidez.- El Grupo mantiene una política de liquidez consistente en la contratación de líneas de crédito e inversiones financieras temporales por importe suficiente para soportar las necesidades de financiación en base a las expectativas de evolución de los negocios.
- c) Riesgo de crédito.- El Grupo no tiene riesgo de crédito significativo, manteniendo un elevado control sobre las operaciones de venta, con período medio de cobro a clientes reducido y exigiendo aval para las ventas de publicidad con cobro aplazado. Las colocaciones de tesorería o contratación de derivados se realizan con entidades de elevada solvencia.

Evolución previsible de la actividad del Grupo

El Grupo Antena 3 continuará desarrollando sus actividades principales en los mercados de televisión y radio, teniendo la publicidad como principal fuente de ingresos y sufriendo por ello los descensos del consumo privado y, en general, de la actividad económica que afecta negativamente a nuestros clientes.

En este contexto tan adverso el Grupo continuará con sus políticas de austeridad y reducción de costes, mejora en las audiencias mediante una oferta de calidad y diferenciada de los competidores y máxima eficacia comercial. Con estas políticas, de resultados ya contrastados, cabe esperar que el desempeño del Grupo continúe siendo mejor que el de los mercados donde opera y que, además, se refuerce la posición para aprovechar al máximo la mejora del ciclo económico, cuando quiera que se produzca.

Todo ello enmarcado en una prudente política financiera, compatible con una remuneración adecuada a los accionistas, y que aproveche cualquier oportunidad de crecimiento que pueda surgir para reforzar la fortaleza y rentabilidad a largo plazo del Grupo.

Actividades en materia de investigación y desarrollo

El Grupo no desarrolla directamente actividades específicas de investigación y desarrollo. No obstante, mantiene un proceso permanente de inversión en todas las nuevas tecnologías que son de aplicación en los ámbitos de ingeniería, sistemas y distribución de contenidos.

Adquisiciones de acciones propias

Durante el primer semestre del ejercicio 2012 se han adquirido 4.369.272 de acciones propias por un importe total de 19.019 miles de euros. La autocartera a 30 de junio de 2012 está compuesta por 17.000.000 acciones, con un valor nominal de 0,75 euros cada una de ellas, representativas del 8,05% del capital social.