



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

25 de marzo de 2009

**Discurso del Excmo. Sr. D. José Manuel Lara Bosch
Presidente del Consejo de Administración**

Buenas tardes, señoras y señores accionistas:

En nombre del Consejo de Administración me complace darles la bienvenida y agradecerles su asistencia a esta Junta General, en la que tendremos ocasión de analizar los puntos que forman parte de su orden del día. Muy especialmente lo que se refiere a la aprobación de las cuentas anuales del ejercicio 2008, así como decidir sobre la aplicación del resultado obtenido en ese año.

Como en ocasiones anteriores será el Consejero Delegado, don Silvio González, quien se ocupe en su posterior intervención de los detalles de esas cuentas que, por otra parte y como ustedes anticipan, son el fiel reflejo de un año complejo, tanto en lo general como en lo particular.

Personalmente puedo asegurarles que estoy satisfecho con los resultados que ahora presentamos ante ustedes. Son, sin duda, inferiores a los de ejercicios anteriores, pero se han conseguido en circunstancias realmente adversas. Por eso hay razones para aplaudir esos resultados, y las hay para poner énfasis en la calidad profesional de quienes gestionan esta empresa, que han acreditado, una vez más, merecer la confianza que todos nosotros hemos depositado en ellos.

El año 2008 arrancó en medio de serias incertidumbres económicas y nos obligó a todos a hacer un esfuerzo adicional de adaptación. Los resultados del Grupo Antena 3 acreditan, a mi juicio, la capacidad de cambio, acompañada del rigor en la aplicación de políticas de máxima austeridad y de control de costes, que son imprescindibles en estas circunstancias.



Los medios de comunicación hemos sido los narradores de una crisis, que también nos afecta muy de cerca y con mucha intensidad, porque nuestros ingresos vienen en su mayor parte de la publicidad y la actividad publicitaria es siempre un reflejo, fiel e inmediato, de lo que está sucediendo en la economía real.

En el año 2008 algunos sectores económicos abandonaron prácticamente el gasto publicitario y otros, lo redujeron en porcentajes muy altos, muchas veces por encima del 50%. Desde la construcción a los servicios financieros, pasando por la alimentación o las comunicaciones, se produjo una contracción de la inversión publicitaria en TV, que nos ha obligado a trabajar con una expectativa de corto plazo y con una visibilidad del mercado muy reducida, con márgenes de maniobra y de rentabilidad decrecientes, asociado todo ello al mayor número de operadores y a la irreversible fragmentación de las audiencias.

Con pequeñas variaciones, este mismo discurso podría aplicarse al negocio de la radio, que tardó algo más en notar los efectos de las crisis y que tiene una mayor exposición a la evolución de la publicidad de ámbito local. Sin embargo, junto a los buenos resultados económicos se ha conseguido también mejorar la audiencia de la programación convencional de Onda Cero, que consolida su posición como segunda cadena en cobertura nacional. Se demuestra así el acierto de la apuesta que en su día se hizo por una radio independiente, y rigurosa, centrada en hacer bien su tarea de información y entretenimiento.

La radio fórmula musical, Europa FM, también ha mantenido un fuerte ritmo de crecimiento, que permite confirmar la existencia de un hueco en el mercado, en el que debe consolidar su posición en los próximos años.

Sin duda el modelo industrial de negocio de los medios de comunicación está cambiando a gran velocidad. Se trata de un sector económico muy dinámico, que se reinventa a sí mismo cada pocos años. Y, además, en esta ocasión, ese cambio coincide plenamente con la convicción y la experiencia de todos los operadores



audiovisuales a lo largo de estos últimos años, en los que se han concentrado una cantidad excepcional de reformas tecnológicas, sociales, culturales y normativas.

Las piezas que hoy juegan en nuestro tablero se llaman televisión digital terrestre, adsl, internet, televisión en movilidad, Web TV, streaming, alta definición, etc. Un vocabulario nuevo para un mundo que también lo es y en el que el Grupo Antena 3 merece tener, por méritos propios, un sitio preferente.

No quisiera olvidarme, en esta breve enumeración del día presente, de los grandes supervivientes del pasado, remoto y reciente; de esos compañeros jurásicos que no cambian, que siguen imperturbables ante cualquier adversidad, que parecen más fuertes que todas las glaciaciones del mercado juntas: me refiero, claro está, a las televisiones públicas (estatales, autonómicas y, cada vez más, también locales) que viven en su propia burbuja de dinero público, compitiendo además en el mercado de la publicidad, ajenas a cualquier idea de rentabilidad, no ya sólo económica sino incluso social, y que además entran y salen del concepto de servicio público con bastante agilidad, según los tiempos y sus necesidades de ingresos. Ni podemos ni queremos resignarnos a esta competencia desleal, que llevamos denunciando desde hace un par de decenios y que tanto ha perjudicado y perjudica a los proyectos de capital privado.

Por otra parte, se ha iniciado ya la cuenta atrás hacia el llamado “apagón analógico” y, a pesar de las dificultades, es inminente la transición al modelo digital, por el que nuestro Grupo ha apostado decididamente.

También creemos que la nueva regulación del sector debe consentir, sin trabas excesivas, los movimientos empresariales que permitan una traducción objetiva de la situación del mercado, facilitando la integración de operadores y la elasticidad de la oferta televisiva al consumidor final. Apoyamos por tanto el impulso de flexibilidad que se recoge en el reciente Decreto Ley de 23 de febrero de 2009, de Medidas urgentes en materia de telecomunicaciones, y confiamos en que la futura Ley de lo Audiovisual profundice en esta misma línea.



Pensamos también que las televisiones públicas no deberían consolidar una posición de predominio en el número de frecuencias adjudicadas, porque no hay ningún axioma que imponga ese protagonismo, y porque ahora mismo hay otras necesidades mucho más importantes y más urgentes para el destino prioritario de los siempre escasos fondos públicos.

Otro capítulo, que tristemente es ya clásico en mis intervenciones de cada año ante ustedes, tiene por objeto la crítica de la obligación legal que soportamos las televisiones privadas de financiar al cine español, con un porcentaje de los ingresos. Y ello, recordemos, al margen de la buena o mala situación económica del propio contribuyente (en este caso, de la empresa de televisión), y del mayor o menor acierto en su actividad del beneficiario del privilegio (que es la industria del cine).

Sin duda esta industria hiper protegida se siente satisfecha en su singularidad de recibir al mismo tiempo subvenciones públicas y aportaciones privadas de otra industria, la televisiva, que está obligada, por ley, a ser el maná salvador, en medio de un desierto de espectadores. Y obligada por ello a sacrificar una parte de su legítimo beneficio en ayuda forzosa de otro sector económico, cuyo protagonismo y rentabilidad en la programación televisiva se reduce constantemente desde hace años, sin que eso tenga ninguna consecuencia.

Es por tanto una singular y más que discutible “discriminación positiva”, que además ha demostrado sobradamente su ineficacia, porque nadie puede defender que su aplicación haya mejorado la calidad del cine español, ni la modernidad de la industria que lo respalda, ni la escasa e intermitente complicidad de los espectadores con sus producciones.

Es cierto que los operadores de televisión estamos teniendo la oportunidad de exponer nuestras ideas en el proceso en curso para la redacción de esa nueva Ley de lo Audiovisual a la que me refería antes, que hemos reclamado tantas veces y que debería dar una solución integrada para los graves problemas que ya les he ido mencionando, y para otros de parecida importancia que están en la mente de todos:



doble financiación de las televisiones públicas, limitaciones de tiempos y formas de publicidad, subvenciones al cine español, régimen de otorgamiento y renovación de concesiones, entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual, etc.

Esperamos que esta oportunidad para el diálogo con la Administración acabe por encontrar un reflejo efectivo en la nueva norma legal, que sin duda será determinante para el futuro y la supervivencia del sector audiovisual español.

También quiero referirme a otro aspecto de nuestra realidad empresarial, que se va consolidando con el paso de los años y del que nos sentimos particularmente orgullosos. Me refiero a la proyección social de nuestro Grupo, que se canaliza en buena parte a través de su Fundación, sin perjuicio de ambiciosas campañas concretas, como la que hemos llamado PONLE FRENO, que sin duda conocen todos ustedes. En este caso nuestro Grupo ha querido asumir un papel protagonista en los esfuerzos comunes para reducir la mortalidad en las carreteras. Y hemos podido actuar en ese campo con plena libertad y con absoluta responsabilidad. Confieso que estas son las coordenadas que nos gustan para trabajar. El liderazgo del Grupo en esta campaña ha permitido aglutinar los esfuerzos de particulares y de empresas, de otros medios de comunicación, de las distintas administraciones públicas y de instituciones públicas y privadas, todos ellos comprometidos actualmente en la consecución de un objetivo común, que es bueno para todos. Estamos satisfechos por ello.

En el orden del día de hoy se incluyen también dos puntos, a los que me gustaría hacer una breve referencia:

En primer lugar, la propuesta de adopción de un acuerdo que permita la reducción de capital, mediante la amortización de acciones propias, delegando en el Consejo de Administración las facultades necesarias para su ejecución. Esta es una práctica habitual en sociedades cotizadas, que aumenta su capacidad de maniobra en tiempos de gran volatilidad, haciendo posible la gestión activa del propio capital social, aprovechando las oportunidades que ofrezcan los mercados financieros y protegiendo



el valor de la acción. Nos parece que es un buen momento para incluir esta alternativa legal, ampliando así el margen de maniobra en el aspecto crítico de la composición del capital social y la autocartera, en defensa de los accionistas.

En segundo lugar, quiero mencionar la propuesta sobre la renovación de los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad. Muchos de los que tenemos el honor de ser Consejeros de la Sociedad fuimos nombrados en el año 2003, en el momento de la incorporación de Grupo Planeta de Agostini al accionariado de Antena 3. En aquel tiempo, el plazo máximo autorizado por los Estatutos Sociales para la vigencia de este cargo era de 5 años, que ya se han cumplido, con la consiguiente caducidad de esos nombramientos con la celebración de esta Junta. Además, a ello se suma que, en fechas recientes, se ha producido la dimisión de don José Miguel Abad, consejero dominical del Grupo Planeta de Agostini, y pocos meses antes la de don Félix Abánades, consejero dominical del grupo Rayet. A ambos quiero agradecerles el magnífico trabajo que desarrollaron para la Sociedad y su dedicación al Consejo.

En la propuesta que ahora somete a ustedes el Consejo, se incorpora don Mauricio Casals, como nuevo Consejero dominical de Grupo Planeta de Agostini. Se consuma también un cambio en los consejeros independientes de la Sociedad, con la incorporación al Consejo, en esta condición, de doña María Entrecanales Franco y de doña Aurora Catá Sala, en sustitución de dos consejeros salientes, los Sres. López de Garayo y Martín Marín, a los que también agradezco ahora públicamente su magnífico trabajo en el seno del Consejo.

En cuanto a la nuevos Consejeros, creo que tenemos motivos para felicitarnos por el hecho de que hayan accedido a incorporarse a este gran proyecto multimedia del Grupo Antena 3. Su trayectoria profesional y su larga experiencia son conocidas y públicas. Estoy seguro de que su aportación al ejercicio de la responsabilidad común redundará en beneficio de los accionistas y será de gran ayuda para todo el Consejo.

Como ven, esta propuesta que ahora les hacemos mantiene la continuidad en el Consejo, sin renunciar por ello a cambios que pueden aportar experiencias nuevas y



otras perspectivas de gestión. A estos efectos de continuidad les recuerdo que, según la legislación mercantil, la reelección del Presidente y Vicepresidente del Consejo implica la continuidad en el desempeño de los cargos que ostentaban con anterioridad en el seno del órgano de Administración, sin necesidad de que se realice una nueva elección.

Termino ya mi intervención, con una prudente mirada hacia el futuro. Estoy convencido de que la televisión y la radio seguirán siendo mañana los medios de comunicación más poderosos y eficaces para la información de los ciudadanos y para la vertebración de las sociedades modernas. Sostengo que el prestigio, la credibilidad y la fiabilidad, serán decisivos y excluyentes en el mundo de la información global. Y que la capacidad de innovar y de ser “reconocido” por los consumidores a través de una marca potente definirá el paisaje de las industrias del ocio y el entretenimiento. Creo también que estas empresas seguirán ofreciendo oportunidades de negocio para quienes sean capaces de adaptarse con rapidez a los cambios que exigen los nuevos tiempos.

Nosotros, el Grupo Antena 3, creemos en nuestras propias fuerzas, en nuestra experiencia y en nuestra voluntad de crecer. Sin arrogancia y sin miedo, hacemos lo que nos gusta y nos gusta hacerlo bien. Confiamos en confirmar cada día la confianza y el apoyo que los accionistas nos han ofrecido siempre.

Muchas gracias a todos ustedes.

Como les anticipé antes, ahora el Consejero Delegado, don Silvio González, hará un repaso más detallado de los resultados económicos y de los hechos más significativos del pasado ejercicio 2008.