

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.****JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS****19 de abril de 2017****Discurso del Sr. D. Silvio González Moreno****Consejero Delegado**

Señoras y señores accionistas, les doy la bienvenida a Atresmedia y les agradezco su asistencia a esta Junta General de Accionistas 2017.

Por tercer año consecutivo puedo iniciar esta intervención diciendo que el ejercicio 2016 ha sido un año excelente para nuestro Grupo, habiéndose incrementado significativamente el volumen de negocio, los resultados y la mayor parte de las magnitudes operativas de las distintas divisiones. Aunque este período no ha estado exento de retos y dificultades, las cuentas que les presentamos evidencian la fortaleza de nuestro modelo de negocio.

Como es sabido, el **mercado publicitario**, nuestra principal fuente de ingresos, está fuertemente condicionado por el comportamiento de la actividad económica general y, particularmente, por el consumo de los hogares. Pues bien, en el año 2016 el PIB creció el 3,2% en términos reales, mientras que el consumo privado lo hizo en el 3,0%, el empleo siguió aumentando y la tasa de paro disminuyendo hasta el 18,7%, según la Encuesta de Población Activa del último trimestre del año.

Esta fortaleza de la actividad económica ha impulsado un comportamiento muy positivo del **mercado publicitario**. Según Infoadex, la inversión publicitaria en los medios convencionales creció un 4,3%, con incrementos del 5,5% en el medio televisión, un 0,8% en el medio radio y un 12,6% en el medio Internet.

Durante el año 2016 no ha habido novedades regulatorias significativas en lo que se refiere a los sectores donde desarrollamos nuestras actividades. En 2015 se convocó y resolvió un **concurso** para el otorgamiento de seis nuevos canales, tres en calidad estándar y tres en alta definición. Atresmedia fue adjudicataria de unos de los canales de alta definición, cuyo lanzamiento tuvo lugar en diciembre de ese mismo año. En la primavera de 2016 iniciaron las emisiones de los cinco canales restantes, con lo que el



espectro radioeléctrico disponible para la emisión de televisión digital terrestre ha quedado totalmente ocupado.

En consecuencia, la oferta de canales de TDT deberá permanecer estable en los próximos años, frente al accidentado período de transición que hemos sufrido desde que se decidió lanzar la TDT en España. No obstante, como ha comentado el Presidente, de acuerdo con el calendario de la Unión Europea, en 2020 las señales de TDT deberán haber abandonado el espectro por encima de los 700 MHz, que será utilizado para servicios de telecomunicaciones. Este cambio no debe afectar a la actual oferta de televisión terrestre, pero sí debemos estar atentos para que la transición no tenga ningún efecto negativo sobre nuestros espectadores y sobre nuestro propio negocio.

A continuación me referiré, de forma breve, a las principales magnitudes de las cuentas del ejercicio 2016 que hoy sometemos a su consideración.

Los **Ingresos Netos Consolidados** alcanzaron la cifra de 1.021 millones de euros, el nivel más alto alcanzado por el Grupo Atresmedia en toda su historia. Ello supuso un incremento del 5,3% sobre el año 2015 y está en línea con el crecimiento del mercado de publicidad en su conjunto.

Los **Gastos de Explotación** del ejercicio fueron de 819 millones de euros, frente a 804 millones de euros en el año anterior, lo que representa un incremento de sólo el 1,8%, incluyendo los gastos variables ligados directamente a las ventas. Se pone así de manifiesto que hemos mantenido la tradicional política de control de costes, compatibilizada con crecimientos significativos de nuestras actividades no tradicionales, a las que referiré más adelante.

En consecuencia con lo anterior, el **Beneficio Bruto de Explotación** ha alcanzado los 202 millones de euros, un incremento del 22,0% con respecto a los 166 millones de euros de 2015. Merece la pena recordar que el nivel de 2016 es 5,2 veces superior al de 2012, cifra mínima registrada al final del largo período de recesión que sufrió el mercado publicitario, junto con la economía española, a partir de 2007.

El **Beneficio Neto Consolidado** ha sido de 129 millones de euros frente a 99 millones en el año anterior. Esta mejora sustancial ha sido posible a pesar de efecto negativo de las normas fiscales aprobadas en diciembre pasado. Utilizando una política de prudencia



en su aplicación, se han ajustado a la baja los créditos fiscales registrados en balance provenientes de la fusión con la Sexta.

El pasado diciembre se repartió un dividendo a cuenta del ejercicio 2016 de 22 céntimos de euro por acción, por un total de 49,5 millones de euros. En la documentación que han recibido con anterioridad a esta Junta, el Consejo propone la distribución final de los resultados del ejercicio 2016, que incluye el reparto de un dividendo complementario de 25 céntimos por acción, hasta un totalizando 56,4 millones de euros. Con ello, el dividendo ordinario de 2016 será de 105.9 millones de euros dando así continuidad a la política remuneración a los accionistas mediante la distribución de una parte sustancial de los resultados obtenidos en el año.

De modo adicional, como muestra de la fortaleza financiera de Atresmedia y de la confianza en la evolución futura de nuestros negocios, el orden del día de esta junta general también incluye la propuesta de distribución de un **dividendo extraordinario** con cargo a reservas de libre disposición, de 45 céntimos de euros por acción, por un importe máximo total de 101,6 millones euros.

Por lo que se refiere a la situación financiera del Grupo, debo destacar que la **deuda financiera neta** al cierre del pasado ejercicio era de 179 millones de euros, 0,9 veces el nivel de Resultado Bruto de Explotación del año. La disponibilidad de liquidez adicional a esa misma fecha era de 177 millones de euros, lo que nos permite prever que la cobertura futura de nuestras necesidades financieras podrá llevarse a cabo sin tensión alguna.

En relación con nuestra **evolución bursátil**, la cotización de Atresmedia cerró el ejercicio 2016 en los 10,39 €/acción, lo que supone una subida del 5,6% desde principio de año. El Ibex, por su parte, se dejó un 2,0%, cerrando el período en los 9.352,1 puntos.

### Televisión

Atresmedia Televisión registró una cuota media de audiencia del 27,1%, esto es 0,3 puntos superior a la del año anterior, siendo el grupo con mayor crecimiento. Este dato se eleva al 29,7% en *target* comercial, el más atractivo para los anunciantes, y hasta el 31,1% en la franja del *prime time* en *target* comercial, 0,6 puntos superior a la de nuestro principal competidor.



El canal Antena 3 alcanzó una audiencia media del 12,8%, tanto en total individuos como en el *target* comercial (total día), siendo del 14,3% en *target* comercial durante el *prime time*. Además cerró el año como primera opción en la mañana (13,3%) y en los fines de semana (12%). Por su parte, la Sexta registró una audiencia media en 2016, en total individuos (total día), de un 7,1%, de nuevo por encima de su principal competidor. En el *target* comercial, en la franja *prime time*, la audiencia alcanzó el 9,0%.

La suma de los **canales complementarios** del Grupo aportó en 2016 una cuota de audiencia conjunta del 7,2%, llegando hasta el 8,8% en el *target* comercial. Por canales, Neox alcanzó el 2,5%, Nova el 2,2% y Mega el 1,8%. Finalmente, el canal Atreseries, que comenzó sus emisiones en diciembre de 2015, alcanzó en su primer año completo de vida un 0,8% de audiencia. Debe recordarse que su emisión es solamente en alta definición y que, por tanto, hay muchos hogares que todavía no pueden recibir su señal por carecer de un televisor adecuado, lo que hace aún más destacable el nivel de audiencia alcanzado.

El éxito y la fortaleza del conjunto de nuestros canales se basa, como he señalado en muchas ocasiones, en un elevado nivel de calidad y diversidad de los contenidos, en una exigencia permanente de innovación y en un respeto a los espectadores, junto con la consciencia de nuestra responsabilidad social. Todos ellos son aspectos sustantivos en nuestro quehacer diario.

Sin detenerme demasiado, quiero hacer referencia a nuestra posición de liderazgo indiscutible en programas de ficción. En 2016 han continuado los éxitos, tanto en *prime time* con *Velvet*, *Allí abajo*, *Mar de plástico* y *Vis a vis*, como en la sobremesa con *El secreto de Puente Viejo* y *Amar es para siempre*.

Además, hemos reforzado nuestra oferta de entretenimiento con *El hormiguero 3.0*, *Tu cara me suena*, *Pesadilla en la Cocina*, *El intermedio* y *Top Chef*, entre otros.

Sin embargo, creo que lo más destacado del 2016 ha sido la posición de referencia que han alcanzado Antena 3 y laSexta en la cobertura informativa de un año que ha resultado muy intenso. Tanto en las elecciones generales españolas, en junio, como en las de Estados Unidos, en noviembre, nuestros canales han desbancado a la televisión pública como fuente principal de información.



Los **Ingresos Netos Totales** de las cuentas individuales fueron de 852 millones de euros en 2016 frente a 802 millones en el año anterior, un incremento del 6,3%.

Los **Gastos de Explotación** fueron de 717 millones de euros, con un incremento del 2,9% frente a 697 millones del ejercicio anterior.

El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 135 millones de euros, un 29% superior al de 2015, siendo el beneficio antes de impuestos de 156 millones de euros, un incremento del 45%.

El **Beneficio Neto** fue de 124 millones euros frente a 90 millones en el año 2015.

### Radio

**Atresmedia Radio** cerró el ejercicio 2016 siendo el grupo radiofónico más rentable por oyente del mercado español. Es un hecho especialmente relevante, al haberse producido en un momento de cambio de nuestra oferta radiofónica, que se inició a mediados de 2015 con el lanzamiento del programa matinal *Más de uno*, con Carlos Alsina y Juan Ramón Lucas, y continuó en septiembre pasado con la incorporación de José Ramón de la Morena y el programa *El Transistor* para reforzar la oferta deportiva de Onda Cero.

En el último **Estudio General de Medios** (año móvil terminado en la 1ª ola de 2017) Atresmedia Radio alcanza una audiencia media de 4,1 millones de oyentes. En el ámbito de las radios generalistas Onda Cero, con una media de 1,9 millones de oyentes, se mantiene como tercera opción. Dentro de las radios temáticas, Europa FM mantiene una audiencia estable de 1,9 millones. Melodía FM alcanza los 284 mil oyentes. Una vez asentados los cambios de programación mencionados, creemos que tenemos una oferta competitiva y de calidad para incrementar paulatinamente el número de oyentes.

Los **Ingresos Netos** de Atresmedia Radio fueron de 82,2 millones de euros en 2016 frente a 89,9 millones del año anterior, descenso que refleja la menor audiencia obtenida.

Por su parte, los **Gastos de Explotación** fueron de 62,5 millones de euros, con una caída muy significativa, 8,2%, compensando casi en su totalidad los menores ingresos y evidenciando una gran exigencia y disciplina en la gestión de costes.



El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 19,7 millones de euros frente a 21,8 millones en 2015. En términos de margen porcentual se han alcanzado niveles similares: 24,0% en 2016 y 24,3% en 2015.

#### Otras Actividades

**Atresmedia Publicidad** comercializa toda la publicidad del Grupo Atresmedia y también la de algunos operadores de internet. Tanto en televisión como en radio la cuota de inversión alcanzada es superior a la cuota de audiencia, el conocido ratio de eficacia. La razón de ello es la calidad diferencial del producto ofrecido a los anunciantes y la capacidad comercial y de marketing de esta división que, en conjunto, gestiona casi el 20% de la publicidad convencional en España.

La oferta multimedia del Grupo se ha reforzado en 2016 a través de la división **Atresmedia Digital**, que ha alcanzado un promedio mensual de más de 24 millones de usuarios únicos en sus páginas web, con un incremento del 14% sobre el año anterior. Además, nuestra plataforma de vídeos Atresplayer tuvo más de 4,4 millones de usuarios mensuales y más de 600 millones de reproducciones de vídeos. Finalmente, la plataforma de vídeo corto de calidad, Flooxer, se consolidó con más de un millón de usuarios mensuales.

Nuestra estrategia de obtención de fuentes ingresos adicionales a los de publicidad en televisión y radio se canalizan a través de nuestra división **Atresmedia Diversificación**. Dentro de ella, los tres canales de televisión distribuidos internacionalmente -Antena 3 Internacional, Atreseries y Hola TV- llegan ya a 45 millones de abonados y conjuntamente son el operador internacional con mayor difusión, sólo por detrás de las *majors* norteamericanas. Además del éxito en la comercialización de licencias y productos derivados de nuestros programas, ha continuado la actividad de apoyo al emprendimiento mediante la fórmula de *media for equity*, que nos permite ofrecer espacios publicitarios invendidos a cambio de participaciones minoritarias en *start ups*. Con ello hemos constituido una interesante cartera y en el corto tiempo transcurrido ya hemos efectuado alguna desinversión con alta rentabilidad.

Canalizamos a través de la división **Atresmedia Cine** nuestra obligación de invertir en películas cinematográficas y he decir que 2016 ha sido un año excelente para esta actividad. Con doce películas estrenadas en el año, la taquilla obtenida representó el



38,4% de la recaudación total del cine español. Además, la mayor parte de ellas han sido rentables, como lo ha sido el conjunto de todas ellas.

Me he referido anteriormente a la responsabilidad social que tenemos en la producción y difusión de contenidos y al cuidado que ponemos en ello. Pero esta actitud va más allá y se concreta en un gran número de iniciativas de **Responsabilidad Social**, que forman parte del día a día del Grupo y de la percepción que la sociedad tiene de nosotros.

Durante 2016 hemos continuado algunas iniciativas que ya son tradición e iniciado otras nuevas, siguiendo las inquietudes que viene manifestando la sociedad. Hemos dedicado esfuerzos y recursos a acciones como *Ponle Freno*, *Objetivo Bienestar*, *Constantes y Vitales*, *Hazte Eco o Crea Cultura*. En 2016 Atresmedia ha pasado a formar parte de Forética, foro de referencia en responsabilidad social empresarial.

La **Fundación Atresmedia** lleva ya más de diez años promoviendo proyectos centrados en el bienestar de la infancia, entre los que quiero destacar el canal de televisión FAN3, que lleva entrenamiento y formación a los niños hospitalizados y cuya larga y sólida trayectoria pone de manifiesto que el compromiso de Atresmedia es firme y duradero.

Creo que de todo lo expuesto cabe concluir que, una vez más, el ejercicio 2016 ha sido muy positivo para el Grupo Atresmedia. Las magnitudes económicas han vuelto a mejorar sustancialmente, los parámetros de las distintas actividades que desarrollamos han evolucionado positivamente y nuestra posición en el mercado es más sólida.

Todo ello nos hace enfrentar el futuro con unas perspectivas razonablemente optimistas. No se nos oculta que los retos que debemos afrontar son enormes, que pueden parecer incluso abrumadores. La evolución tecnológica acelerada y los cambios en los usos sociales están afectando de modo muy particular al mundo audiovisual, que se configura como pieza clave de estos movimientos.

De modo particular, nadie sabe a ciencia cierta cómo se consumirán los productos audiovisuales en el futuro ni cómo los anunciantes satisfarán sus necesidades de comunicación comercial y de acceso a clientes actuales y potenciales. No obstante, algunas pistas pueden ayudarnos. La importancia de los contenidos probablemente continuará siendo clave, lo que nos sitúa en una buena posición de partida al ser, sin duda, el mayor y mejor productor de contenidos de España.



Por otra parte, los espectadores necesitarán referencias de modo creciente, perdidos en una oferta amplísima que les resulta inmanejable. Nuestro reconocimiento como productores de contenidos atractivos y de calidad es la mejor referencia posible, junto con la fortaleza de nuestras propias marcas.

Finalmente, de modo muy probable, la cobertura publicitaria de nuestra oferta será difícilmente replicable por el nuevo universo de operadores, intrínsecamente fragmentado. Además, también nosotros podremos enriquecer nuestras propuestas con el mayor conocimiento de nuestros espectadores que la tecnología permitirá. Todo ello nos ayudará a mantener una posición sólida y diferenciada para cubrir los requerimientos de los espectadores y los anunciantes.

Pero quizá nuestro principal atributo para afrontar ese futuro, incierto como todos los futuros, es nuestra demostrada capacidad de aprender e innovar, nuestro enfoque crítico con lo realizado y nuestra mirada realista con lo que está por venir. Esas cualidades son las que nos han permitido llegar hasta donde estamos y las que nos ayudarán a afrontar los nuevos retos, con fortaleza, creatividad y determinación.

Todas ellas son compartidas por el equipo directivo y están presentes en todos y cada uno de los empleados y colaboradores de nuestro Grupo. A todos ellos debo agradecer el empuje, la dedicación y el compromiso con Atresmedia. También quiero agradecer, una año más, el apoyo y la orientación permanentes que nos proporciona el Consejo de Administración.

Para terminar, debo subrayar igualmente nuestro compromiso con ustedes, señoras y señores accionistas. He reiterado que nuestro empeño es hacer que nuestros negocios sean cada vez más sólidos y rentables, en línea con sus intereses. Por todo ello, quiero agradecerles la confianza que han depositado en nosotros. Esperamos seguir siendo merecedores de su apoyo en el futuro.

Muchas gracias.