

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.**

**JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS**

**24 de abril de 2019**

**Discurso del Sr. D. José Creuheras  
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.

Como en Ejercicios anteriores, **Atresmedia** se enfrentó en 2018 a constantes desafíos que pusieron a prueba nuestra capacidad de adaptación. Pese a ello, este Grupo presentó unos Resultados que deben enorgullecernos, ya que confirman el éxito de nuestra fórmula y reafirman la solidez de nuestra posición en el mercado audiovisual. El Consejero Delegado, **Silvio González**, les ofrecerá todos los detalles sobre ello tras mi intervención.

Pero antes permítanme que les indique que las cifras que hoy sometemos a su aprobación son el fruto del trabajo de una **Compañía** capaz de adaptarse a los cambios, de optimizar los recursos y de abrir nuevas líneas de desarrollo empresarial. Un trabajo en el que han sido imprescindibles tanto su apoyo (el de ustedes, los accionistas) como el del Consejo de Administración. Por supuesto, tampoco puedo olvidar la excelencia del equipo de profesionales que integra el **Grupo Atresmedia**.

Todos estos factores son los que han conseguido que Atresmedia ocupe una situación de referencia en el sector como principal Grupo de Comunicación en España. Esta posición no es fruto del azar. Todo lo contrario. Como hemos explicado en numerosas ocasiones en los últimos años, nuestro posicionamiento no se comprende sin la puesta en marcha, tiempo atrás, de una estrategia a medio y largo plazo. Nosotros nunca hemos sido 'cortoplacistas'. Jamás hemos buscado atajos. Nuestro objetivo es el futuro, ganando el día a día. Es lo que nos diferencia y lo que nos define. Lo que nos otorga una solidez que nos permite aunar prestigio y beneficios económicos. Y, sobre todo, mantener el mayor crédito y la mejor valoración.



En consecuencia, ese modelo con el que operamos y que es transversal a toda la **Compañía** nos permite afrontar los momentos complicados de continua transformación por los que atraviesa el sector. Pese al cambio y a la inestabilidad que azotan el entorno en el que desarrollamos nuestra actividad, **Atresmedia** continúa siendo reconocida por anunciantes, espectadores y oyentes. Hemos conseguido esa posición porque somos capaces de liderar sin traicionar los principios que guían la forma de gestionar nuestro negocio.

Ahora que hablo de principios, no quiero dejar pasar la oportunidad de informarles sobre lo que considero un ejemplo de la importancia que otorgamos a los valores corporativos de Atresmedia. En este Ejercicio hemos definido el **propósito corporativo del Grupo**, su razón de ser, aquello a lo que aspiramos cada día como operador audiovisual y con lo que nos comprometemos con la sociedad. Una frase que expresa el compromiso de nuestra **Compañía**: "Creemos en el poder de la reflexión y la emoción".

Este propósito define a la perfección lo que ha sido, lo que es y lo que será **Atresmedia**. También nos muestra el sendero por el que transitamos hacia el éxito. Y es que, si creemos en el poder de la reflexión y de la emoción, es porque sabemos despertar ambas. La reflexión, con unos contenidos informativos de calidad; la emoción, con los mejores productos de entretenimiento y ficción. Dos estímulos que juzgamos necesarios para generar cambios positivos en el ámbito en el que actuamos y en la sociedad.

Al igual que nuestro modelo de negocio, el propósito de Atresmedia es transversal a todas las Divisiones de la **Compañía**.

Porque buscamos la excelencia, la relevancia y la cercanía, en el pasado Ejercicio la **Compañía** mantuvo su posición como referente informativo de primer orden. Y eso en un año que destacó por la intensidad de la actualidad política, social y económica, que contribuyó a llevarnos al liderazgo en la información. Una posición que no conseguimos por casualidad sino porque fuimos capaces de demostrar que a nosotros sí nos importa lo que sucede en España y lo que preocupa a los españoles. El crecimiento experimentado por **Antena 3 Noticias**, **laSexta Noticias** y los **Informativos de Onda Cero** es el reconocimiento por parte de la ciudadanía a la voluntad de servicio público demostrada por **Atresmedia**. En este **Grupo**, la información es un valor estratégico, una marca definitoria que nos distingue frente a nuestros competidores y nos vincula con las personas.



Ayer lo volvimos a demostrar con **“El Debate Decisivo”**, que se ha convertido en el más visto de la campaña electoral con cerca de 9,5 millones de espectadores y un 48,7% de cuota media, y en el programa más visto de los últimos tres años.

Un evento como el que organizó ayer esta casa nos hace únicos y necesarios y demuestra la potencia que tiene nuestro **Grupo**. Una cita de máxima relevancia para la sociedad que sólo nosotros podíamos convocar. **“El Debate Decisivo”** ha sido un éxito indiscutible del que tenemos que sentirnos muy orgullosos y que confirma nuestra posición como referencia informativa absoluta de este país. Un éxito que ha sido posible gracias al talento y el esfuerzo colectivo de nuestros profesionales, para los que pido un merecido aplauso.

**Atresmedia Televisión** es un claro ejemplo de lo que somos y lo que queremos: ser influyentes, relevantes desde una oferta de contenidos cercanos, locales y de calidad. Un año más, la **División de Televisión** ha demostrado que esta filosofía tiene recompensa: **Antena 3 Noticias** alcanzó el liderazgo absoluto y tuvo los informativos más vistos y **laSexta Noticias** fue el referente de la cobertura en directo. Tampoco puedo olvidar cómo uno de nuestros productos de ficción, **‘La casa de papel’**, emitida en **Antena 3**, marcó un hito histórico al ser la primera serie española con un Premio Emmy. Ese galardón no solo demuestra que nuestro catálogo de ficción, agrupado bajo el sello **Series Atresmedia**, goza de la acogida del público, sino que respalda nuestra política de producción y ventas a terceros desarrollada por **Atresmedia Studios**. En su primer año, esta nueva División, creada en 2018, ha comercializado y producido con gran éxito varias series y programas para otros operadores vinculados a los nuevos retos del sector audiovisual y tiene ante sí un prometedor futuro de encargos en el campo de la ficción, del entretenimiento y de la producción cinematográfica.

Pero permítanme que vuelva a incidir en **Atresmedia Televisión**. Además del año histórico para los informativos de **Antena 3** como líderes absolutos, sus series volvieron a marcar el paso en la ficción de este país, con los mejores estrenos y los títulos más premiados. También consiguió el programa diario más visto del Prime Time, **‘El hormiguero 3.0’**, líder indiscutible un año más, y ya son cuatro, como ejemplo del mejor entretenimiento de la televisión. **laSexta** superó por sexto año consecutivo a su principal competidor con la mayor diferencia de su historia. Nuestros canales temáticos (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) continuaron siendo parte indispensable de la oferta televisiva de la **Compañía**.



También hemos potenciado **Atresplayer**, en una muestra más del interés que, desde hace años (cuando decidimos apostar por una estrategia multiplataforma), otorgamos al ámbito digital, en el que también somos un referente informativo. Que seamos el grupo audiovisual con mayor crecimiento interanual (+33%) y estemos situados en el octavo puesto del 'top ten' de los sites más visitados, según el medidor comScore, da muestra de ello.

**Atresmedia Radio** mantuvo sus líneas estratégicas: credibilidad, pluralidad, diversidad y cercanía. Una fórmula manifiestamente certera, con **Onda Cero** a la cabeza. Nuestra emisora generalista fue la única gran cadena de radio privada que creció en audiencia durante 2018. Fue, además, la emisora con mayores tasas de confianza gracias a nombres como **Carlos Alsina, Julia Otero, Juan Ramón Lucas, José Ramón de la Morena** o **Jaime Cantizano**, entre otros reputados profesionales. A ellos se unió **Carlos Latre**, una de las últimas incorporaciones de la emisora. Todos ellos fueron las voces seguidas por cerca de dos millones de oyentes. Tampoco olvido a nuestras cadenas musicales, **Europa FM** y **Melodía FM**, que a través del mejor entretenimiento y del mix musical más variado, fueron las opciones elegidas por 1,8 millones de oyentes.

**Atresmedia Publicidad**, por su parte, continuó rentabilizando el esfuerzo de la **Compañía** y manteniendo su posición como comercializadora líder del mercado español en términos de cuota de medios, lo que prueba su eficacia y profesionalidad.

**Atresmedia Diversificación** siguió explorando nuevas vías de ingreso alternativas a la publicidad tradicional y destacó por el crecimiento del número de hogares abonados a nuestros cuatro canales internacionales (**Antena 3 Internacional, ¡HOLA! TV, Atreseries** y **Atrescine**), hasta alcanzar los 55 millones de hogares. Podemos afirmar, de nuevo, que sigue siendo el primer operador privado europeo con mayor número de abonados y canales fuera de nuestras fronteras. No quiero dejar a un lado el hecho de que, gracias a nuestras cadenas internacionales, la **Compañía** también ha sido una referencia informativa en la cobertura de la actualidad fuera de España.

Por último, **Atresmedia Cine** (integrada en 2019 dentro de **Atresmedia Studios**) estrenó catorce títulos en 2018, su mayor volumen de producción desde la fundación de esta División, que acumularon una taquilla global de 32 millones de euros.

Junto a los retos que nos fijamos en cada Ejercicio como Empresa y las circunstancias derivadas de los cambios en el mercado publicitario, de la irrupción de nuevos actores en



el sector audiovisual o de los cambios en la sociedad, esta **Compañía** también afronta los retos administrativos y jurídicos que nos plantea el entorno en el que operamos.

Por eso, desde **Atresmedia** venimos reclamando desde hace años la adopción de medidas para que todos los que desarrollamos nuestra actividad en el sector audiovisual lo hagamos en una sana igualdad de condiciones. Creemos en la eliminación de las asimetrías, sea cual sea el soporte en el que se opere (abierto o pago; nuevas plataformas digitales; redes sociales...), de forma que la imposición de cargas excesivas no recaiga sobre los operadores tradicionales. Además, queremos mantener una protección adecuada para los ciudadanos, especialmente los menores. La nueva Directiva 2018/1808 de servicios de comunicación audiovisual, aprobada en noviembre de 2018, ha avanzado en esa dirección. Pero para nosotros no es suficiente: es necesario profundizar en la búsqueda de unas mismas reglas para todos durante la transposición de la Directiva europea a la normativa española, que tendrá lugar durante este año y el siguiente. Y para ello confiamos en que las Administraciones serán sensibles a este propósito.

Precisamente estamos colaborando de forma activa con las Administraciones públicas competentes, y con el resto de los miembros de la industria, en el proceso establecido por las normas de la Unión Europea para la liberación, antes del 30 de junio de 2020, de la banda 700 MHz. Esto supone trasladar a otras frecuencias la emisión de todas los canales de televisión digital terrestre, públicos y privado, que hoy utilizan dicha banda 700 MHz. Es un proceso similar al ya realizado en 2015 para liberar la banda 800 MHz.

Las propuestas normativas publicadas, que se encuentran ya muy avanzadas, y que deberán ser aprobadas por el Gobierno, buscan reducir los inconvenientes y compensar los costes que este proceso genera en los ciudadanos y en los operadores públicos y privados. Por supuesto, respetando el panorama actual de canales nacionales en abierto de televisión digital terrestre, facilitando al mismo tiempo la evolución tecnológica hacia nuevos servicios avanzados de televisión digital terrestre.

**Atresmedia** es consciente de que el gobierno corporativo se ha convertido en los últimos años en un instrumento fundamental para transmitir confianza a los accionistas e inversores. Para nosotros es fundamental perseguir la máxima transparencia en cuestiones relativas a la gestión de la sociedad, sus accionistas significativos, la actividad de sus órganos de administración, sus sistemas de control de riesgos y cumplimientos, entre otros.



La **Compañía** hace un continuo esfuerzo para garantizar que la información ofrecida públicamente, a través de sus informes anuales, así como en el estado de información no financiera (*que este año se somete por primera vez a la aprobación de esta Junta, como punto separado del orden del día*), sea una información completa, verificable, relevante y detallada, cumpliendo así con el objetivo de ser útil al accionista, al regulador y al resto de los grupos de interés con los que se relaciona.

Como novedad para esta Junta de 2019 hay que destacar la mejora en la información ofrecida a los accionistas a través de la página web corporativa. Desde el momento de su convocatoria, buena parte de la documentación difundida por este medio cumple con los requisitos de accesibilidad para las personas con dificultad o discapacidad visual, contribuyendo de esta forma a la igualdad de trato de los accionistas.

Por otra parte, y siguiendo los objetivos que se habían marcado en la Política de selección y nombramiento de consejeros, tras las modificaciones aprobadas por la Junta de 2018 en relación con el número de consejeros que integran el Consejo de Administración y su composición, **Atresmedia** cumple con la recomendación del Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas. Es decir, que al menos un tercio de sus consejeros tengan la condición de independientes. Una proporción que continuará manteniéndose en caso de aprobarse hoy las propuestas sobre reelección de consejeros, que afectan a tres consejeros independientes.

Para terminar este punto, al cierre del Ejercicio 2018 Atresmedia cumplió la práctica totalidad de las 64 Recomendaciones de ese Código que le son aplicables. La única excepción se refiere a la recomendación 62, que cumple parcialmente, como ha quedado expuesto en la explicación incorporada al Informe de Gobierno Corporativo del Ejercicio 2018.

Nuestra posición relevante como **Grupo** multiplataforma nos sitúa como un agente privilegiado para el cambio positivo de la sociedad. Junto a nuestro compromiso con los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en el pasado Ejercicio iniciamos la implantación del segundo **Plan Director de Responsabilidad Corporativa**. Además, nuestra responsabilidad con la sociedad a través de la marca '**Compromiso Atresmedia**', que agrupa iniciativas para prevenir la siniestralidad vial; la promoción de la investigación científica; la protección de la propiedad intelectual y cultural; el respeto por el medioambiente; el fomento de los hábitos de vida saludables entre la ciudadanía y la lucha contra la violencia de género, se



amplió con el lanzamiento de **Levanta la cabeza**, que quiere concienciar sobre el uso responsable de la tecnología.

Estas iniciativas han conseguido logros como aumentar el número de ciudades que forman parte del **Circuito de Carreras Ponle Freno**, o que Asturias y Cantabria se hayan sumado como territorios cardioprotégidos a otras Comunidades gracias a **Constantes y Vitales**. Con **Crea Cultura** hemos concienciado sobre la protección a los creadores a través de un lenguaje universal, el del humor, con el grupo teatral Yllana.

También quiero mencionar el destacado trabajo de la **Fundación Atresmedia**, humanizando los hospitales infantiles, normalizando la discapacidad y mejorando la educación. Su labor es un proyecto imprescindible para este Grupo.

No puedo olvidar algo que me produce un gran sentimiento de orgullo: que seamos capaces de aplicar esos valores que trasladamos a la sociedad en nuestra propia **Compañía**. Hemos continuado implementando medidas de conciliación y hemos ampliado los cursos en salud y seguridad vial. Nuestro compromiso con la integración laboral de colectivos como las mujeres víctimas de violencia de género o las personas con discapacidad ha aumentado. Igualmente, se ha potenciado el **Proyecto Zink** para promover el emprendimiento interno.

Sería injusto olvidar a los profesionales de **Atresmedia** que dedicaron más de dos mil horas de su tiempo para ayudar en comedores sociales, acompañando a personas mayores o con discapacidad e involucrándose en tareas medioambientales. Todo ello bajo nuestro **Programa de Voluntariado Corporativo**, reconocido con el Certificado de Excelencia en la gestión del Voluntariado Corporativo.

Por todo esto, **Atresmedia** ha recibido reconocimientos como ser el **Grupo** que mejor imagen traslada al consumidor, según el estudio 'Personality Media'. Por sexto año consecutivo, la Organización fue considerada la empresa más atractiva para trabajar en el sector de medios de comunicación, según el informe Randstad Employer Brand Research 2018. El compromiso que mantenemos por la visibilización de la mujer, a favor de la igualdad y del apoyo a las personas discapacitadas llevó al reconocimiento de espacios como '**El hormiguero 3.0**' (en **Antena 3**) y '**El intermedio**' (en **laSexta**). La Fundación Síndrome de Down nos otorgó el Premio Stela por la integración laboral de este colectivo en la plantilla de la **Compañía**.



Tampoco puedo pasar por alto una iniciativa como **Atresmedia Formación**, que ya es una referencia en materia de formación audiovisual, radiofónica y multimedia. Su labor contribuye al desarrollo de la marca **Atresmedia** y demuestra que se pueden explorar nuevas vías de negocio gracias a la proyección externa de dos décadas de experiencia en formación interna.

Acabo ya. 2018 no fue, por descontado, un año sencillo. Puso a prueba nuestra capacidad de resistencia y nos obligó a emplearnos a fondo. Las dificultades nos dieron la oportunidad de comprobar la solidez de nuestro modelo de negocio y de nuestros valores corporativos. Todas nuestras Áreas volvieron a estar a la altura en capacidad de respuesta a las exigencias, lo que demuestra que contamos con un equipo de profesionales de primer orden. Somos conscientes de que el futuro se presenta lleno de retos. Pero estoy totalmente convencido de que, con estas líneas estratégicas, seremos capaces de dar respuesta a los nuevos paradigmas del sector. 2019 será, estamos seguros, un buen año para **Atresmedia**.

Con estas certezas, apoyados en la confianza que depositan en nosotros, encaramos el futuro con el convencimiento de que alcanzaremos todos los objetivos que nos fijemos.

Muchas gracias