

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

**JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS
18 de abril de 2018**

**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.

El año 2017 fue un Ejercicio de una enorme complejidad en el que Atresmedia volvió a ser puesta a prueba. Las circunstancias a las que nos enfrentamos nos obligaron a adaptarnos a un entorno en constante cambio. Sin embargo, los Resultados obtenidos por nuestra Compañía (*que el Consejero Delegado, Silvio González, les detallará tras mi intervención*) nos hacen sentirnos orgullosos y sólo pueden calificarse como excelentes.

El Balance positivo que hoy les presentamos no es fruto de la casualidad. En primer lugar, es una consecuencia del apoyo de ustedes, los accionistas, y del Consejo de Administración así

como de la labor del gran equipo de profesionales con el que contamos. En segundo lugar, estos magníficos Resultados también se deben a nuestra manera de entender el negocio, con una estrategia basada en la calidad de los contenidos, la profesionalidad, la pluralidad y el apoyo a la industria. Todos ellos ejes transversales en las áreas de actividad en las que operamos.

A ese modelo empresarial de liderazgo se añade otra característica: que no tememos al cambio. Es una de las cualidades que nos definen y que nos empujan constantemente a explorar nuevas oportunidades. El cambio nos sirve de motor y 2017, como los últimos años, ha estado marcado por él a todos los niveles. Fruto de esta enorme capacidad de adaptación hemos ahondado en la internacionalización de nuestros contenidos, hemos creado **Atresmedia Studios**, adquirido **Smartclip Latam** y potenciado nuestra área de diversificación, por citar solo algunos ejemplos.

Asimismo, 2017 nos ha consolidado como Grupo de referencia informativa en nuestro país. Es el premio de la audiencia a una apuesta a largo plazo por la pluralidad y la información de calidad. Por ejemplo, la cobertura del proceso catalán por parte de Antena 3 Noticias, laSexta Noticias y los Servicios Informativos de Onda Cero, seguida como primera opción por



millones de ciudadanos, ha reforzado indudablemente el vínculo que ha creado Atresmedia con las personas y las cuestiones que le preocupan.

Y es este vínculo el que nos ha permitido dar un paso más en nuestra relación con la audiencia, sumando a nuestros valores la capacidad de influencia. Permítanme que me detenga en este punto, porque la influencia es *(y lo será cada vez más)* un activo estratégico para un Grupo como el nuestro. Ser influyente en un entorno cambiante y de alta densidad competitiva, nos blinda frente a los nuevos operadores, nos da ventaja sobre los tradicionales y, a buen seguro, nos reportará beneficios. Ser influyentes significa que la gente confíe en la información que les proporcionas pero también que hable de tus series o de tus programas cada día. Influencia, en definitiva, es atender las demandas más próximas, más cercanas, las que afectan de verdad a nuestra sociedad.

Todas estas líneas de actuación, estos atributos, no sólo nos han reportado el premio de la audiencia o el beneficio económico. A todo esto hay que unir el prestigio. Por segundo año consecutivo, el estudio RepTrack España 2017 nos ha otorgado la calificación de Grupo Audiovisual con mejor reputación según el juicio de los consumidores y tomando en consideración nuestros criterios de solidez financiera, innovación, liderazgo frente a la competencia y oferta de



entretenimiento e información. Igualmente, el Informe Ranstad Employer Branding 2017 nos ha vuelto a valorar como la empresa más atractiva para trabajar en el sector de los grupos de comunicación.

Además, tomando como base el prestigio de la marca Atresmedia, de nuestro equipo de profesionales, del conocimiento y la experiencia que atesora nuestra Casa, hemos emprendido una nueva línea de actividad: **Atresmedia Formación**. A través de su catálogo de más de 400 cursos en materias vinculadas al sector audiovisual, estamos trasladando al exterior y con gran éxito todo nuestro 'know how' a los futuros profesionales del sector audiovisual.

Por Áreas, **Atresmedia Televisión** ha vuelto a poner de manifiesto la solidez de su modelo, reconocido y reconocible por sus contenidos y por haberse ganado la confianza de los espectadores. De nuevo hemos certificado que se puede unir televisión y calidad y cosechar éxito de audiencia y rentabilidad. Antena 3, como locomotora de su grupo de canales, consiguió la emisión, la serie, los estrenos y el programa diario más vistos del año. laSexta volvió a superar a su principal competidor por quinto año consecutivo mientras nuestros canales de segunda generación (*Neox, Nova, Mega y Atreseries*) han vuelto a liderar en sus segmentos.



La estrategia seguida por **Atresmedia Televisión** durante los últimos años, y que ha pivotado sobre la calidad de los contenidos, nos ha permitido consolidar una imagen de marca dentro y fuera de España que, a su vez, ha generado una extraordinaria demanda de nuestros productos en todos los mercados, especialmente en el terreno de la Ficción. Como consecuencia, hemos creado **Atresmedia Studios**, una iniciativa empresarial pionera, destinada a diseñar, crear y producir contenidos para terceros operadores tanto nacionales como internacionales. Nuestras series se han convertido en un apreciado objeto de deseo. El ejemplo más rotundo y de mayor actualidad es "La Casa de Papel", sin lugar a dudas la serie de más éxito mundial de la historia de la televisión de nuestro país.

Atresmedia Radio es también la demostración de cómo esta Compañía es capaz de afrontar, con serenidad, inteligencia y buenos resultados, la complejidad de una renovación de su oferta. Nuestra División radiofónica ha incrementado su papel de referente en credibilidad, pluralidad, cercanía y entretenimiento y reforzado la solidez de su proyecto. La última oleada del EGM, difundida hoy mismo y sobre la que Silvio González les dará explicaciones más detalladas, nos confirma con sus excelentes resultados que seguimos una línea acertada. Una estrategia reforzada con la incorporación de Jaime Cantizano al respetado equipo de profesionales de nuestra radio. No puedo olvidar a Europa FM, que se posicionó

entre las cuatro primeras del ranking de audiencia en un escenario cada vez más atomizado de radios musicales. Ni tampoco a Melodía FM, que mantuvo su segundo mejor dato histórico de audiencia.

Atresmedia Publicidad, por su parte, ha profundizado en la optimización de todos y cada uno de los recursos del Grupo para monetizar al máximo el trabajo de todas nuestras Divisiones y abrir nuevos nichos de comercialización. Como prueba de su eficacia y profesionalidad, señalar que Atresmedia fue la exclusivista con mayor participación en el negocio publicitario y la que obtuvo los 'power ratio' más elevados de los mercados en los que opera. Además, con la adquisición de **Smartclip Latam** se convirtió en el operador nacional líder en el mercado de la publicidad digital.

Atresmedia Digital cerró el Ejercicio manteniendo nuestra posición como grupo audiovisual líder en Internet. Somos una referencia indiscutible en el mundo digital, y prueba de ello es que nos situamos en el 'top ten' del ranking de las propiedades más visitadas de España, según Comscore, elevando el promedio mensual de usuarios únicos hasta los 27 millones. Vamos por el buen camino. Los datos nos dan la razón y vienen a constatar que estamos haciendo bien las cosas en una herramienta clave para nuestra estrategia multiplataforma

y en nuestro objetivo de afrontar con éxito la necesaria adaptación a los nuevos hábitos de consumo.

Atresmedia Diversificación, por su parte, ha intensificado la búsqueda de nuevas vías de negocio no vinculadas a la publicidad tradicional. Uno de sus éxitos más notables ha sido el crecimiento del número de hogares suscritos a nuestros canales internacionales, que ya superan con creces los 50 millones en todo el mundo. Les recuerdo que tenemos tres ofertas (*Antena 3 Internacional, ¡HOLA! TV y Atreseries*), a la que se ha añadido Atrescine en 2018. Por tanto, podemos afirmar con orgullo que somos el primer operador privado europeo con mayor número de abonados y canales fuera de nuestras fronteras. Y esto también es consecuencia de la calidad de nuestros productos, de lo bien que viajan más allá de la emisión lineal y del elevado interés que suscitan fuera de las fronteras de nuestra Compañía.

Atresmedia Cine, por último, volvió a probar que una obligatoriedad puede convertirse en una magnífica oportunidad de negocio: nuestros nueve largometrajes estrenados en 2017 acumularon casi el 30% de la recaudación del cine nacional.

Además de los retos que nos fijamos cada año como Empresa y de las circunstancias derivadas de la coyuntura económica y su influencia en el entorno publicitario, Atresmedia también afronta los desafíos vinculados al ámbito jurídico-administrativo para su adaptación a la rápida evolución tecnológica y de mercado.

La ejecución del segundo dividendo digital antes de junio de 2020 debe garantizar la oferta actual del mercado y realizarse sin distorsión del servicio. También hemos solicitado a las Administraciones que afronten con agilidad los retos normativos relacionados con la evolución del ámbito audiovisual. Atresmedia sigue apostando, como no puede ser de otro modo, por una competencia en igualdad de condiciones y en la aplicación equitativa de la legislación a todos los operadores. Por eso es razonable que todos, sea cual sea el soporte en el que se opere, en abierto o en pago, plataformas tradicionales y nuevas plataformas digitales y redes sociales, tengamos los mismos derechos y los mismos deberes para poder competir en igualdad en el mercado y para asegurar la correcta protección de los usuarios y en particular de los menores. Para ello resultará imprescindible una rápida trasposición de la nueva Directiva europea de Servicios de Comunicación Audiovisual que está ya en su fase final de negociación para su aprobación.



Llegados a este punto, debo subrayar que en el año 2017 Atresmedia ha mantenido y reforzado su apuesta por la transparencia. Por un lado, se ha incrementado la información sobre Gobierno Corporativo que se incluye en el **Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa**. La finalidad es compartir con nuestros grupos de interés los avances conseguidos y los nuevos objetivos en materia de buen gobierno. Por otro lado, hemos incorporado mejoras adicionales en el seguimiento de las Recomendaciones de la CNMV para sociedades cotizadas.

Asimismo, como novedades más destacables del Ejercicio hay que señalar la mejora en la información ofrecida por el auditor externo al pleno del Consejo de Administración (*que se suma a la presentada en la Comisión de Auditoría y Control*). A esto hay que añadir la emisión en directo, a través de la web corporativa, del desarrollo íntegro de la Junta General, que no sólo emitimos sino que, además, mantenemos su grabación de forma permanente. De esta forma fomentamos la comunicación y la igualdad de trato de accionistas e inversores.

Con estas mejoras podemos afirmar que Atresmedia sigue la práctica totalidad de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno que le son aplicables, y así queda recogido y

explicado con detalle en el Informe Anual de Gobierno Corporativo.

A estos efectos, cabe anticipar también que, en caso de aprobarse los acuerdos que se trasladan hoy a la Junta General, la futura composición del Consejo tendrá una proporción de Consejeros Independientes superior a la actual y ya plenamente ajustada a la recomendación del Código.

Junto a esto, el Grupo ha cumplido un hito en materia de Responsabilidad Corporativa: el diseño y la aprobación del segundo Plan Director de RC, que servirá para articular todas las acciones en materia de sostenibilidad durante los próximos tres años.

Somos conscientes de nuestra influencia, como ya señalé antes, y eso nos genera una responsabilidad con la sociedad. A través de **“Compromiso Atresmedia”** promovemos la seguridad vial, concienciamos sobre hábitos de vida saludable, protegemos el medio ambiente, apoyamos la investigación científica, luchamos contra la violencia de género y defendemos la creación y la propiedad intelectual.



Entre los hitos de las campañas que componen “Compromiso Atresmedia” quiero señalar la celebración, hace tan sólo unos días, del décimo aniversario de Ponle Freno en el Senado. Además, Asturias, Madrid y la Comunidad Valenciana se convirtieron en territorios cardioprottegidos gracias a la campaña de uso de desfibriladores de Constantes y Vitales. También quiero destacar que hemos abierto una ventana a la obra literaria en nuestra oferta televisiva con el programa Crea Lectura, que se emite en laSexta. Esta iniciativa es una de las actividades de Crea Cultura, cuya labor de defensa de la creación y la propiedad intelectual ha sido reconocida por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte con la Placa de Honor de la Orden Civil de Alfonso X el Sabio.

Asimismo, hemos apoyado a diferentes ONGs con donaciones de espacios para campañas sociales por valor de más de 12 millones de euros.

Y no termino mi discurso sin dedicar unas palabras a la **Fundación Atresmedia**, que desde 2005 canaliza gran parte de la acción social del Grupo en materia de protección de la infancia, mejora educativa y normalización del colectivo de personas con discapacidad. Acciones como ‘Grandes Profes’, que este año contó con récord de asistencia a su evento anual, me hacen sentir muy orgulloso de su labor.

También me siento muy orgulloso de que seamos capaces de que estos valores que trasladamos a la sociedad sean aplicados de forma interna por nuestra Organización. Déjenme que les cite algunos ejemplos de acciones llevadas a cabo entre nuestro equipo de profesionales. Se han realizado cursos de reanimación cardiopulmonar y uso de desfibriladores y se ha promovido la celebración de la Semana de Seguridad Vial. Asimismo, se han ampliado las medidas de conciliación para aunar vida profesional y personal. Se ha ahondado en el impulso a la igualdad con una plantilla paritaria que cuenta con más del 50% de mujeres y se ha potenciado el **Proyecto Th'nk** que, como ustedes saben, busca promover el talento interno y emprendedor dentro de la Compañía.

Por otra parte, no quiero olvidar mi agradecimiento a los empleados del Grupo participantes en el Programa de Voluntariado Corporativo, que han donado más de 2.300 horas de su tiempo para ayudar en comedores sociales, acompañamiento de ancianos y personas discapacitadas o formación de jóvenes parados.

Termino ya. 2017 fue un año complejo. Nos obligó a dar lo mejor de nosotros para obtener los Resultados conseguidos.

Una vez más, todas nuestras Divisiones supieron mostrarse a la altura de la situación, lo que prueba que el equipo humano del Grupo es nuestro mejor capital. En cuanto al modelo estratégico de Atresmedia, de apuesta por la calidad, demostró ser líder y estar perfectamente adaptado a los retos a los que nos enfrentamos día a día. Estoy totalmente convencido de que, incidiendo en esas líneas de actuación, podremos sortear todos los desafíos que aparezcan. 2018, con seguridad, será de nuevo un gran año.

Con estas convicciones, con la seguridad de que somos los más capacitados para aprovechar las oportunidades y con el apoyo en la confianza que depositan en nosotros, cumpliremos las metas que nos propongamos.

Muchas gracias

Cedo ahora el uso de la palabra al Consejero Delegado, para que les informe con detalle de los resultados económicos del Ejercicio 2017

Gracias por su atención.

