

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.****JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS****21 de octubre de 2020****Discurso del Sr. D. Silvio González****CONSEJERO DELEGADO**

Señoras y señores accionistas, bienvenidos a esta Junta General del 2020 que, como ocurrió con la de abril y por las mismas razones, tiene que celebrarse de modo telemático. Por este motivo, les agradezco su asistencia de modo muy especial.

El presidente ya les ha dado cuenta de los impactos que la crisis sanitaria y económica causados por la pandemia de la COVID-19 han provocado en nuestras actividades y de las medidas que hemos adoptado para mitigarlas.

Por mi parte voy a hacer un breve resumen de cómo se ha traducido todo ello en las cuentas de nuestro Grupo en los seis primeros meses de este año.

En estos meses del año 2020 se ha registrado un consumo muy significativo de la **televisión**. Tanto el confinamiento en sí mismo como la demanda y la avidez de información por parte de la población ha hecho que se hayan registrado los mayores niveles de consumo de televisión desde que tenemos registro. Así, en las primeras semanas de confinamiento (durante la segunda quincena de marzo), el consumo de televisión se disparó un 39% hasta 309 minutos diarios. A medida que el confinamiento se fue relajando el consumo fue disminuyendo, pero aún manteniendo niveles de récord históricos, con crecimientos de doble dígito. Una tendencia que, por el momento sigue a pesar de que el no confinamiento haya hecho que haya un ligero descenso en el consumo de la televisión. En este contexto, además, Atresmedia ha mantenido su cuota de audiencia estable en torno al 26%. Estos hechos evidencian que la televisión en abierto es la gran referencia para toda la población, incluso aquí a los jóvenes, en lo que se refiere a entretenimiento e información. El papel de Atresmedia ha sido especialmente destacado, copando todas las posiciones de liderazgo en lo que a información se refiere y siendo, con gran diferencia, el medio más valorado para seguir la actualidad informativa.

Como era de esperar, el **mercado publicitario** se vio severamente afectado tan pronto como se inició la pandemia y se tomaron las primeras medidas de



confinamiento a mediados de marzo de este año. Las caídas del mercado superan con mucho cualquier precedente. Según Infoadex, la inversión publicitaria de enero a junio del año 2020 cayó un 27,9% respecto al mismo período del año anterior, afectando a todos los medios. En el segundo trimestre la caída fue del 42,9%. En los mercados en que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión retrocedió un 31,8%, el de radio un 34,3% y el mundo digital un 14,3%.

Como consecuencia directa de esta evolución de la publicidad, los **ingresos netos** de Atresmedia en el periodo acumulado hasta junio del año 2020 fueron de 375,0 millones de euros, frente a los 539,9 que obtuvimos en el mismo periodo del año 2019.

De modo inmediato pusimos en marcha un plan de ahorro, tanto en consumo de programas como en otros gastos operativos, para minimizar en lo posible el impacto de estos menores ingresos. Gracias a esta rápida intervención, sólo en el segundo trimestre del año se **redujeron los gastos** de explotación en un porcentaje del 35,3% con respecto al mismo periodo del año anterior. En el conjunto del semestre la reducción fue del 23,4%, que supone un ahorro total de 104,2 millones de euros.

Es importante destacar que esta agresiva reducción se ha llevado a cabo sin mermar la capacidad competitiva de nuestros negocios, como lo demuestra el hecho de haber incrementado ligeramente nuestra cuota de mercado en nuestra principal actividad, la televisión en abierto.

El **Resultado de Explotación** en el primer semestre de 2020 ha sido de 33,3 millones de euros frente a los 94,0 millones de euros que obtuvimos en el mismo periodo del año 2019.

El **Resultado antes de impuestos** en el primer semestre del año fue de 29,8 millones de euros frente a los 90,4 alcanzados el año anterior. Y finalmente, el **Beneficio Neto Consolidado** del acumulado a junio de 2020 fue de 22,7 millones de euros, frente a los 69,6 que obtuvimos en el primer semestre del año 2019.

Es indudable que el impacto de la pandemia en nuestras cuentas del primer semestre ha sido enorme. Pero creo sinceramente que las medidas de mitigación que hemos adoptado con rapidez han sido un éxito, más teniendo en cuenta el elevado apalancamiento operativo que caracteriza a nuestros principales negocios de radio y televisión.



La eficacia de esas medidas de ajuste y de contención de la crisis publicitaria de este año 2020 nos ha permitido confirmar el acierto de las iniciativas de negocio que venimos adoptando en los últimos años, contando con un análisis estratégico que ha permitido anticipar las tendencias del mercado y convertir al Grupo Atresmedia en una gran factoría de contenidos. Se han multiplicado las ventanas de exhibición, distribución y venta de nuestros productos, situándonos como proveedores preferentes de los nuevos operadores audiovisuales de pago. En esta línea destaca **Atresplayer Premium** que es la primera OTT nacional de pago, a gran distancia de nuestros competidores, y ha venido a profundizar en esa misma estrategia de diversificación de los ingresos a partir de los contenidos, confirmando el acierto de una política de inversiones que busca prolongar la vida de nuestras producciones audiovisuales con nuevas ventanas de exhibición, complementarias a la emisión en abierto. Su crecimiento en lo que llevamos del año 2020 ha sido exponencial. El número de abonados ya supera los 289.000 suscriptores, superando así la cifra que nos habíamos planteado para todo el año 2020.

En esta crisis hemos puesto especial énfasis en la generación de caja y en la preservación de liquidez del Grupo.

Gracias a ello, la deuda financiera neta del Grupo al cierre del mes de junio era de 137,7 millones de euros frente a los 193,0 millones de euros que teníamos a diciembre del año 2019, lo que supone una reducción de 55,3 millones de euros. La ratio deuda financiera neta/EBITDA, es decir el resultado de explotación más amortizaciones, deterioro y enajenación de inmovilizado, de los doce meses acabados en junio de 2020 ha sido de 1,12.

Directamente relacionado con lo anterior, quiero reiterar lo ya expuesto por el presidente en cuanto a que la nueva propuesta de distribución del resultado del ejercicio 2019 tiene como objetivo mejorar la solidez financiera del balance del Grupo en un momento tan adverso y con tantas incertidumbres como el actual. Estoy convencido de que es el mejor camino para afrontar estos tiempos turbulentos y reforzar para el futuro la política de dividendos que hemos mantenido durante tantos años y a la que esperamos volver lo antes posible.

Muchas gracias.