

Antena 3 de Televisión, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de Gestión Intermedio Consolidado del período de seis meses terminado el 30 de junio de 2011

Evolución del negocio y situación del Grupo

Los ingresos netos del Grupo en el primer semestre de 2011 alcanzan los 420,9 millones de euros frente a los 422,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2010, lo que supone una disminución del 0,4%. Los ingresos ordinarios experimentan un ligero incremento aunque los otros ingresos disminuyen un 23,8% respecto del mismo periodo de 2010 en un entorno económico de debilidad del consumo privado.

Según Infoadex, en el primer semestre de 2011 el mercado de publicidad en medios convencionales ha registrado un descenso del 5,9%. De modo generalizado se han producido retrocesos en casi todos los soportes. El medio televisión ha experimentado un descenso del 7,4%, siendo mejor el comportamiento de la radio, con un descenso más moderado del 2,2%.

La audiencia media acumulada a junio de 2011 de los canales que conforman la oferta de televisión de Antena 3 ha sido del 16,5% frente al 15,1% del primer semestre del año anterior. Destaca la fortaleza de los canales complementarios, por los que se apostó tan pronto como se inició el despliegue de la televisión digital terrestre. Así, Neox ha pasado del 1,9% al 2,4% y Nova del 1,2% al 1,6%. Finalmente, Nitro, que se lanzó en septiembre de 2010, ha alcanzado una audiencia del 1,3% en el primer semestre del presente año.

Tanto Onda Cero como Europa FM, las dos ofertas radiofónicas de Uniprex han seguido incrementado el número de oyentes durante el último año. De acuerdo con la segunda ola de 2011 del EGM, Onda Cero ha alcanzado los 2,5 millones de oyentes, con un incremento del 8% con respecto a la segunda ola de 2010 que contrasta con el descenso del 4% que ha registrado el conjunto de la radio generalista.

Igualmente, Europa FM incrementa el número de oyentes con respecto a la misma ola de 2010 en un 15% y alcanza los 1,5 millones. El incremento del conjunto de radios temáticas fue del 2% en el mismo período.

Los gastos de explotación acumulados a junio de 2011 aumentan el 1,8% respecto del mismo periodo de 2010, concentrando los incrementos en las partidas relacionadas con la programación, como se ha venido haciendo en los últimos tiempos, con el fin de reforzar la oferta de los canales de televisión en un entorno de elevada competencia.

El Resultado Bruto de Explotación, calculado como resultado de explotación más dotación a la amortización, acumulado a junio de 2011 alcanza los 77,9 millones de euros, frente a los 85,9 millones de euros obtenidos en el primer semestre de 2010. El margen sobre ingresos netos se sitúa en un 18,5% en el acumulado a junio de 2011.

El Resultado antes de impuestos del primer semestre de 2011 ha ascendido a 69 millones de euros, frente a los 73,7 millones de euros del mismo periodo de 2010, lo que supone una disminución del 6,4%.

En el mes de abril de 2011 se procedió al reparto del dividendo complementario del ejercicio 2010, a razón de 0,25 euros/acción en términos brutos, en total 50,1 millones de euros.

A 30 de junio de 2011 el flujo neto de efectivo de actividades de explotación es positivo por importe de 93,5 millones de euros.

La posición financiera neta del Grupo es negativa por importe de 82,5 millones de euros frente a los 99,8 millones de euros de diciembre de 2010, lo que supone una reducción de 17,3 millones de euros.

Operaciones con vinculadas

Las operaciones con partes vinculadas realizadas durante los seis primeros meses del ejercicio 2011 no han afectado sustancialmente a la situación financiera o los resultados del Grupo durante este periodo.

Principales riesgos asociados a la actividad

Las actividades de las sociedades del Grupo y, por lo tanto, sus operaciones y resultados, están sujetas a riesgos del entorno en que se desarrollan, y, en todo caso, a factores exógenos, especialmente la situación macroeconómica que incide de modo relevante en el volumen del mercado publicitario.

El modelo de Gestión de Riesgos implantado en el Grupo Antena 3 ha permitido identificar y clasificar los riesgos detectados, en las siguientes categorías: riesgos asociados a la estrategia, riesgos operativos (espacios publicitarios y política comercial, producción de programas, adquisición de derechos de emisión, compras y contrataciones en general), riesgos relacionados con la salud y seguridad laboral, riesgos relacionados con la tecnología y los sistemas de información, riesgos financieros, riesgos de integridad y riesgos de información para la toma de decisiones.

El Grupo Antena 3 tiene establecidos los cauces oportunos para que toda la información relevante que afecta a la gestión de riesgos esté identificada y actualizada, para comunicarse en forma y plazo a la organización, y poder tomar las medidas oportunas.

Uso de instrumentos financieros por el Grupo y principales riesgos financieros

La Sociedad Dominante realiza operaciones con instrumentos financieros para la cobertura del riesgo de tipo de cambio de las compras de derechos de emisión que se producen en el ejercicio.

El Grupo tiene establecidos los sistemas de gestión de riesgos necesarios para asegurar que las transacciones en los mercados se realizan de acuerdo con las políticas, normas y procedimientos establecidos y todas las operaciones se realizan dentro de los límites aprobados en cada caso.

Los principales riesgos financieros del Grupo son:

a) Riesgo de tipo de cambio.- Los riesgos de tipos de cambio se concentran fundamentalmente en los pagos a realizar en mercados internacionales por adquisición de derechos de emisión. Con el objetivo de mitigar el riesgo de tipo de cambio, el Grupo sigue la política de contratar instrumentos de cobertura, fundamentalmente seguros de cambio.

b) Riesgo de liquidez.- El Grupo mantiene una política de liquidez consistente en la contratación de líneas de crédito e inversiones financieras temporales por importe suficiente para soportar las necesidades de financiación en base a las expectativas de evolución de los negocios.

c) Riesgo de crédito.- El Grupo no tiene riesgo de crédito significativo, manteniendo un elevado control sobre las operaciones de venta, con período medio de cobro a clientes reducido y exigiendo aval para las ventas de publicidad con cobro aplazado. Las colocaciones de tesorería o contratación de derivados se realizan con entidades de elevada solvencia.

Evolución previsible de la actividad del Grupo

El entorno económico en el que el Grupo Antena desarrolla sus actividades es muy incierto y no apoya la idea de una recuperación significativa del mercado publicitario, fuente principal de ingresos, al menos a corto plazo. A pesar de ello, la consolidación y mejora de la posición en el mercado seguirá siendo una pieza fundamental de la estrategia. La reestructuración en marcha del mercado de televisión en abierto y la mejora de nuestra posición pone claramente de manifiesto la importancia de esta objetivo.

Con una perspectiva más amplia, cabe esperar una recuperación importante de la publicidad, que ha sobrerreaccionado a la evolución negativa del ciclo económico como no lo había hecho en ocasiones anteriores. De modo específico, la televisión, cuyo consumo es cada vez mayor y que constituye nuestro principal mercado, continuará siendo fundamental e insoslayable en la comunicación comercial de productos y servicios.

Adicionalmente, el control de costes, la eficiencia operativa y el equilibrio financiero seguirán siendo piezas claves para la consecución de los objetivos de rentabilidad del Grupo. Todo ello permitirá, no solo aprovechar el previsible repunte de la publicad, sino cualquier otra oportunidad de desarrollo de nuevas iniciativas en el mundo audiovisual que constituye el eje de las actividades del Grupo Antena 3.

Actividades en materia de investigación y desarrollo

El Grupo no desarrolla directamente actividades específicas de investigación y desarrollo. No obstante, mantiene un proceso permanente de inversión en todas las nuevas tecnologías que son de aplicación en los ámbitos de ingeniería, sistemas y distribución de contenidos.

Adquisiciones de acciones propias

Durante el primer semestre del ejercicio 2011 la Sociedad Dominante no ha llevado a cabo ninguna operación con acciones propias. Por ello, se ha mantenido constante una autocartera compuesta por 10.555.640 acciones, con un valor nominal de 0,75 euros cada una de ellas, representativas del 5% del capital social.