



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

**JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS**

**20 de abril de 2016**

**Discurso del Sr. D. Silvio González Moreno  
Consejero Delegado**

Señoras y señores accionistas, un año más quiero darles la bienvenida a esta Junta General de Atresmedia y agradecerles su asistencia.

Permítanme comenzar afirmando que 2015 ha sido un año excelente para nuestro Grupo y que es el tercer ejercicio consecutivo en el que presentamos incrementos muy significativos de nuestros resultados después de la larga y profunda crisis económica iniciada en 2008.

Esta positiva trayectoria tiene que ver con la recuperación de la actividad económica a la que me referiré inmediatamente. Pero también y sin ninguna duda con el modelo de grupo de comunicación que hemos creado a lo largo de los últimos años.

Atresmedia ofrece un producto reconocido y reconocible por su calidad y sus atributos, atractivo comercialmente y escaso, porque muy pocos están en disposición de ofrecer al mercado una propuesta multisoporte tan amplia, potente y completa. Y todo ello enmarcado dentro de un enfoque de calidad y pluralidad como valor diferenciador que hace a nuestro Grupo único en el sector.

Si el año 2014 fue el año del relanzamiento de la economía española, 2015 ha sido el de la consolidación como lo demuestra la aceleración en el crecimiento del PIB real, que pasó del 1,4% al 3,2% en los dos años



mencionados. De modo paralelo, el consumo de los hogares pasó de un incremento del 1,2% al 3,1%. Por su parte, el empleo total, que había registrado una caída media anual del 3,3% entre 2008 y 2013, aumentó en 1,1% en 2014 y el 3,0% en 2015. Aunque la economía española está todavía muy alejada de los niveles previos a la crisis y que persisten desequilibrios que deben corregirse, no cabe duda de que el desempeño de los dos últimos años ha sido muy positivo y de que nuestro grupo ha sabido sacar partido a esta mejoría.

En este contexto y como era de esperar, la publicidad ha vuelto a crecer fuertemente: 7,5% el total del mercado, 6,4% el de televisión, 8,1% el de radio y 16,1% el de Internet, segmentos en los que desarrollamos nuestra actividad. Debe destacarse que los expertos prevén que esta tendencia positiva continuará a lo largo del presente ejercicio. En concreto estiman un incremento para el mercado de publicidad en televisión de entre el 4% y el 6% y el primer trimestre se ha situado en la parte alta de esta banda.

En lo que se refiere a la regulación del sector televisivo, que en los últimos años constituyó una continua fuente de incertidumbres, el ejercicio 2015 ha sido un año de mayor estabilidad. Por una parte, se cerraron los procedimientos legales abiertos por las concesiones de canales de televisión digital terrestre, TDT. Con ello, y tras el cierre de canales de mayo de 2014 que tanto perjudicó a Atresmedia, se consolidaron el resto de licencias otorgadas sin que se hayan producido nuevos cierres.

En el mes de julio de 2015 comenzamos a operar un nuevo canal en abierto al que denominamos Mega. Este era uno de los canales que aportó laSexta en la fusión efectuada en 2012, que se encontraba arrendado y era explotado como canal de pago.

Por otra parte, el Ministerio de Industria convocó y resolvió un concurso



para el otorgamiento de seis nuevos canales, tres en calidad estándar y tres en alta definición, cubriendo las frecuencias disponibles después del cierre de nueve canales que tuvo lugar en mayo de 2014. Atresmedia fue adjudicataria de una licencia para explotar un nuevo canal de televisión digital terrestre en alta definición. A finales de diciembre pasado, sin agotar el plazo legal disponible, lanzamos Atreseries, con contenidos de ficción nacional e internacional, completando una oferta de seis canales que cubre todos los perfiles demográficos y puede dar satisfacción a las necesidades de todo tipo de anunciantes. Con este concurso se cubren todas las frecuencias disponibles según el actual plan técnico de TDT. Es de esperar y de desear que no haya más vaivenes en la regulación del sector.

A continuación me referiré brevemente a las principales cifras de las cuentas de Atresmedia del ejercicio 2015 que les presentamos en esta Junta para su aprobación.

Los **Ingresos Netos Consolidados** fueron de 970 millones de euros, frente a los 883 millones de euros del año anterior, lo que supone un incremento del 9,8%. Este incremento es superior al del mercado publicitario total, 7,5%, lo que significa que hemos mejorado nuestra cuota de mercado.

Los **Gastos de Explotación** fueron de 804 millones de euros en 2015, frente a 756 millones de euros en el año anterior. El incremento tiene como origen principal el mayor número de canales ya comentado, el reforzamiento de la oferta de programación, que nos ha permitido mejorar nuestra posición competitiva, y a los gastos variables ligados directamente a las ventas.

Por todo ello, el **Beneficio Bruto de Explotación** ha alcanzado la cifra de



166 millones de euros. La progresión de resultados ha sido excelente: 39 millones de euros en 2012, 80 millones en 2013, 128 millones en 2014 y los 166 millones mencionados en el pasado año.

El **Beneficio Neto Consolidado** ha sido de 99 millones de euros frente a 47 millones en el año anterior. Debe recordarse que en 2014 la Ley del Impuesto sobre Sociedades minoró la tarifa del impuesto del 30% al 28% en 2015 y el 25% en años sucesivos. Como consecuencia de ello hubo que ajustar el valor en libros de los activos por impuesto diferido, que provienen en su mayor parte de la fusión con La Sexta, en 35 millones de euros.

En diciembre de 2015 se repartió un **dividendo** a cuenta de 18 céntimos de euro por acción, por un total de 40,5 millones de euros. Como conocen, la propuesta de distribución de resultados que se presenta a esta Junta General incluye el reparto de un dividendo complementario de otros 18 céntimos por acción, hasta un total de 40,6 millones de euros. Con este reparto de dividendos se da continuidad a la política seguida en los últimos años, que pretende mantener una alta remuneración a los accionistas vía dividendo.

Esta política continúa compatibilizándose con el mantenimiento de un balance equilibrado y saneado. A este respecto debo destacar que la deuda financiera neta a cierre del ejercicio 2015 era de 158 millones de euros, cifra inferior a la del Resultado Bruto de Explotación, medida habitualmente utilizada y que pone de manifiesto la solidez de nuestra posición financiera.

En lo que se refiere al **mercado de valores**, 2015 ha sido un año difícil, en el que las incertidumbres políticas nacionales e internacionales y las tensiones en los mercados financieros y de materias primas han afectado



negativamente. Así, el IBEX 35 cerró el año en 9.544 puntos, con una caída del 7,2%. El valor de Atresmedia, que había tenido una evolución muy positiva en la primera parte del año, se debilitó de modo muy significativo en los meses finales hasta cerrar en 9,84 euros por acción, un descenso del 15,5%. Al cierre de ayer la cotización era de 10,71\* euros por acción.

### Televisión

En 2015 Atresmedia Televisión registró una cuota de pantalla media del 26,8%, un dato que asciende al 27,7% en el prime time, la franja de máximo consumo, lo que le ha permitido alcanzar una cuota del 42,1% del total de inversión en televisión, con un importante crecimiento anual (+0,6 puntos).

Tanto Antena 3 (91%) como laSexta (56%) fueron de nuevo las cadenas con mayor tasa de éxito en sus estrenos, la mayoría de ellos en el prime time, el horario de máximo consumo, donde ambas cadenas conjuntamente han sido las más vistas en 2015 con un 21,9%.

Antena 3, por su parte, volvió a ser la cadena de referencia en el prime time en el target comercial con un 14,9% y fue líder absoluta de la sobremesa (12,4%) y los fines de semana (13%). laSexta ha seguido creciendo todos los meses desde la fusión y ha logrado el mejor año de su historia con un 7,4% de audiencia, consolidándose como la tercera cadena privada del país. Además, obtuvo en prime time su mejor dato histórico: un 8,5%, 2,1 puntos más que su competidora directa.

Asimismo, en 2015, como ya he señalado, Atresmedia Televisión ha incorporado dos nuevos canales y lo ha hecho con éxito. Mega, que se convirtió en la cadena temática con mejor arranque de la historia de la



TDT con un 2,1% y Atreseries que está registrando un excelente dato de audiencia a pesar de no contar con una cobertura total y de que el parque de televisores HD aún es insuficiente. Ambos canales se vienen a sumar a marcas consolidadas como Neox y Nova, que han igualado su segundo mejor dato anual con un 2,6% y un 2,4%, respectivamente.

La base del éxito en la audiencia reside, naturalmente, en la fortaleza de los contenidos que emitimos. Atresmedia ha mantenido con éxito programas de entretenimiento familiar, como *El Hormiguero 3.0* o *Tu cara me suena*, al tiempo que ha reforzado su oferta de información. Junto a los informativos y programas de actualidad destaca el especial *7d: el debate decisivo*, realizado con motivo de las pasadas elecciones parlamentarias, que alcanzó una cuota de audiencia del 48,2%, 9,2 millones de espectadores.

Quiero destacar de modo especial el esfuerzo que continuamos haciendo en programas de ficción nacional en los que somos líderes indiscutibles. Han continuado con máximos de audiencia las series de tarde *Amar es para siempre* y *El secreto de Puente Viejo* y otras de noche como *Bajo sospecha* y *Velvet*. Pero también hemos incrementado nuestra oferta con series como *Allí abajo*, *Mar de Plástico* y *Vis a Vis* que se convirtieron en los mayores éxitos de este género en los últimos diez años. Además estas producciones tienen una larga vida más allá de su emisión tradicional. Son los programas más seguidos en Internet, forman parte de nuestra oferta de canales internacionales y se venden a un gran número de televisiones de todo el mundo haciendo cada vez más importante el capítulo de ingresos por ese concepto.

Los **Ingresos Netos Totales** de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación en 2015 fueron de 802 millones de euros frente a 734



millones en el año anterior, un incremento del 9%.

Los **Gastos de Explotación** fueron de 697 millones de euros frente a 644 millones en el ejercicio 2014.

El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 105 millones de euros, un 17% superior al de 2014. Por su parte, el beneficio antes de impuestos fue de 108 millones de euros.

El **Beneficio Neto** fue de 90 millones de euros frente a 45 millones en el año 2014, si bien este último ejercicio incluye el impacto del ajuste fiscal mencionado al comentar las cifras consolidadas.

### Radio

2015 también ha sido un buen año para **Atresmedia Radio** al cerrar con un margen de Resultado Bruto de Explotación sobre Ingresos netos del 24,3%, el segundo mejor en toda su historia.

Este dato se produce en un contexto de renovación de la franja matinal de Onda Cero con el nuevo programa *Más de Uno*, dirigido y presentado por Carlos Alsina y Juan Ramón Lucas. De nuevo, los acontecimientos vuelven a poner a prueba nuestra capacidad para afrontar desafíos y resolverlos con éxito, como ya lo hemos hecho otras veces. Si algo ha demostrado Onda Cero en sus 25 años de historia, que durante estos meses viene celebrando, es su solidez como marca y su enorme capacidad de superarse y seguir creciendo. Esta división está respaldada por la fuerza del Grupo y puede aprovechar su propia cantera de talento al contar con los mejores profesionales del sector. Hemos iniciado un proceso de modernización de la oferta radiofónica matinal para adaptarla a la mentalidad de una audiencia que, afortunadamente, no deja de



renovarse, cuyo perfil no envejece y que requiere una actualización de los contenidos y del modo en que se cuentan. Estoy convencido de que este cambio dará sus frutos y permitirá alcanzar los ambiciosos objetivos que nos hemos marcado.

En 2015, las tres cadenas de Atresmedia Radio, Onda Cero, Melodía FM y Europa FM, alcanzaron en su conjunto una audiencia media de más de 4,5 millones de seguidores.

Ya he comentado que el mercado de publicidad en radio ha mostrado una gran fortaleza, con un crecimiento del 8,1%.

En este contexto, los **Ingresos Netos** de Atresmedia Radio en 2015 fueron de 89,9 millones de euros frente a 81,2 millones del año anterior, lo que supone un incremento del 10,6% y permite mantener la cuota de mercado a pesar de las dificultades que suponen el cambio en la programación matinal.

Los **Gastos de Explotación** fueron de 68,0 millones de euros, aumentando en 4,4 millones sobre los 63,6 millones de ejercicio 2014.

El **Beneficio Bruto de Explotación** fue de 21,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 24% sobre el año anterior.

#### Otras Actividades

El universo multimedia es una apuesta clara del Grupo y ya forma parte del enfoque habitual en todas nuestras actividades. Los resultados hace tiempo que están avalando esta apuesta. Los datos de **Atresmedia Digital** nos hicieron cerrar el año como el grupo audiovisual líder en Internet, tendencia que se ha confirmado en los primeros meses de 2016.



Atresmedia Digital incrementó los usuarios únicos un 22%, alcanzando los 21 millones. Por otro lado su plataforma de video Atresplayer ya supera los 3,3 millones de usuarios registrados y ha multiplicado por cinco las suscripciones de su oferta de pago alcanzando 46 mil suscriptores. Además, con el lanzamiento de *Flooxer*, la nueva plataforma online de vídeo corto de calidad, hemos dado un paso más en la estrategia multiplataforma del grupo.

Hace dos años decidimos poner en marcha la **División de Diversificación**, una nueva área de actividad dirigida a buscar vías de ingresos alternativos a nuestro negocio tradicional y estar así menos expuestos a los ciclos bajistas del mercado publicitario. En estos dos ejercicios, con trabajo y mucha creatividad, desde Diversificación se ha logrado sacar el máximo partido a los productos licenciados y hemos dado un salto muy importante en nuestra estrategia de internacionalización: a través de las señales *Antena 3 Internacional*, *Atreseries* y *iHOLA! TV*, somos el operador comercial de Europa con más hogares abonados (32 millones) fuera de sus fronteras. Me parece reseñable, asimismo, que Atresmedia haya logrado ganarse una posición muy relevante en el ecosistema emprendedor español, participando en una decena de start-up de alto potencial mediante el modelo de media for equity.

Otra de las áreas que más desarrollo ha experimentado es **Atresmedia Cine**. La División cinematográfica del Grupo ha destacado notablemente con seis estrenos en el año. En conjunto, la recaudación obtenida representó prácticamente el 30% del total del cine español en 2015. Nuestra misión en esta área de actividad es clara: ejecutar con la máxima eficacia y rentabilidad la obligación que la Administración nos impone de invertir en cine español, produciendo contenidos de la máxima calidad como fórmula para atraer al público.



Quiero destacar que el conjunto de los ingresos por todas estas actividades, más algunas otras no mencionadas, es decir, las que no corresponden a nuestros ingresos de publicidad tradicionales, suponen ya el 7% de todos los ingresos del Grupo.

De la comercialización publicitaria sigue encargándose con gran éxito **Atresmedia Publicidad**, cuya cuota del total mercado publicitario supera el 19%. De acuerdo con estudios recientes, se trata del exclusivista de televisión mejor valorado por la calidad de su servicio comercial, su ejecución de los acuerdos y su eficacia publicitaria.

En Atresmedia desde hace años somos conscientes de que, además de generar valor para nuestros accionistas, también tenemos el deber y la responsabilidad de generar valor para la sociedad y contribuir positivamente a su progreso. Compromiso Atresmedia es el resultado de esta firme convicción y el sello que aglutina todas las acciones de **Responsabilidad Corporativa** de la Compañía, entre ellas nuestras iniciativas más notorias como *Ponle Freno*, *Objetivo Bienestar* y *Crea Cultura*, que han seguido sumando logros que suponen importantes avances para la seguridad vial, la investigación científica y la protección de la propiedad intelectual, respectivamente. Debo destacar que *Constantes y Vitales* ha impulsado la creación de un organismo tan importante para mejorar el desarrollo científico como es la Agencia Estatal de Investigación.

En 2015 Atresmedia se adhirió a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género. Enmarcada en este compromiso, Antena 3 Noticias puso en marcha junto con la Fundación Mutua Madrileña la iniciativa Tolerancia Cero dirigida a concienciar y fomentar la denuncia, y sensibilizar sobre este grave problema de nuestra sociedad.



Pero 2015 ha sido también el año del décimo aniversario de la **Fundación Atresmedia**. Diez años impulsando proyectos que garanticen el bienestar de la infancia, que promuevan la mejora educativa y normalicen la discapacidad, y que han contado con todo el potencial de comunicación de nuestros medios y el apoyo de nuestros profesionales.

Estos logros, junto con el aumento de la accesibilidad de nuestros contenidos y plataformas, el incremento de la oferta formativa y las medidas de conciliación para nuestros profesionales o los avances en el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial, reflejan el compromiso decidido que Atresmedia ha adquirido con la sostenibilidad. Y aunque somos conscientes de que queda camino por recorrer, seguimos potenciando el diálogo con nuestros grupos de interés y participando en los principales foros sectoriales de responsabilidad corporativa y “multistakeholder” para seguir integrando la RC en la cultura de nuestra Organización y promoviendo un cambio positivo en la sociedad.

Creo que la conclusión de todo lo que les he expuesto es que todos los parámetros de medida de nuestras actividades han sido excelentes y que, como consecuencia de ello, los resultados económicos que les presentamos son muy positivos. Pero creo que lo más importante es que hemos hecho mucho más sólido nuestro modelo de negocio, hemos profundizado en las actividades tradicionales y lo hemos extendido hacia nuevas áreas de actividad.

Esto es particularmente importante para abordar los nuevos retos que ya tenemos frente a nosotros. Tendremos que gestionar en un entorno de inestabilidad política y económica que incrementará la volatilidad de nuestros mercados, confío en que sólo de modo temporal. Pero también tendremos que afrontar los cambios tecnológicos y de hábitos de consumo



que experimenta la sociedad en su conjunto. Estos cambios son los que tendrán un efecto mayor y más duradero en nuestros negocios. Por eso nuestra insistencia en disponer de un modelo de calidad en el que los requerimientos de espectadores y anunciantes puedan ser satisfechos por el grupo Atresmedia en cualquier contexto y bajo cualquier modalidad. Dedicaremos la máxima atención en el futuro a estas mutaciones, de modo que nuestro modelo se vaya adaptando e incluso anticipando a las nuevas circunstancias que se vayan configurando.

Todos los logros que hemos conseguido en este ejercicio y la capacidad de enfrentar nuevos retos es fruto del trabajo de muchas personas. En primer lugar, el Consejo de Administración ha dirigido y apoyado todas las líneas de actuación que nos han llevado a alcanzar los resultados que les presentamos. Y como siempre, el equipo directivo y todas las personas que forman parte de nuestro Grupo han sabido llevar a cabo su trabajo con esfuerzo y dedicación, poniendo todo su talento al servicio de los objetivos marcados. A todos ellos les expreso mi reconocimiento, les doy las gracias por su contribución y les felicito por los resultados obtenidos.

Finalmente pero no menos importante, les agradezco a ustedes, señoras y señores accionistas, la confianza que depositan en este Grupo. También quiero reiterar nuestro compromiso con sus intereses. Continuaremos trabajando para que Atresmedia sea cada año una compañía mejor, más sólida y más rentable.

Muchas gracias.