

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.****JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS****29 de abril de 2020****Discurso del Sr. D. José Creuheras
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Buenas tardes, señoras y señores accionistas:

Permítanme en primer lugar que tenga un recuerdo para las víctimas del COVID 19 y para sus familiares y allegados. En mi nombre, en el del Consejo de Administración y en el del conjunto de profesionales del Grupo Atresmedia les transmito nuestra solidaridad, afecto y cercanía, que extendiendo a todos aquellos que están padeciendo y combatiendo más directamente esta terrible crisis sanitaria, convertida también en una compleja crisis económica, que sufren ya muchos de nuestros compatriotas. A todos ellos, nuestro aliento.

También un recuerdo especial para dos colectivos que están mostrando una entrega ejemplar en esta crisis: los profesionales de la sanidad y los de las fuerzas armadas. Nuestro reconocimiento, gratitud y afecto. Hemos procurado en todo momento que los informativos de Atresmedia hicieran justicia a su enorme generosidad y eso me hace también sentir orgullo de presidir este grupo.

En estas circunstancias tan extraordinarias, inimaginables hace solo unas semanas, les doy la bienvenida, en mi nombre y en el del Consejo de Administración que tengo el honor de presidir, a esta Junta de Accionistas que se celebra de forma telemática por primera vez en nuestros 30 años de historia (que ahora celebramos), siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias y de la propia CNMV.

Les agradezco especialmente su asistencia. También la de los miembros del Consejo, que me consta que asisten de forma telemática.

Antes de hacer el habitual repaso a la actividad del 2019, en la que luego ahondará el Consejero Delegado, me gustaría hacer un primer análisis -necesariamente incompleto por carecer de la totalidad de las cifras macroeconómicas y microeconómicas- sobre cómo la pandemia que mantiene en pausa al planeta está afectando a nuestro negocio, así como sobre el papel de nuestra Compañía en este momento histórico.



Es sabido que vivimos una época de una enorme complejidad, agravada por el desafío de compatibilizar la imprescindible protección de la salud de los ciudadanos y la capacidad asistencial de nuestro sistema sanitario con la necesidad de reactivar lo antes posible la actividad económica para recuperar el pulso perdido. Son tiempos de incertidumbres, pero también de certezas. La principal, que vamos a salir adelante, tanto sanitaria como económicamente. Y que lo haremos más fuertes, más sabios y más preparados. Así lo sentimos en Atresmedia y con ese propósito estamos trabajando y nos presentamos hoy aquí, ante ustedes, para rendir cuentas de nuestra actividad.

El estado de alarma, del que se cumplen seis semanas, no nos permite sacar aún conclusiones definitivas sobre cómo afectará la crisis económica al sector audiovisual, pero sí que atisbamos algunas primeras tendencias que deseo compartir con ustedes: la población española se ha volcado con la televisión y la radio -que son los negocios principales de nuestro grupo-, un hecho que se ha traducido en máximos históricos de consumo de televisión en abierto en España -con un incremento de cerca de 80 minutos por persona y día, hasta alcanzar las cinco horas diarias- reforzando notablemente nuestro modelo de negocio. Somos la primera actividad de ocio de los españoles, con incrementos además de seguimiento muy notables entre los menores de 45 años.

Pero no es menos cierto que ese altísimo consumo ha venido acompañado de un severo descenso de la inversión publicitaria, de hasta el 60%, a causa de la drástica paralización de la actividad económica.

En este contexto, conscientes del papel principal que la población nos otorga, pero teniendo en cuenta también el desconocimiento sobre el tiempo que se prolongará el acusado descenso de la inversión publicitaria, en el Grupo Atresmedia hemos implantado una serie de medidas para minimizar el impacto de la crisis en nuestra actividad. Se trata de actuaciones que conjugan el rigor económico con el compromiso social y con la audiencia, con un objetivo múltiple: la conservación del empleo, la protección de la salud de los trabajadores, el mantenimiento de los altos estándares de calidad de la oferta televisiva, radiofónica y digital, y la protección del valor de la compañía mediante la implantación de un Plan de Contingencia.

Entre las decisiones adoptadas, cito aquí el apreciable ejercicio de responsabilidad y generosidad realizado por directivos, presentadores, productoras colaboradoras y proveedores del Grupo Atresmedia, al aceptar el ajuste de sus remuneraciones al nuevo

escenario, contribuyendo así al mantenimiento del empleo, tras la brusca caída de la inversión publicitaria que nos ha impactado de lleno.

Hace un momento hemos celebrado un Consejo de Administración en el que también el Consejo, por unanimidad, ha aprobado ajustar su remuneración, lo cual agradezco personalmente.

Como una parte más de este esfuerzo que todos compartimos tomé la iniciativa de proponer al Consejo de Administración que se retirara del orden del día de esta junta general la propuesta que habíamos decidido para la aplicación de resultado de 2019. En línea con años precedentes se incluía el reparto de un dividendo complementario, adicional al que ya se entregó a cuenta en diciembre del año pasado. La legislación excepcional que se ha aprobado con motivo de esta crisis ofrece esta posibilidad de modificación de los acuerdos propuestos, que debe concretarse antes de que celebre la reunión de los accionistas. Hoy resulta evidente que aquella propuesta de dividendo se hizo en un contexto económico y de negocio que han sido profundamente alterados por la crisis sanitaria. Nos ha parecido imperativo y urgente adoptar cualquier medida que contribuya a reforzar y dar mayor estabilidad a la situación financiera del Grupo. Todos los consejeros (dominicales, ejecutivos e independientes) respaldaron esta propuesta. La decisión de diferimiento se comunicó a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el pasado 23 de abril, de manera que la propuesta sobre la aplicación del resultado de 2019 ha sido retirada de las votaciones de hoy. En el plazo extraordinario previsto en la nueva legislación sobre esta materia será necesario que se celebre una nueva junta general ordinaria de accionistas que finalmente se pronuncie y decida sobre este punto concreto. Esa junta deberá celebrarse antes del 31 de octubre de este año y, obviamente, no habrá cambio respecto al dividendo a cuenta ya distribuido.

Por este compromiso que todos compartimos y con el objetivo común de asegurar el mejor futuro posible para nuestro grupo Atresmedia, se ha retirado también de las votaciones de hoy la propuesta del Consejo de Administración para la reforma de la política de remuneraciones de los administradores. Se trataba de una reforma limitada que tenía el objetivo de incorporar en esa política un plan de remuneración variable para los consejeros ejecutivos, parecido al que estuvo vigente en años anteriores y vinculado a los resultados económicos obtenidos en el conjunto de varios ejercicios, todo ello en línea con la práctica habitual de las compañías cotizadas. No obstante, el Consejo de Administración también ha considerado que en las actuales circunstancias es preferible

posponer esta iniciativa y agradece el esfuerzo que realizan los consejeros ejecutivos afectados.

Asimismo, debo resaltar el éxito en la implantación del teletrabajo y la forma ejemplar en que los profesionales se han amoldado a él, con la dificultad añadida de la conciliación de la vida familiar. Una adaptación que ha sido igualmente modélica para aquellos que continúan en sus puestos de forma presencial, en unas condiciones difíciles por la necesidad de extremar las medidas de higiene y seguridad. Este esfuerzo colectivo ha permitido mantener hasta ahora bajo mínimos el número de contagios, con la premisa de que la seguridad y la salud de los trabajadores es la principal prioridad de la compañía. En este punto deseo mencionar y agradecer especialmente el trabajo de las personas encargadas de la limpieza, desinfección y seguridad sanitaria de los centros de trabajo, importantes siempre, pero imprescindibles hoy para mantener la actividad de todo el Grupo Atresmedia. Les anuncio que la vuelta a la normalidad será escalonada, acorde con las indicaciones de las autoridades, pero con acciones propias de protección reforzada para garantizar un entorno seguro a todos nuestros empleados y colaboradores.

Igualmente se ha realizado un gran esfuerzo para mantener la calidad de la programación de nuestros canales de televisión, radio y digital, un trabajo que se ha visto recompensado por el aumento de la audiencia, a medida que crecía la demanda de información veraz y contrastada y de entretenimiento.

Asimismo, en las últimas semanas hemos aprobado un Plan de Contingencia para 2020, revisando todas las partidas presupuestarias, contemplando los múltiples escenarios posibles e incidiendo en la innovación y la flexibilidad como mejores formas de afrontar la crisis. Este Plan nos ha llevado a descartar todas aquellas inversiones no estratégicas, para concentrar los recursos en el negocio principal.

Estas actuaciones obedecen a la prudencia, pero en ningún caso deben interpretarse como un signo de conservadurismo. El audiovisual es un mercado extraordinariamente dinámico y en el Grupo Atresmedia mantenemos una legítima ambición de crecimiento y liderazgo. Por ello estamos dispuestos a aprovechar las oportunidades de inversión que se presenten para reforzar y aumentar el valor de la compañía.

Profundizaremos en el camino de la diversificación, la producción y venta de contenidos a terceros, la explotación de nuestras producciones en multiventanas premium y generalista, y la producción de podcast radiofónicos. Esta estrategia nos ha permitido en el ejercicio 2019 sortear riesgos y ser uno de los "partner" de referencia entre los

operadores internacionales que buscan introducirse en el mercado nacional de contenidos.

Señores y señoras accionistas, en lugar de replegarnos, esperando que la tormenta escampe y los números vuelvan a cuadrar, estoy profundamente satisfecho del paso al frente que hemos dado en tiempos de enorme zozobra. Una decisión que nos ha llevado a redoblar esfuerzos, asumiendo que la sociedad necesitaba más que nunca nuestro amplio abanico de canales y ofertas informativas y de entretenimiento.

Los cientos de horas de información emitidas en directo son un motivo de orgullo. Los profesionales de la información han trabajado con el rigor e independencia habitual, ajenos a presiones de todo tipo y con el pleno respaldo de los órganos de dirección. En tiempos de bulos y *fake news* consideramos nuestra labor informativa más necesaria que nunca: el Grupo Atresmedia no va a renunciar a la información veraz y contrastada, por incómoda que sea para el poder o la oposición. Nuestro único compromiso es con la audiencia, a ella nos debemos y para ella trabajamos. Con pluralidad, que enriquece y clarifica la visión de la realidad. Con mesura y con rigor, pero también con determinación.

En este y otros terrenos actuamos por convicción, sin oportunismos ni cálculos ventajistas, y ello nos ha permitido reforzar nuestros vínculos con los espectadores y los anunciantes. Saben que estamos a su lado, que no les hemos fallado y que somos dignos de su confianza.

La fiabilidad, confianza, penetración y fortaleza de los distintos canales de Atresmedia es ampliamente reconocida por los anunciantes, que son aliados necesarios para superar esta crisis. Estoy convencido de que los anunciantes no dejarán pasar la oportunidad para recuperar el vínculo con sus clientes, utilizando como soporte principal la televisión y la radio, que nos unen y vertebran como país.

Es consustancial al negocio audiovisual estar siempre preparados, en guardia y listos para variar el rumbo. En el sector audiovisual vivimos en un cambio permanente, somos examinados cada día y eso nos ha proporcionado una flexibilidad que, en tiempos de coronavirus es también una apreciada ventaja competitiva.

En definitiva, en el Grupo Atresmedia somos conscientes de que la travesía será larga, pero con el esfuerzo y el compromiso de todos los profesionales del grupo y la complicidad de los anunciantes y el respaldo de la audiencia nos sentimos en las mejores condiciones para afrontar los retos que nos esperan. Reiteramos nuestra vocación de liderazgo, al

servicio de los espectadores y los accionistas, a los que esperamos devolver con creces la confianza depositada en el Grupo.

A continuación, y, como cada año, haré un breve repaso de algunos de los hitos del ejercicio.

Durante 2019, el 26,6% de los espectadores de televisión eligieron nuestros canales para informarse y entretenerse. Atresmedia Televisión se consolidó durante 2019 como el grupo más diverso y de mayor alcance con sus productos de ficción, entretenimiento y actualidad. Más de 21 millones de personas conectaron con nuestra oferta, lo que nos convirtió en el grupo de comunicación con el que más gente conectó cada día en el pasado año.

La calidad y el talento con el que hacemos nuestros contenidos han sido reconocidos con numerosos éxitos de audiencia durante el año 2019 en nuestros formatos de actualidad, entretenimiento y ficción. Más de 9,5 millones de espectadores siguieron la emisión simultánea del debate entre candidatos a la presidencia del 23 de abril, convirtiéndola en la emisión no deportiva más vista desde 2016; el estreno de 'La Voz' fue el más seguido como programa de entretenimiento en los últimos seis años, rozando los cuatro millones de espectadores; y el primer capítulo de la serie 'Matadero' fue la emisión más vista de una serie del año 2019.

Antena 3 Noticias y laSexta Noticias demostraron una vez más que la información es un valor estratégico y una marca claramente diferenciadora frente a nuestros competidores. Reuters Institute, en su informe anual de 2019, situó a Antena 3 Noticias y laSexta Noticias, como referencia informativa absoluta para los españoles y como líderes en credibilidad y confianza.

Además, gracias a nuestra gran apuesta de renovación de la plataforma de pago Atresplayer Premium y a nuestros contenidos en webs, somos líderes absolutos en el contexto digital en nuestro sector con 29 millones de usuarios únicos. Atresplayer ha estrenado con grandísimo éxito de crítica y audiencia productos originales como 'Veneno' y 'El nudo', o en exclusiva ficciones como 'La Valla' y 'Mentiras'. La plataforma ha tenido una acogida excepcional por parte de nuestros usuarios y el número de abonados no para de crecer desde su puesta en marcha. Este modelo marca la senda de la explotación de nuestros contenidos más allá de la ventana tradicional de la televisión en abierto.

En esta misma línea, Atresmedia Studios ha continuado su consolidación como una de las compañías de mayor potencial del sector audiovisual en español, con la producción de series de ficción, programas de entretenimiento, documentales y cine para Amazon Prime Video, Warner Media, Movistar Plus y nuestra propia Compañía, entre una larga lista de operadores nacionales e internacionales que demandan sus productos.

En este año, Studios ha crecido también con la incorporación de Atresmedia Cine, que firmó la película con más recaudación del cine español con 'Padre no hay más que uno', haciéndose con el 33,6% de la taquilla. Entre los hitos cinematográficos de Atresmedia Studios en 2019, se encuentra la película de animación 'Klaus' de Atresmedia Cine, un éxito mundial que obtuvo un Premio BAFTA, una nominación a los Oscar y 7 Premios Annie.

En esta tendencia de crecimiento en la producción para terceros, Atresmedia firmó en 2019 una alianza estratégica con Telefónica para producir y distribuir ficción española en todo el mundo. Este ambicioso proyecto verá la luz en 2020 con la aprobación final de las autoridades de la Competencia.

Atresmedia es también referencia informativa y de entretenimiento en el universo radiofónico. Gracias a su credibilidad, pluralidad, cercanía y variedad de contenidos, tres millones y medio de personas escuchan cada día Atresmedia Radio. Onda Cero ha sido en 2019 la única gran cadena capaz de crecer durante dos años consecutivos, y registró su mejor dato desde 2015 con casi dos millones de oyentes. Los Premios Ondas 2019 reconocieron la calidad de nuestra programación radiofónica con la concesión del Ondas Nacional de Radio a la Mejor Programación especial a 'Más de Uno', de Carlos Alsina.

Permítanme aquí una digresión. Yo por la mañana, cuando estoy a punto de ponerme a trabajar oigo el himno que todos hemos hecho nuestro del "Facciamo finta che tutto va ben" que, sinceramente, nos hermana. Te lleva a otros mundos y establece este vínculo que sólo la radio es capaz de hacernos llegar al fondo de nuestro corazón.

Además, un millón y medio de oyentes disfrutan cada día de Europa FM y Melodía FM, las fórmulas musicales de Atresmedia.

En 2019, en el entorno digital, Atresmedia Radio continuó mejorando la calidad del audio y del vídeo tanto en directo como bajo demanda, así como evolucionando la presencia en los asistentes de voz de móvil y altavoces inteligentes. También se reforzó la variedad de contenidos con el lanzamiento de nuevos formatos de podcast nativos.

Dentro de nuestra habitual estrategia de innovar en las propuestas a las marcas y anunciantes, Atresmedia Publicidad ha lanzado durante 2019 NEXTV, una oferta de productos híbridos que se adapta al entorno cambiante y afronta el futuro rompiendo el muro entre televisión y digital, para hacer del mercado audiovisual global una realidad a través de la investigación, la innovación, la eficacia y la rentabilidad.

Esta nueva política ha permitido que, a pesar de la inestabilidad del mercado en 2019, nuestro Grupo haya obtenido unos notables resultados en el ejercicio, demostrando que la televisión mantiene su eficacia y sus fortalezas para los anunciantes.

En 2019 hemos persistido en nuestro trabajo para ser un entorno seguro para las marcas, un espacio adecuado para sus productos y reputación, pero también para promover y divulgar las causas sociales que defienden. Por ello, numerosos anunciantes nos han elegido además como socios en sus acciones sociales.

El área de Diversificación, dentro de la apuesta de Atresmedia por seguir obteniendo recursos de fuentes no tradicionales en nuestro negocio, ha consolidado su posición en el mercado global con sus cuatro canales internacionales, Antena 3 Internacional, ¡Hola! TV, Atreseries y Atrescine, que llegan ya a más de 60 millones de hogares en todo el mundo.

Además, ha seguido explorando con éxito nuevos éxitos y nuevos negocios como la *Escape Room* de La Casa de Papel, que consiguió atraer a más de 100.000 visitantes en nuestro país.

Nuestra Compañía se ha convertido en un referente del ecosistema emprendedor y de capital riesgo y, gracias a ello, las empresas participadas en *Media for Equity* por Atresmedia han logrado este año financiación por un valor total de 380 millones de euros.

Dentro del *publishing* musical cabe resaltar el crecimiento internacional derivado de los éxitos de las series, de la gestión internacional de los derechos musicales, y del crecimiento de usuarios de nuestra librería musical Irradia.

Como parte de la estrategia digital de la Compañía, en 2019 nació el área de *Data & Analytics*, que ha convertido a Atresmedia en una empresa que apoya sus decisiones tácticas y estratégicas en los datos que su propia actividad genera. Así, optimizamos el uso de los datos para mejorar la experiencia de usuarios y anunciantes. Los principales desarrollos en el pasado año fueron: recomendación de contenidos para Atresplayer, optimización de la analítica digital y publicidad digital personalizada.



Además, en 2020 nos enfrentamos una vez más a dos iniciativas regulatorias que verán la luz en este año y que afectarán a nuestra actividad. Por una parte, la trasposición de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, que esperamos equipare a los diferentes operadores que operan en España en obligaciones y derechos, sea su forma cual sea. Con ello lograremos que, como venimos reclamando largamente, se termine con las asimetrías regulatorias que penalizan especialmente a las televisiones comerciales nacionales en abierto.

Por otro lado, el Segundo Dividendo Digital que, tras los cambios en la ubicación de las frecuencias provocado por el 5G, producirá una nueva migración de los canales de la Televisión Digital Terrestre, entre los que se encuentran los seis canales de Atresmedia, que obligará a los ciudadanos a adaptar sus antenas y resintonizar sus televisiones. Un proceso en marcha, que va razonablemente bien, pero que ha quedado paralizado por la declaración del estado de alarma.

Debo referirme también a la multa que la CNMC nos ha impuesto en este año 2019 para sancionar supuestas conductas de Atresmedia contrarias a la competencia. Reiteramos ahora que esa multa, que es muy relevante en su cuantía, nos parece injusta, desproporcionada e injustificable. Ya hemos iniciado su impugnación ante los tribunales de justicia siendo conscientes de que será un proceso legal largo, difícil y complejo, pero convencidos de sus expectativas de éxito por la solidez de nuestros argumentos jurídicos y por la corrección de nuestra conducta como empresa.

Por otra parte, el Grupo Atresmedia es consciente de su influencia y responsabilidad como medio de comunicación de cara a la sociedad, de su peso como empleador, como contratista de sus proveedores y como elección de sus accionistas. Muestra de nuestro compromiso con dicha responsabilidad, es la revisión de la Política General de Responsabilidad Corporativa. Gracias a esta actualización nos acercamos aún más a las tendencias del sector y a las necesidades de la realidad en la que operamos con las características propias de un negocio responsable que siempre nos han diferenciado. Cabe destacar además que en este ejercicio el Consejo de Administración ha corroborado su apoyo al Plan Director de Responsabilidad Corporativa vigente hasta 2020, incrementando la integración de asuntos extra financieros en sus reuniones.

En este aspecto, continuamos el desarrollo de nuestra actividad muy alineados con los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Agenda 20-30 y los Objetivos de

Desarrollo Sostenible, porque hemos entendido que somos actores clave para su consecución.

También se ha continuado con el proceso de mejora en materia de buen gobierno corporativo. Como en años anteriores, al cierre del ejercicio 2019 Atresmedia cumplía la práctica totalidad de las recomendaciones que le son de aplicación según el Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas, que además ahora está en proceso de revisión y mejora por parte de la CNMV. Si todo se desarrolla según lo previsto, uno de nuestros objetivos para 2020 será analizar las nuevas recomendaciones que incluya esta revisión del Código e intentar adaptar nuestro sistema de gobierno corporativo, en la línea de mayor exigencia que establezca el nuevo texto normativo.

Por último, la consecución de todos estos logros y su perpetuación en el tiempo pasan por el equilibrio entre la necesaria rentabilidad y nuestro compromiso con la sociedad. En Atresmedia no entendemos el ejercicio de nuestro trabajo sin la observación de las demandas de nuestros grupos de interés y sin la divulgación de las que consideramos causas sociales justas y que exigen nuestra acción y compromiso. Compromiso Atresmedia y la Fundación Atresmedia son nuestro vehículo para ello desde hace más de una década. Nos enorgullece ser partícipes de los logros que se han obtenido en temas relevantes para el Grupo, con campañas de Responsabilidad Corporativa en causas como la seguridad vial, la lucha contra la violencia machista, la investigación médica, la protección de la cultura, la salud, el medioambiente y la educación. Este año, además, celebramos el nacimiento de la iniciativa Levanta la Cabeza, cuyo objetivo es concienciar sobre el uso responsable de la tecnología, algo que como también estamos viendo en estos tiempos de crisis y confinamiento es muy relevante para nuestra sociedad y especialmente para nuestros jóvenes.

Desde la Fundación Atresmedia, hemos colaborado en 2019 con más de 200 hospitales en diversas acciones, y se elaboró el primer Informe sobre la Humanización de Hospitales infantiles con recomendaciones para mejorar la experiencia hospitalaria de los más pequeños y de sus familias. Hemos mantenido nuestro apoyo a la labor docente, con los proyectos Grandes Profes y Grandes Iniciativas, y contribuimos a la empleabilidad juvenil con la campaña Descubre la FP, que promueve la Formación Profesional.

Por último, el proyecto de normalización de la discapacidad, que en 2020 ha pasado a integrarse en el área de Responsabilidad Corporativa del Grupo, realizó distintas

campañas de sensibilización y becó a jóvenes con discapacidad en formaciones que permitan su incorporación al sector audiovisual.

Para finalizar, quiero mostrar mi agradecimiento a todos aquellos que contribuyen al desarrollo de nuestro negocio, sin cuyo soporte no podríamos haber alcanzado todos estos logros.

También aprovecho para agradecer a todos los profesionales que están haciendo posible esta retransmisión telemática, tanto en Madrid como en las diferentes sedes.

El éxito y la respuesta a todos los cambios y retos a los que nos enfrentamos se deben, en gran medida, a la ilusión, talento y profesionalidad de las 2.527 personas que han formado parte del Grupo en 2019 y que comparten la creencia en el poder de la reflexión y la emoción que nos define como Compañía.

Como dice una campaña corporativa nuestra que se está emitiendo en todos los canales de Atresmedia, "Somos la televisión de un gran país", y estamos unidos para superar juntos cualquier adversidad.

No quisiera terminar sin enviarles un mensaje de esperanza. Porque cuando acabe este periodo de confinamiento y, poco a poco, empecemos a recobrar la senda de la normalidad, nos daremos cuenta de que las cosas no son exactamente como las dejamos hace unas semanas: habremos cambiado más de lo que somos capaces de apreciar ahora, algunos de nuestros hábitos puede que empiecen a ser distintos y que apreciemos mucho más valores como la responsabilidad, la solidaridad y el compromiso para construir una sociedad mejor.

Esos son precisamente los valores que identifican a Atresmedia, que hemos transmitido siempre y seguimos transmitiendo en este periodo tan duro y difícil que estamos viviendo.

Nuestro proyecto como Grupo audiovisual global no tendría sentido sin la confianza de la audiencia, los anunciantes y, por supuesto, de ustedes, nuestros accionistas, que siguen apoyando nuestro modelo.

Muchas gracias.