

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.****JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS****28 de abril de 2021****Discurso del Sr. D. Silvio González****CEO ATRESMEDIA**

Señoras y señores accionistas, les doy la bienvenida a esta Junta General 2021.

Quiero comenzar sumándome a las condolencias manifestadas por nuestro Presidente y mostrar mi solidaridad con todos aquellos que han perdido familiares, amigos o seres queridos como consecuencia de la Pandemia.

Hace un año, en la Junta General, apuntaba que la Pandemia originada por el Covid 19 era la mayor crisis sanitaria vivida en muchas generaciones y alertaba de sus efectos negativos en nuestras vidas.

Hoy sabemos los efectos devastadores que ha tenido en la salud de las personas y en la actividad económica y social. Pero también hemos comprobado cómo el altísimo nivel de conocimiento científico, la capacidad de la industria sanitaria y el decidido apoyo de los Estados ha permitido crear vacunas en tiempo récord y, con ellas, la esperanza de que, antes de final de año, recuperemos la normalidad.

En este sentido, y aunque el impacto en la actividad económica ha sido y sigue siendo muy negativo, todos los organismos y expertos económicos esperan una recuperación económica rápida. Concretamente, en el caso de España, apuntan un fuerte crecimiento del Producto Interior Bruto para el segundo semestre de este año y para el año 2022.

En este contexto, debo destacar que el Grupo Atresmedia en su conjunto ha sabido afrontar de una forma encomiable cada una de las etapas de esta crisis, lo que nos ha permitido cumplir con nuestro propósito de informar y entretener, manteniendo en todo momento nuestras emisiones y nuestra actividad diaria, y alcanzar unos resultados muy positivos, impensables hace un año. Por ello quiero agradecer el esfuerzo y compromiso de cada una de las personas que forman Atresmedia. Han demostrado una vez más su capacidad de adaptación a circunstancias muy difíciles,



manteniendo los estándares de calidad, innovación y responsabilidad que son exigibles en nuestro Grupo.

Como he dicho, 2020 ha sido un año muy complicado en el que la economía española se ha visto muy afectada por la pandemia y por el impacto de las medidas adoptadas durante la misma. Resultado de ello ha sido el descenso del producto interior bruto en un -11%, la mayor caída desde 1936. Esta evolución negativa de la economía afecta directamente a la capacidad de inversión en publicidad de las empresas, con una súbita caída de su demanda y la necesidad de ajustar costes a corto plazo.

Así el **mercado publicitario** español ha sufrido en los meses de marzo a junio pasados las mayores caídas de su historia, lo que ha afectado a todos los medios sin excepción. Según Infoadex la inversión publicitaria en 2020 ha experimentado un decremento del -18,1% en el total de medios. Los tres primeros medios por volumen de inversión -digital, televisión y radio- han caído un -5,3%, -18,4% y -22,9% respectivamente.

En las Cuentas Anuales de Atresmedia y en el resto de los documentos puestos a su disposición con anterioridad a este acto se encuentran todos los detalles referentes a la evolución económica y financiera del Grupo durante el ejercicio 2020. En esta intervención resumiré los puntos más significativos.

**Las principales cifras de las cuentas consolidadas del Grupo Atresmedia son las siguientes:**

El importe neto de la cifra de negocios en el ejercicio 2020 ha sido de 799,1 millones de euros, disminuyendo un -18% con respecto al ejercicio anterior. Los **ingresos totales netos** alcanzaron los 866,3 millones de euros, disminuyendo un -17% con respecto el año anterior.

Los **gastos de explotación** han sido de 826,2 millones de euros, lo que supone un descenso de -6%. En este ejercicio se llevado a cabo un plan de bajas incentivadas extraordinario y se ha registrado un ajuste negativo del valor en libros del fondo de comercio de Uniprex. Excluyendo ambos impactos extraordinarios, los gastos de explotación recurrentes se han reducido en 100 millones de euros, -11,5%. Este importantísimo ajuste es el resultado de la política de contención puesta en marcha



como respuesta a las consecuencias de la pandemia, que ha permitido este ahorro tan significativo sin afectar a la posición competitiva del Grupo.

El **beneficio de explotación** en 2020 ha sido de 40,1 millones de euros disminuyendo un -76% respecto a 2019.

El beneficio antes de impuestos ha sido de 33,7 millones de euros, disminuyendo un -79%. Finalmente, el **beneficio neto** del ejercicio ha sido de 23,9 millones frente a 118 millones en 2019.

A pesar de los menores resultados provocados por la caída de ingresos, la generación de caja ha continuado siendo muy elevada, 105 millones de euros de flujo neto de explotación. Por su parte, la **deuda financiera neta** al cierre de 2020 era de 117 millones de euros frente a 193 millones al cierre del ejercicio anterior, siendo la cifra de endeudamiento más baja desde 2011.

Lo anterior sintetiza bien la solidez de la **situación financiera** del Grupo, que ha sido siempre uno de los objetivos principales de gestión, como ha resaltado el Presidente en su intervención.

Sin embargo, en el entorno de incertidumbre de 2020, las bolsas europeas acumularon en general pérdidas en el año y, en España, las cotizaciones de los grandes valores han sufrido retrocesos importantes, con el IBEX35, bajando un 15,5% en el conjunto de 2020. Lógicamente, también las acciones de medios de comunicación han sufrido una corrección a la baja. La cotización de Atresmedia cerró 2020 en 2,88 euros por acción, con una caída anual del -17,3%. En sentido contrario, las mejores perspectivas de 2021 han llevado a una mejor evolución en lo que va de año, con una revalorización de Atresmedia del 27%.

### **Televisión**

Pasando a nuestra **actividad de televisión**, en 2020 el consumo rompió la tendencia a la baja de años anteriores y se situó en un promedio de 4 horas por persona y día, 18 minutos más que el 2019.

Con la pandemia la televisión ha visto reforzado su papel esencial como medio de información y entretenimiento. En abril de 2020 registró el mes de mayor consumo en la historia de la televisión en España. Aunque la situación excepcional que se está



viviendo es la razón fundamental de este comportamiento, creo que también se pone de manifiesto que la televisión es y seguirá siendo el medio favorito para informarse y entretenerse, con una oferta siempre variada y con una capacidad de adaptación a los cambiantes gustos y necesidades de los espectadores que otros competidores no pueden tener.

En lo que se refiere a la **audiencia**, en el año 2020 **Atresmedia TV** es el único grupo que crece. El conjunto de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el año 2020 una cuota de audiencia del 26,3%, dato que se eleva al 27,8% en el target comercial, el más atractivo para los anunciantes, y hasta el 27,9% en la franja del prime time en *target* comercial. Atresmedia TV es el grupo de comunicación con el que más gente contacta al día con 22 millones de personas diferentes.

Como grandes **hitos de Atresmedia Televisión** podemos destacar los siguientes:

-Por lo que se refiere a nuestros **programas informativos y de actualidad**:

- Los *informativos de Antena 3* son por tercer año consecutivo los más vistos de la televisión, con un 16,6% del share y su mejor resultado desde 2009.
- *laSexta Noticias* consigue sus mejores datos anuales de la historia con 1,2 millones de espectadores y el programa *Al rojo vivo* alcanza también su año más visto, con un 14,7% de share.

En cuanto a nuestros **programas de entretenimiento**:

- El estreno de *Pasapalabra*, concurso más popular de la televisión, se convierte en líder absoluto de las tardes.
- *Mask Singer* registró el mejor estreno de entretenimiento de los últimos 8 años.
- El hormiguero *3.0.* se mantiene como el programa líder absoluto de su franja por sexto año consecutivo con más de 2,6 millones de espectadores y un 14,9% de share.

Los canales temáticos Neox, Nova, Mega y Atreseries siguen siendo líderes en su público objetivo con un share conjunto de 7,5%.

El **importe neto** de la cifra de negocios de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. en el ejercicio 2020 ha sido de 616 millones de euros disminuyendo un -16% con respecto el año anterior. Los **ingresos totales netos**,



que añaden a los publicitarios los que provienen de otras actividades, llegaron a 693,9 millones de euros, disminuyendo un -13 % con respecto al año 2019.

Los **gastos de explotación** han sido de 649,5 millones de euros, disminuyendo un -5%, lo que evidencia la rigurosa política de control de costes que seguimos aplicando a pesar de las crecientes tensiones competitivas del sector.

El **beneficio de explotación** en 2020 ha sido de 44,5 millones de euros, disminuyendo un -63% con respecto al ejercicio anterior.

El beneficio antes de impuestos ha sido de 48,8 millones, con una disminución del -63% con respecto al ejercicio anterior. Finalmente, el **beneficio neto** del ejercicio ha sido de 35,6 millones frente a 103 millones en 2019, lo que supone una disminución del -65%.

### **Radio**

**Atresmedia Radio** ha seguido siendo un referente en la información y el entretenimiento radiofónicos. En 2020 esta División ha registrado 3 millones de oyentes a través de sus tres cadenas independientes.

La cadena generalista del Grupo, Onda Cero, tiene como pilares la solvencia y el rigor de sus grandes comunicadores, Carlos Alsina, Julia Otero, Juan Ramón Lucas y José Ramón de la Morena, acompañados por Jaime Cantizano en los fines de semana. En el último Estudio General de Medios (EGM) alcanza 1 millón de oyentes.

Las cadenas musicales, Europa FM y Melodía FM han alcanzado el millón y los 172 mil oyentes respectivamente.

Atresmedia Radio ha registrado en el año 2020 unos **ingresos netos** de 67 millones de euros frente a los 83,1 millones de euros obtenidos en el 2019, lo que supone una disminución del -19%.

Los **gastos de explotación** han sido de 64,6 millones de euros, frente a los 65,9 millones de euros en el acumulado a diciembre de 2019, una disminución -2%.

El **Resultado Bruto de Explotación** en 2020 ha sido de 2,4 millones de euros, lo que supone una disminución del -86% con respecto el 2019.



### **Otras Actividades**

En 2020 nuestra División Comercial, al igual que el resto de las áreas, se ha enfrentado a uno de los mayores retos con la pandemia debido a la caída sin precedentes de la demanda de publicidad por parte de los anunciantes. En este contexto **Atresmedia Publicidad** ha sabido ofrecer a sus clientes la oportunidad de renovarse, actualizarse y ser más relevantes para el consumidor, proporcionándoles soluciones y formatos innovadores para mejorar el retorno de su inversión. Toda esta labor publicitaria hace que Atresmedia sea el principal operador español con una cuota del 18% del total del mercado publicitario.

Entre alguna de las principales novedades podemos destacar la firma en 2020 de un acuerdo estratégico de Atresmedia Publicidad y Smartclip Europe para el desarrollo de la publicidad *addressable* en televisión con su proyecto pionero de *advanced TV* "Prometheus". Este proyecto permitirá crear estrategias publicitarias multipantalla y multiformato gracias a la utilización de datos de consumo de televisión.

Además, en 2020 Atresmedia ha dado un paso más en su estrategia de liderazgo en el entorno publicitario con la compra de la empresa **H2H**, Human to Human, la agencia líder en influencer marketing en España. Con esta operación completamos nuestra oferta comercial para las marcas y podemos ofrecer a nuestros clientes la solución más completa e innovadora para sus objetivos de comunicación.

En cuanto a nuestra **actividad digital**, Atresmedia alcanzó en diciembre de 2020 la cifra de 28,2 millones de usuarios únicos, siendo el grupo audiovisual líder en España. La plataforma de vídeo online Atresplayer subió hasta 4,2 millones de usuarios únicos, con 9 millones de usuarios registrados. Finalmente, nuestra plataforma de pago Atresplayer Premium registró una cifra récord de suscriptores al cierre del año pasado, 452.000, multiplicando por 3,6 la cifra de finales de 2019. Esta oferta premium ha crecido y se ha consolidado como el referente español de plataforma de pago, ofreciendo a sus espectadores contenidos originales y productos exclusivos entre los que destacan "Veneno", "La Valla" o el documental "El Instante Decisivo".

Por lo que se refiere a **Atresmedia Diversificación**, los canales internacionales – Antena 3 Internacional, Atreseries, ¡HOLA! TV y AtresCine– están presentes en 54 millones de hogares, extendiéndose por más de una treintena de países de todo el



mundo. Hemos continuado con nuestra apuesta por el emprendimiento con el modelo *Media for Equity*, aunque en este ejercicio el flujo neto de caja ha sido a nuestro favor por la venta de algunas de nuestras participaciones con plusvalías muy significativas, como ha sido el caso de Glovo que multiplico por diez la inversión inicial.

**Atresmedia cine**, cumpliendo con nuestra obligación legal de invertir en cine español, y con el objetivo de apoyar la industria cinematográfica en 2020, estrenó cinco películas. Destacan “Malasaña 32” y “Padre no hay más que uno 2”, que se ha convertido en la película más taquillera de España. La recaudación de nuestros largometrajes ha representado el 52% de la magra recaudación total del cine español en el periodo. Sin duda ha sido uno de los sectores culturales más perjudicados por la pandemia.

Como ya anunciamos en la pasada junta, la actividad de Atresmedia Studios se ha integrado en **Buendía Estudios** como resultado del acuerdo entre Atresmedia y Telefónica. El objetivo de esta nueva sociedad es convertirse en el estudio de referencia en la creación y producción de contenidos en español para el mercado nacional e internacional. Actualmente están en proceso de desarrollo más de 40 proyectos de ficción, programas de entretenimiento y series documentales.

Siempre repetiré que en Atresmedia los valores corporativos son fundamentales, lo que nos lleva a una gestión responsable del negocio y a apoyar el cambio positivo en la sociedad. Tenemos una gran capacidad de comunicación, de atracción y de influencia, pero también la responsabilidad de utilizar ese poder para para construir una sociedad mejor. La no presencialidad no ha sido un impedimento para continuar con nuestra labor de concienciación y acción social a través de las iniciativas de Compromiso Atresmedia, el programa de voluntariado corporativo y las actividades de la Fundación Atresmedia como ha comentado el Presidente.

Con todo lo expuesto, espero haber recogido los aspectos principales de la gestión durante el pasado ejercicio. He tratado de poner de manifiesto que 2020 ha sido un año muy complejo, en un entorno muy complicado, en el que Atresmedia ha sabido tomar las decisiones adecuadas para presentar unos sólidos resultados anuales, preservar la fortaleza financiera y mantener nuestra posición competitiva en los mercados en que operamos.



Termino ya dando las gracias a nuestros directivos, empleados y colaboradores por el excelente trabajo realizado. A nuestro Consejo de Administración por la especial relevancia de su labor en unas circunstancias tan difíciles como las actuales. Sus directrices han sido clave para la consecución de los resultados que he presentado y para mantener la posición de liderazgo en nuestras actividades. Y a todos ustedes, señoras y señores accionistas, por la confianza depositada en el Grupo Atresmedia, que continuará participando en la recuperación y en la salida de esta crisis y trabajando con ilusión para seguir siendo el principal proyecto audiovisual de nuestro país.

En esta situación, cuidense todos.

Muchas gracias