

**ANTENA 3 DE TELEVISIÓN, S.A.**

**Discurso del Presidente**

**Junta General Accionistas**

**12 Mayo 2004**

Señoras y señores accionistas:

Quiero agradecer su presencia en esta Junta General de Accionistas, la primera que celebra la Compañía desde que estrenó -con gran éxito- su condición de sociedad cotizada.

Es ineludible que comience mi intervención señalando que el ejercicio pasado fue muy especial para ANTENA 3 DE TELEVISIÓN.

Como todos ustedes saben, en 2003 el grupo Planeta DeAgostini tomó una importante participación accionarial en esta Compañía y, con ella, la responsabilidad directa de su gestión, para lo que fue designado un nuevo equipo directivo que ha tenido que afrontar grandes retos.

El primero de esos desafíos fue, sin duda, la colocación del activo A3TV en el mercado de valores español.

La salida a Bolsa de esta Compañía se llevó a cabo en un tiempo *record* y, sobre todo, con un éxito incontestable: al cierre del ejercicio 2003 –tras sólo dos meses de cotización- A3TV se había revalorizado un 38,6%. El valor de nuestra acción sigue creciendo y, a día de ayer, 11 de mayo, se sitúa en un ...%.

También en el terreno de la audiencia ANTENA 3 TELEVISIÓN está ganando posiciones. La cadena venía de una etapa de fracasos en su oferta de programación, lo que había colocado a ANTENA 3 en una posición de franca desventaja frente a sus competidores. Los ajustes efectuados a partir del segundo semestre de 2003, comenzaron a dar sus frutos de forma inmediata. Hoy nuestra cadena cuenta con una estructura de programación más sólida y más atractiva para el telespectador, que logra convocar a buena parte de las familias españolas.

Quiero destacar el éxito de nuestras series de ficción, con títulos que son líderes en sus franjas de emisión, desbancando de ese puesto de privilegio a nuestros competidores.

Nuestros informativos mantuvieron durante el pasado año su liderazgo entre las televisiones privadas.

Ese camino, recorrido en tan poco espacio de tiempo y en un escenario de fuerte competencia, nos obligó a una utilización racional de nuestros recursos, incluyendo la toma de decisiones dolorosas pero imprescindibles para acercar nuestra estructura

y nuestros *ratios* de eficacia y rentabilidad al nivel que debe exigirse a una empresa como Antena 3 Televisión. Hoy, con la objetividad que otorgan el transcurso del tiempo y los resultados alcanzados, puedo decirles que aquellas decisiones fueron acertadas.

El sector de los medios de comunicación en general, y el de la televisión en particular, se mueve dentro de las coordenadas de la rentabilidad y la independencia, y, así, a mayor rentabilidad, mayor independencia.

Ese binomio debe ser nuestra meta permanente, de modo que A3TV ofrezca rentabilidad a sus accionistas, e independencia a sus espectadores.

Los logros obtenidos hasta ahora por el nuevo equipo son producto de un serio y analizado proyecto que, además y como si de un premio al esfuerzo se tratase, se ha visto acompañado de un cambio en la tendencia del mercado publicitario que, en los últimos años, se había caracterizado por la caída de la inversión. También esto nos permite mirar con más optimismo hacia el futuro.

Nuestra actividad, como miembros destacados del sector televisivo español, está

hoy muy atenta a las decisiones que se estudian por el nuevo Ejecutivo. Me refiero a la anunciada y prometida reforma del modelo de televisión pública.

Tenemos grandes esperanzas en esa reforma, en la definición de ese nuevo modelo, por cuanto lo que se ha adelantado al respecto parece encaminado a dar fin al privilegio con el que, en clara competencia desleal, vienen actuando en el mercado publicitario y de programas las televisiones públicas, al disponer de un doble recurso de financiación—publicidad y ayudas públicas— que, además, les permite un endeudamiento ilimitado.

Desde ANTENA 3 apostamos por esa reforma, que debe servir para normalizar un sector que hasta ahora ha mantenido distorsionados los límites que separan lo público de lo privado. El nuevo modelo que se alumbre deberá contemplar, a nuestro juicio, dos elementos fundamentales:

- Por un lado, limitar significativamente la participación de las televisiones públicas en el mercado publicitario, mediante, entre otras posibles medidas, la reducción del tiempo de emisión de publicidad por esas televisiones.

- Por otro, definir los contenidos propios de la televisión pública.

Esta es la tarea encomendada al comité de expertos que ha designado el nuevo Gobierno y que esperamos que concluya con prontitud y acierto.

El repaso al sector audiovisual español nos aporta, en el horizonte, otro asunto controvertido. El proyecto de Televisión Digital Terrestre –la TDT- sigue sin encontrar un escenario propicio para su desarrollo e implantación.

La TDT lleva tiempo buscando su oportunidad. También en la Unión Europea, la TDT se mueve en sus propias contradicciones. Contamos con una fecha más o menos aceptada –el año 2012- para proceder al apagón analógico; es decir, para poner punto final a la televisión analógica, la televisión que recibimos hoy en todos los hogares. Pero el tiempo transcurrido y los acontecimientos acaecidos desde que, en 1998, el Gobierno decidió iniciar por Real Decreto el proceso de implantación de la TDT, hacen pensar que tal fecha es, cada día más, una quimera.

Por ello, para que en nuestro país pueda hablarse de la Televisión Digital Terrestre con cierta propiedad, el nuevo Ejecutivo habrá de marcar las líneas básicas para su desarrollo, si es que mantiene la voluntad de cumplir unos plazos que, a día de hoy, se presentan imposibles.

En ese sentido, debo manifestar que la iniciativa privada sólo apoyará y colaborará activamente en el desarrollo de la TDT si cuenta con los elementos necesarios y pertinentes para participar en un mercado con posibilidades reales de rentabilidad. Parece una obviedad, pero lo cierto es que, hasta ahora la TDT no ha sido más que una realidad tecnológica y una carga para los operadores de televisión que nos vimos obligados, desde marzo de 2002, ha efectuar unas emisiones en tecnología digital que, en la práctica, se pierden en el espacio radioeléctrico sin que las reciba ningún colectivo reseñable, dado que, por el momento, la TDT no forma parte de las necesidades ni de las inquietudes de los telespectadores.

El actual sistema desincentiva a los operadores de televisión (emisores) y no despierta interés en los telespectadores (receptores). Es fácil concluir que ese sistema necesita una urgente y drástica revisión si es

que España quiere estar en plazos razonables en el mundo real de la televisión digital terrestre. Para ello, el Gobierno deberá poner a disposición de los operadores espectro suficiente para emitir ofertas de programación diferenciadas y atractiva para los telespectadores, sin imposiciones que, como hasta ahora, graven esa actividad haciéndola inviable, y estimular la fabricación y distribución, a precios razonables y asequibles, de receptores de TDT para que su despliegue en los hogares permita acceder a esas nuevas programaciones digitales.

Es un hecho objetivo que la televisión es un sector extremadamente regulado en el que, además, se meten en el mismo saco, si me permiten la expresión coloquial, a las televisiones públicas y a las televisiones privadas, sin tener en consideración que éstas, como cualquier otra empresa de cualquier otro sector, no sólo tienen derecho a obtener rentabilidad sino que tienen la obligación de dar esa rentabilidad a sus accionistas.

Entre esa regulación excesiva e indiscriminada destaca la obligación que tenemos los canales de televisión de hacer pública nuestra programación con 11 días de antelación a su emisión, con prohibición

expresa de efectuar modificaciones en ese período.

La norma se autojustifica como protección del derecho de información de los telespectadores, evitando la contraprogramación.

Sin embargo, la realidad es muy otra, ya que los espectadores han demostrado en muchas ocasiones que no necesitan ese abultado plazo de 11 días para conocer la programación de las distintas cadenas y poder efectuar su opción televisiva. Ese plazo únicamente beneficia a los medios impresos (semanales de los diarios, revistas especializadas) que dedican todo o parte de su espacio a difundir la programación de las distintas cadenas de televisión.

Estamos, pues, en presencia de una norma que favorece a agentes ajenos al sector de la televisión y que no aporta ningún beneficio real a los telespectadores. Aún así, nada tendríamos que decir si esa obligación resultase inocua para la cadena.

Pero, bien al contrario, la norma perjudica seriamente a los propios agentes del sector, ya que, por un lado, nos obliga a facilitar a

nuestros competidores el conocimiento directo de nuestra estrategia de programación con 11 días de antelación, otorgando un tiempo más que suficiente para tratar de neutralizar el impacto en la audiencia de los estrenos, por ejemplo, como se ha visto en fechas muy recientes, y, de otro, imposibilita durante casi dos semanas la retirada de la parrilla (o su traslado) de programas con cuotas bajas de audiencia, que lastran los resultados generales de la programación incidiendo de manera negativa en la generación de ingresos, y, en consecuencia, afecta a la cuenta de pérdidas y ganancias de la Compañía.

Es claro que la norma desconoce la realidad del mercado e impone un freno injustificado a la autonomía en la gestión de las empresas privadas de televisión, por mor de un presunto derecho de los telespectadores a planificar su ocio televisivo con 11 días de antelación.

Los canales privados trabajamos ya en diferentes foros con el fin de favorecer una revisión de esta norma, y entendemos que aquí también debería actuar el nuevo Gobierno aprovechando su iniciativa de reforma del modelo de televisión pública.

Continuando en el ámbito de la regulación a la que está sometida nuestra actividad, no quiero dejar de referirme a la imprescindible modificación de la Ley de Propiedad Intelectual en lo que se refiere a la actividad de las entidades de gestión de derechos de autor y otros derechos afines.

La televisión se nutre, en gran medida, de la creación intelectual y, por tanto, somos un sector generador de esa creación y una importante inyección creativa y económica para el mundo de los derechos de autor.

Sin embargo, el sistema vigente en la gestión colectiva de los derechos de propiedad intelectual no sólo no toma en consideración que esa propiedad intelectual sería más pobre sin nosotros, sino que grava de manera insoportable nuestra actividad. Con la excusa de abolir el monopolio en la gestión colectiva de esos derechos que ostentaba la SGAE, la Ley vigente ha permitido la aparición de una multiplicidad de monopolios sectoriales de los distintos derechos de propiedad intelectual: de los autores musicales, de los guionistas, de los directores-realizadores, de los actores, de los bailarines, de los cantantes, de las casas discográficas, etc. Sus aspiraciones recaudatorias se basan en porcentajes de los

ingresos de explotación de las cadenas de televisión, de modo que la mera aparición de las distintas entidades de gestión hace que los porcentajes que exigen cada una de ellas se acumule a los que exigen las demás. Por ello, el sistema pueda acabar ahogando la rentabilidad de las cadenas privadas de televisión.

Es, pues, imprescindible una reforma de la Ley de Propiedad Intelectual que racionalice la gestión colectiva de los derechos que ella protege, de modo que las empresas privadas, que tienen el derecho (tan legítimo como el de los autores) de obtener rentabilidad, dispongan de un sistema que permita controlar con antelación el coste del uso de la propiedad intelectual. Ello implica el establecimiento de un sistema de costes máximos relacionados con la utilización real de esa propiedad intelectual, y con una recaudación unificada que garantice la seguridad jurídica del operador televisivo.

Apelamos, también en esto, al nuevo Gobierno para que dé una respuesta satisfactoria a esta cuestión que lleva ya demasiados años generando graves problemas en demasiados sectores de la actividad económica.

En cualquier caso, miramos con optimismo hacia el futuro. ANTENA 3 ha superado con éxito notable los grandes retos con los que nos encontramos hace poco menos de un año. En tan corto espacio de tiempo, el nuevo equipo de gestión de ANTENA 3 afrontó con éxito un cambio en la organización y gestión, corrigiendo la tendencia a la pérdida de audiencia, al tiempo que se resolvió un expediente de regulación de empleo que nos ha permitido situarnos en una posición semejante a la de nuestros competidores. Todo ello sin olvidar el proceso de salida a Bolsa, proceso que hoy es contemplado con admiración desde todos los puntos de vista. La rentabilidad bursátil de ANTENA 3 marca hoy uno de los *records* entre las empresas cotizadas.

Para finalizar mi intervención quiero referirme al Consejo de Administración de ANTENA 3. Este órgano de gestión de la compañía es el garante de los intereses de los accionistas. Esta es su misión y a ella está enfocada su labor. Asistimos en los últimos meses a una presión constante hacia las empresas –con mayor incidencia si cabe sobre las empresas cotizadas- en pos de su transparencia en la gestión. Es lo que se ha venido en denominar el Gobierno Corporativo. Como presidente de ANTENA 3 TELEVISIÓN

puedo asegurarles que este Consejo de Administración está enfocado también a atender estas nuevas responsabilidades sociales.

El informe de Gobierno Corporativo que les hemos entregado junto con la Memoria correspondiente al año 2003, es la respuesta a la nueva legislación, cuyo objetivo es reforzar la transparencia de las sociedades, en beneficio de los inversores, los accionistas y los agentes del mercado.

Mi agradecimiento a los miembros del Consejo de Administración y a los profesionales y colaboradores del grupo ANTENA 3. Mi reconocimiento a todos los accionistas por la confianza que tienen depositada en ANTENA 3.