



# GRUPO ANTENA 3

FOUNDATION  
MOVIERECORD  
EVENTOS  
FILMS  
VER-T  
HITOS 2008  
GRUPO  
PUBLICIDAD  
RESPONSABILIDAD  
COMMUNICATION  
ONDA CERO  
AUDIENCE  
MULTIMEDIA  
UNIPUBLIC  
RADIO  
BUSINESS  
NEOX  
NOVA  
ANTENA 3  
EUROPA FM  
UNIPREX  
TELEVISION  
ATRES  
RESPONSIBILITY

I N F O R M E A N U A L 2 0 0 8

# ÍNDICE

<b>CARTA DEL PRESIDENTE</b>	<b>4</b>
<b>CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO</b>	<b>6</b>
<b>HITOS 2008</b>	<b>9</b>
RESULTADOS FINANCIEROS	10
AUDIENCIAS	11
<b>EL GRUPO ANTENA 3</b>	<b>19</b>
UN ACCIONARIADO LÍDER EN LA COMUNICACIÓN EUROPEA	20
Composición accionarial	21
Composición del Consejo de Administración y sus Comisiones	22
Organización Societaria del Grupo Antena 3	23
Composición del Equipo Directivo	24
EL VALOR DE UN GRAN GRUPO	25
ANTENA 3 TV, EN BOLSA	26
<b>ANTENA 3, LA TELEVISIÓN</b>	<b>30</b>
LA FAMILIA DE CANALES DE ANTENA 3 SE ADELANTA AL FUTURO	31
Innovación para un público en vanguardia	32
VARIEDAD Y CALIDAD EN LA PROGRAMACIÓN	32
Un estilo propio en ficción	33
Entretenimiento y actualidad	34
Megatrix, la televisión más joven	35
LÍDER ABSOLUTO EN TDT	36
Vocación de televisión generalista	38
ANTENA 3 FILMS, GANADORA DE UN OSCAR	39
<b>RADIO, TELEVISIÓN DIGITAL LOCAL</b>	<b>42</b>
UN AÑO HISTÓRICO PARA ONDA CERO Y EUROPA FM	43

Una programación líder en constante evolución	43
Las estrellas, en la onda	44
Informativos independientes, plurales y equilibrados	45
El éxito de la innovación en Europa FM	46
Uniprex TV: nuevas ideas para la televisión mas cercana	47
<b>MULTIMEDIA, EVENTOS Y PUBLICIDAD EN CINES</b>	<b>48</b>
PROTAGONISTAS DE LA REVOLUCIÓN MULTIMEDIA	49
Un año con importantes estrenos en la red	50
antena3videos.com, pioneros en la comercialización de videos en internet	52
Ponle freno, también en la red	52
<i>Triple play</i> : la unión hace la fuerza	52
Telefonía móvil, una línea de negocio en expansión	53
Movierecord lidera la publicidad en las salas de cine	54
Antena 3 Eventos: especialización, capacidad y experiencia	54
Licencias: más allá de la pantalla	55
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>56</b>
LÍDERES EN COMUNICACIÓN 360º	57
Por encima de la media del mercado	57
Uniprex, el grupo radiofónico de mayor rentabilidad comercial	59
ADN, el diario que más crece en audiencia y anunciantes	60
Movierecord, a la cabeza del sector cinematográfico	61
Referente de la comercialización publicitaria de vídeos en internet	62
Los eventos, nuevas experiencias de marca	62
<b>RESPONSABILIDAD CORPORATIVA</b>	<b>64</b>
COMPROMISO, SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO	65



## CARTA DEL PRESIDENTE

El ejercicio que presentamos en este informe anual refleja la intensa actividad realizada por el **GRUPO ANTENA 3** en un año difícil para la economía y para los medios. 2008 nos ha demostrado, de nuevo, que sólo los grandes grupos de comunicación pueden hacer frente a los desafíos que nos plantea una sociedad cada vez más tecnológica, informada y exigente.

El **GRUPO ANTENA 3** ha cerrado el ejercicio con unos beneficios netos de 91 millones de euros. Este dato es especialmente significativo porque se ha obtenido en un contexto mundial y nacional de clara desaceleración económica, en el que las compañías de medios han experimentado en Bolsa correcciones más fuertes que el resto de los sectores: en España éstas han caído en conjunto un 68,4%, mientras que las televisiones europeas lo han hecho en un 57,8%.

En esta coyuntura, **ANTENA 3** sigue siendo una de las empresas de comunicación más rentables de Europa. Por otra parte, la alta generación de caja nos ha permitido no sólo mantener controlada la deuda, sino poder pagar en efectivo el dividendo más alto de la historia.

Efectivamente, uno de los grandes objetivos en la gestión del **GRUPO ANTENA 3** es retribuir la confianza del accionista con el mayor dividendo posible. En este

ejercicio, el Consejo de Administración ha propuesto a la Junta General de Accionistas la distribución de un dividendo complementario de 0,12 euros por acción, que sumado a los 0,32 euros pagados a cuenta, representa el reparto de prácticamente el 100% del beneficio en 2008. Además, es necesario señalar que la rentabilidad por dividendo, situada en el entorno del 10%, hace de **ANTENA 3** una de las compañías más atractivas en este sentido.

Quiero agradecer al Consejo de Administración su confianza en el equipo gestor del Grupo, que ha invertido su empeño y capacidad para lograr unos resultados que considero positivos en la actual situación. Una labor difícil que ha requerido la máxima responsabilidad y entrega. Este esfuerzo lo podríamos resumir en dos variables fundamentales: la económica, para poder ofrecer un beneficio óptimo, y la de gestión, porque el **GRUPO ANTENA 3** apuesta por un nuevo modelo de negocio que nos permite ver el futuro con optimismo.

Este nuevo modelo está íntimamente ligado a los cambios que se están produciendo en el mercado de la televisión. La fragmentación de la audiencia, el ascenso de los canales temáticos, la inminencia de la televisión digital terrestre, o el empuje de internet, nos obliga a seguir innovando en todos los frentes. No podemos relajarnos, ni conformarnos con viejos éxitos.

La fuerza del **GRUPO ANTENA 3** reside precisamente en su propia naturaleza como grupo multimedia, porque los retos que suponen la comunicación del futuro sólo pueden abordarse desde una concepción global.

Tanto la **familia de canales** del **GRUPO ANTENA 3**, como las emisoras de **UNIPREX** y el resto de líneas de negocio han crecido de forma complementaria. Han sabido dar lo mejor de sí cuando las dificultades han empezado a arreciar y tengo la convicción de que están preparadas para acometer los nuevos tiempos con el mismo tesón.

Un capítulo especial merece, sin duda, la labor desempeñada por la **FUNDACIÓN ANTENA 3**. En su tercer año de vida ha consolidado su compromiso social avanzando en sus diferentes programas, especialmente en el de asistencia hospitalaria para niños. Creo sinceramente que es la fundación que todos querríamos tener porque trabaja en objetivos concretos sin buscar falsas notoriedades. Además, sabe aprovechar el enorme potencial de comunicación que tiene el **GRUPO ANTENA 3** para sensibilizar, informar y generar estados de opinión que hagan de nuestra sociedad un lugar mejor.

Superarse es también reinventar la comunicación. El **GRUPO ANTENA 3** ha sabido leer con acierto el presente para dibujar el futuro. Si hemos conseguido llegar hasta aquí en un momento desfavorable, no puedo ni imaginar el cúmulo de oportunidades que nos esperan en los tiempos venideros.

*José Manuel Lara*  
Presidente del Grupo Antena 3

## CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO

Dos factores han incidido especialmente en nuestra actividad a lo largo de 2008. En primer lugar, la crisis económica, que ha alcanzado a todos los sectores y de forma particular a los medios de comunicación, con un brusco descenso de la inversión publicitaria. En segundo lugar, el mercado audiovisual, inmerso en un cambio de modelo que nos obliga a redoblar esfuerzos para, una vez superada la crisis y asentado el nuevo entorno, seguir ocupando la privilegiada posición que hemos conseguido en los últimos años.

En este complejo marco competitivo, el **GRUPO ANTENA 3** ha obtenido un beneficio neto de 91 millones de euros. Los ingresos netos han alcanzado los 833,5 millones, el resultado bruto de explotación (EBITDA) ha sido de 164,2 millones de euros y el margen sobre ingresos se ha situado en un 19,7%. Quiero destacar, por último, la estricta política de control de costes llevada a cabo y que nos ha permitido realizar una reducción del 2% en los gastos de explotación.

Más allá de la crisis, es importante detenerse en las profundas y rápidas transformaciones que viene experimentando el negocio televisivo y audiovisual en nuestro país. El empuje de los dos nuevos operadores nacionales, el auge de las cadenas temáticas, el paulatino asentamiento de la televisión digital terrestre, como factores más evidentes; pero también un cambio en la forma en que se consumen los contenidos, han dado continuidad en 2008 al proceso de fragmentación de la audiencia que veníamos experimentando en los últimos años. El resultado, un mercado aún más denso: la cuota de la televisión generalista tradicional ha descendido a un 51%.



En esta situación de creciente competitividad, el **GRUPO ANTENA 3** continúa ofreciendo respuestas a las demandas de un nuevo modelo que no deja de abrirse camino y se mantiene como uno de los más importantes grupos de comunicación de nuestro país.

Nuestro Grupo apuesta por la comunicación multimedia porque el futuro es multimedia. La televisión analógica, la digital, internet, la telefonía, el cine y la radio confluyen, más que nunca, en un mismo mercado. Y de la misma forma que el ciudadano de hoy se entretiene o se informa indistintamente en cualquiera de los soportes, no existen tampoco barreras que delimiten la actividad de las diferentes empresas que conforman el Grupo. Esta concepción del negocio marca nuestra estrategia y nos da la solidez necesaria para diferenciarnos de nuestros competidores.

En consecuencia, el **GRUPO ANTENA 3** ha impulsado sus dos cadenas de TDT, **NEOX** y **NOVA**, invirtiendo talento y medios para crear, junto a **ANTENA 3 TV**, una gran **familia de canales** que, tomada en su conjunto, alcanza una cuota de pantalla del 17%. Este dato no sólo demuestra que es posible crecer. Además nos proporciona un buen punto de partida para adaptarnos con éxito al cambio de escenario.

El éxito de **NEOX** y **NOVA** nos indica, en definitiva, que vamos en la dirección correcta. Ambas han superado el año con nota: **NEOX** sigue siendo la cadena líder de la TDT y **NOVA** ocupa la tercera posición. Y lo que es más significativo: a lo largo de 2009 han continuado experimentando crecimientos sostenidos sobre la base de unas ofertas bien diseñadas, innovadoras, diferenciadas y de calidad.

**ANTENA 3 TV** ha cerrado el año como la tercera cadena. En términos de *target comercial* ha ocupado la segunda posición, con un 16,8% de

*share*, gracias a una programación que ha sabido proteger el liderazgo entre el público joven y ha sumado, además, a nuevos espectadores que han enriquecido su perfil. Esta tendencia se ha mantenido durante todo 2008, situándonos como líderes en el último tramo del año.

No quiero dejar de mencionar el trabajo realizado por los Servicios Informativos de **ANTENA 3**, indiscutible referencia en el mercado de la televisión privada. Un año más han seguido dando sentido, equilibrio y personalidad a nuestra oferta televisiva.

Si en televisión tenemos una familia de canales con marcas consolidadas, en radio hemos vuelto a tener un buen año. **ONDA CERO**, se ha situado en 2008 como la segunda emisora más escuchada y es la única que ha conseguido incrementar su audiencia. Es un logro importante, porque se ha conseguido en un sector con una dinámica de cambio más lenta. **EUROPA FM**, por su parte, ha multiplicado por cuatro la audiencia que tenía hace cinco años y es la radiofórmula que más crece.

Un gran grupo con vocación multimedia, no lo sería si no contara con una destacada presencia en internet. A lo largo de 2008 **ANTENA 3 MULTIMEDIA** ha renovado todas nuestras web y ha incrementado notablemente el número de páginas vistas y de usuarios. Pero realmente el hito más importante lo ha protagonizado [antena3videos.com](http://antena3videos.com), porque su éxito reafirma nuestro ideal de integración entre los diferentes medios y es la constatación de las enormes posibilidades comerciales de la comunicación tomada como un todo.

Así lo viene demostrando **ANTENA 3 ADVERTISING** que, mediante la gestión conjunta de soportes, ha aumentado la eficacia de las campañas publicitarias de sus clientes. En 2008 ha conseguido situarse por encima

de la media del mercado y ha obtenido ratios de eficacia envidiables en un año en el que el mercado publicitario ha sido uno de los principales perjudicados por la crisis.

Toda esta actividad, de la que ahora hacemos balance, debe integrar, más que nunca, una eficaz política de Responsabilidad Corporativa para alcanzar niveles de excelencia en nuestra posición competitiva. El segundo informe de RC del **GRUPO ANTENA 3** refleja la solidez de nuestra apuesta por estas políticas, y muestra los avances que hemos conseguido dar en 2008. Así, recoge por primera vez el resultado de un exhaustivo proceso de consulta con nuestros grupos de interés, cuyas conclusiones, en gran parte, han sido ya integradas en nuestra gestión. Es relevante, asimismo, destacar el esfuerzo realizado por la Compañía para convertirse en el primer grupo audiovisual que verifica, a través de un organismo independiente (AENOR), la veracidad de su Informe de Responsabilidad Corporativa, que ha conseguido la máxima calificación que otorga el GRI.

Una de las principales herramientas del Grupo para canalizar su compromiso con la sociedad es, sin duda, la **FUNDACIÓN ANTENA 3**. En 2008 ha ampliado su intenso programa de actividades dirigido a la infancia y a la juventud. La cobertura del **CANAL FAN3**, el proyecto más ambicioso del programa de Asistencia Hospitalaria, supera ya la treintena de hospitales de toda España y hace más agradable la hospitalización de más de 60.000 niños y sus familias cada año.

El capítulo de acción social se completa con la iniciativa **PONLE FRENO**, cuyo mayor logro, la Plataforma por la Señalización de Puntos Negros, ha conseguido en tan sólo tres meses que la Administración se comprometa a eliminar aquellos tramos de nuestra red viaria donde se concentran, de forma especial, los accidentes de tráfico.

El éxito alcanzado por nuestra plataforma pone de manifiesto la fuerza de la Compañía, como organización y como grupo de comunicación, para proponer iniciativas, aglutinar voluntades y transformar la realidad. Asimismo, nos ha mostrado que contamos con una gran masa social que nos respalda pero, a la que tenemos que seguir ofreciendo respuestas. Lo haremos en 2009, con la creación de una plataforma ciudadana permanente que dé sustento y participe en el conjunto de actividades planificadas por **PONLE FRENO**.

Creemos, para terminar, que estamos en la dirección más adecuada para superar las dificultades y que son precisamente los retos del futuro los que nos hacen crecer. Pero también sabemos que debemos seguir trabajando para adaptarnos a la nueva realidad audiovisual.

Convergencia entre los diferentes medios, una actitud inconformista y con vocación de innovar, así como una gestión altamente profesional, son los cimientos con los que queremos seguir construyendo la comunicación del siglo XXI, una aventura que sólo un gran grupo como el nuestro puede acometer.

*Silvio González*  
Consejero Delegado

PROFIT  
LIDERAZGO  
MARCAS  
EVOLUCIÓN  
RECORD  
2007  
TARGET  
CUOTA  
EJERCICIO  
GROWTH  
LÍDER  
MANTENIDA  
RATING

## HITOS 2008

» RESULTADOS FINANCIEROS

» AUDIENCIAS

## RESULTADOS FINANCIEROS

### El Grupo Antena 3

Gracias a la solidez de su modelo de negocio, el **GRUPO ANTENA 3** ha conseguido obtener resultados óptimos en un año en el que el mercado de la publicidad descendió un 11%.

- » Los ingresos netos del **GRUPO ANTENA 3** han alcanzado los 833 millones de euros.
- » El beneficio de explotación ha sido de 164 millones de euros, lo que supone un margen sobre ventas del 19,7%.
- » El beneficio fue de 91 millones de euros.

### Antena 3 TV

Ha cerrado el año con una cuota de audiencia del 16,0%. En términos de *target comercial*, la emisora logró un 16,8%, el segundo lugar del ranking, debido a su capacidad para atraer al público preferido por los anunciantes.

- » Los ingresos netos han sido de 722 millones de euros.
- » El beneficio de explotación ha alcanzado los 148 millones de euros, que supone un margen sobre ventas del 20,5%.
- » El beneficio neto ha sido de 92 millones de euros.

### Uniprex

La dos grandes emisoras radiofónicas del Grupo han experimentado buenos resultados económicos e incrementos notables en audiencia. 2008 ha sido su gran año.

- » En 2008 ha registrado unos ingresos de 96 millones de euros.
- » Su beneficio de explotación ha llegado hasta los 20 millones de euros (margen sobre ventas del 20,8%).
- » El beneficio neto ha sido de 11 millones de euros.

## AUDIENCIAS

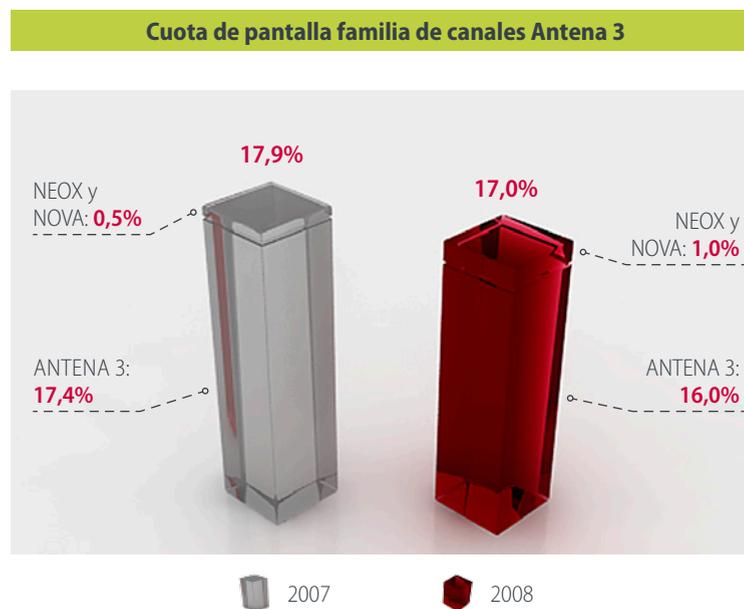
El consumo televisivo ha seguido aumentando durante 2008, sin embargo la creciente competitividad entre los canales ha provocado una mayor fragmentación de la audiencia. De hecho, este año la cuota de mercado de las cadenas generalistas tradicionales ha descendido a un 51%. La televisión continúa experimentando grandes cambios debido al auge de las temáticas, a la paulatina digitalización y a la consolidación de internet como herramienta de ocio y soporte publicitario.

En este contexto, el modelo de negocio de **ANTENA 3** se dirige hacia una comunicación sin límites, donde su **familia de canales**, formada por la televisión generalista, los canales digitales, e incluso internet, se adaptan al actual escenario multipantalla del mercado televisivo.

**ANTENA 3 TV** ha mantenido su atractivo para los anunciantes, ocupando la segunda posición en target comercial.

**ANTENA 3 TV** ha registrado un 16% de cuota de pantalla en 2008. No obstante este dato es todavía más positivo si tomamos en su conjunto la **familia de canales**, que cerró el año con un 17% de cuota (17,9% en *target comercial*).

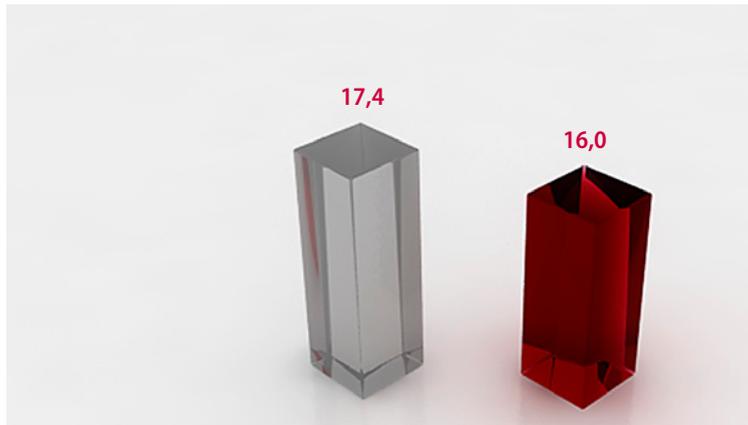
El perfil de la cadena sigue mejorando y en diciembre, además, obtiene el **liderazgo absoluto en el target comercial, con un 17,3%**.



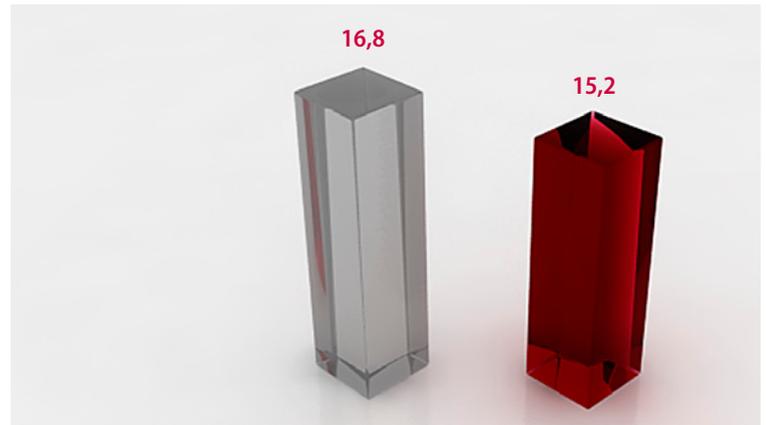
## Audiencia Antena 3 2008 vs. 2007

 2007  2008

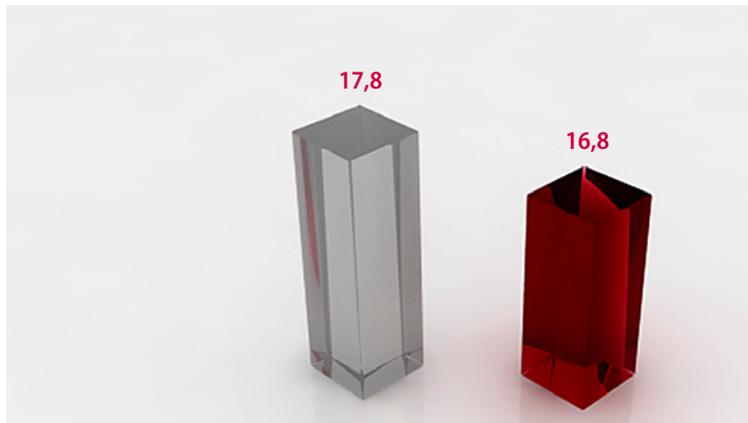
**Total Día Total Individuos**



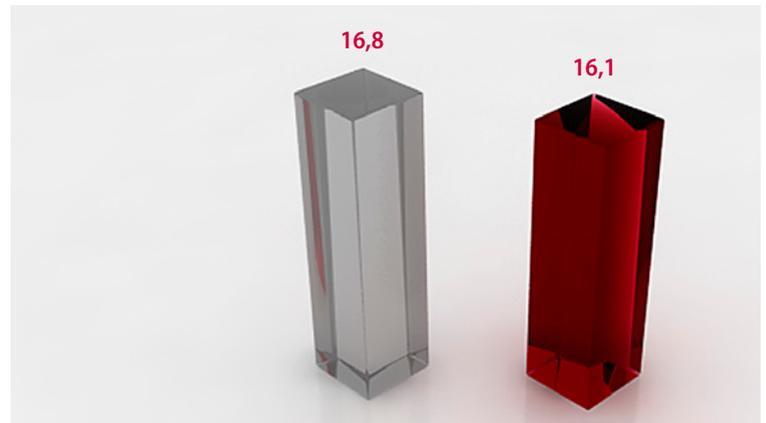
**Prime Time Total Individuos**



**Total Día Target Comercial**

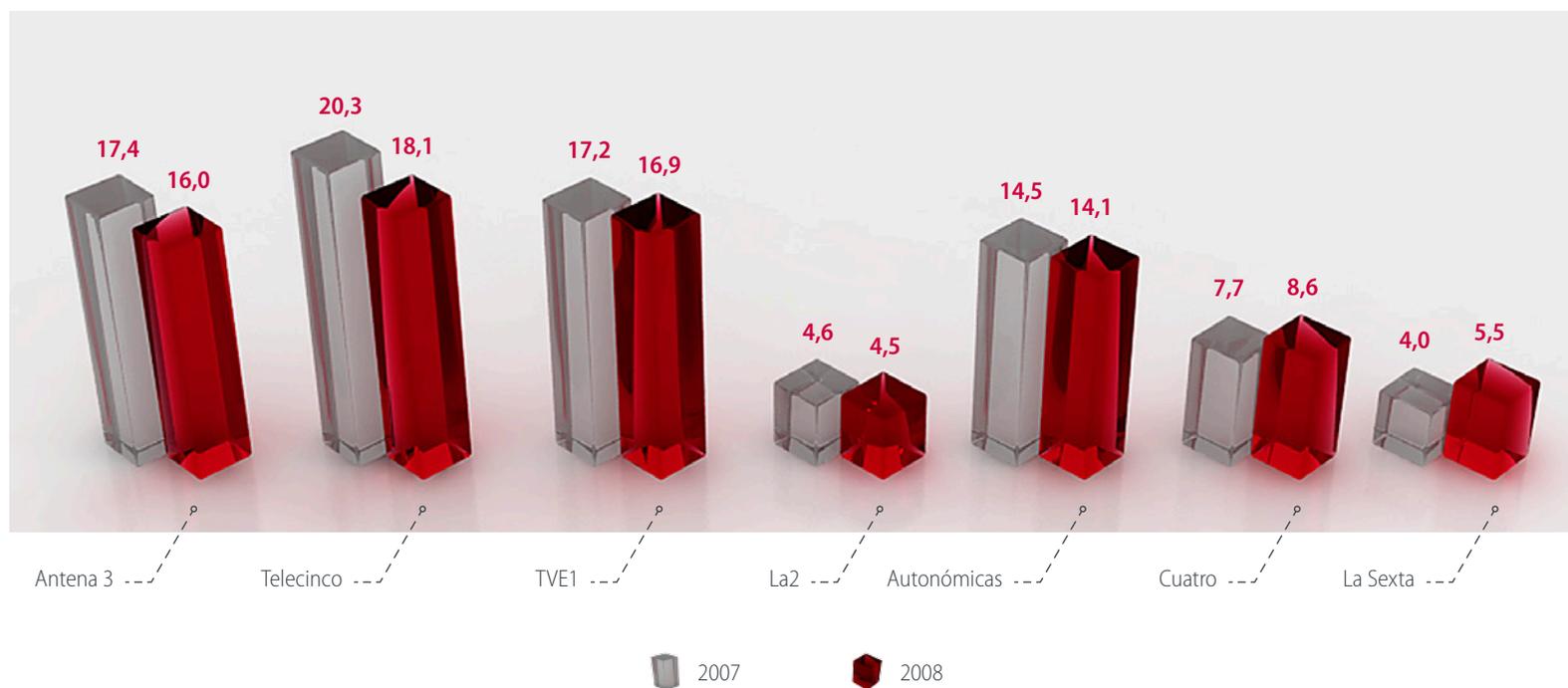


**Prime Time Target Comercial**



« Antena 3 TV ha registrado un 16% de cuota de pantalla en 2008, dato que asciende al 17% si se evalúa en su conjunto la familia de canales del Grupo »

### Audiencias 24h, total ind.



## Una audiencia joven y urbana

En términos de *target comercial*, **ANTENA 3 TV** ha logrado un 16,8% de cuota de pantalla, ocho décimas por encima de su audiencia media. La programación de **ANTENA 3 TV** cuenta con un importante respaldo del público menor de 44 años y es la primera opción entre los espectadores menores de 24, sector de la audiencia para el que dirige una magnífica oferta (**LOS SIMPSON**, **CLUB MEGATRIX**, **18**, **EL INTERNADO**, **FÍSICA O QUÍMICA**, entre otros).

## La mejor oferta de ficción

**ANTENA 3 TV** posee el mejor catálogo de ficción de todas las cadenas. Series nacionales y extranjeras, miniseries y cine conforman una de las señas de identidad de la cadena.

**EL INTERNADO** ha cerrado el año como la serie más vista de la emisora con una media de 3.507.000 espectadores (20,8% de cuota de pantalla).

La segunda serie con más audiencia fue **FÍSICA O QUÍMICA**, con 2.941.000 espectadores (17,4%). Le siguieron **LA FAMILIA MATA**, con 2,4 millones, y **LOS HOMBRES DE PACO**, con 2,2.

En cuanto al cine, **ANTENA 3 TV** ha situado un total de **18 títulos cinematográficos en el ranking de las 30 películas más vistas del año**. **EL CASTIGO**, producida por **ANTENA 3 TV**, ha sido **la ficción más vista** en 2008 con un 26,5% de *share* la primera parte y un 27,8% en el desenlace.

Además, la emisión de **INDIANA JONES Y EL TEMPLO MALDITO** (30,9%) e **INDIANA JONES Y LA ÚLTIMA CRUZADA** (30,3%) en el contenedor **MULTICINE**, y **EN BUSCA DEL ARCA PERDIDA** (28,9%) en **CINEMATRIX**, se encuentran entre las diez películas con más audiencia del año.

## La mañana con más audiencia de la televisión

**ANTENA 3 TV** lidera las mañanas en 2008, de lunes a viernes, con un 18,8%. **ESPEJO PÚBLICO**, el magacín informativo matinal que presenta **Susanna Griso**, ha cerrado el año con un 17,9% de cuota de pantalla, frente al 15,3% de la pasada temporada, lo que supone un crecimiento acumulado de 2,6 puntos.

El concurso matinal **LA RULETA DE LA SUERTE**, presentado por **Jorge Fernández**, ha obtenido una media anual del 24,5% y 1.199.000 espectadores y mantiene su liderazgo durante 30 meses consecutivos.

La cadena también es líder en el mediodía y en las tardes del fin de semana con un 19,7% y un 18,3% respectivamente.

En el *late night*, de lunes a viernes, **ANTENA 3 TV** es la segunda opción con un 18,3%. A este buen dato han contribuido los 2.430.000 espectadores (20,8%) de media que ha reunido en 2008 el espacio **DEC**.



Física o Química

« Las mañanas de Antena 3 TV son las más vistas, de lunes a viernes, con un 18,8% »



La Ruleta de la Suerte



Antena 3 Noticias

## Las noticias de Antena 3 TV, líderes de las televisiones privadas

**ANTENA 3 TV** vuelve a ser, un año más, la emisora privada con los servicios informativos de mayor poder de convocatoria. **ANTENA 3 NOTICIAS** firma una nueva victoria sobre sus rivales (18,9% de media entre su 1ª y 2ª edición, de lunes a domingo), tanto en las ediciones de lunes a viernes, como en las de lunes a domingo.

Por otro lado, **Matías Prats**, presentador de la edición de *prime time*, está considerado como el mejor conductor de informativos, según los datos de imagen de la consultora GECA. **Matías Prats** consigue, además, por cuarto año consecutivo, erigirse como la personalidad televisiva con mejor imagen.

## Territorio Champions

**ANTENA 3 TV** vuelve a ofrecer la **UEFA CHAMPIONS LEAGUE**, la mejor competición deportiva del mundo y en la que se dan cita los más destacados jugadores y equipos. En 2008 mantuvo sus sobresalientes registros: 31,2% de *share* y 5.266.000 espectadores.

La prórroga del partido de la **Copa de la UEFA** que enfrentó al Getafe y al Bayern de Munich el 10 de abril **fue la emisión más seguida de la cadena** con una media de 9.416.000 espectadores y un 46,5% de cuota de pantalla.

Todos los encuentros retransmitidos por la cadena han superado los cuatro millones de espectadores. La final de esta competición, entre el Manchester United y el Chelsea, pese a no contar con equipos españoles, superó los cinco millones de seguidores.

« Neox es líder absoluto de la nueva televisión digital terrestre »

« Onda Cero es la única cadena comercial que ha crecido en audiencia y logra situarse como la segunda más escuchada »

### Neox, a la cabeza de la TDT

**NEOX** ha terminado 2008 como **líder de los canales digitales de TDT con una media del 0,57% de cuota.**

En cuanto al ranking de programas, **seis de los diez más vistos se han emitido en NEOX\***:

1	NEOX	SHREKETEFELIZ NAVIDAD	310.000
2	NEOX	STAR WARS: LAS GUERRAS CLON	214.000
3	NEOX	LOS SIMPSON 18	164.000
4	NEOX	LOS SIMPSON	160.000
5	DISNEY CHANNEL	FRONTY, EL MUÑECO DE NIEVE	153.000
6	DISNEY CHANNEL	ESTUDIO DC: CASI CASI EN DIRECTO	147.000
7	DISNEY CHANNEL	SÁBADO ROCK	141.000
8	TELEDEPORTE	JJ.OO. CEREMONIA INAUGURAL	130.000
9	NEOX	LA BIBLIOTECA	129.000
10	NEOX	PADRE MADE IN USA	126.000

\* Datos a 30/12/2008

En referencia a las emisiones más vistas de 2008, solamente 7 de las 100 primeras no pertenecen a **NEOX**.

Los canales digitales del **GRUPO ANTENA 3** acaparan el *prime time* desde el inicio de la TDT: **NEOX** lidera esta franja todos los meses en estos tres años y **NOVA** es la segunda opción.

**NEOX** es el canal más visto en el 84,4% de los meses de estos tres años. Además, el 75% de las mil emisiones más vistas en la historia de la TDT corresponden a espacios de **NEOX** y **NOVA**.

**NEOX** y **NOVA** sumaron ya en diciembre de 2008 un 1,23% de cuota de pantalla. Ambos canales superan el punto de *share* desde julio de 2008.

Desde el arranque de la TDT en 2006, **NEOX** y **NOVA** son los canales digitales que emiten más programas de producción propia o adquiridos exclusivamente para ellos con un total de 50 espacios en el último año.

### El gran año de la radio

2008 ha sido sin duda el mejor ejercicio para la emisoras del **GRUPO ANTENA 3**. **ONDA CERO**, con una subida de 94.000 nuevos oyentes, asciende al segundo puesto del ranking y alcanza los 2.091.000 personas.

**EUROPA FM** representa el éxito de la innovación. Cuenta con cerca de un millón de oyentes y es la cadena musical que más crece. En el año



Entrevista de Carlos Herrera al Presidente del Gobierno



www.antena3videos.com

« Las páginas web del Grupo han registrado un incremento del 67% de usuarios únicos »

2008 ha experimentado una subida de 97.000 oyentes, lo que supone un incremento del 11%. La emisora musical es un producto muy bien valorado, con un índice de fidelidad por oyente que se acerca a los 170 minutos. En diciembre de 2008 registró 965.000 seguidores, el mejor dato en la historia de la cadena, según el Estudio General de Medios.

### Internet, la comunicación sin límites

Durante 2008, el **GRUPO ANTENA 3** ha renovado completamente sus portales de **ANTENA 3 NOTICIAS**, **ONDA CERO** y **EUROPA FM**, así como el corporativo del Grupo.

Pero el mayor paso adelante ha tenido lugar con el desarrollo y puesta en marcha de [antena3videos.com](http://antena3videos.com), culminación del proyecto de publicación en internet de series y programas completos.

El total de vídeos descargados en 2008 se ha multiplicado prácticamente por cuatro con respecto al año anterior, pasando de los 49 millones y medio hasta los 196,3 millones, cifra a la que además hay que añadir los 37 millones de vídeos visionados desde el canal de **ANTENA 3 TV** en YouTube.

En total, las páginas web del Grupo han registrado 3.354.000 usuarios únicos y 51.122.000 páginas vistas, lo que supone un crecimiento del 67% y del 55% respectivamente.

## Ponle Freno moviliza la sociedad

**PONLE FRENO** es una acción de **ANTENA 3 TV** y **ONDA CERO** que tiene como objetivo ayudar a salvar vidas mejorando la seguridad vial con mensajes, pero también con acciones. La más destacable es la Plataforma por la Señalización de Puntos Negros y Tramos Peligrosos

Esta Plataforma, creada el 10 octubre, logra en un tiempo récord de tan sólo tres meses el apoyo de 200.000 ciudadanos y más de 200 personalidades pertenecientes a diferentes ámbitos. A ellos hay que sumar

117 entidades e instituciones que representan a más de tres millones de ciudadanos. Tras el espaldarazo del Senado y la adhesión de las comunidades autónomas de Castilla-La Mancha, Castilla y León, Murcia y Cantabria, la plataforma logra el apoyo definitivo del Gobierno.

Finalmente, los ministerios de Interior y Fomento firmaron –ya en 2009– el convenio para impulsar la señalización de los tramos peligrosos en las carreteras del Estado. El plan cuenta con un presupuesto de 1.200 millones de euros y se actuará sobre 776 tramos identificados en 2008, lo que supone una longitud de 1.300 kilómetros, es decir, el 5% de la red viaria.

## Máxima calificación del GRI en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008

El **GRUPO ANTENA 3** ha realizado importantes esfuerzos en 2008 para impulsar la transparencia y la información sobre Responsabilidad Corporativa. El segundo Informe de RC del Grupo ha sido verificado por una entidad externa (AENOR) y ha recibido la máxima calificación, A+, por parte del organismo Global Reporting Initiative (GRI). Para la realización del mismo se han tenido en cuenta las valoraciones y sugerencias aportadas por los grupos de interés de la Compañía, fruto de un proceso de diálogo.

« Ponle Freno logra la eliminación de los puntos negros de las carreteras »

COTIZACION PROFITS REVALORIZACIÓN  
RENTABILIDAD INFORMACIÓN  
SHARE GROUP  
ADVERTISING  
AFINIDAD VALOR REFERENCIA  
ACCIONARIADO MARCA  
ACCIÓN  
INVERSORES

## EL GRUPO ANTENA 3

- » UN ACCIONARIADO LÍDER EN LA COMUNICACIÓN EUROPEA
- » EL VALOR DE UN GRAN GRUPO
- » ANTENA 3 TV, EN BOLSA

## UN ACCIONARIADO LÍDER EN LA COMUNICACIÓN EUROPEA

El **GRUPO ANTENA 3** es un gran grupo multimedia encabezado por **ANTENA 3 TELEVISIÓN**. Cotiza en la bolsa española desde octubre de 2003 y sus principales accionistas son empresas de comunicación españolas y europeas. En 2008 se ha incorporado al accionariado el **BANCO SABADELL**, uno de los más sólidos del panorama financiero español, que compró la mayoría de su participación al **GRUPO RAYET**.



**GRUPO PLANETA DE AGOSTINI.** Es fruto de una alianza estratégica entre Grupo Planeta y De Agostini. Su objetivo es afianzar su liderazgo en el mundo editorial, en nuevos sectores de la economía y de forma muy especial en el ámbito de los medios audiovisuales.

Grupo  Planeta

**GRUPO PLANETA.** Es el grupo editorial y de comunicación multimedia español líder en la producción de contenidos en el mercado de habla hispana. Planeta ostenta una situación de privilegio por encima de sus competidores: es el primer grupo editorial español y el séptimo del mundo.



**GRUPO DE AGOSTINI.** Grupo multinacional italiano que desarrolla su actividad en el mercado editorial, en la producción y distribución de contenidos para televisión y cine, y también en el sector financiero y de seguros. Está presente en 30 países y publica en 13 idiomas.



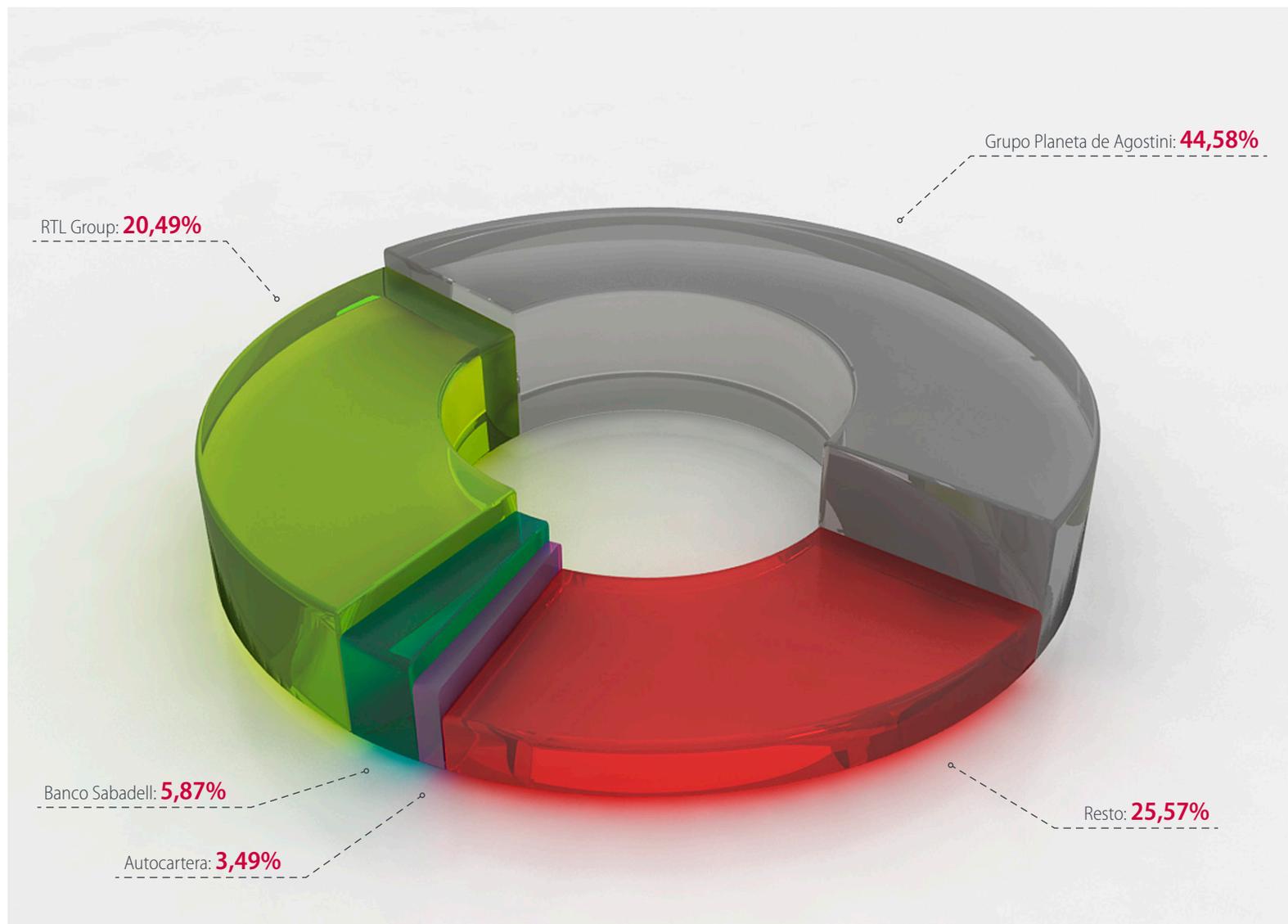
**GRUPO RTL.** Con 45 cadenas de televisión y 33 emisoras de radio en 11 países, es líder europeo en el mercado del entretenimiento. Cada día más de 200 millones de espectadores en todo el mundo ven alguna de las cadenas de televisión participadas por RTL.

BancoSabadell



**BANCO SABADELL.** El pasado 1 de agosto, Banco Sabadell anunció la compra al Grupo Rayet del 4,9% del capital social de **ANTENA 3 TELEVISIÓN**, al tiempo que informó de su intención de hacerse con el 0,97% que quedaba en manos de la inmobiliaria. Una vez adquirido ese porcentaje restante, Banco Sabadell pasó a controlar el 5,87% del Grupo.

## Composición accionarial



## Composición del Consejo de Administración y sus Comisiones

### Consejo de Administración

Presidente	D. José Manuel Lara Bosch
Vicepresidente	D. Maurizio Carlotti
Consejero Delegado	D. Silvio González Moreno
Consejeros	D. José Miguel Abad Silvestre
	D. Nicolás Abel Bellet de Tavernost
	D. José Creuheras Margenat
	D. Marco Drago
	D. Elmar Heggen
	D. José Luis López de Garayo Gallardo
	D. Pedro Antonio Martín Marín
	D. Pedro Ramón y Cajal Agüeras
Secretario	D. Luis Gayo del Pozo
Vicesecretario	D. Manuel de la Viuda Fdez. de Heredia

### Comisión Delegada

Presidente	D. José Manuel Lara Bosch
Vicepresidente	D. Maurizio Carlotti
	D. Silvio González Moreno
	D. Nicolás Abel Bellet de Tavernost
	D. Marco Drago
Secretario	D. Luis Gayo del Pozo
Vicesecretario	D. Manuel de la Viuda Fdez. de Heredia

### Comisión de Auditoría y Control

Presidente	D. Elmar Heggen
Vicepresidente	D. Pedro Ramón y Cajal Agüeras
Vocales	D. José Miguel Abad Silvestre
	D. José Luis López de Garayo Gallardo
Secretario	D. Manuel de la Viuda Fdez. de Heredia

### Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Presidente	D. José Luis López de Garayo Gallardo
Vicepresidente	D. Nicolás Abel Bellet de Tavernost
Vocales	D. José Miguel Abad Silvestre
	D. José Creuheras Margenat
	D. Pedro Antonio Martín Marín
Secretario	D. Luis Gayo del Pozo

## Organización Societaria del Grupo Antena 3



## Composición del Equipo Directivo

### ORGANIZACIÓN CORPORATIVA

**Consejero Delegado**

D. Silvio González

**Secretaría General**

D. Luis Gayo

**Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo**

D. Javier Bardají

**Dirección Financiera**

D. Antonio Manso

**Dirección Central de Asesoría Jurídica**

D. Manuel de la Viuda

**Dirección de Regulación y Relaciones Institucionales**

Dña. Carmen Rodríguez

**Dirección de Auditoría y Control de Procesos**

D. Fernando Costi

**Dirección de Estrategia**

D. José Manuel González

### DIVISIÓN DE TELEVISIÓN

**Director General de División de Televisión**

D. Mikel Lejarza

**Directora de Servicios Informativos**

Dña. Gloria Lomana

### DIVISIÓN RADIO

**Presidente de Uniprex**

D. Javier González Ferrari

**Director General**

D. Ramón Osorio

### DIVISIÓN DE PUBLICIDAD

**Director General A3 ADVERTISING**

D. Eduardo Olano

### DIVISIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS

**Director General A3 MULTIMEDIA**

D. Giorgio Sbampato

### FUNDACIÓN ANTENA 3 Y RC

**Directora Ejecutiva**

Dña. Carmen Bieger

## EL VALOR DE UN GRAN GRUPO

El **GRUPO ANTENA 3**, a través de sus distintas líneas de negocio, está presente en los medios de comunicación más relevantes: la televisión, la radio, el cine, internet y la televisión digital terrestre.

En el ejercicio 2008, el **GRUPO ANTENA 3** se mantiene como una de las principales compañías de comunicación de España pese a la creciente competitividad en el sector.

La familia de canales de **Antena 3** ha cerrado 2008 con un 17% de *share*. **ANTENA 3 TV** ha registrado la tercera posición en cuota de audiencia, pero su eficacia comercial le coloca como la segunda en términos de cuota de mercado.

Los canales de **ANTENA 3 (NEOX y NOVA)** son líderes en TDT. En el mes de diciembre de 2008, **NEOX** y **NOVA** superaban ya el 1,2% de audiencia total. **NEOX** se situó como la sexta cadena nacional más vista en el conjunto de los hogares digitales, superando la audiencia de La 2 en dicho ámbito.

**UNIPREX**, la filial de radio del Grupo, ha presentado, un año más, un ejercicio récord. **ONDA CERO** ostenta el segundo puesto del panorama radiofónico español, mientras que **EUROPA FM** crece de manera espectacular. Además, una de las apuestas de **UNIPREX** ha sido la televisión digital local, que bajo la marca **VER-T**, completa las ofertas anteriores.

El crecimiento de audiencia de **ONDA CERO** y **EUROPA FM** y los magníficos resultados económicos que lo avalan son dos indicadores fundamentales para conocer la buena salud de la cadena.

« El modelo de negocio del Grupo Antena 3 se dirige hacia la comunicación global, sin límites ni barreras. Sus diferentes unidades de negocio son hoy las piezas fundamentales del nuevo escenario multimedia »

**ANTENA 3 MULTIMEDIA.** Es la constatación del interés del **GRUPO ANTENA 3** hacia las nuevas formas de comunicación. A lo largo de 2008 ha renovado los portales de **ANTENA 3 TV**, **ANTENA 3 NOTICIAS**, **ONDA CERO** y **EUROPA FM**, así como el portal corporativo del Grupo. Las páginas web del Grupo han registrado un incremento del 67% de usuarios únicos y 55% en páginas vistas.

El desarrollo y puesta en marcha de [antena3videos.com](http://antena3videos.com), ha sido crucial para culminar el proyecto de difusión a través de internet de series y programas. Esta iniciativa ha recibido una excepcional acogida por parte del público. Asimismo, se han desarrollado con éxito las actividades de telefonía, teletexto y licencias, que convierten al Grupo en líder en soluciones en torno al mundo digital.

El **GRUPO ANTENA 3** también está presente en la comercialización de publicidad en cines, a través de la compañía líder del mercado, **MOVIERECORD**, que en 2008 ha mantenido una cuota de pantalla del 45%.

Un año más, **ATRES ADVERTISING** sigue aportando valor a los planes de comunicación de sus clientes mediante el asesoramiento en planificación y creatividad. La solución que ofrece **ATRES ADVERTISING**, basada en la gestión conjunta de soportes, permite al anunciante aumentar la eficacia de las campañas y aprovechar la complementariedad de los *targets*.

En el año 2008 nació **ANTENA 3 EVENTOS**, la empresa especializada en el desarrollo de eventos promocionales, así como en la prestación de servicios de producción y comercialización de otros acontecimientos deportivos. Es el resultado del desarrollo y especialización alcanzado por el plan de diversificación iniciado en ejercicios anteriores por **UNIPUBLIC** y nace como consecuencia de la escisión de esta compañía.

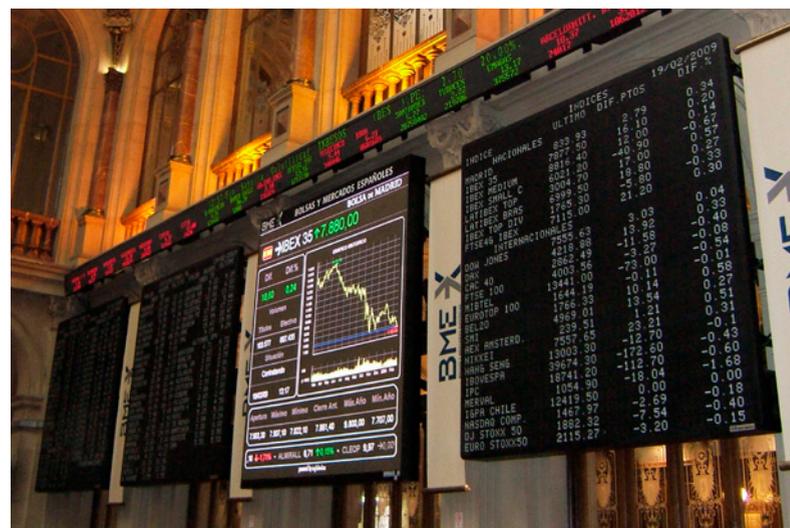
**ANTENA 3 FILMS** mantiene su compromiso con el cine español mediante la producción de películas, y *tv movies* que se han ganado el éxito del público y de la crítica. Durante 2008 ha estrenado nueve películas y cuatro *tv movies*. Entre las primeras destacan títulos como **VICKY CRISTINA BARCELONA**, obra escrita y dirigida por Woody Allen; **MORTADELO Y FILEMÓN: MISIÓN SALVAR LA TIERRA**, **FUERA DE CARTA**, **COBARDES** y **SÓLO QUIERO CAMINAR**. Asimismo, se mantiene el fuerte ritmo de producción de nuevas obras, como **PLANET 51** o al **FINAL DEL CAMINO**, entre otras.

En cuanto a las *tv movies*, **ANTENA 3 TV** ha estrenado series como **YO**, **EL SOLITARIO FUTURO 48 HORAS**, **20N** y **EL CASTIGO**; y se han producido otras como **STEVE**, **23F**, **DÍAS SIN LUZ**, **MARISOL** o **UNA BALA PARA EL REY**. Además se han firmado acuerdos para nuevas producciones.

## ANTENA 3 TV, EN BOLSA

2008 ha sido un mal año para el mercado bursátil español. La cotización del IBEX 35 cayó un total del 34,9% en el ejercicio, alcanzando su mínimo el día 28 de octubre (7.905,40 puntos). Pese a estas magnitudes negativas, **ANTENA 3** sigue siendo una de las compañías más atractivas en rentabilidad por dividendo, situado en el entorno del 10%.

El resto de plazas europeas se han comportado de manera parecida. El mercado francés ha sido el de mayor caída: el CAC 40 cedió un 42,7%. El Dax alemán cayó un 40,4% mientras que el FOTSE de Londres redujo su valor un 31,3%. El Índice Eurostoxx 50, que incluye a las 50 empresas más importantes de Europa, disminuyó su cotización en un 55,7%.



Detalle de la Bolsa de Madrid

## Mercado estadounidense

En cuanto al mercado estadounidense el comportamiento ha sido similar. Los principales índices han caído en 2008. El Dow Jones ha retrocedido un 33,84%; el S&P 500, un 38,49%; mientras que el Nasdaq lo ha hecho en mayor medida al descender un 41,9%.

El año 2008 ha sido especialmente duro para la economía y los mercados americanos. Ya desde la crisis de las hipotecas *subprime* en 2007, se estaba produciendo una falta de confianza que ha limitado considerablemente las fuentes de financiación. Grandes bancos quebraron o tuvieron que ser comprados: este ha sido el caso de Bear Sterns que fue comprado por JP Morgan en el mes de marzo, o Lehman Brothers, que en septiembre se declaró en bancarota (el mismo día que Bank of America tenía que comprar Merrill Lynch). Los dos grandes bancos supervivientes, Morgan Stanley y Goldman Sachs, muy afectados por la crisis de liquidez, acordaron convertirse en grandes bancos comerciales.

Asimismo, las dos grandes agencias de garantía hipotecaria Freddie Mac y Fannie Mae fueron nacionalizadas a mitad de año, y la aseguradora AIG tuvo que ser rescatada por los fondos del Gobierno para evitar el colapso.

La crisis económica provocada por todos estos acontecimientos llevó a las autoridades americanas a aprobar medidas, entre ellas destacaba el plan de rescate de 700.000 millones de dólares propuesto por el secretario del Tesoro de EEUU, Henry Paulson, que inicialmente estaba dirigido a la compra de activos tóxicos a los bancos, pero que finalmente, tras su aprobación el 3 de octubre, fue enfocado primordialmente a recapitalizar los balances de los bancos del país.

El contagio de la crisis financiera a la economía real y a prácticamente todo el mundo dejó clara la necesidad de dar una respuesta coordinada y global a la crisis, lo que motivó una cumbre extraordinaria de los líderes del G-20, a los que se sumó España, el pasado 15 de noviembre en Washington.

Los tipos en USA han ido bajando paulatinamente a lo largo del año hasta situarse en el 2%.

En Europa, la situación ha sido parecida. El pánico de los inversores, y las repercusiones de la caída de Lehman en los balances de diversas entidades de todo el mundo, provocaron la sucesión de rescates públicos de bancos en ambas orillas del Atlántico, puesto que Bélgica, Luxemburgo y Holanda se vieron forzados a rescatar a Fortis, al que posteriormente se sumaría Dexia, así como ING, mientras que Alemania tuvo que acudir en ayuda de Hypo Real State, y Reino Unido, tras la experiencia de la quiebra de Northern Rock en 2007, nacionalizó Bradford & Bingley y ofreció un plan de recapitalización a las principales entidades del país.



Detalle de la Bolsa de Madrid

## España

En España la situación no ha sido mejor: el crecimiento del PIB ha pasado del 0,4% en tasa intertrimestral en el primer trimestre del año a un decrecimiento en los dos últimos trimestres, lo que deja a España en recesión. Algo parecido ha sucedido en materia laboral. En 2008 el desempleo ha aumentado en 1.280.000 personas, alcanzando los 3.200.000 parados (una tasa del 14% de la población activa). La caída del poder adquisitivo de los españoles, unido a la creciente destrucción de empleo, ha provocado una caída del consumo. Por otra parte, la confianza del consumidor se mantiene en mínimos históricos.

El petróleo, después de subir un 57% en 2007, arrancó 2008 subiendo cerca de un 4% en la primera sesión en Nueva York. El 2 de enero, el West Texas rompió la barrera de los 100 dólares por barril. Asimismo el Brent (de referencia en Europa) alcanzó los 98 dólares ese mismo día, y comen-



Detalle de la Bolsa de Madrid

zó su aumento en 2008 hasta situarse por encima de los 140 dólares. En julio llegó a rozar los 150 dólares. Pero el hundimiento de la demanda, como consecuencia de la entrada en recesión del mundo desarrollado, reduciría el importe del barril, hasta dejarlo por debajo de los 50 dólares.

## Alta rentabilidad por dividendo

**ANTENA 3** sigue siendo una de las compañías con mayor rentabilidad por dividendo. La Junta General de Accionistas aprobó el 26 de marzo de 2008 el pago de un dividendo complementario con cargo al resultado de 2007 de 0,40€/acción, a lo que se une un dividendo a cuenta pagado el 15 de octubre de 2008 de 0,32€/acción. La rentabilidad por dividendo se ha situado en el entorno del 10%.

Este dato es destacable porque se ha generado en un ejercicio especialmente negativo para las compañías de medios, que han experimentado correcciones más fuertes que el resto de sectores. Las compañías de medios en España han caído de media un 68,4%, mientras que la media de las televisiones europeas lo ha hecho en un 57,8%.

La acción de **ANTENA 3** se ha dejado en el año un 59,1%. Su capitalización al cierre era de 905 millones de euros.

## Capital Social

A 31 de diciembre de 2008, el Capital Social de **ANTENA 3** ascendía a 158,33 millones de euros, representados por 211.112.800 acciones de 0,75€ de valor nominal.

## Datos del Valor

	2008
Capital Social (miles €)	158.335
Número de acciones	211.112.800
Capitalización al cierre (mill €)	905,6
Cotización 31/12 (€/acción)	4,29
Máximo (€/acción)	10,55
Mínimo (€/acción)	4,07
Precio Medio Ponderado (€/acción)	6,89
Volumen medio de contratación (títulos)	825.779
Volumen medio de contratación (miles de €)	5.689.617

Fuente: Fininfo

## La atención a accionistas e inversores

Tanto el Departamento de Relación con Inversores, como la Oficina del Accionista se encargan de la difusión de las noticias más relevantes y de informar sobre la evolución del mercado y de las perspectivas financieras.

Durante el año 2008, el Departamento de Relación con Inversores ha tenido una intensa actividad a través de conferencias y *roadshows*. En concreto ha participado en cuatro conferencias en distintas ciudades de Europa, contactando de manera individual con 46 inversores a través de *one-on-ones*, y ha organizado siete *roadshows*, visitando en sus oficinas a 74 inversores.

En **ANTENA 3**, han tenido lugar 62 reuniones, a través de *one-on-ones* o de *reverse roadshows* (un grupo de inversores visita **ANTENA 3** de la

« Antena 3 es una de las compañías con mayor rentabilidad por dividendo »

mano de un *broker*): 45 con inversores, diez con analistas del sector y siete con proveedores de servicios.

El departamento de RI ha mantenido 124 *Conference Calls* que han sido seguidas por cerca de 300 inversores y analistas.

En total, se han celebrado 190 reuniones con analistas e inversores. El equipo directivo ha participado en más del 65% de ellas, igual cifra que en 2007.

Además, para facilitar el acceso a una información rápida y clara, la página web [www.antena3.com](http://www.antena3.com) dispone de una sección específica donde se publican hechos relevantes, resultados financieros y otras noticias de interés.

Pero la atención va más allá: los inversores pueden contactar a través de la dirección de correo electrónico, [ir@antena3tv.es](mailto:ir@antena3tv.es), mientras que para los accionistas no institucionales se ha habilitado otra más: [oficinadelaccionista@antena3tv.es](mailto:oficinadelaccionista@antena3tv.es).

IMAGEN  
ANTENA  
ÉXITO  
INFORMATIVOS  
ANUNCIANTE  
ADVERTISING  
TELEVISIÓN  
INNOVACIÓN  
TRANSMISIÓN  
TV  
HUMOR  
RESULTADOS  
TDT  
ESPECTADORES  
TARGET  
RATING

## ANTENA 3, LA TELEVISIÓN

- » LA FAMILIA DE CANALES DE ANTENA 3 SE ADELANTA AL FUTURO
- » VARIEDAD Y CALIDAD EN LA PROGRAMACIÓN
- » LÍDER ABSOLUTO EN TDT
- » ANTENA 3 FILMS, GANADORA DE UN OSCAR



## LA FAMILIA DE CANALES DE ANTENA 3 SE ADELANTA AL FUTURO

En el nuevo contexto audiovisual, el **GRUPO ANTENA 3** apuesta por la comunicación multipantalla. Dentro de este concepto innovador, que sólo un gran grupo multimedia puede acometer, la nueva Televisión Digital Terrestre cobra un protagonismo desconocido hasta ahora. La actual oferta televisiva del Grupo no se limita a su primera cadena, **ANTENA 3 TV**, sino que incluye dos jóvenes canales más, **NEOX** y **NOVA**, que conforman la actual familia de canales de **ANTENA 3**. Protagonizar la comunicación de este futuro tan próximo significa invertir talento y medios también en los canales digitales con el objetivo de liderar la nueva revolución audiovisual.

Una revolución que comenzó silenciosamente hace unos años y que en 2008 se ha manifestado claramente. Durante este año el consumo televisivo ha vuelto a alcanzar un nuevo máximo, llegando a los 227 mi-

nutos de media por individuo (este es el mayor promedio desde 1994 y supone un crecimiento del 1,8% respecto a 2007). Paralelamente la fragmentación de la audiencia arroja dos datos muy significativos: por un lado se produce el liderazgo anual más bajo de la historia (18,1% para Telecinco) y, por otro, la cuota de mercado de la televisión generalista tradicional (TVE1, **ANTENA 3 TV** y Telecinco) desciende a un 51%, casi cuatro puntos menos que el año anterior.

Mientras tanto, la cuota de las televisiones temáticas se ha ido incrementando hasta un 13% (11% en 2007) impulsada a su vez por el crecimiento de la nueva TDT. Las cadenas generalistas mantienen su pulso en un mercado en el que la Televisión Digital Terrestre tiene una penetración del 42,9% (cuota sobre el total de hogares en diciembre de 2008), de manera que ya en diciembre, son más de 18 millones los españoles que reciben la TDT en su hogar (44,5% de la población).

En 2008 la familia de canales de **ANTENA 3** obtuvo un 17% de cuota de pantalla media, un 17,9% en *target* comercial. **NEOX** se sitúa como la

cadena líder con una cuota del 0,57% en 2008 y **NOVA**, ocupa la tercera posición con 0,35% de *share*. A lo largo de 2009 ambas ha continuado experimentando crecimientos sostenidos.

## Innovación para un público en vanguardia

**ANTENA 3 TV** ha concluido el año 2008 como la tercera cadena más vista del país con una cuota de pantalla media del 16,0%. En términos de *target* comercial, la emisora logra un 16,8%, situándose, en este caso, en el segundo lugar del ranking televisivo, lo que demuestra su capacidad para atraer a los públicos más interesantes desde el punto de vista publicitario.

La programación de **ANTENA 3 TV** cuenta con un importante respaldo del público menor de 44 años y es la primera opción entre los espectadores menores de 24, sector de la audiencia para el que dirige una magnífica oferta (**LOS SIMPSON**, **CLUB MEGATRIX**, **18**, **EL INTERNADO**, **FÍSICA O QUÍMICA**, entre otros).

El éxito entre este sector posibilita a **ANTENA 3 TV** un destacado posicionamiento en el *target* comercial, el conjunto de públicos más deseado por los anunciantes. La emisora ha realizado en 2008 un importante esfuerzo para mantener este liderazgo lanzando nuevos productos que, además de ofrecer buenos resultados de audiencia, garanticen la fidelidad de este *target*.

Un año más, **ANTENA 3 TV** vuelve a destacar como la cadena generalista más innovadora. La cadena realizó en torno al 30% del total de los estre-

« La familia de canales obtuvo en 2008 un 17% de cuota media de pantalla, un 17,9% en *target* comercial »

nos televisivos de 2008. Esta apuesta por la vanguardia cobra especial importancia en el género de la ficción, donde tanto series diarias, como semanales y las miniseries basadas en hechos reales, han conseguido un gran éxito de crítica y público.

## VARIEDAD Y CALIDAD EN LA PROGRAMACIÓN

**ANTENA 3 TV** mantiene una oferta multigénero capaz de llegar a todo tipo de espectadores con la finalidad de adaptarse a las fluctuaciones del consumo y hacer frente a la competencia. Series, magazines, concursos, *talk shows*, cine, programas infantiles, de humor, reportajes e informativos configuran una de las parrillas más completas de la televisión generalista.

Los **informativos** son el baluarte más estratégico dentro de la programación de la cadena. **ANTENA 3 TV** es la emisora privada con los informativos más seguidos y más valorados por el público debido a su credibilidad. Valores éstos que también son extensibles a sus presentadores, según diferentes estudios de imagen.



Presentadores Antena 3 Noticias 1



Espejo Público



El Internado

La confianza del público en los servicios informativos de la cadena ha sido una de las claves para la consolidación del magacín **ESPEJO PÚBLICO** en las mañanas de lunes a viernes. El programa, producido por el equipo de noticias de **ANTENA 3 TV**, ha ido escalando posiciones en la reñida batalla matinal hasta hacerse con un importante y fiel número de seguidores que le han dado el liderazgo en numerosas ocasiones.

## Un estilo propio en ficción

El **entretenimiento** es otro de los pilares fundamentales de la programación de **ANTENA 3 TV**. Dentro de este género cobra especial importancia la ficción, y principalmente, la ficción propia. De hecho, 2008 ha sido el año de las series nacionales para todas las cadenas generalistas. En este sentido, **ANTENA 3 TV** ha obtenido numerosos éxitos. El más destacado de ellos es, por segundo año consecutivo, **EL INTERNADO** (21,2%), que cierra el año como la tercera ficción nacional más vista. El gran llamado que la serie ha obtenido entre el público joven ha abierto camino a otra producción de corte similar, **FÍSICA O QUÍMICA** (17,6%), que se ha convertido en todo un fenómeno televisivo.

Otra de las marcas que caracteriza la ficción propia de **ANTENA 3 TV** es el humor. En este género se inscriben gran parte de sus propuestas. Por una parte, las series consolidadas en anteriores ejercicios, como **LOS HOMBRES DE PACO**, **LA FAMILIA MATA** o **EL SÍNDROME DE ULISES**. Y, siguiendo su estela, **LEX** y el serial **LALOLA** estrenados este año.

La cadena no descarta otros géneros e intenta afianzar espacios de ficción de corte dramático y perfil más adulto. Es el caso de **700 EUROS** (17,1%), que se convirtió en la revelación del verano, y las miniseries ins-



Los Hombres de Paco



20-N: los últimos días de Franco

« La cadena ha obtenido numerosos éxitos en ficción propia, como el El Internado o Física o química »

piradas en hechos reales, como **LOS BORGIA**, **YO, EL SOLITARIO**, **48 HORAS** y **20-N: LOS ÚLTIMOS DÍAS DE FRANCO**. Mención especial merece en este apartado la mini serie **EL CASTIGO** (27,6%), líder de su franja de emisión en sus dos entregas y la ficción más vista del año.

La ficción está presente en la rejilla a través de otros géneros como el cine y las series internacionales. **ANTENA 3 TV** es la cadena con la mejor oferta cinematográfica, según el estudio de imagen GECA 08. Un status adquirido gracias a la fortaleza de los títulos ofrecidos en los contenedores **EL PELICULÓN**, **CINEMATRIX**, o **MULTICINE**, éste último líder de la sobremesa y tarde del fin de semana. Mientras que dentro del capítulo dedicado a las **series internacionales**, en 2008 se han estrenado **DIRTY SEXY MONEY** y **SIN CITA PREVIA** que se suman a otros títulos del año anterior: **SIN RASTRO** y **NUMB3RS**.

## Entretenimiento y actualidad

Los **magacines** mantienen un destacado protagonismo en **ANTENA 3 TV**. Una vez afianzado **ESPEJO PÚBLICO** en la mañana, la cadena dirige su estrategia a la consolidación de **TAL CUAL LO CONTAMOS** emitida en la banda de tarde. La actualidad y el entretenimiento son las bases funda-



Al pie de la letra



El Diario

mentales del magacín que presenta **Cristina Lasvignes**, una cara nueva en el mundo de la televisión que viene avalada por su éxito en la radio.

**ANTENA 3 TV** tiene en su poder los **talks shows** más veteranos y exitosos de la televisión. El primero de ellos, **EL DIARIO** (18,5%) se ha renovado en 2008, tras siete años de emisiones, en su formato, contenidos y nueva presentadora, **Sandra Daviu**. Gracias a ello, el programa supera sus registros y recupera la hegemonía de la tarde. Por otro lado, figura **DÓNDE ESTÁS CORAZÓN** (20,6%), el programa líder de la noche de los viernes al frente del cual se mantiene **Jaime Cantizano**, uno de los rostros más populares de **ANTENA 3 TV**. El clásico programa mantiene su vigencia gracias a la presencia de los personajes más destacados y polémicos de la actualidad social.

No faltan **concursos** como **LA RULETA DE LA SUERTE**, el programa diario con mayor audiencia de la televisión (24,5%), rotundo líder de su franja de competencia por tercer año consecutivo, o **AL PIE DE LA LETRA**, adaptación del concurso *The singing bee* de la cadena norteamericana NBC.

## Megatrix, la televisión más joven

Como es habitual, la programación **infantil** ocupa un importante lugar en la programación de **ANTENA 3 TV**. Es una de sus señas de identidad y clave en el histórico liderazgo de la emisora entre los niños. Ellos son los responsables de la permanencia en antena del clásico **MEGATRIX**, el contenedor que engloba algunas de las series juveniles y de animación más vistas por el público infantil. Dibujos como **LOS SIMPSON** (22,2%) siguen imbatibles en la sobremesa de lunes a domingo. La fidelidad con la que cuenta la serie ha favorecido el asentamiento de **PADRE DE FAMILIA** en la franja previa a **LOS SIMPSON** el fin de semana.

El protagonismo de la ficción en 2008 no impide a la cadena seguir apostando por formatos de **entretenimiento** innovadores y de éxito internacional, como el concurso **¿SABES MÁS QUE UN NIÑO DE PRIMARIA?**, que ofrece en verano su segunda temporada; **VEN A CENAR CONMIGO**, un programa totalmente novedoso en España, que llega a **ANTENA 3 TV** avalado por su éxito en toda Europa; y **ESTA CASA ERA UNA RUINA**, estrenado a finales de 2007 con brillantes datos de audiencia.

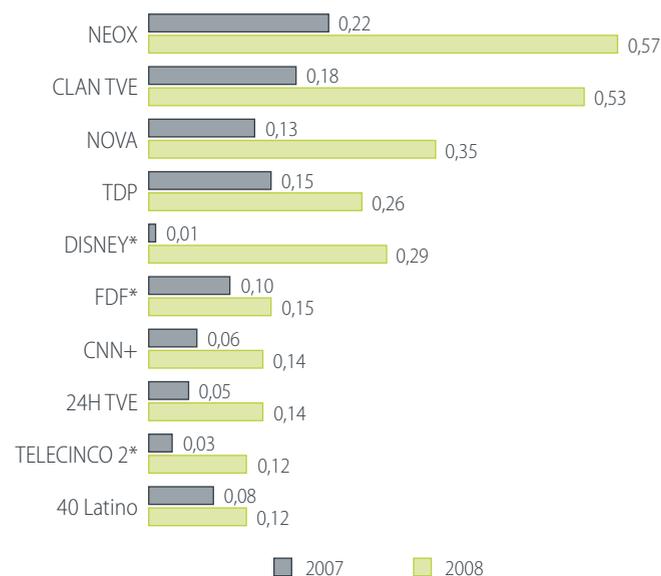
Para finalizar, cabe destacar los programas **actualidad**, **reportajes** y **debate**, emitidos en la franja de *late-night*, como **GPS**, **TESTIGO DIRECTO**, **PUNTO.DOC** y **360°**.



## LÍDER ABSOLUTO EN TDT

La Televisión Digital Terrestre (TDT) cumple 3 años desde su implantación en España. Durante este periodo, **NEOX** y **NOVA**, que forman parte de la familia de canales digitales del **GRUPO ANTENA 3**, se han consolidado como referencia indiscutible.

**NEOX** con un 0,57% de *share* es el canal más visto. Líder absoluto en el *prime time* desde que se iniciaron las emisiones y, en el total día, durante 84,4% de los meses. Por su parte, **NOVA**, con un 0,35%, se ha consolidado en la cuarta posición en el total día y en la segunda opción del *prime time* en este periodo.



\* Comparación con Flymusic, T5 Estrellas y T5 Sport en 2007.

En el mes de diciembre, **NEOX** y **NOVA** han sumado un 1,23% de cuota de pantalla. Ambos canales han superado el punto de *share* desde el pasado julio 2008.

Desde los inicios de la TDT en España, el 30 de noviembre de 2005, y hasta la actualidad, el **GRUPO ANTENA 3** ha realizado una decidida apuesta por **NEOX** y **NOVA** y los ha convertido en los canales preferidos por la audiencia. De las mil emisiones más vistas de la historia de la TDT, el 75% corresponden a los espacios de **NEOX** y **NOVA** gracias a su innovadora programación.

Apostar por ellos significa aportarles contenidos de calidad específicos. Tanto **NOVA** como **NEOX** se han erigido en 2008 como los canales digitales con más estrenos, en total 50 nuevos espacios. A ellos se unen el resto de programas de sus respectivas parrillas y los grandes preestrenos de **ANTENA 3 TV**.

« Tanto Nova como Neox se han erigido en 2008 como los canales digitales con más estrenos, en total 50 nuevos espacios »



La Pecera

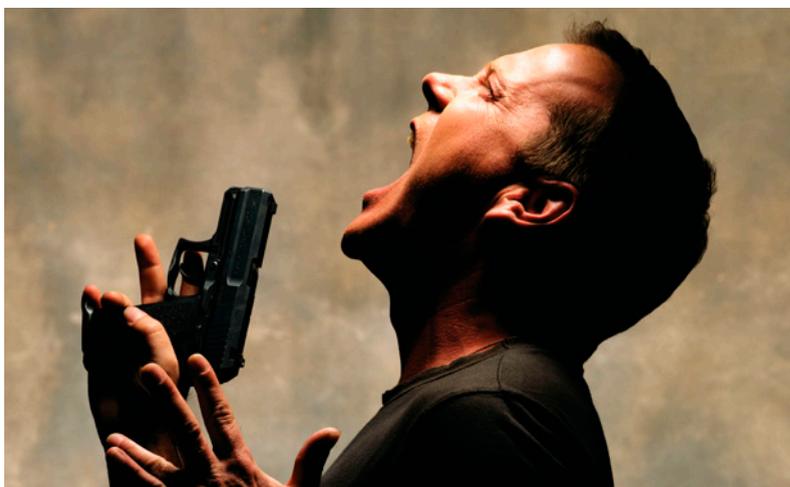


Bravo Neox

## Vocación de televisión generalista

**NEOX** y **NOVA**, que nacen con una marcada vocación de televisión generalista, siguen renovando sus parrillas con nuevos espacios que les dotan de una marcada personalidad: **NEOX**, como cadena joven, actual y dinámica; y **NOVA**, como revista de ocio y estilo de vida para toda la familia.

La programación de **NEOX** es un completo y variado catálogo de productos televisivos: ficción (junto a las series de éxito de **ANTENA 3 TV**, la cadena ha estrenado en exclusiva **IMPARES**, **SKINS**, **EVA Y COLEGAS** y **SCHOOL GIRLS**), cine (superproducciones nacionales e internacionales), animación (**LOS SIMPSON**, **SHIN CHAN**, **HUNTIK**, series juveniles), espacios divulgativos (**VU 87**, **BRAVO NEOX**, **¿XQ?**, **LA PCERA**), deportes (**CHAMPIONS LEAGUE**, NBA, esquí, tenis, ciclismo, **DXT.NEOX**) y concursos (**WEBMASTER**, **DIME SÍ O NO**).



Pasarela Cibeles



Gervasio Defer visita Círculo Neox

**NOVA**, en cambio, ofrece a su audiencia grandes películas en **CINE NOVA**. Ha estrenado programas de producción propia (**OCHO MUJERES, ¿QUÉ PIENSAN LAS MUJERES?, GPS, ATRAPADOS POR LA HISTORIA, HOGAR ÚTIL, POKER, y LEÓN, CIBELES, SOLO ELLAS y LA TELETECA**), series de ficción (**SÍ CARIÑO, 24, AMORES DE MERCADO, DUELO DE PASIONES, CLA NO SOMOS ÁNGELES, DAME CHOCOLATE y LA LOLA**) y retransmisiones en directo de eventos (**TENIS OPEN CASTILLA, PASARELA CIBELES y GALA MISS MUNDO**).

El año 2008 ha sido tan sólo el inicio. A partir del 1 de enero de 2009, **ANTENA 3** cambia la mosca de sus canales digitales, **NEOX** y **NOVA**, para asociarlos con los números 8 y 9 del mando a distancia, respectivamente. La cadena lanza simultáneamente una campaña de marketing durante el primer trimestre del año para proponer a los espectadores que sintonicen **NEOX** y **NOVA** en esta posición del mando, que coincide con el posicionamiento natural de los dos canales líderes de la TDT.

« Vicky Cristina Barcelona, obra escrita y dirigida por Woody Allen, sobrepasó el millón de espectadores en España y alcanzó el reconocimiento internacional en los Globos de Oro y en los Oscar »



## ANTENA 3 FILMS, GANADORA DE UN OSCAR

El **GRUPO ANTENA 3** mantiene un marcado interés por producir cine español de calidad, capaz de obtener el éxito de la crítica y del público. En 2008 estrenó nueve películas y cuatro *tv movies* de gran éxito y cerró varios acuerdos para nuevas superproducciones.



Penélope Cruz

**MORTADELO Y FILEMÓN: MISIÓN SALVAR LA TIERRA** y **FUERA DE CARTA** fueron dos de las películas españolas más vistas del año; a éstas hay que añadir **VICKY CRISTINA BARCELONA**, obra escrita y dirigida por Woody Allen. El film sobrepasó el millón de espectadores en España y alcanzó el reconocimiento internacional con el premio a la mejor película de comedia en los Globos de Oro y el Oscar a la mejor actriz secundaria para Penélope Cruz. Además, en la última edición de los Premios Goya, Cruz obtuvo una estatuilla en la categoría de mejor actriz de reparto.

Junto a estos tres títulos, cabe destacar **COBARDES** y **SÓLO QUIERO CAMINAR** que también han conseguido llamar la atención de la Academia de Cine Español, siendo igualmente nominados en distintos apartados para los premios Goya. Especial mención hay que hacer con **SÓLO QUIERO CAMINAR**, que optó a once candidaturas, entre ellas; a la de mejor película, mejor dirección, mejor guión, mejor actriz y mejor actor y que finalmente fue premiada por su fotografía.

Otros títulos como **EL ÚLTIMO JUSTO**, **CARLITOS**, **SEXY KILLER** y **LOS AÑOS DESNUDOS** han contado también con el apoyo del público. De la misma forma, las tv movies **YO, EL SOLITARIO**, **FUTURO 48 HORAS**, **20N** y **EL CASTIGO**, emitidas por **ANTENA 3 TV** en *prime time*, registraron una notable audiencia.

**ANTENA 3 FILMS** ha realizado, además, los largos **PLANET 51**, la producción más ambiciosa de animación en 3D hecha en España; **AL FINAL DEL CAMINO**, una comedia ambientada en el Camino de Santiago, dirigida por Roberto Santiago y protagonizada por Malena Alterio y Fernando Tejero; **FUGA DE CEREBROS**, *teen movie* dirigida por Fernando González en clave de humor e interpretada por Amaia Salamanca y Mario Casas; y la comedia **PAGAFANTAS**.

Javier Bardem Penélope Cruz Scarlett Johansson



Patricia Clarkson Kevin Dunn Rebecca Hall Chris Messina

## Vicky Cristina Barcelona

METROPOLIS / ESPAÑA PRODUCCIONES PRESENTA EN ASOCIACIÓN CON ANTENA 3 FILMS Y LA PRODUCTORA DE ANTENA 3 TV UN PROYECTO DE TOLUANA "VICKY CRISTINA BARCELONA" JAVIER BARDEM PATRICIA CLARKSON PENÉLOPE CRUZ KEVIN DUNN REBECCA HALL  
SCARLETT JOHANSSON CHRIS MESSINA con JULET WELSH PATRICK DEMPSEY "HOMER" SIMPSON ALDO ENRIQUE "SOMER" ESPARtero JESÚS GÓMEZ "VICKY CRISTINA BARCELONA" ANNE MURPHY JAVIER GÓMEZ "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero  
"HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero "HOMER" ESPARtero

© 2008 Europa Productions, Inc. and Toluana, S.A.  
www.vickyforthebarcelonaipelicula.com

Por otra parte **ANTENA 3 FILMS** ha participado junto con prestigiosas productoras europeas en los largometrajes **IMPERIAL LIFE IN THE EMERALD CITY**, **CRACKS** y **JOHN RABE**.

En el apartado de *tv movies* se han producido, aparte de las cuatro emitidas en 2008, **STEVE**, *thriller* sobrenatural; **MARISOL**, basada en la vida de la popular artista; **23F**, que narra los sucesos ocurridos en el asalto al Congreso de los Diputados durante el golpe de Estado de 1981; **DÍAS SIN LUZ**, drama acerca de la desaparición en Huelva de la niña Mariluz Cortés; y **UNA BALA PARA EL REY**, relato sobre el frustrado atentado contra el Rey en Mallorca durante el verano de 1995.

Además, se han alcanzado acuerdos de desarrollo para la producción de otras dos *tv movies*, uno sobre la novela **UN BURKA POR AMOR** y otro más sobre la vida de **ADOLFO SUÁREZ**.

Volviendo al cine español, **ANTENA 3 FILMS** se ha embarcado en la realización de una superproducción en colaboración con Brasil que contará las aventuras y amoríos de un joven **LOPE DE VEGA** que trata de abrirse camino en el Madrid del siglo XVI. Ya en el ámbito del cine europeo, se ha firmado otro acuerdo para la producción de **BEN-HUR**, narración de corte histórico que trata de la vida del conocido personaje.



Cartel promocional de la película 'Cobardes'

CONTACTO PROGRAMMING  
IMPACTO  
OYENTES ERANJA  
TERTULIA COMUNICADOR  
MORNING-SHOW  
MEDIO  
LEADER

# RADIO, TELEVISIÓN DIGITAL LOCAL

UNIPREX

» UN AÑO HISTÓRICO PARA ONDA CERO Y EUROPA FM



« Onda Cero se alzó en 2008 como la segunda emisora más escuchada y fue la única cadena comercial que ganó nuevos oyentes »

## UN AÑO HISTÓRICO PARA ONDA CERO Y EUROPA FM

Las dos grandes ofertas radiofónicas del **GRUPO ANTENA 3**, **ONDA CERO** y **EUROPA FM**, son hoy dos grandes valores. Ambas han cerrado 2008 como el mejor ejercicio de su historia. Mientras **ONDA CERO** es la segunda emisora más escuchada y la única que ha ganado nuevos oyentes, **EUROPA FM** ha logrado incrementar su audiencia en un 11% y se sitúa como la cadena musical con mayor crecimiento.

La cuota de audiencia de **ONDA CERO** sigue aumentando. En concreto, ha pasado del 15,8% en diciembre de 2007, al 16% en 2008, lo que su-

pone 94.000 oyentes más. La emisora obtuvo una media de 2.091.000 seguidores, el segundo lugar en el ranking.

Los datos de audiencia acumulados durante este año, sumados a una acertada política comercial, hacen posible que **ONDA CERO** mantenga el mejor índice de rentabilidad por oyente de la radio española.

### Una programación líder en constante evolución

**ONDA CERO** posee una fórmula asentada, pero en evolución. A lo largo de 2008 se ha potenciado la información y la participación de los oyentes en **HERRERA EN LA ONDA**; se ha apostado por la actualidad y el análisis



Carlos Herrera



Julia Otero entrevista a Mariano Rajoy

« Los datos de audiencia, sumados a una acertada política comercial, hacen posible que Onda Cero mantenga el mejor índice de rentabilidad »

sis en el espacio **JULIA EN LA ONDA**; y se ha puesto especial empeño en el rigor de los informativos.

La propia dinámica de la programación exige contemplar pequeños cambios y novedades. En el año 2008, por ejemplo, se ha incorporado en la franja de madrugada el espacio **LA PARROQUIA DEL MONAGUILLO**, un programa que lleva el sello y el humor inconfundible de **Sergio Fernández**, "El Monaguillo". Su parroquia está abierta hasta altas horas de la madrugada. Como también están abiertos los debates y las llamadas de los oyentes en el programa **AL PRIMER TOQUE**, reforzado con incorporaciones de primer orden, como **Santiago Seguro**.

## Las estrellas, en la onda

**HERRERA EN LA ONDA**, con **Carlos Herrera**, se ha confirmado como el segundo espacio más escuchado en las mañanas, de lunes a viernes, distanciándose cada vez más del tercero y reduciendo de manera con-



Julia Otero entrevista al Presidente del Gobierno

siderable la diferencia sobre el primero. Con 1.525.000 seguidores, ha registrado en 2008 el dato más alto desde su estreno, en otoño de 2004.

Por su parte, **JULIA EN LA ONDA**, presentado por **Julia Otero**, es el segundo programa más escuchado de las tardes, de lunes a viernes; mientras que **LA BRÚJULA**, que dirige y presenta **Carlos Alsina**, supera amplia-

« Europa FM es un producto muy bien valorado, con una índice de fidelidad por oyente que se acerca a los 170 minutos »

mente los 400.000 oyentes, y es el informativo de referencia. Similar evolución experimenta **AL PRIMER TOQUE**, el espacio deportivo nocturno de **Ángel Rodríguez**, que incrementó su audiencia en 51.000 oyentes, según datos EGM, y ha sido el único programa deportivo nocturno que ha ganado oyentes a lo largo del año.

La programación del fin de semana en **ONDA CERO** está marcada también por el crecimiento sostenido en los programas informativos, como **GENTE VIAJERA** y **RADIOESTADIO** y, muy especialmente, en **TE DOY MI PALABRA**, el magacín de las mañanas que dirige y presenta **Isabel Gemio**.

## Informativos independientes, plurales y equilibrados

Los informativos, dirigidos por **Julián Cabrera**, son el hilo conductor de la programación de **ONDA CERO**, y un buen ejemplo de independencia y pluralismo. Así se ha podido constatar en las pasadas Elecciones Generales y en aquellos acontecimientos destacados que provocan el debate y controversia nacional. Los micrófonos de **ONDA CERO** han estado allí donde se producía la noticia.

Los 800.000 oyentes que escuchan los espacios informativos de **ONDA CERO** y que siguen la actualidad a través de nuestra cadena han dado sobradas muestras del rigor y seriedad de la cadena.

En los últimos cinco años **ONDA CERO** ha sabido construir un proyecto ambicioso. Ha sabido poner en marcha y consolidar una oferta radiofónica atractiva y rentable. Y ha logrado incrementar de forma paulatina su audiencia y resultados.

## El éxito de la innovación en Europa FM

**EUROPA FM** ha logrado en 2008 unos resultados espectaculares, tanto en audiencia como en notoriedad. Hoy cuenta ya con cerca de un millón de oyentes y es la cadena musical que más crece, según el Estudio General de Medios de diciembre. Sólo entre los meses de julio y diciembre de 2008 –coincidiendo con los cambios de la nueva temporada– subió un 22%, el porcentaje más alto de todas las cadenas.

Si **ONDA CERO** es una de las cadenas de radio más influyente de España, y la segunda en número de oyentes, **EUROPA FM** ha multiplicado casi por cuatro la audiencia que tenía hasta hace apenas cinco años. En el año 2008 ha experimentado una subida de 97.000 oyentes, lo que supone un incremento porcentual del 11%.

« Europa FM ha multiplicado por cuatro la audiencia que tenía hasta hace apenas cinco años »

Las novedades introducidas en la programación de esta cadena responden en la mayoría de los casos a meticulosos estudios de mercado. Estas investigaciones, que se realizan desde hace ya algunos años, indican que **EUROPA FM** es un producto muy bien valorado, con un índice de fidelidad por oyente que se acerca a los 170 minutos. Quizá por ello, los 965.000 seguidores que contabilizó el Estudio General de Medios en diciembre pasado son los mejores de la historia de la cadena.



Campana de imagen de Europa FM



Estudio principal de ONDA CERO

A través de estas investigaciones, **EUROPA FM** va adaptando su selección musical a los gustos de los españoles manteniendo un formato riguroso y con personalidad.

Este año se ha renovado el programa despertador **YA TE DIGO**, con la incorporación de **Valeriano Campillos** –proveniente de Los 40– y de **Manuel Acedo**, nuevo director del programa. También el espacio nocturno **PONTE A PRUEBA** ha fichado **Víctor Cortés**, en sustitución de Josep Lobató.

## Uniprex TV: nuevas ideas para la televisión más cercana

**UNIPREX TV** es la empresa filial de **UNIPREX** que gestiona bajo la marca **VER-T** las licencias de TDT local explotadas por el **GRUPO ANTENA 3** en distintos puntos de España.

Durante 2008, y a la espera de que la migración definitiva del sistema analógico al digital permita el crecimiento de la televisión local, **UNIPREX TV** ha centrado sus esfuerzos en potenciar el negocio de la producción audiovisual de bajo coste.

Así, **UNIPREX TV**, ha sido la única productora a la que el Ayuntamiento de Madrid ha renovado el contrato para producir durante los dos próximos años otras mil horas de televisión destinadas al canal local EsMadrid.

En esa misma dirección, la empresa alcanzó en 2008 un acuerdo con Extremadura Televisión para producir el espacio **VER CINE** y mantiene contactos permanentes con otras televisiones autonómicas que han

« Uniprex TV ha centrado sus esfuerzos en potenciar el negocio de la producción audiovisual de bajo coste »

mostrado ya su interés en algunos de los formatos e ideas desarrolladas para hacer televisión de calidad a precios altamente competitivos.

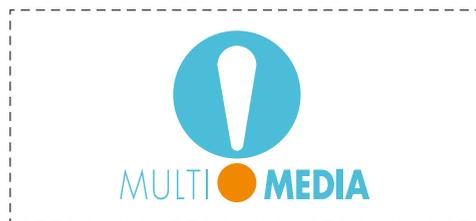
Dentro de la actividad desarrollada a lo largo del ejercicio, destacan también, además de la producción técnica de la **MOSTRA DE CINEMA DEL MEDITERRANI**, distintos trabajos audiovisuales para el **GRUPO ANTENA 3** (**ANTENA 3 TELEVISIÓN, NEOX, A3 ADVERTISING, FUNDACIÓN ANTENA 3** y **ANTENA 3 EVENTOS**), y para otras empresas que confían a **UNIPREX TV** sus proyectos audiovisuales corporativos.

STREAMING IPTV PLATAFORMA  
RED OPORTUNIDAD  
MULTI-SOPORTE  
SPOTS TELETXTO PORTAL  
DESCARGA MMS MÓVIL  
MMS S VANGUARDIA  
POLITONO WAP TELEFONÍA  
CALL TV

## MULTIMEDIA, EVENTOS Y PUBLICIDAD EN CINES

A3 MULTIMEDIA, A3 EVENTOS Y MOVIERECORD

» PROTAGONISTAS DE LA REVOLUCIÓN MULTIMEDIA



## PROTAGONISTAS DE LA REVOLUCIÓN MULTIMEDIA

La comunicación ya no conoce fronteras. Internet, radio, televisión, cine, telefonía móvil, e incluso la organización de eventos, confluyen en un mismo camino marcado por un nuevo concepto multimedia. Las series de **ANTENA 3 TV** se estrenan en la red, que a su vez actúa como motor de promoción abriendo nuevas posibilidades comerciales. La radio tiene un puente de contacto con sus oyentes a través de sus diferentes páginas y blogs. La telefonía móvil ya es otra ventana más con grandes posibilidades: la Mobile TV. Todos interactúan y se retroalimentan entre ellos; es la nueva comunicación.

Durante 2008, el **GRUPO ANTENA 3** ha continuado apostando por las nuevas tecnologías con la renovación de todos sus portales. El mayor paso adelante ha tenido lugar con el desarrollo y puesta en marcha de [antena3videos.com](http://antena3videos.com), culminación del proyecto de publicación en internet de series y programas completos que se ha potenciado durante este año con nuevas iniciativas que han recibido una excepcional acogida por parte del público.

Como consecuencia de ello, el total de vídeos descargados en 2008 se ha multiplicado prácticamente por cuatro respecto al año anterior, pasando de los 49,5 hasta los 196,3 millones, cifra a la que además hay que añadir los 37 millones de vídeos visionados desde el canal de **ANTENA 3 TV** en YouTube.

El incremento en los resultados no se detiene aquí: si el total de webs del **GRUPO ANTENA 3** finalizó 2007 por encima de los 2 millones de usuarios únicos y las 33 millones de páginas vistas, las cifras a diciembre de 2008 han sido de 3.354.000 usuarios únicos y 51.122.000 páginas vistas, lo que supone un crecimiento del 67% y del 55% respectivamente.

« El total de vídeos descargados en 2008 se ha multiplicado por 4 con respecto al año anterior »

## Un año con importantes estrenos en la red

A primeros de año se lanzó [antena3noticias.com](http://antena3noticias.com). Una apuesta por la información permanente y sobre todo audiovisual para competir en el duro mercado de la información digital dominado hasta ahora por los diarios *online* inspirados en la prensa tradicional. Este portal continúa en constante evolución y su audiencia se ha multiplicado por seis desde el mes de enero, alcanzando a final de año los 600.000 usuarios únicos.

La campaña electoral fue el detonante de esta apuesta por la interactividad. Los internautas pudieron, a través del canal YouTube de la cadena, enviar sus preguntas en vídeo a los candidatos de los principales partidos políticos. Tanto José Luis Rodríguez Zapatero como Mariano Rajoy les respondieron en directo por televisión.

« Las webs del Grupo Antena 3 registraron 3.354.000 de usuarios únicos y 51.122.000 páginas vistas, lo que supone un crecimiento del 67% y del 55% respectivamente »

Durante todo el año se han incrementado las herramientas de participación y opinión a través de los *blogs* firmados por especialistas que han abordado en directo la campaña electoral, la entrega de los Oscar o las elecciones norteamericanas.

En el mes de julio el portal de **EUROPA FM** estrena un desarrollo radicalmente nuevo con el objetivo de profundizar en los contenidos ofrecidos por sus populares programas, tender un puente de comunicación con la audiencia y aprovechar los distintos elementos del fenómeno fan que se generan en torno a la radiofórmula. El número de usuarios únicos del web ha crecido un 25%, superando ampliamente los 200.000, y las páginas vistas se han multiplicado por cinco, hasta las seis millones y medio alcanzadas en diciembre.

A finales de agosto, **ONDA CERO** presentaba su nuevo portal. El cambio iba mucho más allá de lo meramente estético: se trata de un *website* que, por un lado, cuenta con un eminente perfil informativo pero en el que tienen mucho peso las estrellas de la emisora y sus programas. El objetivo era alcanzar un equilibrio entre ambas facetas a la vez que se



Página web de Antena 3 Noticias

GRUPO ANTENA 3

SOBRE NOSOTROS | EMPRESAS DEL GRUPO | ACCIONISTAS E INVERSORES | PRENSA

## ACCIONISTAS E INVERSORES

Cotización Antena3...

2009-02-19 / 19:31	EUROS	VARIACION	MÁXIMO	MÍNIMO
	3,38	- 1,2 %	3,41	3,34

Ampliar información...

Accionistas e inversores...

- 29.10.08 La sociedad rende información sobre la conferencia call que tendrá lugar el 30 de octubre de 2008 tras la presentación de los resultados de la compañía a 30 de septiembre de 2008. (pdf 55 kb.)
- 10.10.08 Adquisición de acciones propias (pdf 57 kb.)
- 25.08.08 La sociedad comunica la dimisión en el cargo de Consejero de Iñaki Abánades López. (pdf 57 kb.)
- 31.07.08 Anuncio de Pago de Dividendos (pdf 63 kb.)

Más información para Accionistas e inversores...

Copyright © Antena3  
Reservados todos los derechos  
Aviso Legal

Página web de Grupo Antena 3

proponía una navegación cómoda y sencilla para los usuarios. Y ellos han respondido aumentando en un 37% (usuarios únicos) hasta los 373.000 de diciembre mientras que el número de páginas vistas se ha duplicado hasta los casi tres millones en el mismo mes.

Carlos Alsina, RADIO ESTADIO o GENTE VIAJERA disponen de sus propios blogs para una comunicación aún más directa con los oyentes.

En septiembre se estrenó el web corporativo [grupoantena3.com](http://grupoantena3.com), donde se reúne toda la información sobre el Grupo de empresas y se pone a disposición de los accionistas e inversores una serie de servicios y contenidos que les permiten conocer el seguimiento de la evolución de nuestra compañía.

escucha en directo de 06:00 a 12:30h

## Herrera en la onda

Huelga de jueces: entrevista con Luis Sanz Acosta | Fósforos: la hora en la que tú cuentas | Analizamos el idioma, carnaval, weberia y más

programas | actualidad | deportes | audios

18 febrero 2009 Boletines Informativos...

hoy en directo...

12:30	Tu ciudad en la onda
14:00	Noticias mediodía
15:00	Onda Deportiva toda la programación...

TE MERECES ESTÁ RADIO...

Carlos Herrera  
Herrera en la onda

Julia Otero  
Julia en la onda

Carlos Alsina  
La Brújula

lo más oído ...leído | ...actual

1. La rosa de los vientos 16022009
2. Herrera en la onda. Lunes (10:00-12:30)
3. Fósforos: redes sociales
4. Carnavales de Cádiz: Llegamos a semifinales
5. Hablamos con Rafa Nadal
6. Herrera en la onda. Martes (10:00-12:30)
7. Carnavales de Cádiz: un cuplé sobre el fútbol español
8. Los Fósforos: ¿En qué apuros te han puesto los niños?
9. El Madrid goles y da véis a la Liga
10. Herrera en la onda. Lunes (06:00-10:00)

Más audios

"La huelga de hoy se notará"

El juez Luis Sanz Acosta explica en Herrera cuáles son las reivindicaciones de los jueces en esta primera jornada de huelga de jueces de la historia.

Página web de Onda Cero

EUROPA FM

escucha en directo

## Fórmula Europa FM

Vive la Densación Europea, la mejor mezcla de música española e internacional de los 90 hasta hoy!

Participa en el programa...

WEB espacio TU MENSAJE al 5151

LA VENTANA DE LA NOSTALGIA

Así lo vivimos

destacamos

EL BLOG DEL PONTE  
Las fotos prohibidas de una noche que nunca debiste ver, ahora colgadas en el blog. Lo mejor de Ponte. A Prueba en Castellón!

LISTA EFM  
Tenemos muchas novedades que compartir: Kike Ryan, Carlos Baute, Marcelo Charro, Amy MacDonnell, Lady Gaga, The Rasmus...

YTD BLOG  
Invitamos a 2 de nuestros oyentes a conocer a Liam Gallagher, líder de Oasis. ¿Quieres escuchar esta increíble aventura?

Videos

2 oyentes de Ya Te Digo entrevistan al líder de Oasis

Momentos con Liam

Videoclip U2 - Get On Your Boots

No Line On The Horizon, el regreso de U2

La Quinta Estación vuelve sin trenes

JARABE DE PALO  
"Capotea, Roca Landa"  
1 de marzo: Orquesta Reciclando

Página web de Europa FM

## antena3videos.com, pioneros en la comercialización de videos en internet

Finalmente, en el mes de octubre culminaba un ambicioso proyecto, [antena3videos.com](http://antena3videos.com), que surgió a raíz del éxito en internet de los programas y series de la cadena. En esta ocasión se trataba de facilitar al usuario un acceso único a todo nuestro material de vídeo disponible en la red.

Pero, sobre todo, la gran diferencia que marca este portal radica en las posibilidades que abre a su comercialización, permitiendo al anunciante superar la limitación de los vídeos de *pre-roll* (spot previo al visionado del vídeo) dando paso a toda una serie de opciones que se ajustan a sus necesidades. Junto al éxito ya reseñado de consumo de vídeos de

**ANTENA 3 TV**, los clientes han otorgado también el visto bueno al portal, que desde sus inicios cuenta con una importante presencia publicitaria.

Otro gran hito en el desarrollo del negocio audiovisual en internet ha sido el acuerdo comercial con You Tube al que se llegó en el verano de 2008 y que ha permitido extender lo que era un simple convenio de colaboración con fines promocionales a un marco de *partnership* con la compañía estadounidense del grupo Google.

## Ponle freno, también en la red



Desde multimedia, también se apoyan las iniciativas sociales del Grupo. La plataforma **PONLE FRENO** para la señalización de Puntos Negros y Tramos Peligrosos logró concentrar a través de la web las firmas de más de 200.000 ciudadanos en una campaña sin precedentes en televisión, radio e internet. Finalmente, la Administración daba el empujón final –ya en 2009– con el acuerdo entre el Ministerio de Fomento y el de Interior para señalarlos y arreglarlos en el menor tiempo posible.

## Triple play: la unión hace la fuerza

**ANTENA 3** mantiene su posición pionera en el campo de los contenidos multiplataforma. Junto al hecho de aportar una imagen actual e innovadora, así como de atender a la demanda de una audiencia cada vez más exigente, no cabe duda de que las distintas ventanas que se abren a partir de un mismo producto también despiertan el interés de los anunciantes, siempre en permanente búsqueda de nuevas fórmulas que permitan mejorar la eficacia de sus campañas.



Página web de antena3videos

En este sentido, se ha incidido en la necesidad de aumentar la vinculación de las distintas producciones de **ANTENA 3 TV**, sean series o programas, a su perfil multimedia. Uno de los ejemplos más destacados lo constituye el preestreno en internet de algunas de las grandes series de televisión, que dio comienzo la segunda semana del año con la quinta temporada de **LOS HOMBRES DE PACO**, ofrecida en la Red 36 horas antes que en televisión. Además del éxito entre los internautas –en este caso, más de un millón de descargas solamente mientras duraba el preestreno–, la iniciativa se ha revelado como un importante elemento de promoción televisiva.

Poco tiempo después se amplió este tipo de evento con un componente innovador: el preestreno se ampliaba al teléfono móvil con la nueva producción **FÍSICA O QUÍMICA**. Esta experiencia pionera a nivel mundial generó en su primera semana casi 2.200.000 descargas en internet y 20.000 accesos en Vodafone Live!

Por lo que respecta a programas, el hito más importante ha sido la incorporación de un *chat* en directo al programa **EL DIARIO**. Los espectadores han tenido la oportunidad de conversar con los protagonistas del programa, conocer directamente sus inquietudes y participar en la resolución de algunos de los casos. Y los usuarios se cuentan por miles en cada ocasión.

Finalmente, en este apartado hay que destacar que la señal de **ANTENA 3 TV** ha traspasado la frontera analógica, la digital terrestre y hasta la de internet para alcanzar a la telefonía móvil con la llegada de las señales en directo en Vodafone Live!

## Telefonía móvil, una línea de negocio en expansión

En el mundo del móvil **ANTENA 3** mantiene el liderazgo en envío de SMS informativos con su producto **303**. Durante 2008 se han abierto nuevas líneas de negocio como la apertura de alertas en Orange y el incremento de servicios en Movistar y Vodafone.

El sector que más ha evolucionado en estos últimos años ha sido el de **MOBILE TV**, en el que **ANTENA 3** ha vuelto a participar con el lanzamiento de productos para todos los operadores. De esta forma, **ANTENA 3** posee (bien sea a través de vídeo bajo demanda, señales en directo o señales en bucle o loops) una posición muy ventajosa ante el desarrollo futuro de la televisión en dispositivos móviles. Los dos grandes hitos del año en este sentido fueron el preestreno en exclusiva (internet y móviles) del primer capítulo de **FÍSICA O QUÍMICA** y el lanzamiento de **ANTENA 3 TV** en directo por Vodafone Live! mediante un paquete de dos canales: **A3N24HORAS** y **ANTENA 3 SERIES**.

**3. Patrocinio Capítulos Completos**  
Descripción del producto publicitario

Contenido publicitario en el visor

Botón con Link      Spot      Botón con Link      Vídeo del capítulo

« Movierecord ha acaparado una cuota de mercado del 45% tanto en pantallas como en espectadores »

## Movierecord lidera la publicidad en las salas de cine

**MOVIERECORD**, la empresa líder que gestiona la publicidad en las salas de cine, ha registrado en 2008 una cuota de mercado del 45%, tanto en pantallas como en espectadores.

En el pasado año ha mantenido su política contractual con los exhibidores que fija el gasto en función de las ventas. Durante este periodo más de diez contratos se han ajustado a estas condiciones, que adecúan los pagos al sistema de cobros con el fin de mejorar la tesorería. Los costes de contratación se han reducido más de un 35%.

Durante el ejercicio 2008 el mercado se ha mantenido prácticamente en los mismos niveles de pantallas y espectadores que el año anterior.

« Antena 3 Eventos espera situarse en 2009 como la agencia de eventos de referencia, complementando la oferta de soportes publicitarios del Grupo »

## Antena 3 Eventos: especialización, capacidad y experiencia

**ANTENA 3 EVENTOS** es el resultado del desarrollo y especialización alcanzado por el plan de diversificación iniciado en ejercicios anteriores por **UNIPUBLIC**, pues nace como consecuencia de la escisión de esta compañía.

Así pues, cuenta con toda la experiencia y capacidad acumulada por **UNIPUBLIC** y, al mismo tiempo, con la especialización requerida por un mercado cada vez más exigente y agresivo.

El objetivo de **ANTENA 3 EVENTOS** se centra en el desarrollo de actos promocionales, así como en la prestación de servicios de producción y comercialización de otros acontecimientos deportivos.

De esta forma, durante el año 2008 la compañía ha organizado los siguientes eventos:

- » Culturales, como la Mostra de Valencia, **CINEMA DEL MEDITERRANI**.
- » Deportivos entre los que merecen destacarse el **CAMPEONATO DEL MUNDO DE PENTATLÓN MODERNO**, celebrado en Madrid; o el **MARATÓN POPULAR DE MADRID**; así como la colaboración con el **CAMPEONATO DE ESPAÑA DE SUPERCROSS**, o la misma **VUELTA CICLISTA A ESPAÑA** organizada por **UNIPUBLIC**.
- » Giras, marketing promocional y otros. En esta agrupación se incluye la Gira **AMBILAMP**; para el fomento del reciclaje de bombillas; la Gira **PROMOCIÓN DE LA LECTURA**, desarrollada en diversas playas de nuestro litoral; y la Gira **SEAT EXPERIENCE TOUR**, para la promoción del nuevo Seat Ibiza.

También ha desarrollado **Convenciones de empresas**, como la de SEUR, o acciones de marketing promocional para Gillette, mediante el concurso **MEN'S CHALLENGE**. Asimismo, ha organizado diversos actos en Alicante durante la Volvo Ocean Race y la promoción de los productos de Telefónica a través de las exhibiciones de Free-Style Soccer en los principales torneos de fútbol celebrados en verano.

**ANTENA 3 EVENTOS** espera situarse en 2009 como la agencia de eventos de referencia, complementando la oferta de soportes publicitarios del Grupo.

## Licencias: más allá de la pantalla

A lo largo de 2008 **ANTENA 3** ha firmado diversos acuerdos con compañías líderes en su sector para la comercialización de sus productos y marcas de éxito en otros soportes. De esta forma, Sony Pictures explota en DVD la serie de **EL INTERNADO**; se realizan promociones tecnológicas, especialmente en el sector de la prensa aprovechando las sinergias con el diario La Razón; o debido al incremento de las series juveniles, se han desarrollado gran cantidad de productos asociados a éstas, que van desde *snacks* hasta fiestas con actuaciones en directo

Por último, y ya en el mercado discográfico, **ANTENA 3** ha estado presente en todo el proceso de selección de artistas, coordinando la producción musical y gestionando la venta de los trabajos realizados por **18 RDC** en lugar de limitarse únicamente a gestionar la marca.



El Desafío '08



Exhibición de Free-Style Soccer



Concurso 'Men's Challenge'

COMMUNICATION  
**MEDIO**  
COMERCIAL  
WEB  
IMPACTO  
ÉXITO  
FACTURACIÓN  
COBERTURA  
PUBLICIDAD  
MULTIMEDIA  
INTERNET  
PRENSA  
CINE  
INTEGRATION  
ADVERTISING

**PUBLICIDAD**

ATRES ADVERTISING

» LÍDERES EN COMUNICACIÓN 360°



## LÍDERES EN COMUNICACIÓN 360°

Como exclusivista publicitaria, **ANTENA 3 ADVERTISING** va más allá de ser un mero proveedor de espacios: ofrece la publicidad más eficaz a sus clientes. Una publicidad innovadora y con un espíritu multimedia 360°. Un año más, **ATRES ADVERTISING** apuesta por trabajar con el cliente en la elaboración de su plan de comunicación, aportando el asesoramiento necesario, tanto en planificación como en creatividad. El resultado: campañas integrales e integradas, basadas en una estrategia multimedia. La solución que ofrece **ATRES ADVERTISING**, mediante la gestión conjunta de soportes, permite a los anunciantes aumentar su eficacia aprovechando la complementariedad de los *targets* y los beneficios de los diferentes medios.

Fiel a esta estrategia de diversificación en busca de nuevos soportes y de estar atenta a todos los mercados publicitarios, **ATRES ADVERTISING** ganó en la primera mitad de 2008 el concurso convocado por Disney Channel para la comercialización del espacio publicitario de su canal de TDT.

## Por encima de la media del mercado

En un entorno económico marcado por la crisis mundial, y a pesar de que el mercado publicitario ha sido uno de los principales perjudicados, **ANTENA 3** ha logrado cerrar 2008 con una posición de fortaleza en precio. Valores como la cobertura y su perfil comercial son los que le han permitido situarse un 11,3%<sup>(1)</sup> por encima de la media del mercado. Otro indicador claro de su buena salud y posición de empuje comercial es la mejora de su ratio de eficacia, que crece respecto a 2007 en un 1,5%.

En cuanto a **NEOX** y **NOVA**, los otros dos canales de la familia, poseen una magnífica posición en el ranking. Su liderazgo está sostenido por su propia esencia, ya que nacieron con un claro espíritu comercial y con una firme apuesta por los contenidos de calidad. No en vano el **GRUPO ANTENA 3** es el que más invierte en producción propia para la TDT y el más innovador en cuanto a fórmulas de emisión.

(1).- Total Publicidad Adultos

Disney Channel es otra de las grandes apuestas de **ATRES ADVERTISING** dentro de la TDT. La exclusivista publicitaria del **GRUPO ANTENA 3** comenzó a comercializar su espacio publicitario desde que la cadena comenzó a emitir en abierto a través de TDT, el 1 de julio de 2008.



Oficinas de Atres Advertising en Madrid

« Atres Advertising ofrece la publicidad más eficaz a sus clientes gracias a su estrategia multimedia »

Con la incorporación de Disney Channel a su portfolio de soportes y medios, **ATRES ADVERTISING** se posiciona como la mejor y más potente oferta de contenidos infantiles y de consumo familiar gracias a la suma de la programación de **ANTENA 3 TV, NEOX** y Disney Channel.

**ATRES ADVERTISING** ha contado con una clara ventaja para atraer inversión publicitaria hacia sus pantallas. Así lo demuestran las cifras que sitúan en 2008 al **GRUPO ANTENA 3** como líder del ranking de *grp's* de canales de TDT y temáticos con una cuota del 21,6%.

Grupo	GRP'S	Cuota	Nº Anunciantes
<b>Grupo A3</b>	<b>19.938</b>	<b>21,6%</b>	<b>478</b>
Grupo TVE	12.591	13,7%	502
SONY	11.905	12,9%	295
NEWS CORPORATION	9.590	10,4%	334
Grupo T5	8.312	9,0%	289
La Sexta	5.304	5,8%	36
GRUPO PRISA	5.282	5,7%	349
UNIVERSAL (CALLE13)	4.753	5,2%	192
RESTO DE TEMÁTICAS	4.665	5,1%	695
VIACOM	4.267	4,6%	266
VEO	2.512	2,7%	111
MULTICANAL	2.405	2,6%	189
CARTOON NETWORK	339	0,4%	191
JETIX EUROPE	281	0,3%	82
TURNER	27	0,0%	56
<b>TOTAL</b>	<b>92.172</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.457</b>

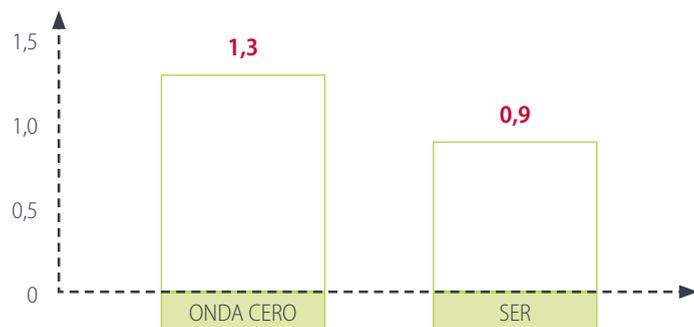
Fuente: TNS. Enero - Diciembre 2008

## Uniprex, el grupo radiofónico de mayor rentabilidad comercial

El grupo radiofónico **UNIPREX** ha cerrado 2008 con sus mejores cifras gracias al incremento de audiencia de sus cadenas, que ha facilitado obtener unos grandes resultados a nivel comercial.

**ATRES ADVERTISING** ha conseguido que el grupo radiofónico sea hoy el que mejor rentabiliza publicitariamente a su audiencia. De hecho, su ratio de eficacia supera con claridad al de sus más directos competidores.

### Ratio de eficacia



Egm: 3ª Ola de 2008

Datos internos estimados sobre los tres principales grupos de radio

Un año más, **EUROPA FM** continúa con un crecimiento imparable tanto en audiencia como en su cartera de clientes. En 2008 han sido un total de 425 anunciantes los que han confiado en la eficacia publicitaria de **EUROPA FM**, un 6,5% más que el pasado año.

### Número de anunciantes de Europa FM



Fuente: datos internos

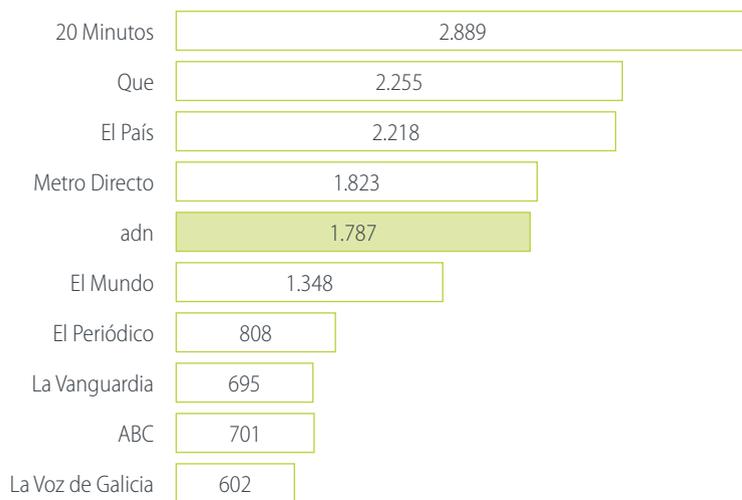


Equipo directivo de Atres Advertising

## ADN, el diario que más crece en audiencia y anunciantes

A las dos grandes emisoras de **UNIPREX**, **ONDA CERO** y **EUROPA FM**, hay que añadir el diario **ADN**, que ha conseguido mejorar sus resultados tanto en audiencia como en número de su clientes, pese a que 2008 ha sido un año crítico para la prensa generalista.

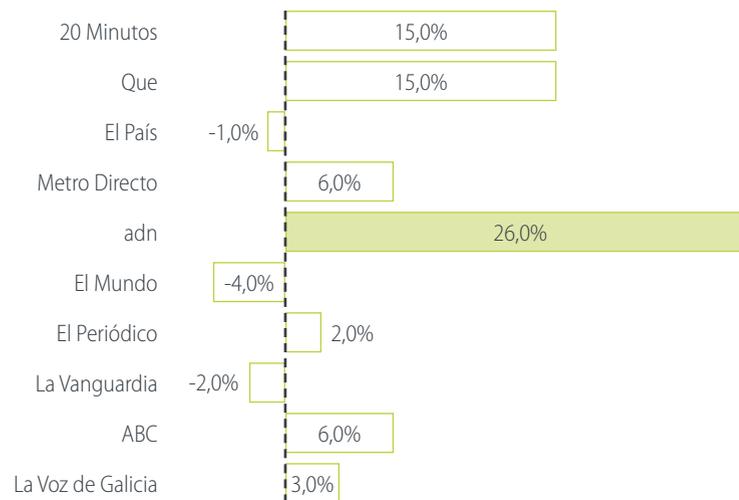
### Ranking (.000) diarios información general



Fuente: Egm 3<sup>er</sup> año móvil 2008 vs. prensa 3<sup>er</sup> año móvil 2007.

Situado en la quinta posición del ranking de diarios de información general, **ADN** ha conseguido crecer, según los datos de la última ola de EGM de 2008, un 26%, dato que le sitúa como el diario que más crece en audiencia.

### % variación vs. prensa 3<sup>er</sup> año móvil 2007



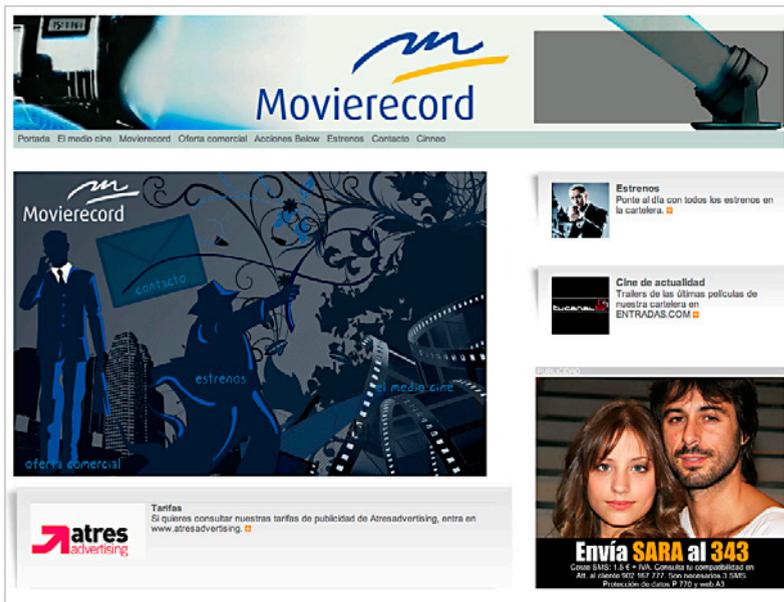
Fuente: Egm 3<sup>er</sup> año móvil 2008 vs. prensa 3<sup>er</sup> año móvil 2007.

En cuanto a la publicidad, **ADN** también es el único periódico de información gratuita que aumenta su número de anunciantes frente a 2007, con un total de 952 clientes.

## Movierecord, a la cabeza del sector cinematográfico

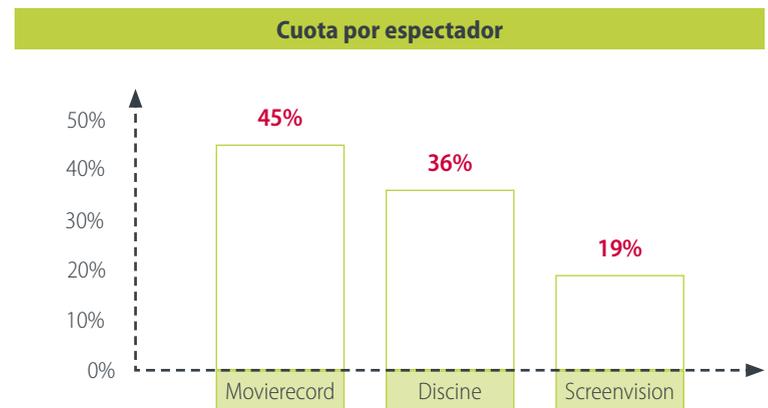
El liderazgo de **MOVIERECORD** se extiende a todos los ámbitos del mundo del celuloide: cobertura, audiencia y salas. Un año más, la compañía reafirma su posición en un mercado de máxima rentabilidad por su notoriedad.

Como distribuidora líder del mercado cinematográfico, cuenta con el 45% de un público de gran interés comercial, que, además, le gusta la publicidad y considera que ayuda en la decisión de compra, según estudios de referencia en el sector publicitario como AIMC Marcas.



Página web de Movierecord

« Atres Advertising ganó en 2008 el concurso convocado por Disney Channel para la comercialización del espacio publicitario de su canal de TDT »



Fuente: NIELSEN EDI 2008

« La comunicación 360° tiene un único eje alrededor del que girar: la audiencia »

## Referente de la comercialización publicitaria de vídeos en internet

La evolución de los soportes del **GRUPO ANTENA 3** en el medio internet ha experimentado en el último año un claro crecimiento debido a la comercialización de la descarga de vídeos. En la actualidad **ATRES ADVERTISING** es uno de los referentes en la venta de espacios publicitarios en este entorno.

La exclusivista publicitaria del **GRUPO ANTENA 3**, con el objetivo de encontrar sinergias en la comercialización del *core business* –la televisión– dentro del medio internet, se introdujo ya en 2007 en el mundo *online* como pionera con la comercialización de los contenidos audiovisuales que cuelgan de las diferentes webs del grupo.

La compañía ha sabido interpretar que este sistema innovador de visionado de los capítulos de las series de **ANTENA 3 TV**, no es sólo interesante para los espectadores, sino también para los anunciantes, que encontraban una forma innovadora y muy cualitativa de impactar a su público.

Un crecimiento espectacular de audiencia ratifica el éxito de esta nueva línea de negocio. Los datos hablan por sí solos: el visionado de contenidos audiovisuales del **GRUPO ANTENA 3** ha aumentado en un 247% frente a 2007.

Poco a poco el formato audiovisual está adquiriendo mayor fuerza en el medio internet. Aunque hasta ahora los más demandados eran los tradicionales *banners* o rascacielos, esta tendencia está cambiando. Cada vez más los anunciantes priman las ventajas publicitarias que ofrecen los formatos audiovisuales entre los que destacan una mayor notoriedad, deseo de interacción con la marcas y la consecución de índices de respuesta más elevados.

## Los eventos, nuevas experiencias de marca

Los anunciantes y medios se enfrentan, cada vez más, a un público que quiere ejercer un papel más activo. Ante este cambio revolucionario, grupos de comunicación, como **ANTENA 3**, apuestan por una nueva corriente mediática, donde la comunicación 360° tiene un único eje alrededor del que girar: la audiencia.

« El empuje comercial de Atres Advertising se manifiesta en la mejora de su ratio de eficacia, que crece respecto al 2007 un 1,5% »

Así ha nacido una nueva tendencia en la que los programas y series dejan de ser contenidos para convertirse en marcas aspiracionales con entidad propia. Dentro de esta línea, han visto la luz en el último año multitud de innovadoras acciones. Eventos en torno a series de éxito, donde el público pueda disfrutar de la presencia de sus ídolos junto a otros fieles seguidores. Concursos *online* donde la audiencia participa con la ilusión de poder conseguir algún objeto personal de protagonistas de la pequeña pantalla, conocerles en primera persona e, incluso, participar en el rodaje. Foros en internet que permiten *chatear* con los personajes de series, influir en el desarrollo de las futuras tramas o comentar con otros internautas los mejores momentos. Webs como [antena3videos.com](http://antena3videos.com), donde se ofrece a internauta la posibilidad de diseñar su propia televisión a la carta. U otras como [cuentaseloalmedo.com](http://cuentaseloalmedo.com) con el objetivo de involucrar al público en la realización de un *spot* de promoción de la cadena.



<http://cuentaseloalmedo.com/>

« La división comercial de Antena 3 ha conseguido que su grupo radiofónico sea el que mejor rentabiliza publicitariamente a su audiencia »

Estos son sólo algunos proyectos que el **GRUPO ANTENA 3** ha puesto en marcha en busca de una experiencia de comunicación con sus espectadores que se traslada más allá de la pequeña pantalla. La generación de nuevos escenarios de interacción con el consumidor, no sólo sirve para fidelizar a una audiencia sedienta de un papel activo, sino que también puede ser una atmósfera adecuada para que este público interactúe con una marca y viva más de cerca un producto.

Así, por ejemplo, Malibú patrocinó el preestreno en cine del primer capítulo de la tercera temporada de **EL SÍNDROME DE ULISES**. Con **EL INTERNADO**, no sólo se generó un evento para el preestreno de la tercera temporada patrocinado por Central Lecha Asturiana, sino que de cara a la cuarta, se organizó una *premier* en cines en diferentes ciudades de la geografía española. Todas estas acciones supusieron una gran repercusión para las marcas que se vincularon al preestreno, gracias tanto al éxito de convocatoria y repercusión mediática que tuvieron como resultado, como a la campaña multimedia que se lanzó en torno a cada evento para promocionarlo.

AUTORREGULACIÓN  
FUNDATION  
ACTION  
RESPONSABILITY  
PROGRAMA  
MEDIO AMBIENTE  
RESPONSABILITY  
SOCIAL  
JÓVENES  
VALUES  
COLABORACION  
TALENTO  
CIUDADANOS  
GROWTH  
CULTURA  
SOCIAL  
COLABORAR

# RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

» COMPROMISO, SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO



## COMPROMISO, SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO

Para el **GRUPO ANTENA 3** la **Responsabilidad Corporativa** consiste en desarrollar un modelo de negocio que, creando crecimiento económico y progreso social, le permita a la vez generar confianza entre sus grupos de interés. Se trata, no sólo de satisfacer las demandas legítimas de la sociedad y del entorno, sino de proteger la reputación de la Compañía, mejorar la gestión de los riesgos y construir capacidades distintas que ofrezcan ventajas al ser aplicadas en los mercados.

La responsabilidad tanto en los contenidos como en la publicidad, el cuidado de sus empleados, la innovación, el impulso de iniciativas sociales, y el respeto del medio ambiente, son los elementos principales en torno a los cuales se articula la Responsabilidad Corporativa (RC) en el **GRUPO ANTENA 3**, que trata así de satisfacer las demandas y expectativas de sus grupos de interés en línea con los valores corporativos del grupo.

Para articular la respuesta de la Compañía a estas expectativas y demandas, el Consejo de Administración del **GRUPO ANTENA 3** aprobó el Plan de Acción en Responsabilidad Corporativa para el año 2008. Dicho plan se compone de seis grandes compromisos que constituyen las aspiraciones del **GRUPO ANTENA 3** para lograr la confianza social del entorno.

### Compromisos con la Responsabilidad Corporativa del Grupo Antena 3

Compromiso con los accionistas e inversores

Compromiso con las audiencias

Compromiso con los empleados

Compromiso con el medio ambiente

Compromiso con los proveedores

Compromiso con la sociedad

A partir de estos compromisos, se definieron seis vectores estratégicos de los cuales se despliegan cada una de las líneas recogidas en el Plan de Acción en Responsabilidad Corporativa 2008:

**1. Diálogo con grupos de interés:** La transparencia en las relaciones con los grupos de interés es uno de los principios clave en los que se basa la estrategia de Responsabilidad Corporativa del **GRUPO ANTENA 3**. En este sentido, durante el año 2008 se llevó a cabo un proceso de consulta con grupos de interés internos y externos de la Compañía para tomar el pulso a las acciones de RC emprendidas en el Grupo y detectar mejoras y sugerencias, muchas de las cuales ya se han aplicado en el Informe de RC 2008. Así, por ejemplo, se ha procedido a la verificación del mismo; se ha concedido un espacio mayor a las iniciativas sociales; se ha ampliado la información relativa a medio ambiente, entre otras medidas.

**2. Compromiso con los empleados:** El **GRUPO ANTENA 3** aspira a convertirse en una de las compañías preferidas para trabajar para los profesionales del sector audiovisual por su cultura basada en el compromiso con el desarrollo de sus empleados, la innovación, la excelencia, el trabajo en equipo y la orientación a resultados. Como muestra de su implicación en el desarrollo profesional de los empleados, el **GRUPO ANTENA 3** ha invertido en el año 2008 1.176.918€ en formación, introduciendo nuevos cursos sobre TDT.

**3. Atención a los problemas sociales:** La acción social del **GRUPO ANTENA 3** se canaliza a través de su Fundación, cuyo objetivo es contribuir activamente a la resolución de los problemas de la sociedad y de las personas más necesitadas, especialmente los niños y los jóvenes. La **FUNDACIÓN ANTENA 3** lleva a cabo una importante actividad en el área de atención a niños hospitalizados, en la promoción y profesiona-



Entrega de calendarios "Fundación Antena 3" a los empleados del Grupo. 19 diciembre 2008



Hospital General de Alicante. Celebración Día del Libro 23 abril 2008.

lización del voluntariado, en la difusión de valores y principios y en el desarrollo de proyectos teóricos sobre asuntos de ámbito social.

Además, durante el año 2008 se ha lanzado la campaña **PONLE FRENO**, una iniciativa de acción social en la que, además de la Fundación, se han involucrado todos los medios de comunicación de la Compañía con el objeto de desarrollar medidas que contribuyan a combatir la siniestralidad en las carreteras. La campaña ha logrado un enorme apoyo y ha desempeñado un papel importante en el desarrollo de medidas a favor de la seguridad vial por parte de las administraciones públicas.

**4. Apoyo a la infancia:** El compromiso con la infancia del **GRUPO ANTENA 3** se pone de manifiesto a través de la programación infantil que **ANTENA 3 TELEVISIÓN** emite, un total de 866 horas, la mayor de todas las cadenas privadas. Asimismo, tiene su reflejo en el interés de la **FUNDACIÓN ANTENA 3** por la infancia, a través de sus actividades.

**5. Libertad de expresión y transparencia:** La actividad periodística de la Compañía está basada en valores como la responsabilidad y el respeto de las partes implicadas en la noticia, lo que conlleva desde la tolerancia hacia las diferentes culturas hasta la cobertura de temas que requieren máxima atención como la violencia de género y la defensa de los derechos de los menores. Asimismo la transparencia implica un trato justo, honesto y respetuoso de los entrevistados y de los protagonistas de la noticia, garantizando a su vez la privacidad de los mismos.

**6. Contenidos y publicidad responsable:** Además de atender las expectativas y gustos de todos los segmentos de la población, los profesionales del **GRUPO ANTENA 3** promueven el manejo ético de la información y la generación de una opinión pública libre y responsable. El

Grupo también demuestra su compromiso dedicando una parte de su programación al tratamiento de temas que preocupan especialmente a la sociedad como el acceso a la vivienda, el ocio de la juventud o la convivencia en las ciudades.

En cuanto a la publicidad, además de cumplir la Ley, el **GRUPO ANTENA 3** suscribe varios códigos de autorregulación sectoriales y participa activamente en organismos como Autocontrol.

El compromiso con la Responsabilidad Corporativa del **GRUPO ANTENA 3** ha tenido dos hitos importantes a lo largo del año 2008. Así, la Compañía ha firmado su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, comprometiéndose al apoyo y desarrollo de los diez principios de este pacto relativos al respeto por los Derechos Humanos y laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Por otra parte, el **GRUPO ANTENA 3** forma parte, desde septiembre de 2008, del índice FTSE4Good Ibex, uno de los índices sostenibles de referencia a escala mundial para calificar a aquellas empresas que desarrollan prácticas de negocio socialmente responsables.

---

Para más información puede consultar el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008, también disponible en [www.antena3.com](http://www.antena3.com)



# GRUPO ANTENA 3

## **Grupo Antena 3**

### **Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo**

Av. Isla Graciosa nº 13

San Sebastián de los Reyes, 28703 (Madrid)

[comunicación@antena3tv.es](mailto:comunicación@antena3tv.es)

[responsabilidadcorporativa@antena3tv.es](mailto:responsabilidadcorporativa@antena3tv.es)

Tel: (+ 34) **91 623 05 00**

Fax: (+ 34) **91 654 92 04**