



## **2010 JORNADA ANUAL UTECA**

### **DISCURSO PRESIDENTE UTECA D. ALEJANDRO ECHEVARRÍA**

Vicepresidente Primero del Gobierno y Ministro del Interior; Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, diputados, senadores, autoridades, miembros de la Junta Directiva de UTECA. Queridos amigos, señoras y señores:

UTECA celebra de nuevo su Jornada Anual y me resulta muy grato en esta ocasión dar la bienvenida a D. Alfredo Pérez Rubalcaba, Vicepresidente Primero del Gobierno y Ministro del Interior, a este acto de tanta importancia para nosotros, que se ha convertido en una cita ineludible del sector de la televisión en España. Muchas gracias por tu presencia, querido Vicepresidente, que deseamos que se repita en cada edición, y muchas gracias a todos ustedes, de todo corazón, por acompañarnos un año más.

Los datos, informes y análisis del 2009 y primer semestre del 2010 que se recogen en el Informe 2010 sobre la Televisión en España que hemos presentado hoy, el conocido *libro verde de la televisión en España*, resumen dieciocho meses cruciales del sector audiovisual privado español porque suponen el fin de una etapa y un modelo y el inicio de otra etapa y otro modelo.

En mis palabras del pasado año dije que el 1 de enero de 2009 la televisión privada nacional “se enfrentaba a una crisis triple: de modelo, económica, y de cambio tecnológico y convergencia de soportes” y añadía que de estas tres crisis la de modelo estaba a punto de solucionarse merced al trabajo del Gobierno y del Legislador. La económica dependía de todos nosotros y cuando la superásemos seríamos distintos y más fuertes, y la tercera, la del cambio tecnológico y convergencia de soportes, era inevitable y nadie tenía la varita mágica para adivinar el futuro, pero subrayé que todos los miembros de UTECA se estaban preparando para él como mejor podían y creían.

Pues bien, como se dice en las líneas que encabezan en el Informe de este año el capítulo dedicado a los aspectos económicos, si tenemos que poner un titular para definir económicamente al año 2009 encontraríamos unanimidad en el sector para denominarlo como “el de la crisis publicitaria”.



Con la inversión publicitaria en medios convencionales a niveles del año 2003, y una disminución para el sector de la televisión del 23,2% en 2009 y acumulada desde 2008 del 31,8%, parece increíble que los resultados hayan arrojado un saldo positivo.

Los gestores han tenido un papel fundamental en este hecho, ya que pocos sectores podrían aguantar una caída de ingresos tan significativa en dos años y mantener resultados positivos. En 2009 los recortes de gastos han llegado por primera vez en mucho tiempo a la inversión en programación, que tradicionalmente había crecido por encima de la inflación y que ha sido la clave para contener la caída del margen y no llegar a una situación de pérdidas en el conjunto del sector.

Pero además de los resultados empresariales, el 2009 ha estado marcado fundamentalmente por las modificaciones normativas que nos regulan y que tienen un impacto directo en la evolución de los negocios.

Por una parte, la aparición de la TDT de pago, que ha supuesto el nacimiento de un nuevo canal bajo esta modalidad. Por otra, se ha modificado la normativa que limitaba la participación en más de una sociedad concesionaria de televisión, buscando con ello favorecer las acciones de concentración para lograr una mayor eficiencia de las Compañías ante las caídas de rentabilidad derivadas del proceso de fragmentación de audiencias, y agravada por la crisis del sector publicitario. Ello ha traído como consecuencia contactos y negociaciones entre la práctica totalidad de los operadores.

Fruto de las mismas y hasta el momento tenemos como resultado la fusión entre Telecinco y Cuatro, aunque no hay que descartar que en el medio plazo puedan anunciarse nuevos acuerdos relacionados con procesos de concentración, hasta que el sector se asemeje al que impera en Francia, Alemania o Reino Unido.

Habremos tardado más años, habremos dado más vueltas y habremos perdido más tiempo, pero al final se habrán impuesto las reglas del mercado.

En tercer lugar, la aprobación de la eliminación de la publicidad en la televisión pública nacional a partir del 1 de enero de 2010 (reivindicación histórica de UTECA) fue la gran noticia del año para el sector audiovisual español, tanto público como privado. Un verdadero hito histórico.



Esta modificación sustancial del panorama de la oferta publicitaria en televisión ha supuesto para el sector privado que la recuperación de resultados en los primeros meses de 2010 haya sido positiva para las compañías, ayudadas también por el cambio de tendencia en la evolución de la inversión publicitaria.

Y es que se ha eliminado la distorsión que producía en el mercado la competencia del operador público, que en los últimos años había marcado una tendencia a la baja del coste/GRP. A partir de 2010 los costes/GRP se han situado progresivamente en niveles más acordes con otros países del entorno.

Y para el sector público, para la Corporación RTVE, el fin de la publicidad ha supuesto el sueño de todo gestor: no depender de los caprichos y altibajos del mercado y tener garantizada por ley a primeros de año una cantidad fija y suficiente para cumplir con su misión de servicio público. De verdad que no entendemos cómo no están en cola los gestores de televisiones públicas autonómicas y municipales para apuntarse a este modelo. Para un gestor público, la certeza del Presupuesto siempre es mejor que la incertidumbre del mercado.

Además se ha producido otro hecho positivo digno de reseña: un excelente clima de colaboración y entendimiento entre RTVE y UTECA en la defensa de este modelo de televisión pública y la complementariedad entre ella y la privada.

Por todo esto, y a pesar del difícil año 2009, el panorama en el 2010 se ha despejado, dando un respiro a las ajustadas cuentas de resultados y sentando las bases del nuevo modelo de televisión, con una audiencia ya fragmentada por la implantación definitiva de la TDT en el mes de abril, con un múltiplex para cada televisión privada nacional desde el 1 de agosto, y sin la competencia desleal del operador público estatal en el mercado de la publicidad.

Cuando en ese clima de leal colaboración que se ha establecido se superen las distorsiones que todavía hay en la compra de derechos de películas norteamericanas de estreno y en la de acontecimientos deportivos de alto coste, habremos construido entre todos un sistema audiovisual español viable y sostenible, en el que habrá que encontrar una solución similar para la televisión pública autonómica y municipal que haga duradero a todo el sector porque la dualidad que hay ahora con una televisión pública nacional sin publicidad y otra pública autonómica y municipal con publicidad y generando déficit de explotación en cada ejercicio tendrá que sustanciarse en los próximos años. La deuda acumulada de todas ellas es insostenible.



Hora es ya de que estas otras televisiones, sobre todo las agrupadas en la FORTA, salgan de los presupuestos públicos respectivos y se financien con una tasa. No se entiende que se haya establecido un canon digital para subvencionar a unas entidades privadas como son las entidades de gestión de derechos de autor y, por el contrario, que los políticos no se atrevan a crear el que financie la televisión pública.

Nos encontramos en un momento convulso en la economía española. La incertidumbre sobre los plazos en los que la recuperación económica se instalará en nuestro país supone, entre otros aspectos, una extraordinaria volatilidad en los mercados que valoran las compañías y, en especial, en los que operan las empresas con intereses en el sector de la televisión. Un dato ilustra mejor lo que quiero decir: hoy, las empresas de televisión valen en Bolsa la mitad de lo que valían hace poco más de tres años.

En todo caso, los miembros de UTECA creemos que los peores momentos para el sector se han superado. Por primera vez desde hace tres años, las principales Compañías presentan, en términos generales, mejores resultados en los primeros nueve meses del año, lo que se refleja en la mejora en casi un 50% de los resultados combinados de las empresas de televisión cotizadas.

En ello han tenido influencia dos hechos fundamentales: por un lado y como ya dije antes, la supresión por ley de la publicidad en Televisión Española; y por otro, el mejor comportamiento de la inversión publicitaria en televisión en esos nueve meses.

La supresión de la publicidad en RTVE no sólo ha permitido a las televisiones comerciales el acceso a un volumen de inversión cercano a los 500 millones de euros, sino que ha facilitado el ajuste en los precios de la publicidad, ya que en los últimos años se habían mantenido artificialmente bajos.

Por otro lado, aunque es verdad el buen comportamiento de la inversión publicitaria en los tres primeros trimestres, aún hay que esperar unos meses para que se consolide esta recuperación.

En los primeros nueve meses del año el conjunto de las televisiones cotizadas han aumentado sus ingresos publicitarios en un 30,9%.

El mejor comportamiento de la televisión es seguro que impactará positivamente en el sector audiovisual. La salud de la industria audiovisual depende en gran medida de la televisión, pues nuestro mercado es un mercado de distribuidores, no de creadores de contenidos.



Y si nos comparamos con otros países, las amenazas son similares, pero parten de una situación distinta: en ninguno, ni europeo ni norteamericano, el peso del sector público de televisión es tan agobiante como en España.

Y en paralelo a éste y a pesar de la llamada ley de las fusiones, en España hay muchas más televisiones privadas que en los demás países, fraccionando la audiencia y debilitando las estructuras.

Una vez que parece que desde el punto de vista de los ingresos las cosas están más tranquilas, en un futuro inmediato el sector audiovisual tiene un gran número de retos por delante.

Citaré algunos:

- La estabilización y consolidación del sector de la producción audiovisual, aún demasiado atomizado y poco internacionalizado.
- El fin de la inversión obligatoria en cine y la mejora, por la vía de la autorregulación, del apoyo a la producción cinematográfica, actualmente injusta y confiscatoria. En el año 2008 las televisiones se vieron obligadas a invertir en producción cinematográfica 200 millones de euros. En este punto quiero subrayar el talante dialogante y constructivo del nuevo Presidente de la Academia de Cine, Alex de la Iglesia, al que apoyaremos en la tarea que se ha impuesto para liderar y alcanzar acuerdos entre todas las partes implicadas. Habla nuestro mismo lenguaje y ha entendido la situación.
- La definitiva racionalización de la gestión de los derechos de autor, tanto en costes como operativamente.
- La ampliación de las medidas aplicadas en la televisión pública nacional a las televisiones públicas autonómicas y municipales, tanto en términos de costes como de supresión de publicidad y obligaciones de servicio público. Las televisiones públicas autonómicas costarán este año casi 1.900 millones de euros.
- La racionalización y consolidación de la oferta de canales de televisión, a todas luces excesiva, que ayudará a que la implantación de la TDT tenga el impacto tecnológico esperado y una mejora de la experiencia de la audiencia para favorecer la TV en Alta Definición (HD) y en tres dimensiones (3D).
- El nombramiento de los miembros del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA), su constitución y puesta en marcha.



- La asignación definitiva del múltiplex digital, que se realizará durante el 2015, y cuyos costes de emigración debe asumir íntegramente la Administración como compensación de costes por modificación sobrevenida de las asignaciones de espectro a la TDT y no como ayudas de Estado que conlleven un tratamiento de “neutralidad tecnológica” que no tiene ningún sentido en este caso. Nos desahucian de una frecuencia para llevarnos a otra y sería injusto que no nos pagasen el traslado forzoso ni los muebles que rompan.
- La incorporación obligatoria de cláusulas de garantía de protección contra las interferencias a los canales adyacentes de televisión en los pliegos de concursos de adjudicación de la banda 790-862 Mega Hertzios para servicios de comunicaciones electrónicas.
- La defensa a ultranza del espectro radioeléctrico de las televisiones hertzianas, amenazado en Bruselas por el lobby de las telecomunicaciones, que cuenta con el apoyo de algunos Comisarios. En este sentido, querido Alfredo, pedimos al Gobierno una posición firme en Bruselas y tan decidida en voluntad y medios como la que están teniendo Italia, Francia y Alemania.
- La asignación de frecuencias del múltiplex de TDT en movilidad
- Y acabar con la limitación publicitaria que impone la UE al sector privado, algo inexplicable en el Siglo XXI, con infinidad de sistemas y canales de televisión.

Quien crea, pues, que con la aprobación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual se han solucionado los problemas del sector audiovisual español, está equivocado.

Es verdad, como ha manifestado UTECA, que la Ley General de la Comunicación Audiovisual ha transpuesto la Directiva comunitaria de Servicios Audiovisuales, refundido en un solo texto lo que antes estaba disperso, y derogado una selva de leyes, normas y disposiciones por las que era imposible transitar.

Es evidente que la Ley, demandada por el sector desde hace años, no satisface plenamente las aspiraciones de los afectados, pero resuelve buena parte de lo defendido con honestidad y sentido común por cada uno.

La Ley General es un buen marco de referencia para el sector. Marco que ha sido posible gracias al esfuerzo y empeño personal de Maria Teresa Fernández de la Vega, ex vicepresidenta primera del Gobierno, a quien desde aquí quiero manifestarle nuestro agradecimiento y lealtad, y quien, con el respaldo político



del Presidente Rodríguez Zapatero, ha dedicado estos años a sacar adelante con valentía y tesón una ley difícil y complicada que atañe a un sector cada vez con mayor peso y trascendencia en la economía, cuyos contenidos y su demanda forman parte de la vida cotidiana.

Ahora hace falta que esta ley no se desvirtúe con otras, como la del juego, o por una aplicación equivocada de sus artículos. En este sentido, UTECA ha elaborado una Guía de Interpretación de las normas publicitarias que confiamos que acepte el regulador o que, al menos, podamos concertar con él.

Bien, pero como he dicho antes, con la Ley General de la Comunicación Audiovisual no se acaba la tarea. Y tampoco se empezó. Antes que ella y en esta misma Legislatura se aprobaron por el Gobierno y el Parlamento otras importantes normas muy demandadas por UTECA y que María Teresa Fernández de la Vega impulsó con tesón y enorme voluntad política.

Me refiero a la Ley de Financiación de RTVE, a la llamada Ley de fusiones, antes decreto ley, que permite, con las lógicas condiciones y como en cualquier otro sector industrial, fusiones y acuerdos de explotación conjunta entre dos operadores privados nacionales, y a la TDT de pago, que ha abierto otra vía de ingresos y un nuevo modelo de negocio a las televisiones privadas nacionales, y prohíbe esta modalidad a la pública, en cuanto que ésta debe ser abierta para los espectadores.

Las consecuencias de estas tres importantes normas ya se están viendo en el sector y son, como UTECA preveía, de enorme utilidad para la viabilidad y competitividad del mercado audiovisual.

Y no quiero terminar mis palabras sin denunciar una amenaza. Me refiero a la reforma de la Ley Orgánica Electoral, en la que, entre otras modificaciones que no vienen al caso, se quiere incluir el siguiente párrafo:

*Durante el periodo electoral, las emisoras de titularidad privada deberán respetar los principios de pluralismo e igualdad. Asimismo, en dicho periodo las televisiones privadas deberán respetar también los principios de proporcionalidad y neutralidad informativa en los debates y entrevistas electorales así como en la información relativa a la campaña electoral de acuerdo a las instrucciones que, a tal efecto, elabore la Junta Electoral competente.*



Esto, simple y llanamente, es inconstitucional porque conculca los derechos fundamentales de expresión e información y supone una nacionalización encubierta de los informativos y programas de actualidad. UTECA se opone con todas sus fuerzas a este despropósito y lamenta que todos los grupos parlamentarios estén a favor de la enmienda y ninguno, hasta ahora, se haya negado al dislate.

UTECA continuará defendiendo los legítimos intereses de las televisiones privadas y para ello espera seguir contando con la comprensión y voluntad política del Gobierno, con la leal colaboración del sector público y con el imprescindible empuje de los Ejecutivos y Parlamentos autonómicos.

Ya anuncio aquí que UTECA ha encargado a la prestigiosa firma Deloitte un estudio económico independiente y riguroso que pondremos a disposición del Gobierno para saber cómo deberían financiarse las demás televisiones públicas y qué obtendría el Estado si recuperase la mitad del espectro radioeléctrico otorgado a cada televisión pública autonómica y todo aquél municipal que no se utiliza, y lo adjudicase a las actuales televisiones privadas mediante el procedimiento más conveniente para los intereses generales del Estado.

Y como es costumbre en este acto, paso ahora a resumirte lo más sobresaliente de las ponencias pronunciadas durante la jornada, antes de ceder la palabra a D. Alfredo Pérez Rubalcaba.

Alfonso Sánchez-Tabernero, Director Académico del CIEC-IESE, Universidad de Navarra, ha dicho en la presentación del libro *La Televisión en España: Informe 2010*, que la televisión es el único medio que no está en crisis. Según el ya famoso “libro verde”, cada español dedicamos 226 minutos al día a ver televisión. Por eso, según Sánchez-Tabernero la televisión es, hoy por hoy, el único medio de comunicación de masas. Y en este punto, ha traído a colación la protección del valor de las marcas. Algo muy en consonancia con lo que ha dicho Marcos de Quintos, Presidente de Coca-Cola España, quien nos ha honrado con su presencia y con una conferencia muy sugerente que ha llevado por título “La televisión y las grandes marcas comerciales”.

Marcos de Quintos ha hecho una invitación a los medios a prestigiar la publicad. Y para ello –vicepresidente-, ha propuesto que cuanto antes se reúnan todos los agentes implicados. Especialmente nos ha convocado a nosotros, a las televisiones, por nuestro “poder de persuasión”, el cual ha puesto en alza, como valor necesario a la hora de anunciarse. Según De Quintos, el negocio de las televisiones es nuestra credibilidad. Justamente, lo que necesitan las grandes marcas en un momento tan crítico para la



publicidad porque, según ha dicho, entre todos la hemos dejado “en cierto estado de abandono”.

Luis Jiménez, socio de Deloitte y responsable de la Industria de Medios de Comunicación de España y Europa, ha dicho que el año 2009 ha sido el peor de la década en lo tocante a ingresos y que, sin embargo, en ese año los resultados de las televisiones privadas han sido magníficos, a pesar de la crisis. No así los de las televisiones públicas, que ha calificado de “bastante planos” porque el porcentaje en el que se han reducido los ingresos publicitarios se corresponde, más o menos, con el porcentaje en el que han aumentado las subvenciones. Y, sin embargo, la deuda de las televisiones públicas sigue y sigue creciendo. Un dato claramente negativo y que requiere de cirugía y medidas políticas.

Silvio González, Consejero Delegado de Antena 3 ha pronunciado una ponencia con el título ¿Por qué un sistema público dual? y ha subrayado el “clarísimo ataque a las normas básicas de la competencia” que supone el sistema de doble financiación de las televisiones públicas autonómicas, cuyo presupuesto para este año -ha recordado-, es de 1.800 millones de euros. Por otra parte, ha criticado la definición que la Ley General Audiovisual hace de “servicio público” porque, si se revisa, se verá que es exactamente lo que hacemos las privadas. Y si esa es la definición, ¿qué aportan las televisiones públicas?. Tras subrayar que la televisión pública tiene que existir, ha dicho que debe ser complementaria de la privada y financiarse exclusivamente con recursos públicos.

Por último, José Manuel Vargas, Consejero Delegado de Vocento, ha dicho en su ponencia sobre Los medios de comunicación frente al reto audiovisual que se está produciendo un incremento gigantesco de oferta audiovisual en muy poco tiempo, ya que todos los medios tradicionales, incluida la prensa, están ofreciendo contenidos audiovisuales a través de Internet. Y además aparecen nuevos portales de Internet comprometidos con la producción audiovisual. Por si fuera poco, aparece el contenido audiovisual producido por el usuario. La forma de consumir contenidos de televisión está cambiando, ha subrayado, añadiendo que, a la vez, aparecen nuevos dispositivos en los que ver televisión. Su conclusión ha sido que todo está cambiando y todos deben adaptarse y moverse hacia los nuevos retos.

Hasta aquí el escueto resumen de las cinco, que estarán completas en la web de UTECA desde mañana.

Muchas gracias a ustedes por su asistencia y su atención.

Ahora les pido la misma para escuchar a D. Alfredo Pérez Rubalcaba. Cuando quieras, Vicepresidente.