

Mediapro: 20 anys d'una productora

Amb una facturació de 1.387 milions d'euros el 2013, és l'empresa audiovisual més potent de Catalunya

Reportatge

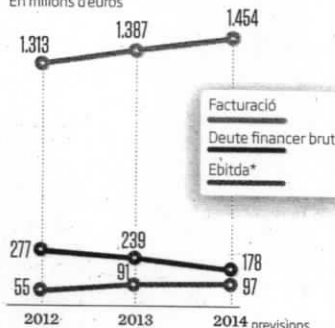
ALEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Qui s'adreça a la web de Mediapro per consultar-ne l'organigrama directiu es topa amb la frustració de no poder trobar qui presideix aquesta companyia. Sota l'epígraf "equip" veurà una llista de prop de cinquanta noms, ordenats alfabèticament. No hi ha càrrecs. Com a molt algun "Responsable de..." Aquest rebuig a exhibir organigrama és un dels trets inusuals que defineixen Mediapro. Però també ho és el seu nivell de facturació: 1.387 milions d'euros el 2013, molt més que qualsevol altre grup audiovisual català. Aquesta aparent contradicció entre múscul industrial clàssic i organització empresarial singular ha generat un grup atípic que, aquest mes, celebra el 20è aniversari havent tancat el seu millor exercici pel que fa a ingressos, amb 1.387 milions d'euros.

Però, malgrat la voluntat de discreció personal, és impossible explicar la història de Mediapro sense citar Jaume Roures. El 1991 treballava de productor per a TV3 i va encarregar-se de muntar l'operatiu informatiu per cobrir la Guerra del Golf. Però un cert malestar amb la línia informativa de la casa a l'hora de

Els resultats econòmics

En milions d'euros



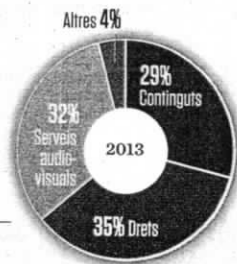
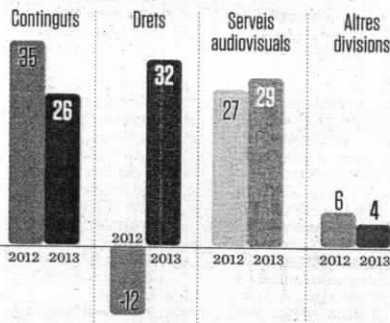
*Resultats abans d'impostos i amortitzacions

tractar el conflicte el va empènyer a marxar. Va recalar aleshores a Dorna, l'empresa que gestionava els drets del Mundial de motos. S'hi va estar un parell d'anys, fins que Mario Conde va comprar l'empresa i ell va decidir que no li venia de gust compartir foto amb el banquer. Va decidir que muntaria una empresa pròpia i independent. Actualment els tres socis de la companyia són ell mateix, Gerard Romy i Tatxo Benet.

La part més visible de Mediapro és la seva producció audiovisual. Films com *Los lunes al sol*, *Vicky*

Mediapro, en xifres

Evolució de l'ebitda per àrees de negoci



Font: Elaboració pròpia / Gràfic: ARA

Cristina Barcelona, Comandante, Camino, Mapa dels sons de Tòquio i Salvador porten el segell de la companyia. El rèdit en premis ha estat abundant: 2 Oscars, 2 Globus d'Or, 22 Goya, 1 Bafta i una Concha d'Or a Sant Sebastià, entre d'altres.

La segona pota és la gestió dels drets esportius. Aquest va ser un dels motors inicials de la companyia, que en va afavorir el creixement. No ha estat una gestió lliure de conflictes: fa set anys el grup va topa amb Prisa i es va desencadenar l'anomenada *segona guerra*

Global
El 40%
del negoci
del grup
correspon a
actuacions
a l'estranger

del futbol. El conflicte va fer que, en alguns casos, tant Prisa com Mediapro es reivindicassin al mateix temps - amb arguments jurídics diferents - amb propietaris dels drets d'emissió de determinats clubs de Primera Divisió.

Els cops de colze entre els dos grups també ho eren per a un territori semblant del seu públic de base, situat al centre-esquerra. I si Prisa va ser considerada el grup més proper al felipisme, en el cas de Zaperato va ser Mediapro amb qui va gaudir d'una relació més fluida.

Jaume Roures

SOCI FUNDADOR DE MEDIAPRO

"Seguiré mentre pugui fer el que vulgui i el que és necessari"

A.G.

¿L'any més dur ja ha passat, un cop superat el concurs de creditors?

El concurs era un recurs per defensar-nos de Prisa, que no pagava diners que ens devia. Necessitàvem temps de marge, perquè el jutjat de Madrid anava a favor seu descaudament i ningú ens defensava. A Prisa només nosaltres els hem plantat cara, i sempre ho hem fet sols, cap administració ni partit polític s'hi ha atrevit, ningú vol sortir a la portada d'*El País*.

Quin va ser, doncs, el pitjor moment?

Fa tres o quatre anys. Les televisions públiques i les privades es van quedar sense recursos de cop. La nostra morositat va pujar fins al 10%, una barbaritat, perquè els bancs no et deixaven res. Sort en vam tenir de la nostra pota industrial. El ferro encara és important: el satèl·lit, les unitats mòbils... És una part del negoci que, aquí, només hem tocat nosaltres. I forma part de la roda del sector, que ha de seguir girant, hi hagi crisi o no. També ens



Jaume Roures en un esmorzar del Nueva Economía Fórum, el juny del 2010.

ha ajudat haver apostat per sortir a fora i explorar nous mercats.

Quan arribarà al sector la recuperació d'aquesta crisi?

Aquí no hi ha perspectiva. Les televisions privades han après que, fent programes amb quatre quarts, poden acaparar igualment el 90% de la publicitat. I les públiques no tenen perspectiva. Si mai torna a recuperar-se el sector, per què haurien de canviar de model?

Amb 64 anys, té ganes de seguir?

Mentre pugui fer el que vulgui, sí. Però és cert que la llibertat, com deia aquell, és el coneixement de la necessitat. Per tant, matiso: seguiré mentre pugui fer el que vulgui i el que és necessari, que és diferent. Perquè tinc, tenim, una responsabilitat, esclara, derivada de pagar les 3.400 nòmines cada mes de les persones que treballen a la casa.

a atípica

Quan es disputava el lideratge del partit, *El País* defensava editorialment Alfredo Pérez Rubalcaba, mentre que *Público* apostava per Carme Chacón.

Finalment, la tercera pota del grup és la dels serveis audiovisuals, que presta virtualment a tot el món. Mediapro dissenya canals, amb capacitat de lliurar-los claus en mà o fins i tot gestionar-los un cop posats en marxa. El 40% del negoci el té a fora, de l'Argentina al Pròxim Orient. Entre el seu *hardware* hi ha una xarxa IP pròpia de 87 milions de megabits, un parc de 32 unitats mòbils i 48 estacions mòbils, 42 platós que sumen 40.000 metres quadrats i una plantilla de treballadors de 3.400 persones, 750 de les quals treballen a Catalunya.

Tot i haver tancat el 2013 amb la facturació més gran de la història del grup, aquestes dues dècades de vida estan salpebrades també per entrebancs i alguna frustració. Alguns exemples són l'intent de compra de l'*Avui* (no se'n va sortir i el diari va anar a parar als grups Godó i Planeta) i la creació de La Sexta, en què l'ofec financer que comportava va acabar desembocant en una absorció del canal per part d'Atresmedia, a canvi d'una participació minoritària en el grup resultant. Roures, a més, a títol individual, va fundar el diari *Público*, però després d'una singladura de quatre anys i mig va tancar l'edició en paper i es va quedar com a digital, després de canviar d'empresa. —