



JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS
14 DE ABRIL de 2010

DISCURSO CONSEJERO DELEGADO – SR. GIUSEPPE TRINGALI

Buenos días a todos,

Durante los próximos minutos analizaremos y compartiremos los resultados publicitarios del Grupo Telecinco durante el pasado año 2009.

Ya en los últimos meses de 2008 se empezaba a materializar la crisis económica que todos veíamos venir. A raíz de ello, el año 2009 ha sido especialmente complicado para todos. El impacto de la crisis ha sido a nivel mundial y ha afectado a todos los sectores económicos, lo que ha repercutido igualmente en nuestro sector y de la misma manera en nuestra propia compañía.

En nuestro caso concreto, a la gran caída de la inversión publicitaria se sumaba la inevitable fragmentación de la audiencia.

En síntesis, el 2009 ha sido un año con dos etapas:

Una primera donde la inversión publicitaria total y en televisión ha caído alrededor del 30% y sin embargo Telecinco ha sabido mantener el liderazgo en facturación, que era su principal objetivo.

Una segunda donde la inversión publicitaria total y en televisión frenaba su caída hasta aproximadamente el 13% , gracias principalmente a la reducción de casi el 50% de la ocupación publicitaria de la televisión pública (fruto de la nueva ley de financiación aprobada por el gobierno).

Y donde Telecinco recuperaba la primera posición de las privadas en audiencia, en todas las franjas. y apostaba antes del verano por sus nuevos canales digitales (La Siete y FDF) consiguiendo que la audiencia de los mismos se multiplicara por 3; circunstancias éstas que nos han permitido cerrar esta segunda etapa del año con el liderazgo en audiencia, el liderazgo en cuota de mercado publicitario televisivo, cuota que ha tenido una significativa recuperación durante este período.

Este último punto es especialmente relevante, ya que la recuperación de la cuota de inversión significaba que una gran parte de la inversión liberada por TVE era asumida por nosotros. Esta recuperación, en un mercado influido por las tendencias, significa que lo conseguido en un período tan importante como el último trimestre tiende a repetirse en el año siguiente si se mantienen las variables básicas.



Como conclusión, sumando estos 2 diferentes períodos del año, podemos decir que en el conjunto, nuestro grupo ha cerrado el 2009 liderando el mercado en todos los parámetros:

- Telecinco ha sido la cadena privada con mayor audiencia, tanto en el total día como en el prime time;
- Publiespaña, confirmado por Infoadex, ha conseguido el mayor volumen de facturación en televisión, y por tanto, la mayor cuota de mercado publicitario televisivo en España.
- Publiespaña ha mantenido el precio de Telecinco por encima del de todos sus competidores;
- Nuestro Grupo ha sido una vez más el más rentable de su sector, y uno de los más rentables de todos los sectores, en nuestro país.

A pesar de las negativas condiciones del mercado y de la economía, nuestro grupo ha cerrado entonces un año más con datos de signo positivo.

Hablando ahora en general, cabe también destacar que en el 2009 se han producido 3 novedades regulatorias que nos van a ayudar en nuestra travesía de 2010.

La primera, la desaparición de la publicidad en TVE, que durante el último trimestre fue de solo un 50%, ahora es total. Teniendo en cuenta nuestra posición en cuota de inversión, todo nos hace pensar en un año 2010 claramente positivo.

La segunda, la ley de fusiones. El permiso del Gobierno a que se realicen compras o fusiones entre televisiones siempre que se respeten unas ciertas condiciones, nos ha permitido aprovechar la que entendemos es la mayor oportunidad de mercado que se ha producido en nuestro país. El anuncio del acuerdo para llevar a cabo la compra de Cuatro, demuestra nuestra posición de liderazgo en el mercado. Todos confiamos en que el proceso se lleve a feliz término en breve lo que nos permitirá mejorar en todos los aspectos relevantes, incluyendo un servicio adecuado y una satisfacción de las necesidades de comunicación de nuestros clientes.

La tercera: la ley de las concesiones tdt de pago. Si bien nuestra compañía no ha anunciado aún sus intenciones en este aspecto, la oportunidad está ahí y tendremos que analizar con cuidado nuestros intereses en ese campo.

Podemos concluir que estas medidas nos han ayudado en la última parte de 2009 pero lo harán aún más a lo largo de 2010. Somos los más sólidos actores del mercado y por tanto es nuestra obligación ser los protagonistas del cambio.

Porque todos somos testigos de que el cambio se está produciendo a varios niveles, y no solo en el aspecto económico.



El panorama de los medios evoluciona en la medida que evoluciona la tecnología. Esto significa que todos los soportes de carácter audiovisual crecen significativamente, por ejemplo la publicidad exterior que está cambiando las antiguas vallas de papel por pantallas audiovisuales e interactivas o el enorme desarrollo de la televisión de pago a efectos publicitarios. Y evidentemente Internet, al que no consideramos competencia, sino una parte muy relevante de nuestro futuro desarrollo.

Nuestro grupo no puede ser ajeno a esta situación. Por ello, a través de Publimedia Gestión hemos llegado a un importante acuerdo con una empresa de publicidad exterior audiovisual como es iWall y seguimos gestionando una plataforma de televisión de pago como Multicanal.

Además, nuestra marca para Internet, Advanced Media, suma a la web de Telecinco, que, es la más importante en visitas y usuarios entre todas las televisiones, acuerdos de gestión con marcas relevantes. Esto ha hecho que sea en la actualidad uno de los mayores gestores de video en Internet y se encuentre ya entre las principales redes de comercialización de publicidad on-line en España.

Nuestra atención a todos los medios más modernos y tecnológicos, y nuestra consolidada experiencia en el mundo audiovisual, que representa el futuro de la comunicación, nos convertirá en el grupo multimedia más importante de España.

Para terminar, no puedo sino agradecer de nuevo a todos los profesionales del contenido, de la producción, de la publicidad, de la gestión y en general a todas las personas que forman parte del grupo Telecinco su dedicación, su esfuerzo y su capacidad de enfrentarse a las más adversas circunstancias y salir reforzados de las mismas.

Por ello no tengo duda de que ante el nuevo panorama que se nos presenta, donde las oportunidades existirán para aquellos que sepan buscarlas, sabremos rentabilizar nuestro trabajo para obtener de nuevo los mejores resultados, siempre con el mismo espíritu de servicio a nuestros clientes que nos ha caracterizado hasta ahora.

Muchas gracias por su atención.