

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE TELECINCO
Miércoles, 11 de abril de 2007

DISCURSO GIUSEPPE TRINGALI, CONSEJERO DELEGADO

Buenos días a todos. Agradezco a nuestro Presidente sus palabras.

Para los miembros de La Junta General Ordinaria es un placer reunirnos otro año más con nuestros accionistas, compartir los resultados del año 2006 y agradecerles su confianza.

Comparecemos aquí delante de ustedes una vez más, orgullosos de comunicarles que hemos podido cumplir las promesas que hicimos en esta misma sede el pasado año.

Después de un año brillante para nuestra compañía como fue bajo todos los aspectos, el 2005, hemos afrontado un año 2006 con cambios muy importantes en el mercado televisivo.

Habíamos previsto un año acompañado de un entorno económico positivo, de un crecimiento del mercado publicitario y de la irrupción en el sector televisivo, no sólo de nuevas cadenas digitales o de nuevas tecnologías, sino también de dos nuevas cadenas analógicas: Cuatro y La Sexta.

Habíamos previsto una fragmentación de la audiencia, un aumento de la competitividad, una Semana Santa en abril -mes de mucha mayor inversión publicitaria-, un mundial de fútbol -que finalmente emitieron los nuevos canales- y un compromiso por parte del Gobierno de reducir la ocupación publicitaria -promesa no solamente no cumplida, sino que muy al contrario la televisión pública ha incrementado su ocupación publicitaria-.

Muchos cambios que hemos podido -y de esto estamos particularmente felices-, gestionar con lucidez, profesionalidad y seriedad, trabajando con la estrategia y la organización más adecuada para afrontar el nuevo reto.

Un grupo de trabajo compuesto por profesionales reconocidos en el sector que han sabido marcar la diferencia con unos resultados más allá de las mejores expectativas del mercado, confirmando el liderazgo absoluto en una estrategia de largo recorrido.

Una estrategia y una organización distintas en relación a los distintos objetivos: Publiespaña concentrada en el producto Telecinco y Publimedia Gestión en nuevos y distintos soportes publicitarios.

Una estrategia que se puede resumir en 3 puntos clave:

1. Una relación más estrecha con nuestros clientes;
2. Una fuerte atención a la calidad y al servicio;
3. Un fuerte empuje a la continua innovación.

Estos pilares los hemos construido en estos años interpretando y adelantándonos a las expectativas, tanto de nuestros telespectadores como de nuestros anunciantes.

Los resultados conseguidos hoy confirman, más que nunca, la solidez de nuestra política de contenidos y formatos publicitarios.

Telecinco es la única de las grandes cadenas que se ha situado por encima del 21% en cuota de audiencia y la única que ha crecido en ingresos publicitarios, a través del Grupo Publiespaña, con un incremento del 6,1% en la facturación alcanzando la relevante cuota de mercado del 30,9%. En el difícil año que ha sido 2006, hemos conseguido los mejores resultados de la historia aumentando la diferencia con nuestros competidores.

Prácticamente todos los sectores han incrementado sus inversiones en nuestra cadena, desde un 2,5% de la automoción hasta un 16,3% del sector financiero.

En estos importantes resultados de ingresos publicitarios conseguidos en el 2006 las Iniciativas Especiales han tenido un papel muy importante.

Son las Iniciativas Especiales las que reflejan nuestro ADN innovador y creativo y las que han sabido ganarse la confianza tanto de los anunciantes como de las agencias de medios. Con ellas hemos sabido

interpretar lo que necesitan y quieren nuestros clientes, y hemos podido destacar en un mercado cada vez más competitivo.

Nuestro esfuerzo ha sido premiado de tal forma, que las Iniciativas Especiales han alcanzado una facturación de casi 145 millones de euros, creciendo un 11,5% sobre los datos de 2005 y representando así el 15,1% de los ingresos publicitarios. Telecinco es la única cadena que consigue tales cifras, ya que si la diferencia sobre nuestra competencia en ingresos totales es muy importante, en el apartado de publicidad no convencional lo es mucho más.

Siguiendo en el intento constante de responder a las exigencias de nuestros clientes que cada día tienen estrategias de comunicación más sofisticadas, Publimedia Gestión también ha jugado un papel fundamental.

Hablamos de una empresa clave dentro del Grupo Publiespaña, ya que se ocupa de cerrar nuevos proyectos que desarrolla con profesionalidad, abriendo el camino ahora a lo que en el futuro pueda suceder.

A lo largo de 2006 Publimedia ha ido adquiriendo paulatinamente nuevos soportes publicitarios en diferentes ámbitos tecnológicos. Entre los proyectos más interesantes tenemos el futuro desarrollo de la televisión y de los contenidos en Internet o en el móvil, así como la concesión de venta de publicidad por cable con ONO.

Además, nuestras dos cadenas digitales, Tele5 Estrellas y Tele5 Sport, son protagonistas en un nuevo panorama que está continuamente desarrollándose y alcanza día a día el favor de mayor número de telespectadores. Este es un proyecto en el cuál creemos y estamos seguros de que en poco tiempo tendrá un interesante recorrido.

Y hablando de nuevos medios, tenemos un valor añadido que es nuestro contenido, del que también somos fabricantes y que es la clave para que estos nuevos medios se puedan desarrollar. Por ello, no sólo podemos explotar económicamente aún más nuestro contenido, sino también ofrecer nuevas formas de comunicación para nuestros anunciantes.

Un ejemplo de cuanto hemos dicho es el acuerdo que Telecinco y Publimedia han alcanzado con Orange para la emisión de contenido y publicidad vía móvil. Este nuevo soporte encaja perfectamente con las campañas publicitarias de las empresas que quieren llegar, de una manera eficiente y más innovadora al público que tienen como objetivo. En definitiva, queremos seguir al consumidor con nuestros productos allí donde se encuentre

Estamos hablando de otras formas de publicidad en las cuales debemos estar presentes desde el principio desarrollando nuestra curva de aprendizaje, para poder dar a nuestros clientes un servicio más completo e innovador. Estos nuevos medios paulatinamente cobrarán relevancia y sustituirán a los medios más tradicionales utilizados en el marketing directo.

En resumen, el Grupo Publiespaña ha sido capaz de explotar los excelentes datos de audiencia de Telecinco con una política comercial que optimiza estos resultados, ha ofrecido a sus clientes toda su profesionalidad comercial con una gran calidad en el servicio día a día -no en vano somos la única compañía con el sello de calidad ISO-9001 en su gestión operativa-, y ha conseguido satisfacer los objetivos de comunicación enfocados hacia la creatividad de sus clientes.

Esto ha permitido que año tras año sigamos afianzándonos como referente de profesionalidad y fiabilidad.

Para poder dar este servicio insistimos muchísimo en la formación de nuestro equipo, con más de 4.400 horas de formación anuales, ya que sabemos que la base de nuestro éxito son las personas. Personas con talento que sepan ser siempre proactivas ante las dificultades, que sepan trabajar en equipo, que compartan los valores fundamentales en los cuales cree y apuesta la compañía, manteniendo sin embargo un espíritu crítico y una visión propia de la realidad.

No sólo empujamos la formación de nuestros recursos internos, sino que también ayudamos a desarrollar jóvenes talentos y por eso como ya en el pasado año comentamos, continuamos llevando a cabo el Master en Marketing y Management en colaboración con el Instituto de Empresa -una de las más prestigiosas instituciones educativas a

nivel mundial-, para así dar la oportunidad a jóvenes de varias nacionalidades de estudiar y entrar en contacto con el mundo empresarial simultáneamente.

Creemos que nuestra empresa, como empresa líder debe estar presente y contribuir en esta importante labor de formación, con el objetivo de hacer crecer la profesionalidad de nuestro mercado.

Para concluir decir que la suma de todas estas variables gestionadas con experiencia, calidad y creatividad son las que han hecho posible que hayamos cerrado un año verdaderamente magnífico en todos los aspectos.

Telecinco, con Publiespaña y Publimedia, son la referencia para el mercado y para la competencia. Estamos siempre pendientes de desarrollar nuevos formatos de publicidad, mejorar los que ya tenemos, programar mejor la publicidad e integrar más el mensaje en los contenidos.

Nuestra responsabilidad siendo los líderes es INNOVAR, siempre lo hemos hecho, y seguiremos por este camino.

Para el 2007 nuestros propósitos son mantener el liderazgo en todos los ámbitos y aprovechar el positivo entorno económico y publicitario, consiguiendo como hemos demostrado en estos años los mejores resultados posibles.

Muchas gracias.