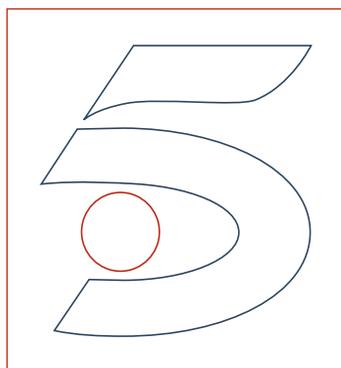


■ T E L E C I N C O ■
I N F O R M E A N U A L 2 0 0 5



Nota previa: Para el conjunto de los datos económicos que se ofrecen en esta memoria, los resultados consolidados correspondientes a 2005 se comparan con los resultados combinados de 2004, que son aquellos que incluyen el resultado de Publiespaña y de sus sociedades participadas en los tres primeros meses del año con anterioridad a que Gestevisión Telecinco adquiriera las acciones de aquella. En todos los casos, los datos financieros se presentan según Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) que están en vigor a 31 de diciembre de 2005.

Índice de contenidos

/ CARTAS DEL PRESIDENTE Y LOS CONSEJEROS DELEGADOS	4
/ 2005: UN AÑO RÉCORD	10
/ GOBIERNO CORPORATIVO	16
/ ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL GRUPO TELECINCO	26
/ CLAVES DEL NEGOCIO AUDIOVISUAL	40
/ EL NEGOCIO DE LA PUBLICIDAD	58
/ PRINCIPALES RESULTADOS ECONÓMICOS	62
/ DIRECTORIO	76



Alejandro Echevarría

Presidente

Las grandes cifras del ejercicio económico que presentamos son consecuencia directa del éxito indiscutible en tres áreas fundamentales del negocio televisivo: la audiencia, la captación publicitaria y la gestión profesional.

El año 2005 ha vuelto a confirmar a Telecinco como la cadena de referencia del mercado televisivo español y lo ha hecho a merced de su situación marcada por el liderazgo absoluto.

En 2005 Telecinco ha liderado la audiencia en todas las franjas y "targets" gracias a un modelo de televisión que ha sabido contactar con el público. La gran capacidad de la cadena para atraer espectadores, sumada a la gran gestión desarrollada por Publiespaña, nos ha colocado de nuevo como líderes en facturación publicitaria, creciendo incluso por encima del mercado.

Visto así es lógico que la gestión llevada a cabo por el equipo de Telecinco arroje cifras récord y nos sitúe como la empresa de comunicación más rentable de nuestro país. Los ingresos publicitarios brutos han aumentado un 15,7% frente al año anterior. En cuanto al control de costes, las cifras de 2005 demuestran el esfuerzo de Telecinco por incrementar su rentabilidad ya que los costes de explotación totales sólo han crecido un 3,9%.

En términos de margen bruto operativo, se ha alcanzado la cifra de 423,26 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 40,8% respecto al año anterior. En términos porcentuales sobre ingresos netos, esta cifra supone un 45,5%, un margen sin parangón desde el punto de vista nacional e internacional.

El resultado neto del año ascendió a 290,33 millones de euros, con un incremento del 35,5%. En términos de margen sobre ingresos netos, el citado resultado supone un 31,2%, una magnitud difícil de igualar.

Por último, quisiera reseñar la gran capacidad de Telecinco para generar valor a los accionistas. La cotización bursátil ha experimentado en el año 2005 una revalorización del 40,4%, un 110% desde que la cadena se estrenara en el parque, que nos ha llevado a una cotización de 21,32 euros a cierre del ejercicio. Además, fieles al principio de retribuir a los accionistas, la cadena distribuirá el 100% del beneficio consolidado neto como dividendo, los que nos sitúa como una de las empresas con mayor rentabilidad del Ibex en esta materia.

Desde la salida a Bolsa en 2004, Telecinco ha abogado por la transparencia como parte de su modelo de negocio. En consecuencia, se han adoptado todas las normas y recomendaciones de Gobierno Corporativo que garantizan al accionista seguridad sobre el correcto funcionamiento de la empresa.

Más allá de la rotundidad de las cifras, de haber destacado sobresalientemente en todos los grandes parámetros en los que se mide una empresa de comunicación europea, quisiera constatar el gran trabajo realizado por el equipo de Telecinco dentro de un contexto cuajado de contradicciones. En un país en el que el modelo audiovisual definitivo está aún por ver la luz, quiero recordar que seguiremos proponiendo a la Administración ideas y soluciones para defender un sector audiovisual sano y rentable.

Para alcanzar nuestros objetivos contamos con los mejores profesionales, a ellos y a todos los accionistas que han confiado en nuestra compañía, quisiera agradecer su apoyo y tesón.



Paolo Vasile

Consejero Delegado

2005: la responsabilidad cumplida.

El año 2005 no ha sido un año fácil. A las dubitativas predicciones sobre el panorama económico han seguido decisiones gubernamentales de diversa índole, algunas de ellas impredecibles, que han convulsionado ciertamente el sector. **A pesar de todo ello, hemos cumplido nuestros compromisos.**

El año pasado decíamos que 2004 había sido un año especial por muchas razones. Fue el año en el que, por vez primera, una cadena de televisión privada superaba la audiencia de TVE 1, convirtiéndose en la televisión más vista. Fue también el año del mejor resultado económico de la historia de TELECINCO, generando una altísima rentabilidad. Y fue, en fin, el año de la salida a Bolsa de TELECINCO y su inclusión en el IBEX 35; el broche de una magnífica trayectoria y de un estupendo año.

Por todo ello, decíamos que 2005 sería el año de la responsabilidad, del compromiso, no ya de mantenernos, sino de superarnos.

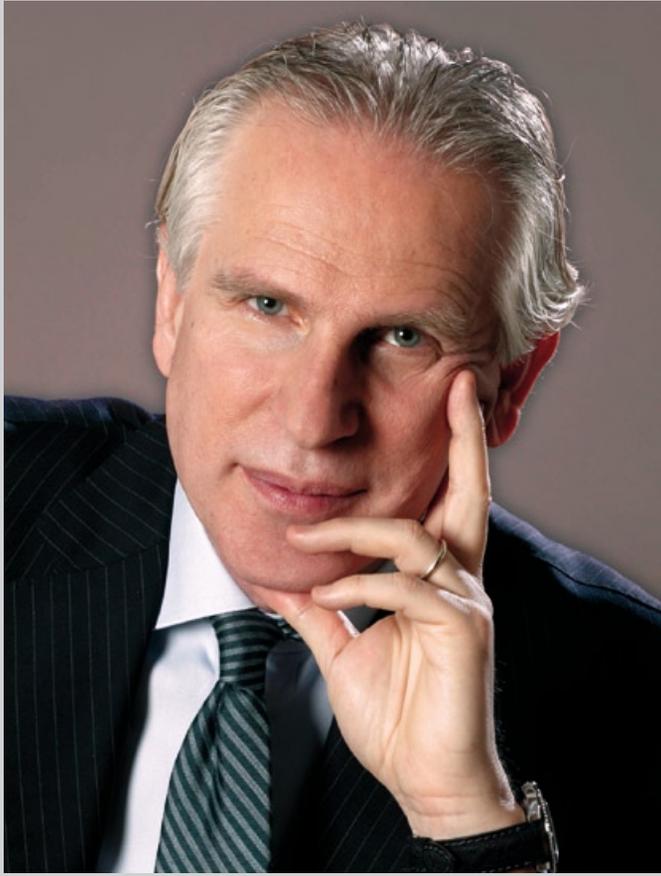
Puede muy bien decirse que TELECINCO ha cumplido con ese reto en el año 2005, pues no sólo ha mantenido su liderazgo en audiencia, por encima de cualquier otra cadena pública o privada, sino que ha superado con creces el resultado económico de 2004, situándose entre las compañías televisivas europeas más rentables.

Todo ello ha tenido un claro reflejo en el terreno bursátil, en el que la acción de TELECINCO se ha revalorizado un 40,4% a lo largo del año, acumulando una ganancia del 110% desde su aparición en el parqué. Prueba indudable de la confianza que nuestro hacer despierta en el mundo financiero; también en el de los pequeños accionistas. Y ha sido esa confianza la que, de algún modo hemos querido premiar, proponiendo un dividendo del 100% del beneficio obtenido en un año, 2005, del que nos sentimos orgullosos.

El año 2005 ha sido un año de profundas modificaciones en el marco televisivo. La aparición de nuevos competidores, el pretendido relanzamiento de la Televisión Terrestre Digital y las modificaciones normativas proyectadas apuntan a un contexto competitivo en el que será imprescindible la más rápida adaptación.

No es la primera vez que se producen cambios. Ya antes los ha habido y hemos acreditado saberlos superar gracias a un equipo profesional, el más cualificado, que es consciente de que el mejor resultado requiere, además, un trabajo duro y diario.

Estoy convencido de que volveremos a conseguirlo.



Giuseppe Tringali

Consejero Delegado

El año 2005 lo recordaremos siempre con gran satisfacción. Ha sido un año muy especial en el que hemos conseguido resultados espectaculares y hemos asistido al nacimiento de una nueva ley audiovisual que dibuja un horizonte con nuevos competidores, nuevas reglas para la televisión pública y que marca el inicio del viaje hacia la televisión digital terrestre.

En este contexto, Telecinco se ha mantenido por segundo año consecutivo como la televisión líder de audiencia gracias a una programación sólida y estable. El Grupo Publiespaña, por su parte, ha confirmado una vez más su liderazgo en facturación publicitaria con un incremento por encima del 15,7%, lo que se traduce en unos ingresos récord de 909,98 millones de euros. Además, la compañía ha aumentado el volumen de las Iniciativas Especiales en más de un 22%, alcanzando un peso superior al 14%.

Como resultado, El Grupo Publiespaña ha reforzado su liderazgo en cuota de mercado publicitario televisivo, alcanzando la cifra record del 31,4% y mejorando aún más su ratio de eficiencia por cuota de facturación respecto a la audiencia.

Por su parte, Publimedia Gestión, filial que comercializa otros soportes multimedia tanto de Telecinco como de terceros, ha incrementado su facturación en torno a un 11%.

Por último, desde Publiespaña hemos sabido realizar el proyecto de un master que ya muchos consideran el mejor Master en Dirección de Marketing en España.

Todo ello nos ha llevado a la consecución de todos los objetivos que desde 2002 nos habíamos planteado, logrando aumentar en los últimos cuatro años la facturación de la compañía en más de un 50% y triplicando la facturación de Publimedia Gestión.

Hemos sabido aprovechar muy bien el mercado, pero no nos hemos conformado con facturar más simplemente, sino que hemos desarrollado nuestra creatividad, calidad, servicio y relación con los clientes y, además, podemos decir con gran satisfacción que hemos cambiado la costumbre de compra de publicidad en televisión en España, aportando un valor añadido.

Todo lo que hemos logrado es una base muy sólida para empezar un nuevo ciclo en el que se prevé una competición aún más fuerte, todo un desafío para nosotros que nos motiva a la mejora continua con la creatividad, el entusiasmo y la determinación que nos caracteriza.



/ 2005: UN AÑO RÉCORD.

2005 ha sido el mejor año de Telecinco, tanto en facturación publicitaria como en evolución bursátil y resultado neto. Una excelente gestión comercial y el acierto en la selección de los contenidos han determinado este estupendo ejercicio, en el que además se presenta el primer Informe de Responsabilidad Social Corporativa del mercado audiovisual español.



revalorización.

La televisión más rentable

Telecinco ha experimentado en 2005 un crecimiento muy significativo en todas las magnitudes económicas de relevancia, y lo ha hecho como consecuencia de su liderazgo de audiencia, de la acertada política comercial de Publiespaña y de la fortaleza del mercado publicitario.

PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS (MILL €)

Magnitud	2004	2005	Incremento
Ingresos netos	793,4	931,1	+17,4%
Total costes	498,4	517,8	+3,9%
Margen operativo (EBITDA)	300,5	423,3	+40,8%
Resultado neto	214,2	290,3	+35,5%
Posición neta de tesorería	244,4	355,8	+45,6%

Además, Telecinco ha financiado todas sus actividades con recursos propios, sin necesidad de acudir a financiación ajena. A final del ejercicio, la posición neta de tesorería alcanzó los 355 millones de euros, y ello después de haber distribuido un dividendo ordinario de 172 millones de euros y de haber adquirido acciones propias por importe de 27 millones.

Un crecimiento bursátil sostenido

2005 ha sido también un año excelente para la cotización de las acciones de Telecinco. El inicio del ejercicio ha estado marcado por su incorporación al índice selectivo de la Bolsa de Madrid Ibex 35 y por una tendencia de crecimiento en la evolución bursátil que, en líneas, generales se ha mantenido constante.

A lo largo del año se ha producido una revalorización de la acción del 40,4%, lo que ha llevado a una cotización de 21,32 euros a cierre del ejercicio, que se corresponde con un valor de capitalización bursátil de 5.258 millones de euros. La máxima cotización anual se alcanzó el 22 de diciembre con un valor de 21,74 euros por acción. En cuanto a volúmenes, la cifra alcanzó los 7.863,6 millones de euros en el año, lo que equivale a 442,4 millones de títulos. El valor de la compañía se ha duplicado desde su salida a Bolsa el 24 de junio de 2004.

El liderazgo indiscutible de las audiencias

Con un 22,3% de share, Telecinco ha vuelto a liderar por segundo año consecutivo las audiencias totales del año, superando incluso el resultado de 2004 –cuando se erigió como la primera cadena privada en desbancar a TVE1 del primer puesto– e igualando su propio máximo histórico del año 2000.

COMPARATIVAS DE AUDIENCIA

	Telecinco	A3 TV	TVE1
AUDIENCIA TOTAL DEL AÑO			
2005	22,3%	21,3%	19,6%
2004	22,1%	20,8%	21,4%
FRANJA DEL PRIME TIME			
2005	23,5%	21,8%	19,5%
2004	23,1%	21,1%	21,4%
TARGET COMERCIAL			
2005	24,7%	22,2%	16,3%
2004	25,2%	21,9%	17,8%

responsabilidad social corporativa.

El informe de RSC elaborado por Telecinco supone el punto de partida su compromiso con la sociedad.



Durante más de 200 días y en nueve meses del año, Telecinco ha conseguido mantener el liderazgo de forma continuada, y lo ha conseguido en prácticamente todas las franjas del día, superando los datos del año anterior.

Del mismo modo, la cadena ha conseguido durante 2005 revalidar su liderazgo por séptimo año consecutivo en cuanto a su target comercial con casi un 25% de share, siendo además la televisión más vista en cinco de los nueve mercados autonómicos.

La contundencia de estos datos se debe a los cuatro ejes fundamentales de su programación: la apuesta por la ficción nacional, el acierto en la elección de series extranjeras, la fuerza de los directos y el éxito de la Fórmula 1. Telecinco, un año más, ha sido la opción mayoritaria de la audiencia.

La Responsabilidad Social Corporativa

A pesar de todo lo anterior, la cadena no se conforma con el éxito en Bolsa, con el gran desempeño económico o con el liderazgo de la audiencia. Por primera vez en el sector audiovisual español, una cadena como Telecinco ha apostado por elaborar un informe de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) independiente, aunque complementario, del Informe Anual que aquí se presenta.

La memoria de RSC es para Telecinco el punto de partida para construir un compromiso firme con la sociedad y el medio ambiente. La aspiración es la de avanzar hacia un modelo de negocio rentable y exitoso, pero también firmemente anclado en una serie de principios y valores que subrayen la dimensión ciudadana que la compañía quiere tener. Hoy podemos confirmar que el proceso ya está en marcha. Y lo está de forma irreversible.



Desde su salida a Bolsa en 2004, Telecinco ha mantenido una preocupación prioritaria por adoptar las mejores prácticas de Gobierno Corporativo, incorporando a su sistema de gobierno las últimas normas y recomendaciones aprobadas e implantando de forma voluntaria las medidas necesarias para abordar todas y cada una de las materias que interesan a sus accionistas.

/ GOBIERNO CORPORATIVO.

Estructura de la propiedad

La estructura de la propiedad de la sociedad al cierre del ejercicio es la que se señala a continuación, destacando las participaciones significativas, de acuerdo con el concepto que establece la Orden del Ministerio de Economía 3722/2003, que incluye toda participación que alcance de forma directa o indirecta al menos el 5% del capital o los derechos de voto de la entidad.

ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

Acciones Indirectas

Titular	Acciones	% sobre el capital social
SILVIO BERLUSCONI	123.653.768	50,135
VOCENTO, S.A.	32.063.436	13,000

Acciones Directas

Titular	Acciones	% sobre el capital social
MEDIASET INVESTMENT S.A.R.L.	61.993.304	25,135
MEDIASET INVESTIMENTI S.P.A.	61.660.464	25,000
CORPORACIÓN DE NUEVOS MEDIOS AUDIOVISUALES, S.L.	32.063.436	13,000
TOTAL	155.717.204	

El modelo de gobierno corporativo de Gestevisión Telecinco se plantea como un sistema en permanente actualización que, en función de la evolución de la normativa, de las tendencias en el ámbito nacional e internacional y de la experiencia acumulada a partir de las medidas adoptadas,

permita perfeccionar su funcionamiento y orientarlo al interés de sus accionistas.

El Consejo de Administración de Gestevisión Telecinco aprobó el pasado ejercicio su Reglamento, que recoge los principios básicos que conforman el sistema de gobierno corporativo de la compañía, integrando las normas de régimen interno y de funcionamiento del Consejo y de sus Comisiones, así como los derechos y deberes de los Consejeros regulados en el Estatuto del Consejero.

Asimismo, en el año 2004 la Junta General aprobó su Reglamento, en el que se regulan las cuestiones relativas a su funcionamiento y los derechos de los accionistas en relación con las Juntas Generales, estableciendo la posibilidad de ejercer o delegar el voto a través de medios de comunicación a distancia.

Además, el Consejo de Administración ha aprobado el informe de gobierno corporativo del ejercicio 2005 siguiendo las pautas establecidas por la normativa en materia de transparencia de las sociedades cotizadas.

Los textos originales del Reglamento del Consejo de Administración y del Reglamento de la Junta General de Accionistas, así como el informe de gobierno corporativo 2005, se encuentran a disposición de accionistas e inversores en la página web: <http://www.inversores.telecinco.es>.

MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Nombre	Cargo en el Consejo	Fecha primer nombramiento	Fecha último nombramiento	Participación accionarial directa
ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	PRESIDENTE	15-05-1996	29-03-2004	5.664
PAOLO VASILE	CONSEJERO DELEGADO	29-03-1999	29-03-2004	6.369
GIUSEPPE TRINGALI	CONSEJERO DELEGADO	29-03-2004	29-03-2004	-
GIULIANO ADREANI	CONSEJERO	26-09-2001	29-03-2004	-
PIER SILVIO BERLUSCONI	CONSEJERO	07-05-2003	29-03-2004	-
FEDELE CONFALONIERI	CONSEJERO	21-12-2000	29-03-2004	-
MARCO GIORDANI	CONSEJERO	07-05-2003	29-03-2004	-
ALFREDO MESSINA	CONSEJERO	30-06-1995	29-03-2004	-
JOSÉ M ^a BERGARECHE BUSQUET	CONSEJERO	17-03-2000	29-03-2004	-
JOSÉ RAMÓN ÁLVAREZ RENDUELES	CONSEJERO	28-07-2004	28-07-2004	1.000
ÁNGEL DURÁNDEZ ADEVA	CONSEJERO	20-05-2004	20-05-2004	6.237
MIGUEL IRABURU ELIZONDO	CONSEJERO	20-05-2004	20-05-2004	-
BORJA DE PRADO EULATE (*)	CONSEJERO	28-07-2004	28-07-2004	490

(*) Borja del Prado Eulate posee 5.050 acciones indirectas a través de Bopreu, S.L.



transparencia.

CONSEJEROS EJECUTIVOS

PAOLO VASILE	Consejero Delegado
GUISEPPE TRINGALI	Consejero Delegado

CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES

ALEJANDRO ECHEVARRIA BUSQUET	CORPORACIÓN DE NUEVOS MEDIOS AUDIOVISUALES S.L.
JOSE M ^a BERGARECHE BUSQUET	CORPORACIÓN DE NUEVOS MEDIOS AUDIOVISUALES S.L.
GIULIANO ADREANI	MEDIASET INVESTIMENTI S.P.A.
PIER SILVIO BERLUSCONI	MEDIASET INVESTIMENTI S.P.A.
FEDELE CONFALONIERI	MEDIASET INVESTIMENTI S.P.A.
MARCO GIORDANI	MEDIASET INVESTIMENTI S.P.A.
ALFREDO MESSINA	MEDIASET INVESTIMENTI S.P.A.

La apuesta por un modelo de gobierno acorde con las últimas recomendaciones en esta materia, ha llevado a Gestevisión Telecinco a ser una de las empresas del sector audiovisual con mayor presencia de independientes en su Consejo de Administración, suponiendo éstos un 30% del total. Esta apuesta se ve reforzada por su especial protagonismo en los órganos delegados y consultivos, siendo significativa la Presidencia tanto de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento como de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones por sendos Consejeros externos. La lista actual de Consejeros externos independientes es la que sigue:

CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES**JOSÉ RAMÓN ÁLVAREZ RENDUELES**

Presidente de Aceralia; Vicepresidente de Arcelor; Presidente de Peugeot España; Presidente de la Fundación Príncipe de Asturias.

BORJA DE PRADO EULATE

Presidente de Almagro Asesoramiento e Inversiones, S.A.; Vicepresidente de Lazard Asesores Financieros; Presidente de Genesys Iberia Teleconferencia S.A.; Consejero de Willis; Consejero de Recoletos Grupo de Comunicación, S.A.

MIGUEL IRABUZU ELIZONDO

Presidente del Consejo de Administración de Azkoyen, S.A.; Vicepresidente Ambers&Co; Miembro de los Consejos Asesores de Ambers&Co; Miembro Consejo de Administración de Varias Compañías Participadas por la Sociedad Capital Riesgo 3I; Miembro de Los Consejos Asesores de PriceWaterhouseCoopers (GRMS); Miembro de los Consejos Asesores de Hay Group.

ÁNGEL DURÁNDEZ ADEVA

Miembro del Consejo Asesor de Fríde; Miembro del Patronato Germán Sánchez Ruipérez; miembro del Consejo de Administración de Real State Equity Portfolio, S.A.; Vicepresidente y miembro del Patronato de la Fundación Euroamérica; Presidente ejecutivo de Información y Control de Publicaciones, S.A. (anteriormente Oficina de Justificación de la Difusión, S.A.); miembro del Consejo Asesor de Ambers&Co; Miembro del Consejo Asesor de BDP Consultants.

información accesible.

Órganos delegados y consultivos

Comisión Ejecutiva

Ostenta todas las facultades inherentes al Consejo, menos las reglamentariamente indelegables. Integrada por siete miembros de entre los propios Consejeros, entre los que se encuentra el Presidente y los Consejeros Delegados. Esta Comisión se reúne un mínimo de cuatro veces al año.

Pertenecen a esta Comisión:

- D. ALEJANDRO ECHEVARRIA BUSQUET (PRESIDENTE)
- D. PAOLO VASILE
- D. GIUSEPPE TRINGALI
- D. FEDELE CONFALONIERI
- D. GIULIANO ADREANI
- D. JOSE M^a BERGARECHE BUSQUET
- D. MIGUEL IRABUZU ELIZONDO

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Otro rasgo central del sistema de gobierno corporativo de Gestevisión Telecinco es su Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo, que tiene atribuidas las competencias y los medios necesarios para desempeñar por delegación del Consejo la supervisión de los estados financieros y el ejercicio de la función de control del grupo.

Esta Comisión también tiene asignada la función de velar por el cumplimiento normativo, especialmente en lo que respecta a la ética del grupo, pues a ella le corresponde asegurarse de que los códigos y normas de conducta ante los mercados de valores y las reglas de gobierno corporativo cumplen las exigencias normativas y son adecuados para la organización.

Formada por seis Consejeros externos designados por el Consejo, se reúne al menos una vez al trimestre. Los miem-

bros de esta Comisión, bajo la presidencia de un Consejero Independiente, cuentan con los conocimientos y la experiencia necesaria para desempeñar su función. Pertenecen a esta Comisión:

- D. ÁNGEL DURÁNDEZ ADEVA (PRESIDENTE)
- D. FEDELE CONFALONIERI
- D. GIULIANO ADREANI
- D. JOSE M^a BERGARECHE BUSQUET
- D. MARCO GIORDANI
- D. ALFREDO MESSINA

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Entre sus competencias se encuentra la de hacer propuestas para el nombramiento y cese de los Consejeros y la de proteger la integridad en el proceso de selección de los mismos, atendiendo a las condiciones personales y profesionales de los candidatos; también debe atender las necesidades que los órganos de gobierno de la sociedad tengan en cada momento.

Además, a la Comisión de Nombramientos y Retribuciones del Consejo le corresponde determinar, conforme a los Estatutos Sociales, la extensión y cuantía de las retribuciones, derechos y compensaciones de contenido económico de los Consejeros, siguiendo los principios de responsabilidad, dedicación e incompatibilidades establecidos en el Reglamento del Consejo. Del mismo modo, le corresponde proponer, dentro del marco establecido en los Estatutos Sociales, el sistema de compensación retributiva del Consejo de Administración en su conjunto, tanto en lo que se refiere a sus conceptos como a sus partidas y al sistema de percepción.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones se reúne un mínimo de dos veces al año con el fin de preparar la información sobre las retribuciones de los Consejeros. Pertenecen a esta Comisión:

- D. MIGUEL IRABUZU ELIZONDO (PRESIDENTE)
- D. FEDELE CONFALONIERI
- D. GIULIANO ADREANI
- D. JOSE M^a BERGARECHE BUSQUET

Conflictos de interés

En el Reglamento del Consejo de Administración de Gestevisión Telecinco se recogen expresamente las reglas a seguir ante las distintas situaciones en las que podrían darse conflictos de interés entre los Consejeros, sus familiares y las entidades con las que puedan estar relacionados.

Estas reglas están orientadas a que la actuación de los Consejeros se ajuste a un comportamiento ético, leal a la compañía y a los intereses de los accionistas, de acuerdo con la normativa aplicable y conforme a los principios que constituyen los valores del grupo.

De este modo, los Consejeros deberán comunicar al Consejo cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que pudieran tener con el interés de la Sociedad, de modo que, aun después de cesar en sus funciones, deberán guardar secreto de las informaciones de carácter confidencial así como de los datos, informes o antecedentes que conozcan como consecuencia del ejercicio del cargo, sin que las mismas puedan ser comunicadas a terceros o ser objeto de divulgación cuando eso pudiera tener consecuencias perjudiciales para el interés del grupo.

Por otra parte, en su deseo de adaptarse a las mejores prácticas en materia de conducta ante los mercados de valores, el Consejo de Administración de Gestevisión Telecinco, en su sesión de 17 de marzo de 2004, aprobó su “Reglamento Interno de Conducta de Gestevisión Telecinco S.A. y su grupo de sociedades en su actuación en los Mercados de Valores”, que determina los criterios de comportamiento que deben seguir sus destinatarios en las operaciones que se efectúen en los Mercados de Valores con el fin de contribuir a su transparencia y a la protección de sus inversores.

Relación con los inversores

El Departamento de Relación con Inversores de Gestevisión Telecinco es el encargado de difundir la información, ya sea financiera, operativa o estratégica, a analistas financieros, inversores institucionales e inversores no institucionales, al igual que a las Bolsas españolas. La publicación trimestral de resultados es el elemento de comunicación más importante y del que se derivan la mayoría de las restantes actuaciones. Se realiza a través de un comunicado escrito que se difunde de forma simultánea a las Bolsas españolas, analistas e inversores a través de correos electrónicos y después de haber sido previamente enviada a la Comisión Nacional del Mercado de Valores y de haber sido publicada en la página web de la compañía.

Dicha información se elabora, bajo distintos formatos, en español e inglés. Este Departamento, en su afán de asegurar una correcta y equitativa difusión de la información, también lleva a cabo una atención telefónica de los accionistas minoritarios, respondiendo a sus correos electrónicos y cartas. En el 2005 se han atendido unas 600 llamadas telefónicas y se han respondido 1.400 correos electrónicos que llegaron a la página web de Relación con Inversores.

En este sentido y con el objetivo de garantizar la difusión equitativa y simétrica de la información, Gestevisión Telecinco mantiene una página web en la que figuran de manera accesible y ordenada los principales documentos que informan sobre la compañía y su marcha.

Esta página web se ha sometido a revisión dos veces en el año 2005, con el fin de mejorar los contenidos y el diseño y garantizar su actualización permanente. Entre los objetivos logrados con esta revisión cabe destacar una gran mejora en la velocidad y accesibilidad a la información. De esta forma, durante 2005 se ha llegado a la nada desdeñable cifra de 113.068 visitas (abriéndose luego 330.018 páginas).

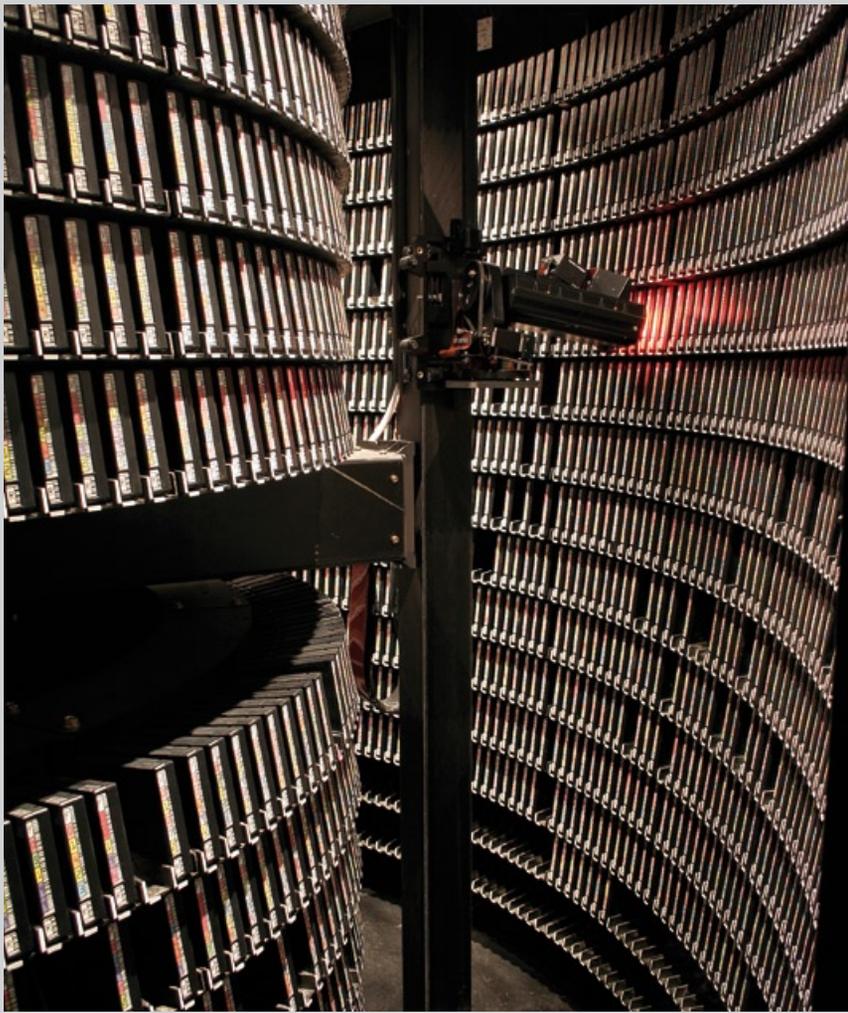
Sistemas de control de riesgos

A raíz de la salida a Bolsa de Gestevisión Telecinco, el grupo ha venido desarrollando diferentes actuaciones en el ámbito de la política de riesgos que permiten evaluar y gestionar aquéllos que pueden llegar a afectar a las distintas actividades del grupo. En este sentido, el Departamento de Auditoría Interna de la Compañía, basándose en las sugerencias recibidas de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y de las distintas Direcciones Corporativas y de Negocios, elabora un Plan Anual.

El Plan Anual es el documento mediante el cual el Departamento de Auditoría Interna asume el compromiso de actividad anual con la compañía. En este documento se especifican los trabajos y actividades previstas para el año en curso, recogiendo principalmente:

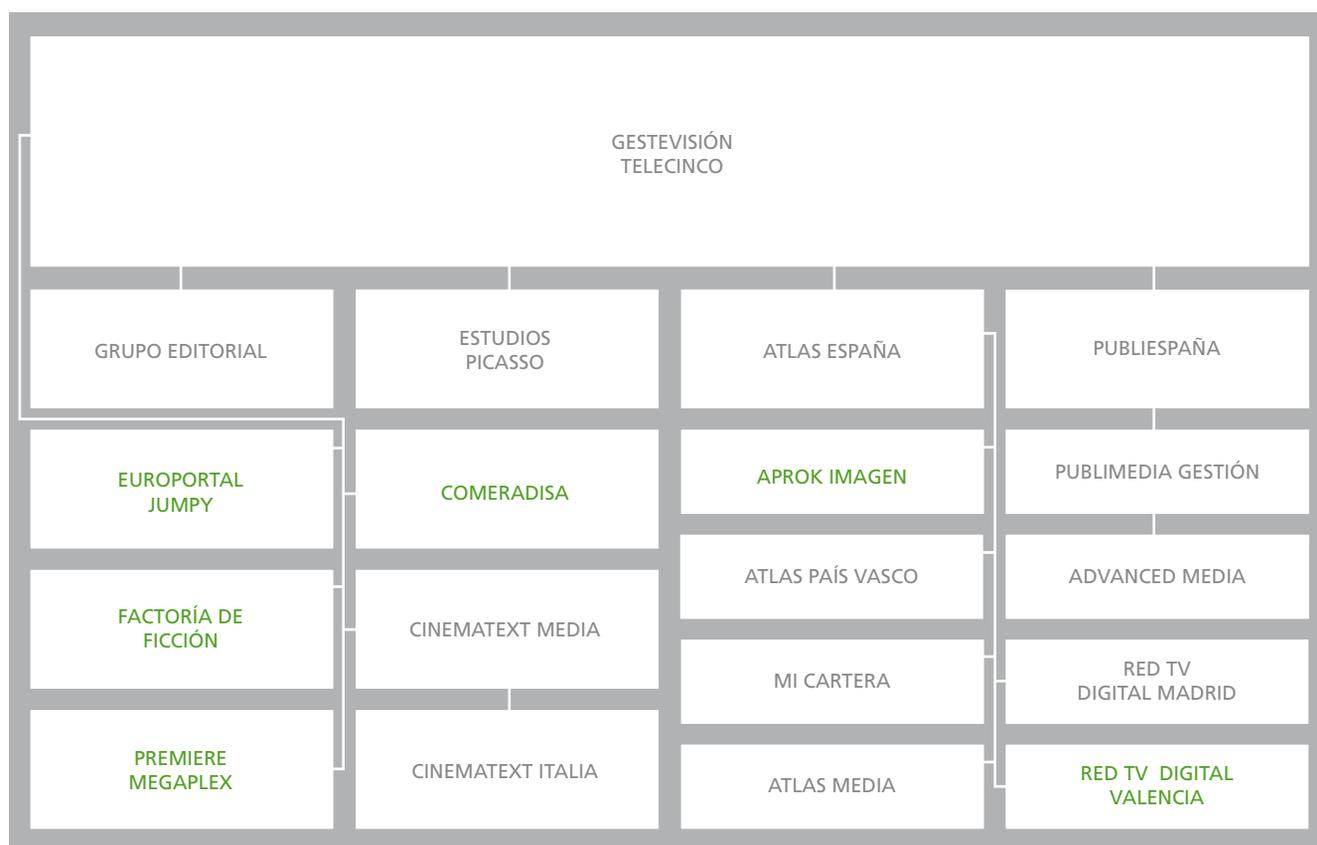
- Objetivos de la División de Auditoría Interna para el año.
- Relación de actividades a desarrollar (revisiones de procesos, auditorías de cumplimiento, desarrollo de procedimientos, trabajos especiales, etc...).
- Calendario según el cual se desarrollarán estas actividades.
- Equipos de trabajo para desarrollar las actividades.
- Número de horas previsto para cada trabajo y número de horas totales del Plan.

Las recomendaciones y los planes de acción incluidos en el informe son de obligado cumplimiento en plazo y forma, convirtiéndose en un objetivo más para cada área de actuación. Asimismo, la Dirección de Auditoría Interna efectúa un seguimiento periódico de los planes de acción y de las recomendaciones recogidas en el informe.



/ ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DEL GRUPO TELECINCO.

ESTRUCTURA DEL GRUPO TELECINCO



La distribución y el grado que ocupa cada una de estas sociedades en el grupo Telecinco se describen en el diagrama superior, en el que se distingue entre las sociedades consolidadas por integración global (nombre en gris) y las sociedades integradas por puesta en equivalencia (nombre en verde).

Estructura del grupo

La Sociedad Gestevisión Telecinco S.A fue constituida en Madrid el 10 de marzo de 1989. Su objeto social es la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión con arreglo a los términos de la concesión realizada por el Estado en 1989, así como otras operaciones relacionadas con esa gestión.

Gestevisión Telecinco S.A comienza su cotización en Bolsa el día 24 de junio de 2004, cotizando en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, pasando además a formar parte del índice IBEX-35 el 3 de enero de 2005.

La Sociedad Gestevisión Telecinco es la cabecera de un grupo de empresas dependientes que constituyen el grupo Telecinco y cuya participación por parte del grupo y descripción de actividades principales se señalan en este capítulo.

AGENCIA DE TELEVISIÓN LATINO-AMERICANA DE SERVICIOS Y NOTICIAS ESPAÑA, S.A.U (ATLAS ESPAÑA) (100%)

Actividades propias de una agencia de noticias y, por tanto, consustanciales a la profesión periodística para cualquier medio de comunicación social, escrito, televisivo y, en general, medios audiovisuales. Producción, grabación, realización, postproducción y cuantas actividades sean precisas para la emisión, en cualquier modalidad de programas informativos y, en general, de obras audiovisuales.

CINEMATEXT MEDIA, S.A (60%)

Actividades de subtítulo relacionadas con la industria cinematográfica, video y televisión.

ESTUDIOS PICASSO FÁBRICA DE FICCIÓN, S.A.U (100%)

Participación en la creación, producción, distribución y cualquier tipo de explotación de obras audiovisuales, de ficción, animación o documentales. Prestación de servicios de telecomunicaciones en cualquier forma y medio.

GRUPO EDITORIAL TELECINCO, S.A.U (100%)

Actividades de adquisición y explotación de derechos, tanto de fonogramas como grabaciones audiovisuales, representación artística, promoción de espectáculos y edición, producción, distribución y comercialización de publicaciones y material gráfico.

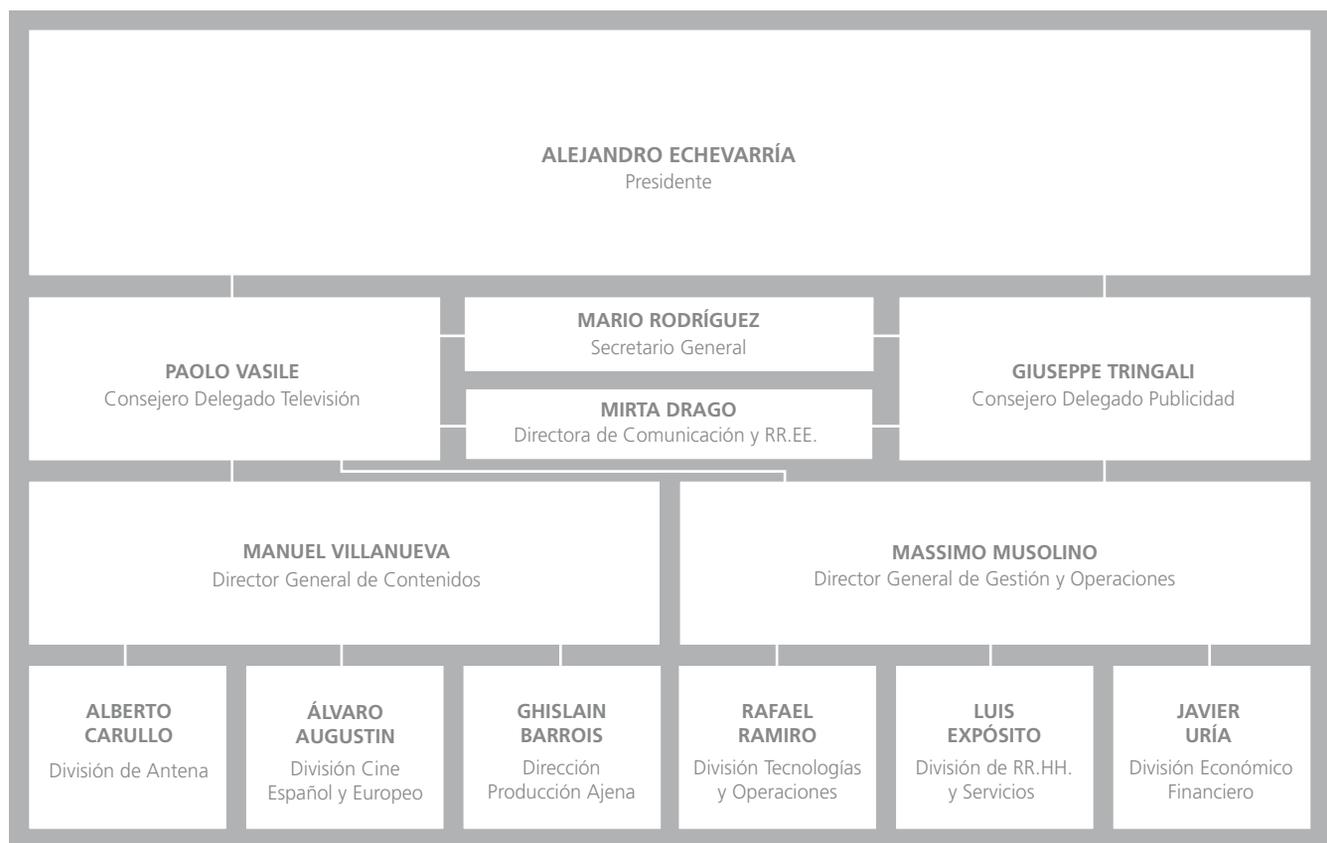
PUBLIESPAÑA, S.A.U (100%)

Realización y ejecución de proyectos publicitarios, actividades relacionadas, directa o indirectamente, con el marketing, el merchandising, la televenta y otras actividades comerciales; organización y producción de eventos culturales, deportivos, musicales o de cualquier otro tipo, y adquisición y explotación de derechos sobre los mismos. Prestación de servicios de asesoría, análisis y gestión en relación con las actividades señaladas.

AGENCIA DE TELEVISIÓN LATINO-AMERICANA DE SERVICIOS Y NOTICIAS PAÍS VASCO, S.A.U (ATLAS PAÍS VASCO) (100%)

Actividades propias de una agencia de noticias para cualquier medio de comunicación social, escrito, televisivo y, en general, medios audiovisuales. Sociedad participada a través de Atlas España.

ORGANIGRAMA DE GESTEVISIÓN TELECINCO



ATLAS MEDIA, S.A.U (100%)

Las actividades que realiza esta sociedad tienen la misma naturaleza que las que realiza Atlas País Vasco, y está igualmente participada a través de Atlas España.

MI CARTERA MEDIA, S.A.U (100%)

Explotación multimedia de formatos y contenidos de naturaleza económico-financiera.

RED DE TELEVISIÓN DIGITAL MADRID, S.A.U (100%)

Explotación y gestión de medios de comunicación, así como gestión indirecta del servicio de televisión digital terrenal local, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Madrid.

PUBLIMEDIA GESTIÓN, S.A.U (100%)

Explotación de obras o grabaciones audiovisuales, escritas o informáticas, así como de los derechos relativos a tales obras; realización y ejecución de proyectos publicitarios y difusión de mensajes publicitarios a través de cualquier medio de difusión o comunicación social; creación, adquisición, comercialización y explotación de derechos de propiedad industrial o de imagen; actividades relacionadas con el marketing, el merchandising y otras actividades comerciales; organización y producción de eventos culturales, deportivos, musicales o de cualquier otro tipo, así como la adquisición y explotación de toda clase de derechos que recaigan sobre los mismos; prestación de servicios de asesoría, análisis y gestión en relación con todas las actividades señaladas.

ADVANCED MEDIA, S.A.U (100%)

Edición, producción, publicación de libros, periódicos, revistas y cualquier otro impreso; realización y ejecución de proyectos publicitarios; actividades relacionadas con el marketing, el merchandising y otras actividades comerciales;

producción de obras audiovisuales e intermediación en los mercados de derechos de propiedad intelectual o industrial de cualquier clase.

CINEMATEXT MEDIA ITALIA, S.R.L (60%)

Sociedad constituida en 2005 y con domicilio social en Italia, tiene por objeto el doblaje y subtítulo de obras y grabaciones audiovisuales. Está participada a través de Cinematext Media, S.A.

PREMIERE MEGAPLEX, S.A (50%)

Explotación de salas cinematográficas.

CANAL FACTORÍA DE FICCIÓN, S.A (40%)

Producción, distribución y comercialización de derechos audiovisuales en cualquier soporte técnico.

EUROPORTAL JUMPY ESPAÑA, S.A (50%)

Dedicada a los servicios de internet, se encarga de gestionar www.telecinco.es.

APROK IMAGEN, S.L (40%)

Agencia de noticias.

RED DE TELEVISIÓN DIGITAL VALENCIA, S.A (50%)

Explotación y gestión de medios de comunicación, así como gestión indirecta del servicio de televisión digital terrenal local, en el ámbito de la Comunidad Valenciana.

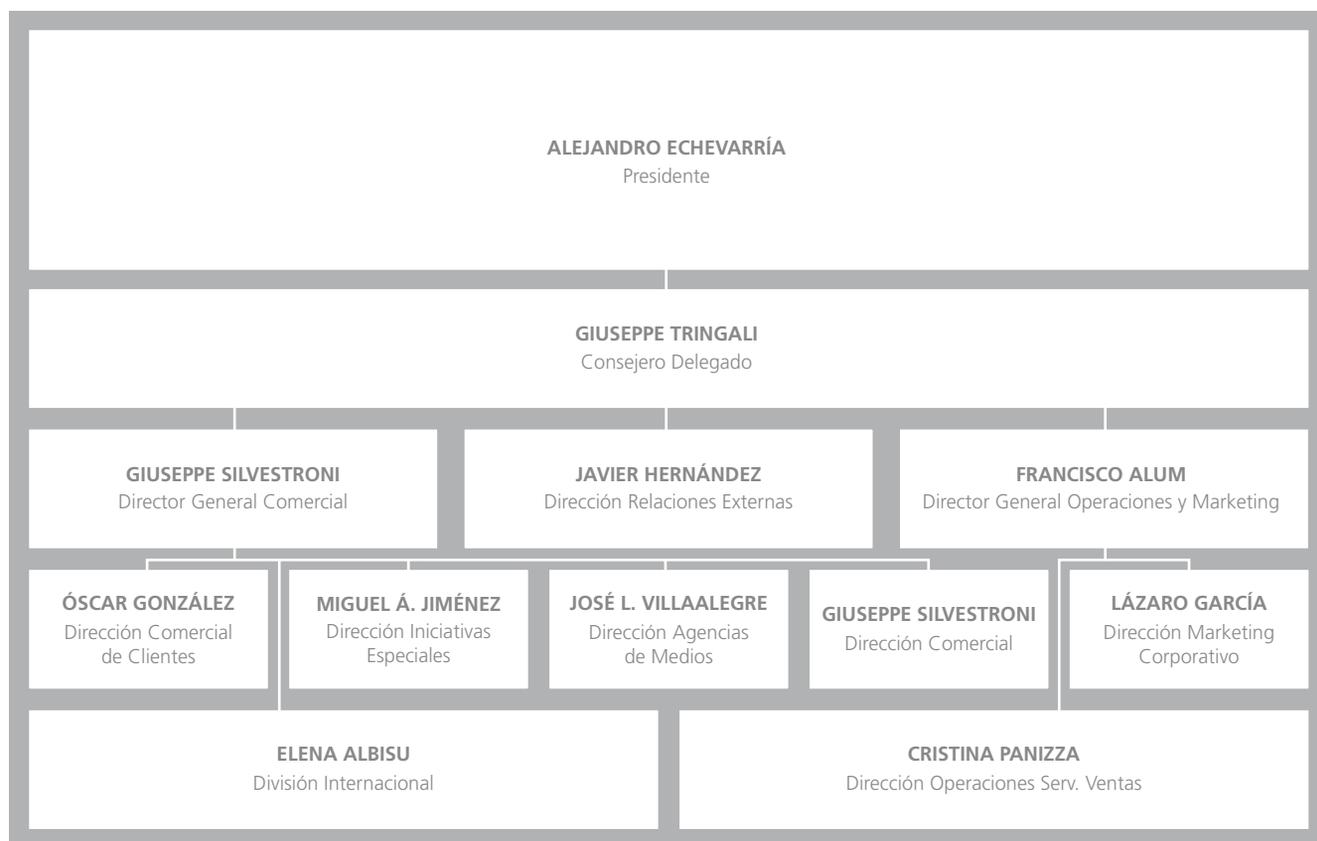
PUBLIECI TELEVISIÓN, S.A (50%)

Venta de productos y servicios dirigidos al consumidor final.

ORGANIGRAMA DE ATLAS ESPAÑA



ORGANIGRAMA DE PUBLIESPAÑA

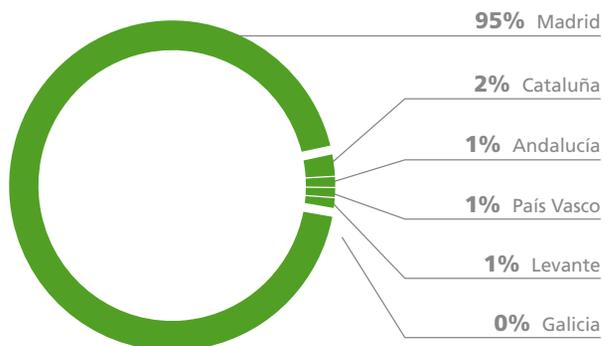


APORTACIÓN AL RESULTADO FINAL

	2004	2005
Gestevisión Telecinco, S.A.	76,0%	72,3%
Publiespaña, S.A.U.	17,9%	23,1%
Atlas España	2,2%	1,6%
Publimedia Gestión, S.A.U.	1,6%	1,4%
Grupo Editorial Telecinco, S.A.U.	1,1%	1,0%
Mi Cartera Media, S.A.U.	0,6%	0,5%
Resto del grupo	0,7%	0,1%
TOTAL	100%	100%

ALGUNAS CIFRAS CLAVE

Ingresos Netos (mill €)	931,11
Beneficio Neto (mill €)	290,33
Nº trabajadores	1.185
Hombres	651 (55%)
Mujeres	534 (45%)
Promedio ingreso neto por trabajador (en euros)	785.747

DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS TRABAJADORES**Evolución de la compañía**

Telecinco se constituyó el día 10 de marzo de 1989 con el objeto de participar en el concurso público para la concesión de la gestión indirecta del servicio público de televisión privada, convocado conforme a la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada.

Por Acuerdo del Consejo de Ministros de 25 de agosto de 1989, se adjudicó a la cadena la referida concesión por un plazo inicial de diez años, a computar desde el 3 de abril del año 1990. Las emisiones en prueba de Telecinco comenzaron el 3 de marzo de 1990.

Los primeros años de Telecinco se caracterizan por un temprano despegue de la audiencia, produciéndose en 1993 un ligero descenso que iba a provocar que no se lograra alcanzar el 20% de cuota anual entre los años 1994 y 1995.

Sin embargo, en 1996 Telecinco consigue cerrar su dato anual de audiencia en un 20,2%, recogiendo los frutos de su relanzamiento y del cambio de posicionamiento iniciado ese año. En 1997 logra su mejor registro hasta esa fecha con un 21,5% de audiencia, cifra que vuelve a superar en el año 2000 (22,3%) gracias al estreno de programas innovadores en el panorama televisivo. Desde entonces Telecinco ha sido líder de audiencia entre las cadenas privadas, y en 2004 lograba el hito histórico en la televisión española de desplazar a TVE del primer puesto en cuota de pantalla anual.

En la trayectoria de la audiencia de los diversos canales en España, hay que considerar también la influencia del consumo de nuevas formas de televisión, entre las que se encuentra la televisión de pago, tanto en su versión de canal independiente (Canal +) como en la de plataforma por satélite (desde 1997 Canal Satélite Digital y Vía Digital, y desde 2003



el futuro.



tv digital.

El futuro: la apuesta tecnológica de Telecinco

Apagón analógico y encendido digital

Telecinco, siguiendo su apuesta permanente por la anticipación, ha finalizado durante el año 2005 un proceso emprendido en 1998 para la digitalización total de sus instalaciones, con la inauguración durante el mes de julio del Centro de Control Central y Emisión.

Este Centro se sirve de la tecnología más avanzada para mejorar el sistema de trabajo en calidad y operatividad. El Control Central y Emisión es un proyecto en el que se han involucrado más de 115 personas de las diferentes áreas técnicas, de servicios y de contenidos.

Se finalizaba así un proyecto de siete años y 50 millones de euros de inversión. Con esta iniciativa, la cadena imponía su liderazgo en la implantación de esta tecnología en España y preparaba el camino para el establecimiento de su Televisión Digital Terrestre (TDT) como la primera televisión nacional en abierto con su proceso de digitalización funcionando a pleno rendimiento.

Esta nueva plataforma digital de producción y emisión aumenta las posibilidades de distribución de contenidos a través de satélite, fibra, móvil y ADSL. Además, gestiona la recepción, producción y entrega de todo tipo de contenidos audiovisuales y de texto en formato digital, aumentando los servicios de valor añadido disponibles como el subtítulo en varios idiomas, el sonido 5.1 y los servicios interactivos del mercado. Todo esto concede ventajas significativas en la oferta dirigida al espectador.

Entre las ventajas que ofrece la emisión en digital, y al margen de las especificaciones técnicas, destacan la entrega automática de los contenidos según sea el tipo de programación, la tecnología de transporte y los medios de distribución, el aumento de la emisión del número de canales de

programación propia o para terceros y la incorporación de las aplicaciones interactivas disponibles para TDT.

Al mismo tiempo, Telecinco ha asumido internamente la producción y programación del servicio del Teletexto, coincidiendo con el arranque de la nueva plataforma. Así, se pueden gestionar todos los contenidos de la programación de Teletexto, además de desarrollar los portales móviles de la cadena y reforzar la página web dedicada a la venta de noticias de la agencia Atlas, entre otros servicios.

La programación en TDT

El plan de digitalización y la plataforma multicanal, sitúan a Telecinco como la única televisión nacional en abierto en España cien por cien digitalizada. El mes de noviembre supuso el despegue de la Televisión Digital Terrestre en España y con ella la posibilidad de ampliar la oferta de Telecinco a través del lanzamiento de una doble apuesta de canales temáticos en tecnología digital: Telecinco Estrellas y Telecinco Sport, dedicados a la ficción y el deporte, dos de los géneros con mayores posibilidades de desarrollo interactivo y crecimiento futuro. Estos dos canales se suman a la emisión en simulcast de los contenidos del canal analógico, que ya se sintonizan en la TDT desde 2002.

La diferencia principal respecto a los competidores es que Telecinco ha optado por apoyarse en un "gestor del multiplex", consistente en una tecnología avanzada de codificación y multiplexación de las señales, integrándolo en su propia infraestructura y facilitando de este modo el control y la gestión del ancho de banda disponible.

Telecinco Estrellas vertebrará sus 24 horas de emisión diarias con un compendio de sus series más emblemáticas, nacionales y extranjeras, ya que la ficción es hoy por hoy uno de los géneros más demandados por los espectadores. Está establecido en el plan de negocio que en un futuro, algunas de las producciones de ficción se estrenen en la franja horaria

de máxima audiencia en Telecinco Estrellas, o bien que sea el canal analógico el que ofrezca el inicio de los capítulos, que serían emitidos 24 horas después en el canal temático.

Para el canal de deportes, Telecinco cerró un acuerdo con Eurosportnews, el primer y único canal de noticias deportivas a nivel internacional que ofrece información especializada 24 horas al día. De este modo, Telecinco Sport ofrece informativos relacionados con acontecimientos nacionales e internacionales, realizados con un equipo que cuenta con cinco años de experiencia en el periodismo deportivo.

La oferta de contenidos e interactividad de los canales de TDT de Telecinco se incrementará proporcionalmente al crecimiento del mercado, sobre todo atendiendo al aumento del consumo de esta oferta de ocio.

ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE CONTROL CENTRAL DE EMISIÓN



Adelantando el futuro: la Televisión Digital Móvil

La llamada “televisión digital” permite introducir canales de televisión en terminales móviles de última generación. La mayor capacidad de ancho de banda de la DVB-H ha revolucionado la forma de utilizar el teléfono móvil y Telecinco se encuentra a la cabeza en la implantación de esta nueva tecnología.

Telecinco ha participado en noviembre de 2005 en un ensayo piloto de televisión en el móvil –con la tecnología DVB-H– junto a Abertis, Movistar y Nokia.

De este modo, Telecinco es una de las primeras televisiones españolas que realizan un proyecto de este tipo, situándose una vez más en la vanguardia de la tecnología en un mercado con una fuerte competencia, donde los servicios innovadores ocupan un papel fundamental en la estrategia de la compañía.

La cadena ha proporcionado contenidos complementados con servicios participativos relacionados con la programación, haciendo de la televisión en el móvil otra apuesta de comunicación en alza. Informativos, series y programas de entretenimiento son algunas de las principales ofertas.

Telecinco confirma así su capacidad de innovación y liderazgo en la prestación de servicios avanzados de difusión. A través de la televisión digital móvil, permite acceder a la información que interesa, proporcionando servicios innovadores y de fácil uso.

La apuesta por los contenidos en Internet

2005 ha sido un año de fuerte desarrollo para telecinco.es, la apuesta en internet del grupo Telecinco, materializada a través de la sociedad Europortal Jumpy España S.A., resultado del acuerdo al 50% entre Telecinco y Wanadoo (France Telecom España) para la explotación de contenidos audiovisuales en la red.

El desarrollo de este acuerdo ha permitido situar un año más a telecinco.es como líder indiscutible de los portales audiovisuales en España, con una audiencia media superior a 1,8 millones de visitantes únicos al mes, con 65 millones de visitas y 870 millones de páginas vistas en el acumulado del año.

Este liderazgo queda de manifiesto igualmente entre la audiencia de Internet desde el hogar, donde ha alcanzado 9.266.000 usuarios únicos según Nielsen Netratings, lo que supone un 7,8% de cobertura media anual, con un crecimiento interanual del 69%. Esto le sitúa a gran distancia de sus principales competidores en el ámbito audiovisual (antena3tv.com con un 3,8%, plus.es con un 3,2% y rtve.es con un 2,8%) y entre los principales medios online en España, junto a elmundo.es, marca.com y elpais.es.

Durante este año, telecinco.es ha logrado un doble objetivo. Por un lado, mantener un crecimiento sostenido de su portal y las distintas webs de los programas de la cadena, reforzando su liderazgo en el entretenimiento audiovisual online con sites asociadas a concursos como "Operación Triunfo" y "Gran Hermano" y series como "Los Serrano" y "Motivos Personales", entre otras.

Por otro, se ha llevado a cabo con éxito el lanzamiento de dos nuevas webs: informativostelecinco.com, apuesta informativa que asegura la continuidad 24 horas de los servicios informativos de la cadena y que ha alcanzado el millón de usuarios únicos al mes en menos de un año, y bolsacinco.com, portal financiero con contenidos exclusivos de elaboración propia, que desde su lanzamiento en septiembre ya ha alcanzado 100.000 usuarios únicos al mes.

En lo que respecta a muchas de las secciones de informativostelecinco.com, la cadena ha apostado por un modelo de comunicación basado en el weblog como herramienta técnica, avanzando hacia lo que se empieza a denominar Web Semántica: la construcción colectiva de contenidos e informaciones en Internet a partir de diálogos y debates por medio de enlaces. Esto no tiene otro objetivo que promover el debate público y abrir espacios de participación para los lectores. En este sentido, Telecinco es la primera cadena que ha apostado por este modelo de comunicación en su página web.

El portal telecinco.es y las webs de cada programa han logrado un desarrollo considerable gracias a la integración entre los contenidos de Internet y televisión, con fidelización cruzada de su audiencia. El seguimiento de cada programa, asociado a la interactividad mediante chats, foros y comentarios, y al desarrollo de contenidos complementarios (como la explotación de servicios de pago y comercio electrónico), además del acceso en directo a los contenidos, explica el crecimiento logrado en este año. Así, destaca la apuesta decidida por la banda ancha y el vídeo en Internet, un elemento distintivo de telecinco.es.



2005 ha sido el mejor año de Telecinco. La cadena ha alcanzado los mejores resultados económicos de su historia, fruto de la excelente gestión comercial y de contenidos que le han otorgado unos datos récord, tanto en facturación publicitaria como en margen operativo y resultado neto. Este año no hubiera sido posible sin la confianza de los espectadores.

/ CLAVES DEL NEGOCIO AUDIOVISUAL.



22,3% DE SHARE EN 2005

El respaldo de la audiencia

Con un 22,3% de share, Telecinco ha vuelto a liderar por segundo año consecutivo las audiencias totales del año, superando incluso el resultado de 2004 –cuando se erigió como la primera cadena privada en desbancar a TVE1 del primer puesto– e igualando su máximo histórico logrado en 2000.

AUDIENCIA MEDIA DIARIA DURANTE 2005 (%)

T5		22,3
TVE1		19,6
A3		21,3
FORTA		17,3
TVE2		5,8
C+		1,3
cuatro		0,8
OTRAS		11,8

(Nota: FORTA = Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos)

Telecinco ha liderado 2005 de forma sostenida durante más de 200 días y a lo largo de nueve meses del año. Además, lo ha hecho prácticamente en todas las franjas del día, en las que ha superado los datos del año anterior: prime time (22,9%), mañana (21,3%), sobremesa (21,9%) y late night (27,1%). La cadena ha vuelto a convertirse, por séptimo año consecutivo, en líder del target comercial con un 24,7% de share, y ha sido la televisión más vista en cinco de los nueve mercados autonómicos: Cataluña (20,8%), Euskadi (récord histórico con un 27,0%), Galicia (23,8%), Madrid (23,3%) y Valencia (22,7%).

La innovación, la calidad y la profesionalidad han vuelto a ser los elementos más destacados de la parrilla de Telecinco, una oferta consolidada que ha experimentado un impulso en los espacios de producción propia hasta alcanzar un 81% de la

programación. Este esfuerzo ha hecho posible que en 2005 la cadena haya situado 13 de sus productos –todas sus series, sus realities y la Fórmula 1– en el ranking de los 20 programas más vistos del año.

PROGRAMAS MÁS VISTOS EN 2005

Programa	Cadena
1 Aquí no hay quien viva	A3
2 Los Serrano	T5
3 Aída	T5
4 Hospital Central	T5
5 Cuéntame cómo pasó	TVE1
6 Fútbol: Liga de Campeones	TVE1
7 Operación Triunfo	T5
8 Ana y los 7	TVE1
9 C.S.I.	T5
10 Juan y Jose Show	TVE1
11 C.S.I. Miami	T5
12 Motivos personales	T5
13 7 vidas	T5
14 ¡Mira quién baila!	TVE1
15 Fórmula 1	T5
16 El Comisario	T5
17 Gran Hermano VII	T5
18 Cruz y Raya show	TVE1
19 La casa de tu vida	T5
20 Gran Hermano VIP II	T5

Liderazgo en todas las franjas horarias

En la importante franja del prime time, donde se concentra el mayor consumo televisivo y la mayor inversión publicitaria, Telecinco ha programado la oferta de ocio y entretenimiento más seguida por los espectadores. En ésta ha destacado el relanzamiento de “Operación Triunfo” (Premio Ondas 2005 al Mejor Programa de Entretenimiento), un formato que Telecinco ha logrado reconducir al éxito ante una media de 4.841.000 espectadores y el 37,4% de share, cifras espectaculares pese a que la mayoría de las emisiones tuvieron



liderazgo.

lugar en los meses de verano, en los que se experimenta un notable descenso del consumo televisivo.

Asimismo, la cadena ha vuelto a revalidar el éxito de uno de los formatos que más satisfacciones le ha dado en toda su historia: "Gran Hermano". Las galas de los jueves (27,1% y 4.012.000 espectadores) y los debates dominicales (32,9% y 1.820.000 espectadores) han demostrado una vez más el acierto de Telecinco con los concursos de telerrealidad, género que también ha comprendido la segunda temporada de "La Casa de tu Vida" (3.950.000 personas y el 27%).

Y si se habla de prime time, es necesario detenerse en una de las grandes novedades introducidas por Telecinco en la antesala de este horario estelar: "Camera Café", un programa de humor que muestra las disparatadas situaciones de los empleados de una empresa ante la máquina de café. Los 17 actores que dan vida a los personajes han logrado conquistar a una media de 3.311.000 espectadores (20,4%), en plena competencia con los informativos de otras cadenas.

Igualmente, la noche de los viernes comienza con el humor de "Caiga Quien Caiga", el informativo satírico de culto que ha regresado a Telecinco con el objetivo de mostrar la actualidad con ironía y espíritu trasgresor. Con un renovado equipo de presentadores y reporteros enfundados en los clásicos trajes negros y las habituales gafas de sol, el programa ha vuelto a reunir ante la pantalla a una media de 3.227.000 espectadores y el 21,6% de share.

En lo que respecta a la franja matinal, los espectadores de Telecinco han encontrado en "El Programa de Ana Rosa" un formato ágil y versátil de información y entretenimiento en el que se ha realizado una fuerte apuesta por los contenidos sociales y de actualidad. Ana Rosa Quintana y su equipo han arrebatado el liderazgo al resto de espacios matinales con una media de 1.091.000 espectadores y el 25,5% de la cuota de pantalla.

AUDIENCIA EN LA FRANJA DE LA MAÑANA

Programa	Cadena	Share
1 El programa de Ana Rosa	T5	25,5
2 Por la mañana	TVE1	21,4
3 Cada Día	A3	18,3

Además, las mañanas de Telecinco han tenido otro protagonista indiscutible: Karlos Arguiñano. El cocinero vasco, al frente de "Karlos Arguiñano en tu cocina", ha sido el encargado de despedir esta franja ante una media de 2.277.000 espectadores y el 28,6% de share.

La ecuación información+entretenimiento ha sido claramente una de las principales bazas de la programación de 2005, por lo que en la parrilla no podían faltar espacios dedicados al análisis de la actualidad social y del corazón como "Aquí hay tomate" y "A tu lado", seguidos del concurso "¡Allá tú!" en el horario vespertino.

2005 también ha sido el año de la despedida de uno de los espacios más emblemáticos y longevos de Telecinco: "Crónicas Marcianas", bastión del late night en España. Tras ocho años en antena, 1.285 programas y 3.200 horas en directo, Javier Sardá se ha despedido como líder imbatible en su franja de emisión y con la distinción de los premios más prestigiosos de la televisión en nuestro país.

El hueco dejado por "Crónicas Marcianas" ha sido cubierto con éxito por espacios como "U-24", un retrato de la realidad del servicio de Urgencias de un hospital español; "TNT", un show para la madrugada, y "Diario de...", espacio de investigación periodística. Todos ellos, junto a la reposición de algunos de los productos de ficción propia de la cadena, y la oferta dominical de "LA NOCHE... con Fuentes y Cía.", programa de entrevistas en clave de humor, han logrado mantener a Telecinco como líder indiscutible del late night.

1.091.000

ESPECTADORES VEN EL PROGRAMA DE ANA ROSA



Los cuatro productos clave del éxito

Los productos televisivos que han colocado a Telecinco en una posición de claro liderazgo de audiencias han sido fundamentalmente cuatro: el magacín matinal, la ficción propia, los reality shows y la Fórmula 1. Éstas son las cifras que han arrojado:

ESPECTADORES DE LOS MAGACINES DE LA MAÑANA

El programa de Ana Rosa

T5  1.091.000

Por la mañana

TVE1  751.000

Cada Día

A3  676.000

LAS 10 SERIES DE FICCIÓN MÁS VISTAS

Serie	Cadena	Share
1 Aquí no hay quien viva	A3	36,3%
2 Los Serrano	T5	30,7%
3 Aída	T5	30,6%
4 Hospital Central	T5	30,9%
5 Cuéntame cómo pasó	TVE1	29,5%
6 Ana y los 7	TVE1	25,4%
7 CSI Las Vegas	T5	26,4%
8 CSI Miami	T5	24,5%
9 Motivos personales	T5	26,3%
10 Siete vidas	T5	28,7%

AUDIENCIA DE LOS REALITIES DE TELECINCO EN 2005

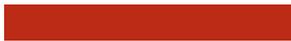
GH vip

 25,7%

La Casa de tu vida

 27%

GH

 27,1%

OT 5

 37,4%

EVOLUCIÓN ANUAL DEL SHARE DE LA FÓRMULA 1

2003

TVE2  19,7%

2004

T5  32,9%

2005

T5  47,6%

El negocio de la televisión: claves del éxito

La contundencia de los datos de audiencia se debe al éxito de la programación de Telecinco, consistente en una oferta consolidada que se apoya en cuatro pilares fundamentales: el liderazgo de su ficción nacional, el acierto de sus series extranjeras, la fuerza de los directos de sus programas de producción propia y las retransmisiones de la Fórmula 1.



Telecinco y su apuesta por la ficción nacional

Si en el ranking de los 20 programas más vistos Telecinco ha colocado a todas sus series, no es de extrañar que a lo largo de 2005 siete de las diez más vistas tengan también el sello de la cadena. La variedad de géneros, el alto nivel interpretativo y unos guiones que recrean historias cercanas al espectador son las principales claves de la ficción de Telecinco, uno de los grandes referentes de la cadena por su calidad, éxito de audiencia y target comercial.

Una de las nuevas apuestas de Telecinco este año ha sido "Aída", el primer spin-off de una ficción española que se ha revelado como el mejor estreno del año (5.558.000 espectadores y el 30,6%). "Aída" ha sido también reconocida por la crítica con el Premio Protagonistas en el apartado de Comunicación y el Fotogramas de Plata a Carmen Machi, su protagonista.

Asimismo, Telecinco ha abierto aún más su abanico de géneros para abordar el suspense a través de "Motivos personales", una serie de factura cinematográfica cargada de intriga y enigmas por resolver que ha enganchado a una media de 4.421.000 espectadores, lo que supone el 26,3% de share.

Por otro lado, el alto nivel interpretativo de "Los Serrano", sumado a unos diálogos ingeniosos y la comicidad de las situaciones que representan, han sido el mejor aval para consolidar a esta serie en el mejor año de su historia con una media de 5.685.000 espectadores y un 30,7% de share.

"Hospital Central" también ha cerrado 2005 con los mejores resultados de su larga trayectoria: 5.326.000 seguidores y un 30,9% de cuota de pantalla. La calidad de sus protagonistas se ha visto recompensada en 2005 con el Premio Ondas a la mejor serie española.

El humor inteligente de "7 vidas", la serie más veterana de la televisión en nuestro país y con la que Amparo Baró ha vuelto a conseguir el Premio TP de Oro la Mejor actriz de televisión por segundo año consecutivo, ha vuelto a ser la mejor

fórmula para despedir la semana con buen humor. Así lo han decidido una media de 4.231.000 espectadores y el 28,6% de la cuota de pantalla.

Por último, las investigaciones policiales de "El Comisario" han seguido sumando adeptos hasta congregarse una media de 4.125.000 espectadores (26% de share).

El acierto en la elección de series extranjeras

La concatenación de éxitos experimentada por "C.S.I." en sus tres versiones ha demostrado, un año más, el acierto de Telecinco en la compra de derechos de algunas de las series de ficción extranjera más prestigiosas.

El interés por el equipo de forenses y sus métodos de investigación criminológica arrancó en España en 2003 con el estreno en Telecinco de "C.S.I. Las Vegas" (4.711.000 espectadores y un 26,4% de share en 2005); se amplió al año siguiente con el lanzamiento de "C.S.I. Miami" (24,5% de share y 4.559.000 espectadores en 2005), y este año se ha consolidado como la oferta con más seguidores en la noche de los lunes con el arranque de una secuela más: "C.S.I. Nueva York". Esta nueva ambientación en la isla de Manhattan ha gozado también del apoyo de la audiencia, con una media de 3.798.000 espectadores y el 23,4% de share.

Asimismo, en 2005 las hermanas Halliwell han vuelto a "hechizar" a un numeroso público con la entrega de los nuevos episodios que comprenden la séptima temporada de "Embrujadas".

Durante los fines de semana, Telecinco ha ofrecido una programación pensada sobre la base de las preferencias y necesidades de uno de los públicos más exigentes: el infantil. Para ello, la cadena volvió a programar en las mañanas de sábados y domingos los espacios "Birlorus Klub" y "El Mundo Mágico de Brunelesky".

Con la magia como eje principal de sus contenidos, "Birlorus Klub" ha celebrado este año 100 programas con unas



47,6%

DE SHARE DURANTE LAS EMISIONES DE FORMULA 1

secciones que fomentan la participación y creatividad. Dentro de este contenedor infantil, Telecinco ha emitido las series de animación "One piece" y "Winx Club", "Pokémon" y "Las Tortugas Ninja".

Valores como la amistad, el compañerismo y el respeto a los demás han estado presentes en "El mundo mágico de Brunellesky", un espacio que muestra las peripecias de un mago y sus dos aprendices, inculcando mensajes educativos y didácticos entre los niños.

La fuerza del directo en Telecinco

Con su habitual espíritu de credibilidad, modernidad, rigor informativo e independencia, Informativos Telecinco se ha volcado nuevamente en la cobertura de las citas de actualidad en un año marcado por la muerte del Papa, las elecciones autonómicas vascas, el Estatuto de Cataluña, el referéndum sobre la Constitución Europea, la entrada al país de inmigrantes subsaharianos, el trigésimo aniversario de la instauración de la monarquía en España y el nacimiento de la infanta Leonor, entre otros asuntos. El gran equipo de profesionales dirigido por Juan Pedro Valentín ha estado presente en todos y cada uno de ellos, desplazándose hasta el lugar de la noticia siempre que ha sido posible.

Contar los acontecimientos de forma veraz ha sido, asimismo, otro de los grandes objetivos perseguidos por Informativos Telecinco a lo largo del año, empresa que le ha conducido al hallazgo exclusivo de imágenes como las obtenidas en el interior del edificio Windsor de Madrid antes de que lograran penetrar los bomberos tras el grave incendio que devastó su estructura.

Las primeras imágenes de la detención en Francia de tres miembros de ETA, entre ellos su jefe de comandos, así como la difusión de los documentos en clave escritos por Ibón Fernández, alias 'Susper', el jefe militar de la banda terrorista, que desencadenaron siete grandes redadas policiales y más de 150 detenciones, conforman dos ejemplos más del

exhaustivo empeño de Informativos Telecinco por ofrecer información de primera mano.

Por otro lado, Telecinco ha emitido documentales de actualidad y programas especiales, como son: "La última frontera" y "La apuesta del rey". En el primero de ellos, Informativos Telecinco ha mostrado la desesperada situación de los inmigrantes subsaharianos que intentan saltar la valla fronteriza que separa España de Marruecos, en Melilla; mientras que en el segundo, con motivo del 30 aniversario de la muerte de Franco, se explicaron las claves que marcaron la transición de la dictadura a la democracia tras el fallecimiento del antiguo jefe de Estado y la proclamación del Rey.

Creando deportes de masas: la Fórmula 1

Capítulo aparte merece la brillante labor realizada un año más por la redacción de Deportes, encabezada por Antonio Lobato, en la retransmisión del Mundial de Fórmula 1 2005. El equipo de Informativos Telecinco ha llevado a la pequeña pantalla toda la emoción de cada Gran Premio, consiguiendo el dato histórico más alto de la Fórmula 1 en nuestro país: 4.247.000 espectadores (47,6% de share).

Del gran esfuerzo realizado por la cadena destaca no sólo el notable incremento de seguidores con respecto al año anterior -más de 1,5 millones de personas y más de 15 puntos de cuota de pantalla-, sino también el dato concreto alcanzado durante el histórico Gran Premio de Brasil, donde el piloto español Fernando Alonso se proclamó campeón del mundo ante 7.179.000 espectadores y un 55,7% de share, la emisión deportiva más vista de la historia de la televisión española al margen del fútbol. Los emocionantes instantes finales de la carrera fueron seguidos por más de 9,6 millones de espectadores, con un share del 68,3% durante los momentos de la entrada en meta.

Asimismo, Telecinco también ha acercado cada domingo las carreras de GP2, categoría que supone la oportunidad para las jóvenes promesas del volante.



Otras líneas de negocio

El departamento comercial de Telecinco gestiona una importante línea de negocio que supone la venta a nivel nacional e internacional de los programas y series de la cadena, así como su merchandising correspondiente a través de vídeos, DVD, libros y discos, entre otros productos.

Dentro de la política de Telecinco de apoyo al cine español, las películas "El Calentito", "20 centímetros" y "Los dos lados de la cama", estrenadas en salas cinematográficas durante 2005, son comercializadas en la ventana de alquiler de vídeo tras un período de cuatro meses de su exhibición.

A este respecto, destaca el lanzamiento al mercado de alquiler de películas americanas no estrenadas en salas como "Situación Límite", "Cercos Aterradores", "Operación en el Golfo", "Código de Honor", "Combate a Muerte" y "Círculo del Éxito". También se han explotado en esta ventana el doble capítulo de la cuarta temporada de "C.S.I. Las Vegas", la tv movie "Diario de un skin" y las miniseries "El león en Invierno" y "Frankenstein".

En cuanto a las series extranjeras, en 2005 se han puesto a la venta la cuarta temporada de "C.S.I. Las Vegas" y la segunda de "C.S.I. Miami" con importantes cifras de ventas.

Respecto a la ficción propia, se han lanzado las ocho temporadas de "7 vidas", la tercera de "Los Serrano", y las primeras de "El Comisario", "Aída" y "Motivos Personales". Además, las primeras temporadas de "Los Serrano" se han lanzado al mercado en entregas semanales a través del canal Kiosco.

Desde el departamento de licencias, por su parte, se han llevado a cabo proyectos editoriales que han dado como resultado los libros "7 Vidas" y "Los 100 mejores pilotos de Fórmula 1". Por su parte, la nueva edición de "Operación Triunfo" en Telecinco ha generado el lanzamiento de numerosos productos como MP3, revistas quincenales con los discos de las galas, DVD's de "Batuka Latin" y "Batuka Junior",

un disco recopilatorio de musicales, así como los álbumes de los tres finalistas.

Durante este período, se han realizado también varios proyectos de edición discográfica: el CD de "Santa Justa Klan" y el segundo proyecto discográfico de Fran Perea bajo la marca de "Los Serrano"; "Las 101 mejores canciones del rock español" bajo la marca de "TNT"; "Los 75 Clásicos del Soul" de "Caiga Quien Caiga"; "Romántico y Latino" con el distintivo "A tu lado"; y, por último, un disco doble de músicas del programa "Gran Hermano VII".

Por lo que respecta al apartado de venta de derechos, Factoría de Ficción ha estrenado todas las series producidas por Telecinco después de su emisión en la cadena. Con posterioridad a "FDF", las series han sido emitidas por canales temáticos de la plataforma digital, como "Hospital Central" y "Motivos Personales" en Sony-AXN; "Los Serrano", "7 Vidas" y "Aída" en Paramount Comedy o "El Comisario" en Universal-Calle13. Asimismo se han vendido los espacios "Aquí Hay Tomate" en Canal Cosmopolitan y "Bricomanía" en Discovery Channel.

La línea de negocio internacional del departamento comercial de Telecinco ha incluido, por último, la cesión de los derechos de "Los Serrano" y "Motivos Personales" en Francia y la venta de los derechos de "Hospital Central" en México y "Los Serrano" en Chile y Uruguay. Asimismo se han cedido los derechos del formato de las series "Periodistas" y "Los Serrano" a Portugal y a la República Checa, respectivamente.

La explotación en las otras empresas del grupo

La producción de contenidos de entretenimiento a terceros, la distribución de señal para coberturas informativas, el servicio de agencia audiovisual de noticias, la explotación de salas cinematográficas y los servicios de subtítulo son áreas de negocio en las que también participa el grupo Telecinco a través de empresas como Atlas, Cinematext Media, Premiere Megaplex y Factoría de Ficción.



2005 ha sido un año excelente para Atlas en todas sus líneas de negocio. Por un lado, el servicio de agencia vía satélite ha alcanzado la cifra de 200 emisoras de televisión local abonadas, dato que le consolida como el primer proveedor de contenidos informativos audiovisuales de la televisión local en España. Este incremento de clientes se ha producido tras el lanzamiento de un boletín informativo diario de ámbito nacional, diseñado para su emisión en televisiones locales y para el Canal Metro de Madrid, así como la inauguración de nuevos contenidos sobre deportes, cultura e informaciones relativas a Cataluña en idioma catalán.

Todo ello entregado de forma personalizada gracias al acuerdo alcanzado con Globecast para la instauración de un sistema de acceso condicional.

Por otro lado, cada vez un mayor número de clientes ha confiado en su servicio de broadcast y su nueva oferta de señales en directo para la cobertura de comparecencias políticas y judiciales, consejos de ministros y acontecimientos artísticos o musicales que tienen lugar en España, sumándose a las señales que el canal principal distribuye de manera regular a través del satélite Hispasat. Estos servicios fueron ampliados el pasado mes de julio tras el acuerdo alcanzado en 2005 con la productora Lavinia para la creación de 13 estaciones terrenas transportables vía satélite con las que se podrá dar cobertura en Europa y el norte de África.

Otra de las líneas de negocio de Atlas tiene como objeto, al margen de Informativos Telecinco y las retransmisiones de Fórmula 1, la producción de programas tanto para la propia cadena -"Aquí hay Tomate", "TNT" y "Diario de..."-, ganador del Premio Producción Profesional a la Mejor Ejecución Técnica de un Programa de Televisión- como para televisiones autonómicas y locales a través de Salta, su filial de entretenimiento. En este sentido, Atlas ha vuelto a diseñar una parrilla de progra-

mación para la red de televisiones UNE que, como novedad, ha comprendido la retransmisión del Campeonato de Fórmula 1 GP2, así como los espacios "Nunca es tarde", "Cómo curan los alimentos", "El Buscador" y "Los Caballeros".

Por su parte, Cinematext Media, participada con un 60% por Telecinco, es la empresa líder en España en subtítulo para personas con deficiencias auditivas y versiones originales y presta sus servicios a Telecinco, TVE, Telemadrid y Cartoon Network. Premiere Megaplex participa con un 50% de su capital social en asociación con Tri Pictures, una de las principales distribuidoras cinematográficas nacionales. Esta compañía explota un complejo de ocho salas cinematográficas ubicado en el centro de Salamanca con capacidad para 1.500 espectadores. Por último, Canal Factoría de Ficción, participada con un 40% por Telecinco, se ha convertido en 2004, con su oferta mayoritaria de series de producción nacional, en el segundo canal más seguido de la plataforma Digital +.

El compromiso con la industria cinematográfica

En 2005 la cadena ha puesto en práctica una nueva política de ficción con la emisión de cinco series de producción nacional durante buena parte de 2005, un día más de lo habitual en sustitución de "Cine 5 Estrellas". Con esta decisión, la cadena impulsa y consolida la industria nacional, a la vez que se aleja del negocio de las grandes distribuidoras cinematográficas extranjeras.

Así, "Asterix y Obelix: Misión Cleopatra", "Minority Report", "Infidel", "Ratas a la carrera", "La prueba", "Resident evil", "La gran aventura de Mortadelo y Filemón", "Al límite de la verdad", "Sin control", "El mosquetero", así como la



producción de cine.

taquillera película de cine español, "El otro lado de la cama", han sido algunas de las películas de estreno emitidas por Telecinco en el prime time de los viernes. El firme apoyo de Telecinco al cine español se ha materializado en 2005 con el estreno de cuatro películas, el rodaje de otras cuatro y la producción de la tv movie "El asesino del parking", más los seis títulos que componen el ciclo "Películas para no dormir".

En el apartado de estrenos, destaca el debut de "Los dos lados de la cama", secuela de "El otro lado de la cama", la quinta película más taquillera del cine español dirigida por Emilio Martínez Lázaro; "El Calentito", comedia de Chus Gutiérrez ambientada en la 'movida madrileña' de los 80; "Ausentes", thriller psicológico dirigido por Daniel Calparsoro y "20 centímetros", comedia musical sobre un transexual que lucha por convertirse en mujer.

En cuanto a proyectos de rodaje, "Alatriste" encabeza la producción más ambiciosa de la historia del cine español con Viggo Mortensen en el papel protagonista, creado por Arturo Pérez Reverte. A esta superproducción le siguen "Los managers", road movie sobre dos cuarentones sin oficio ni beneficio; "El laberinto del fauno", historia mágica y de aventuras dirigida por Guillermo del Toro; "El laberinto de Kovak", thriller interpretado por Lucía Jiménez, y "Volando Voy", filme de Miguel Albaladejo que relata la historia del joven delincuente conocido como el 'Pera'.

Por último, grandes dosis de intriga y suspense, finales inesperados y una magnífica producción dirigida por cineastas consolidados en la industria de nuestro país forman las "Películas para no dormir", la gran apuesta con Chicho Ibáñez Serrador como coordinador de un proyecto que da una vuelta de tuerca al concepto 'tv movie' e inaugura la producción de género fantástico para la televisión en España. Asimismo, el propio Ibáñez Serrador ha asumido la dirección

de una de ellas: "La culpa". "La habitación del niño", dirigida por Álex de la Iglesia; "Cuento de Navidad", dirigida por Paco Plaza; "Adivina quién soy", dirigida por Enrique Urbizu; "Regreso a Moira", de Mateo Gil, y "Para entrar a vivir", de Jaime Balagueró, son los otros títulos que componen este ciclo de terror.

Además, en 2005 se han firmado diversos acuerdos para la próxima producción de películas como "Alba", cinta de terror sobre una joven que padece ftofobia; los thriller "Opus mágnum" y "El orfanato"; "Ladrones", película de género policiaco; "El oro de Moscú 2", secuela de la exitosa comedia "El oro de Moscú" dirigida por Jesús Bonilla; "Maradona", documental sobre la vida del futbolista y las comedias "Intermitentes" y "Fuga de cerebros".

En lo que respecta a derechos de antena, la cadena ha adquirido los de "Un día sin fin", remake de la comedia "Atrapado en el tiempo", e "ISI DISI 2", la nueva entrega de la película protagonizada por Florentino Fernández y Santiago Segura. Por otro lado, a lo largo de 2005 Telecinco también ha ultimado el rodaje de "Jugar a matar 2. El pulso", un thriller basado en hechos reales secuela de "Jugar a matar", centrada en los juegos de rol y emitida con éxito por la cadena en 2003.





/ EL NEGOCIO DE LA PUBLICIDAD.



Una estrategia líder

Publiespaña ha vuelto a situarse como la compañía líder en los parámetros más significativos del marco empresarial –la facturación, la rentabilidad y la cuota de mercado– al haber alcanzado un 31,4% de cuota de mercado, un porcentaje que le consolida como la cadena preferida por los anunciantes por segundo año consecutivo para destinar sus inversiones. Todo ello gracias a su política comercial de calidad, creatividad y servicio orientada siempre al anunciante.

Las líneas generales de actuación de Publiespaña han apostado este año por la recuperación del precio, la optimización del espacio, el acierto en la programación publicitaria y la originalidad y versatilidad de las Iniciativas Especiales, área que ha aumentado su facturación un 23,6% hasta alcanzar alrededor del 13% del volumen total.

A ello ha contribuido, entre otros asuntos, la revalorización de un producto como la Fórmula 1 gracias a la introducción de fórmulas novedosas como el tratamiento multipantalla o la venta anticipada del espacio publicitario en paquetes anuales, trimestrales y mensuales, aspectos nunca antes contemplados hasta entonces por ninguna otra concesionaria en nuestro país.

Por otro lado, la política comercial de Publiespaña también ha apostado por la transparencia, la competitividad y diferenciación de sus productos, haciendo especial hincapié en uno de ellos: la Garantía de Adjudicación, GARAD, que en 2005 ha aumentado hasta 3 meses el plazo de antelación con que los anunciantes pueden garantizarse la emisión de sus campañas.

Además, Publiespaña se ha adherido a un novedoso acuerdo de procedimiento para la comercialización y gestión de espacios publicitarios en las televisiones nacionales generalis-

tas promovido por la Asociación Española de Anunciantes y la Asociación de Agencias de Medios, un acuerdo de buenas prácticas que pone de manifiesto la excelente relación de la compañía con todos los actores del mercado publicitario.

Por último, en 2005 Publiespaña ha visto cumplido su objetivo de tender un puente real entre el mundo empresarial y el universitario a través del lanzamiento de un Master en Dirección de Marketing impartido por el Instituto de Empresa con la colaboración activa de más de una veintena de entidades de primer nivel.

La publicidad en un entorno multimedia

Publimedia Gestión, filial que comercializa soportes multimedia tanto de Telecinco como de terceros, ha obtenido un incremento de facturación bruta del 8% respecto al ejercicio anterior, hasta alcanzar en 2005 los 23 millones de euros.

A este resultado ha contribuido la comercialización a nivel nacional de Kiss FM, grupo de emisoras a través de las cuales Publimedia Gestión ha irrumpido con éxito en el mercado radiofónico, del que ha adquirido una nueva experiencia más que se suma a su amplia línea de negocio, en la que se encuentra el Canal Metro Madrid y Barcelona, "Mi Cartera de Inversión", "nosolomusica", "Más que coches", "Agenda nosolomusica", "El Mundo mágico de Brunelesky", "Momentos de cine", la página web de Telecinco –www.telecinco.es–, la colección de vídeo "Cine 5 Estrellas", el canal de series "Factoría de Ficción" y las cabeceras del grupo editorial Mondadori.

A todo ello se ha sumado como novedad a finales de 2005 el inicio de la gestión comercial de un nuevo e importante reto: Telecinco Estrellas y Telecinco Sport, los dos canales especializados que la cadena ha lanzado dentro de su oferta de Televisión Digital Terrestre.



/ PRINCIPALES RESULTADOS ECONÓMICOS.

290,33

MILLONES DE EUROS DE BENEFICIO NETO

El contexto económico general

Este año, el entorno macroeconómico ha estado caracterizado por el crecimiento en variables fundamentales como el Producto Interior Bruto (3.4%), el consumo de los hogares (4.4%) o la evolución del empleo, con una creación neta de más de medio millón de puestos de trabajo en el año, lo que equivale a un crecimiento del 3.1% respecto a 2004.

La buena marcha de la economía ha impulsado la inversión publicitaria, mostrando síntomas claros de recuperación respecto a los años precedentes.

Esta tendencia iniciada en el año 2004 se vio reforzada en 2005, periodo en el que la inversión publicitaria en los medios convencionales experimentó un aumento del 8,1%, situándose en 6.645 millones de euros, frente a los 6.145 del año anterior. En este mismo periodo, el volumen de la inversión publicitaria en televisión registró un incremento del 10,2%.

Así, tanto el clima económico general como la marcha particular del sector en 2005 han favorecido un importante crecimiento del mercado televisivo en general y del publicitario en particular.

Tras los excelentes resultados de 2004, el grupo Telecinco ha trabajado este año con el objetivo de consolidar el modelo, mejorando tanto en las variables clave del negocio desde el punto de vista de la gestión -ingresos publicitarios, audiencia, costes, márgenes y cash flow-, como en lo relativo a la evolución de la cotización bursátil.

Un excelente resultado para Telecinco

El beneficio antes de impuestos correspondiente al año 2005 alcanza los 421,46 millones de euros frente a los 301,77 mi-

llones de euros del mismo periodo de 2004, lo que representa una mejora de 119,69 millones de euros (+39,7%).

El beneficio neto del ejercicio asciende a 290,33 millones de euros, lo que supone un incremento de 76,12 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior (+35,5%), alcanzando su máximo histórico, lo que ha permitido a la compañía conseguir en los últimos cuatro años una tasa de crecimiento acumulado anualizado (TAAC) del 50,1%.

PRINCIPALES RESULTADOS ECONÓMICOS

Millones de €	2005 NIIF	2004 NIIF	Variación %
Total Ingresos Netos	931,11	793,38	17,40%
Costes de personal	-75,09	-70,86	6,00%
Consumo de derechos	-151,8	-157,16	-3,40%
Otros costes operativos	-280,95	-264,83	6,10%
EBITDA ajustado	423,26	300,53	40,80%
Otras amortizaciones, provisiones	-10,00	-5,59	78,80%
EBIT	413,26	294,94	40,10%
Resultado de participadas	-0,19	0,84	-
Resultado Financiero	8,39	5,99	40,00%
Beneficio antes de impuestos	421,46	301,77	39,70%
Impuesto de Sociedades	-131,07	-87,54	49,70%
Minoritarios	-0,07	-0,02	-
BENEFICIO NETO	290,33	214,21	35,50%

Ingresos

Estos resultados han sido posibles gracias, entre otras cosas, al incremento en un 15,7% de los ingresos publicitarios brutos, que se situaron en 909,98 millones de euros.

Los ingresos netos de publicidad, después de comisiones y descuentos, aumentan en un 18%, situándose en 870,95 millones de euros. A ello ha contribuido la eliminación de las

931,11

MILLONES DE EUROS DE INGRESOS NETOS TOTALES

comisiones a agencias, que en el año 2004 equivalían a un 2% de los ingresos brutos del año. Los "otros ingresos" se sitúan en 60,16 millones de euros, con un aumento del 9,4% respecto a 2004, destacando el excelente comportamiento de la facturación por servicios de SMS.

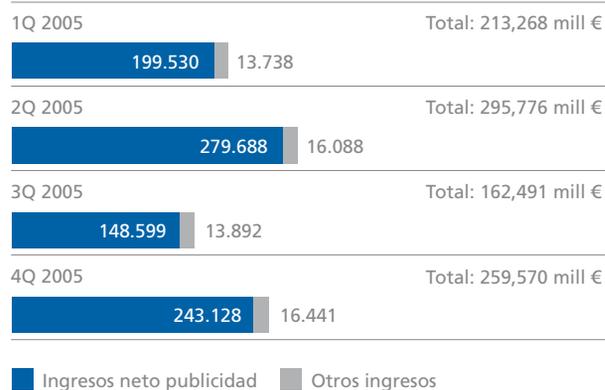
Finalmente, los ingresos netos totales de 931,11 millones de euros representan un aumento del 17,4% respecto al año anterior y máximo histórico de la compañía.

CUADRO DE INGRESOS

Millones de €	2004	2005	Var %
Ingresos brutos de publicidad	786,71	909,98	15,7%
Telecinco	777,86	901,07	15,8%
Otros	8,85	8,91	0,6%
Descuentos	(48,33)	(39,03)	(19,2%)
Ingresos netos de publicidad	738,38	870,95	18,0%
Otros Ingresos	55,00	60,16	9,4%
TOTAL INGRESOS NETOS	793,38	931,11	17,4%

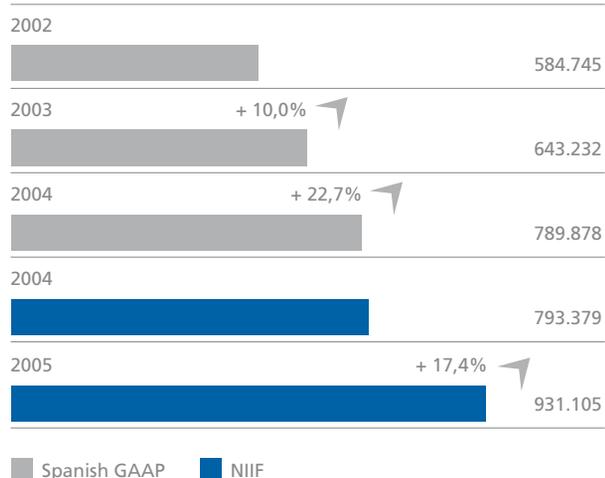
INGRESOS NETOS

Evolución trimestral en millones de euros



INGRESOS NETOS

Miles de euros



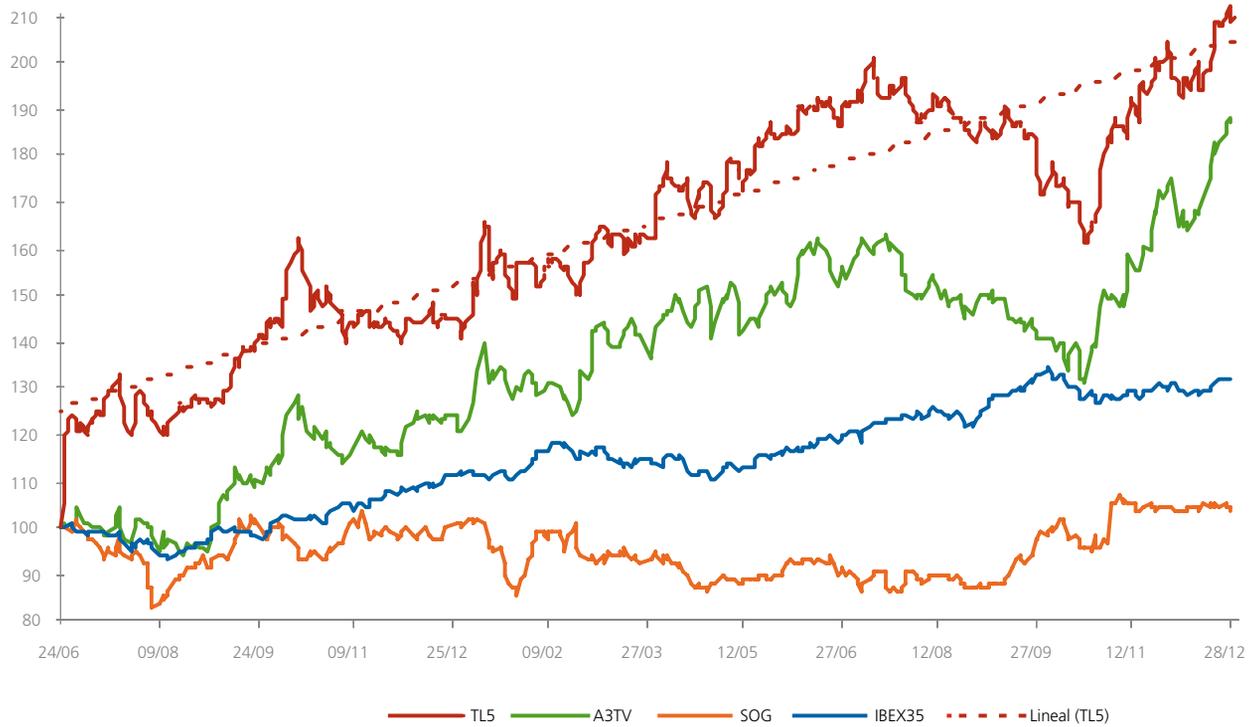
Aumento de la rentabilidad

Conforme a los objetivos que se fijaron para el año 2005, los costes operativos (517,85 millones de euros) han crecido en un 3,9%. Este crecimiento se sitúa en el marco de una política de control de costes llevada a cabo en los últimos años para garantizar una evolución pareja con la tasa de inflación de la economía española.

CUADRO DE COSTES OPERATIVOS

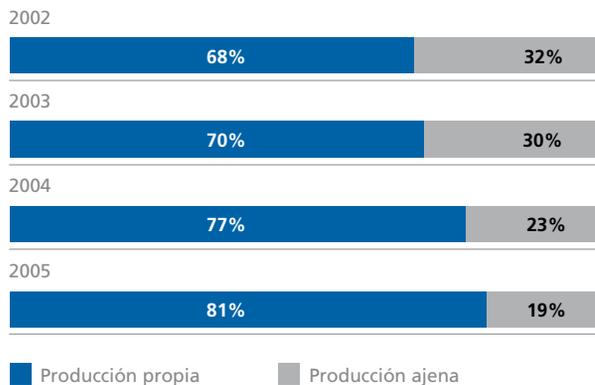
Millones de €	2004	2005	Var.
Costes de personal	70,86	75,09	6,0%
Consumo de derechos	157,16	151,80	(3,4%)
Otros costes operativos	264,83	280,95	6,1%
Otras amortizaciones	5,59	10,00	78,8%
TOTAL COSTES	498,44	517,85	3,9%

GRÁFICO COTIZACIÓN DESDE SALIDA A BOLSA DE TELECINCO EL 24 DE JUNIO DE 2004



Un elemento importante que forma parte de la estrategia de control de costes operativos a largo plazo es la apuesta por la producción propia frente al pago de los derechos de producción ajena. Esta estrategia de la cadena se refleja a su vez en el incremento de los "otros costes operativos" en detrimento del consumo de derechos. Así, en el año 2005 el 81% de la programación corresponde a producción propia y el 19 % restante a producción ajena

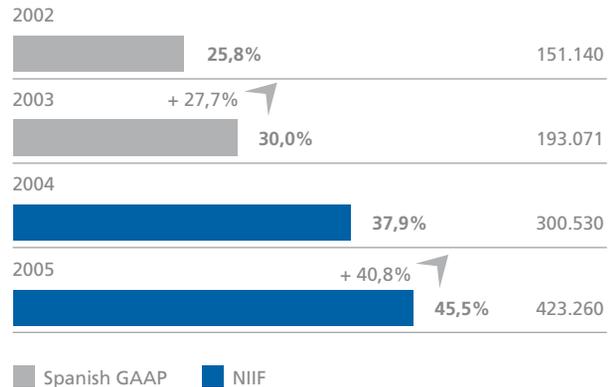
PRODUCCIÓN PROPIA VS. PRODUCCIÓN AJENA



En el siguiente gráfico, podemos observar cómo el EBITDA aumenta en un 40,8% y el margen operativo EBIT se sitúa en 413,26 millones de euros (+40,1%) demostrando la efectividad del modelo de negocio, que permite la mejora en los márgenes operativos gracias a un estricto control de los costes y a una política comercial efectiva en captación de inversión publicitaria. Factores que han permitido a la compañía volver a marcar un nuevo máximo histórico en rentabilidad operativa.

MARGEN OPERATIVO BRUTO, EBITDA AJUSTADO (MILES €)

EBITDA AJ / TOTAL INGRESOS NETOS (%)



Posición financiera e inversión

El flujo libre de caja alcanza los 307,30 millones de euros, destacando la aportación del cash-flow operativo de 464,43 millones de euros (incremento de 62,47 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior).

La posición financiera neta a 31 de diciembre 2005 se sitúa en 355,82 millones de euros, después de la distribución en el mes de mayo del dividendo de 172,64 millones de euros con cargo a los resultados de 2004.

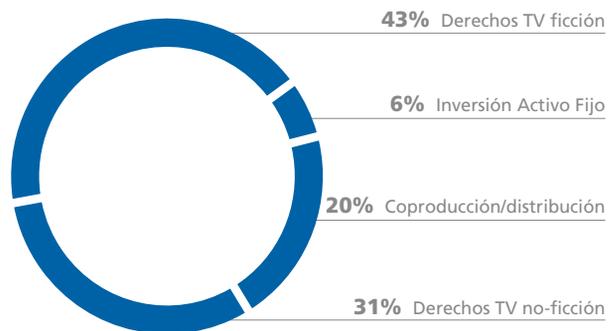
Dada la ausencia casi total de deuda financiera, se ha obtenido un resultado financiero positivo de 8,39 millones de euros resultante en su mayoría de los intereses obtenidos por la inversión del exceso de tesorería. Se ha registrado un resultado negativo de las compañías consolidadas por puesta en equivalencia de 0,19 millones de euros.

153,82

MILLONES DE EUROS DE INVERSIÓN NETA EN 2005

La inversión neta total se ha visto incrementada en un 8,6% y está constituida en su mayoría por la inversión en derechos, que en el año 2005 alcanzó los 153,82 millones de euros (+9,6%). Ésta incluye la inversión en coproducción y distribución por 33,33 millones de euros (1,9 millones de euros en 2004) que aumenta significativamente como resultado del incremento del desembolso en cine europeo. La inversión en derechos de ficción española crece en un 2,1% alcanzando los 70,36 millones de euros, mientras que la adquisición de derechos de terceros disminuye (-27,9%, 50,13 millones de euros).

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN



Un año en Bolsa

Comportamiento de los mercados financieros

Durante 2005, los mercados de valores españoles y la mayoría de las principales plazas bursátiles internacionales han cerrado un ejercicio de significativas revalorizaciones; la buena marcha de la economía española, así como ciertas tendencias positivas en la economía internacional, han apoyado a las Bolsas,

a los mercados de deuda pública y corporativa y a productos derivados. 2005 ha supuesto el tercer año consecutivo de crecimiento en los mercados de valores españoles, impulsado, entre otros, por la solidez de los resultados empresariales y la elevada liquidez existente en el sistema financiero.

El Ibex 35 se ha revalorizado un 18,2% y la rentabilidad total para el accionista ha superado el 22%, ya que la retribución ha supuesto de media un 4% de rentabilidad adicional. Esta excelente evolución del índice selectivo de la Bolsa se ha visto impulsada por el importante crecimiento de la economía española, que ha superado en cerca de dos puntos a la media europea.

La positiva evolución del Ibex 35 ha estado marcada por una segunda mitad del año de tendencia claramente alcista, gracias al descenso de los precios del petróleo, a los resultados empresariales, al retraso del alza de los tipos de interés en Europa y a la relajación de las expectativas de inflación. El nivel máximo de cierre del Ibex 35 se alcanzaba el día 4 de octubre, con 10.919,2 puntos.

Si tenemos en cuenta los sectores que cotizan en el Índice General de la Bolsa de Madrid, que incluye 117 compañías, cinco sectores -de un total de seis- han cerrado en positivo, entre los que se encuentra el sector de medios de comunicación y publicidad con una revalorización del 20,2%.

Telecinco, que se incorporó al índice selectivo Ibex 35 al inicio del año bursátil 2005, destaca en el sector de medios de comunicación en España con una revalorización del 40,4% en ese año; la empresa cerró el ejercicio anual cotizando a 21,32€ por acción, con lo que su capitalización bursátil superó los 5.258 millones de euros. Ello supone que la valoración de mercado de Telecinco se ha duplicado en un año y medio después de la fecha de su salida a Bolsa.

290,33

MILLONES DE EUROS DE BENEFICIO NETO EN 2005

La evolución bursátil anual de Telecinco ha superado las pautas del índice selectivo Ibex 35 con una segunda mitad del año 2005 de fuerte tendencia alcista. Los excelentes resultados de la compañía, que trimestre a trimestre han superado las expectativas de los analistas, así como las buenas perspectivas de crecimiento del mercado publicitario, han permitido a la empresa incrementar su capitalización bursátil en más de 1.500 millones de euros en el año 2005.

EVOLUCIÓN DE ÍNDICES GENERALES DE BOLSAS INTERNACIONALES

	30/12/2004	30/12/2005	Dif. %
IGBM	959,06	1.156,21	20,6%
IBEX 35	9.080,80	10.733,90	18,2%
FTSE 100	4.820,10	5.618,80	16,6%
CAC 40	3.827,95	4.715,23	23,2%
DAX	4.256,08	5.408,26	27,1%
DOW JONES IND. AVG	10.800,30	10.717,50	-0,8%
EURO STOXX 50	2.951,24	3.578,93	21,3%
DJ STOXX MEDIA INDEX	199,30	224,24	12,5%

La acción de Telecinco alcanzó su máximo anual intradía el 22 de diciembre, cotizando a 21,74€ por acción, y su mínimo anual el 3 de enero, con una cotización de 15,10€ por acción.

El volumen total negociado de acciones de Telecinco es de 442,4 millones en el año 2005, lo que equivale a 7.863,6 millones de euros, volumen muy superior al alcanzado en el año anterior, de 4.819,9 millones de euros.

DATOS BURSÁTILES DE TELECINCO

	2004	2005
Número de Acciones Ordinarias	246.641.856	246.641.856
Capitalización Bursátil (30/12) €	3.744.023.374	5.258.404.370
Cotización (Intradía, Bolsa de Madrid)		
Máximo	13/10/04 €16,44	22/12/05 €21,74
Medio	€ 13,14	€ 18,61
Mínimo	24/06/04 €11,82	3/01/05 €15,10
Beneficio Neto por Acción ⁽¹⁾	0,88 Euros	1,18 Euros
Dividendo por Acción ⁽²⁾	0,70 Euros	1,18 Euros
Pay-Out: Dividendo/Beneficio Neto ⁽¹⁾	79,96%	100,00%
Rentabilidad por Dividendo:		
Dividendo/Cotización ⁽³⁾	4,15%	5,76%
Volumen Negociado Total (nº acciones)	382.535.962	442.393.320
Efectivo Negociado Total (Millones de €)	4.819,90	7.863,55
Volumen Medio Diario (n· acciones)	2.942.584	1.728.098
Revalorización Telecinco	49,6%	40,4%
Revalorización IBEX 35	15,3%	18,2%
Revalorización Dow Jones Media Index	7,3%	12,5%

(1) Beneficio Neto 2005 = 290,33 millones de Euros;
2004 = 214,21 millones de €

(2) Excluyendo acciones en autocartera: 1.450.000 a 31 diciembre 2005;
11.250 acciones a 31 diciembre 2004

(3) Cotización a fecha de formulación de cuentas: 1 marzo 2005 €20,55;
Cotización 1 marzo 2004 €16,88

40,4%

REVALORIZACIÓN DE TELECINCO

Pago de Dividendo

El Consejo de Administración de Telecinco ha comunicado a la CNMV el día 1 de marzo de 2006 la propuesta de reparto de un dividendo de 1,18 euros brutos por acción para ser aprobada en Junta General de Accionistas. Este reparto de dividendo supone un pay-out de 100% y una rentabilidad por dividendo del 5,8%.

Atención al accionista

El Departamento de Relación con Inversores ha realizado durante todo el año las actuaciones necesarias para fomentar el interés de la comunidad financiera por la compañía. En el año 2005, más de 30 instituciones financieras han publicado regularmente informes de análisis y han realizado un seguimiento continuo de la evolución operativa y financiera de la compañía. Se han llevado a cabo 550 reuniones con gestores de fondos y analistas y se han mantenido 20 presentaciones ante inversores y roadshows. Adicionalmente, se han realizado cuatro multiconferencias de presentación trimestral de resultados.

El departamento de Relación con Inversores lleva a cabo todas aquellas medidas necesarias para garantizar la distribución simétrica y no discriminatoria de la información financiera y operativa de Telecinco hacia la comunidad financiera. Desde su salida a Bolsa, la compañía ha puesto a disposición del público una página web específica para accionistas y analistas www.inversores.telecinco.es, donde se encuentra toda la información que es utilizada en las reuniones y presentaciones ante analistas e inversores, así como las presentaciones trimestrales de resultados y notas de prensa relevantes.

Toda la información disponible ha sido comunicada previamente a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), y la página web cumple con los requisitos establecidos por esta entidad en la Circular 1/2004 de 17 de marzo sobre el informe anual de gobierno corporativo de las sociedades anónimas cotizadas y otras entidades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales de valores y otros instrumentos de información de las sociedades anónimas cotizadas.

/ DIRECTORIO.

GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A.**Madrid**

Edificio TELECINCO
 Ctra.de Fuencarral a Alcobendas, 4
 28049 Madrid
 Tel.: 91 396 63 00
 Fax: 91 396 64 78
 www.telecinco.es

Dirección General

Tel.: 91 396 63 00
 Fax: 91 396 61 78

Dirección de Informativos

Tel.: 91 396 63 00
 Fax: 91 396 64 56

Dirección de Comunicación

Tel.: 91 396 63 00
 Fax: 91 396 68 42

Dirección Comercial

Tel.: 91 396 63 00
 Fax: 91 395 93 24

División de Producción Externa

Tel.: 91 201 42 00
 Fax: 91 201 42 91

Dirección Relación con Inversores

Tel.: 91 396 67 83
 Fax: 91 396 66 92

DELEGACIONES DE PUBLIESPAÑA**Madrid**

Edificio TELECINCO
 Ctra.de Fuencarral a Alcobendas, 4
 28049 Madrid
 Tel.: 91 395 90 00
 Fax: 91 395 90 10

Barcelona

Avda. Diagonal, 514, 3º, 3ª
 08006 Barcelona
 Tel.: 93 415 88 33
 Fax: 93 415 74 98

Bilbao

Alameda Mazarredo, 7 3º Izq.
 48001 Bilbao
 Tel.: 94 423 68 57
 Fax: 94 424 25 45

Sevilla

Edificio World Trade Center
 Isla de la Cartuja, s/n
 41092 Sevilla
 Tel.: 95 448 82 20
 Fax: 95 448 82 21

Alicante

Avda. Maisonnave, 41, 7º A-B
 03003 Alicante
 Tel. : 96 592 40 88
 Fax : 96 592 24 93

ATLAS ESPAÑA

Ctra.de Fuencarral a Alcobendas, 4-1ª planta
28049 Madrid
Teléfono: 91 395 92 00
Fax: 91 395 92 01
www.atlas-news.com

DELEGACIONES

Delegación Asturias

Vídeo Imagen. Avda. de la Costa, 49, 1º
33201 Gijón (Asturias)
Tfno.: 985 37 17 74
Fax.: 985 37 31 63

Delegación Baleares

Gran Vía Asima, 28, 1º izq.
Pol. San Castelló
07009 Palma de Mallorca (Illes Balears)
Tfno.: 971 91 00 56 / 971 91 00 55
Fax.: 971 91 00 57
t5balears@hotmail.com

Delegación Aragón

Madre Rafols, 2, planta 7, oficina 11. Edif. Alda
50004 Zaragoza
Tfno.: 976 28 13 12
Fax.: 976 28 13 12

Delegación Pamplona

Miguel Astrain, 18 oficina K, piso 1º
01006 Pamplona (Navarra)
Tfno.: 948 15 39 25
Fax.: 948 15 39 25

Delegación Melilla

C/ Hardú, s/n
Urbanización Nuevo Real, portal 4 – 5º A
52006 Melilla
Tlfno. y Fax: 952-67 41 23

Delegación Mérida

C/ Almendralejo, 47 – 12º B, escalera derecha
06800.Mérida/Badajoz
Tlfno. y Fax: 924-30 12 44

ATLAS PAÍS VASCO

Ribera de Elorrieta, 7-9

48015 Bilbao
Tfno.: 94 474 55 00
Fax.: 94 474 78 12
paisvasco@atlas-news.com

Vitoria

San Prudencio, 29, 2º Oficina 37. Edif. Opera
01005 Vitoria-Gasteiz (Alava)
Tfno.: 945 15 01 85
Fax.: 945 15 01 86

San Sebastián

Parque Empresarial Zuatzu. Edif.Ulia, Oficina 4, bajo
20018 San Sebastián (Guipúzcoa)
Tfno.: 943 31 68 77
Fax.: 943 31 64 88

ATLAS MEDIA

GALICIA

A Coruña

C/ Bulgallal Marchesi, 20-1º
15008 A Coruña
Tfno.: 981 168668
Fax: 981 249541

Vigo

C/ Puerta del Sol, 10 –2º
36202. Vigo (Pontevedra)
Tfno.: 986 442211
Fax.: 986 442212

CATALUÑA**Barcelona**

Edif. Media Park. Pol. Ind. N° 1
08960 Sant Just Desvern (Barcelona)
Tfno.: 93 470 78 50
Fax.: 93 470 78 70
atlas-catalunya@atlas-news.com

LEVANTE**Valencia**

Edif. Plató Valencia. Pol. Ind. El Oliveral.
Ctra. de Madrid salida 342
46190 Ribarroja del Turia (Valencia)
Tfno.: 96 166 74 08
Fax.: 96 166 70 26
atlaslevante@atlas-news.com

Alicante

Doctor Jiménez Díaz, 4, 6° a-b
03005 Alicante
Tfno.: 96 598 65 76
Fax.: 96 598 52 11

ANDALUCÍA**Sevilla**

Estadio Olímpico. Sector Norte. Puerta A 1°
41092 Sevilla
Tfno.: 95 400 89 10
Fax.: 95 400 89 24
andalucia@atlas-news.com

Granada

Cª de Málaga s/n. Pol. Ind. El Florío, nave E, puerta 30
18015 Granada
Tfno.: 958 093452
Fax.: 958 099520

Málaga

José Martí, 3. Conjunto El Castillar, 2, 3, 3
29007 Málaga
Tfno.: 95 228 78 89
Fax.: 95 228 52 96

Algeciras

Avda. Virgen del Carmen, 27, 8ªA
11201 Algeciras (Cádiz)
Tfno.: 956 63 46 56
Fax.: 956 63 29 78

ESTUDIOS PICASSO

María Tubau, 3 5º Edificio Tanworth
28050 Madrid
Tel: 91 201 42 00

FACTORÍA DE FICCIÓN

Ctra. de Irún, Km. 12,450
28049 Madrid
Tel.: 91 728 57 40
Fax: 91 728 57 91

EUROPORTAL JUMPY ESPAÑA S.A.

María Tubau, 3, 6º Edificio Tanworth
28050 Madrid
Tel.: 91 203 27 00
Fax: 91 203 27 01

PUBLIMEDIA GESTIÓN

Pedro Teixeira, 8, 3º
28020 Madrid
Tel.: 91 417 57 44
Fax: 91 556 01 50
publimediagestion@publim-gestion.es

GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A.
Ctra. de Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid, España

Edita: GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A., Departamento de Comunicación y RR.EE.
Redacción y elaboración de textos: Philanthropos Consultores
Diseño, maquetación y producción: 3ddb
Impresión: Coyve

Impreso en papel en cuya fabricación se ha utilizado celulosa blanqueada totalmente sin cloro. 