

## **DISCURSO PRESIDENTE - ALEJANDRO ECHEVARRÍA**

Buenos días señoras y señores:

Muchas gracias por asistir a la segunda Junta General de Accionistas, en la que vamos a presentar y analizar las cuentas de 2005 y el contexto que las ha hecho posible.

El ejercicio 2005 ha confirmado un año más a Telecinco como la cadena de referencia del mercado televisivo español.

Una afirmación tan rotunda no podría hacerse sin tener en cuenta los grandes parámetros de medida empresarial propios de los medios de comunicación. Pues bien, en todos ellos Telecinco mantiene una posición de liderazgo absoluto que nos sitúa como la empresa de comunicación más rentable de España y una de las más destacadas de Europa.

Telecinco se ha erigido en 2005 como la cadena más vista en todas las franjas y tipos de público, como la cadena que ha registrado la mayor facturación publicitaria, y ha sido líder en márgenes financieros, en capitalización bursátil y en generación de caja.

También Telecinco ocupa uno de los primeros puestos entre las empresas del Ibex 35 con mayor retribución al accionista y desde luego es la primera en el sector de la comunicación. Como saben, uno de los puntos del día es aprobar la distribución del 100% del beneficio consolidado neto resultante del ejercicio 2005.

La cantidad fijada para percibir es de 1,18 euros por acción, que equivale a una rentabilidad por dividendo de 5,8%, calculado a 1 de marzo de 2006, día de formulación de las cuentas. Esta decisión coloca a Telecinco en los primeros puestos de rentabilidad por dividendo del IBEX 35 y del sector de los medios de comunicación europeos.

Un dato más: la evolución de la cotización bursátil ha experimentado una revalorización del 40.4% durante 2005, un 110 % desde nuestro estreno en el parquet.

El año 2005 ha vuelto a ser, como decía anteriormente, un año excelente para Telecinco.

Los resultados económicos, reflejados en las cuentas anuales que presentamos en esta Junta General de Accionistas, demuestran que la Compañía ha vuelto a crear valor para el accionista, que ha marcado nuevos máximos y lo ha hecho con los mejores márgenes operativos del sector y un beneficio neto récord.

Los ingresos consolidados de explotación han crecido un 21% alcanzando los 931,11 millones de euros como consecuencia del liderazgo de audiencia y de la buena evolución del mercado publicitario español, que ha permitido a Publiespaña alcanzar un nuevo récord en facturación en 2005.

Los gastos de explotación consolidados, de 517,85 millones de euros, han crecido en línea con la inflación a pesar del aumento en los costes de programación y de personal derivados de la necesidad de reforzar la parrilla ante un mercado más competitivo.

El resultado de explotación consolidado EBIT, alcanza 413, 26 millones de Euros, lo que supone un margen operativo consolidado del 44,4%.

En 2005 Telecinco ha demostrado, una vez más, ser la empresa de comunicación más rentable de España.

La comparación internacional también sitúa a la compañía en los primeros puestos del ranking europeo de rentabilidad de su sector.

Esto se ha conseguido gracias a un modelo de negocio que permite:

- Por un lado: la maximización de los ingresos gracias a una política comercial innovadora.
- ...y por otro: el estricto control de los costes, sin dejar de garantizar la calidad de los programas y de asignar los recursos necesarios para la mejora de nuestras actividades.

Telecinco ha alcanzado en 2005 un Beneficio Neto Consolidado de 290,33 millones de euros, lo que supone un fuerte crecimiento sobre el resultado obtenido en el ejercicio anterior y, como decía anteriormente, marca un nuevo récord histórico de la Compañía.

El Beneficio Neto Consolidado alcanzado en el año 2005 asciende a 290,33 millones de Euros. Más adelante propondremos la aprobación en esta Junta General el reparto de un dividendo de 1,18€por acción, es decir el 100% del Beneficio Neto Consolidado.

Después de haber destacado los aspectos más relevantes de la Cuenta de Resultados, me gustaría hacer una breve mención al Balance de Situación de la Compañía.

Telecinco tiene un balance sólido y saneado, y casi sin deuda. La fuerte capacidad de generación de caja de la Compañía ha permitido, que incluso después de haber repartido 172,64 millones de euros de dividendos en el año 2005, hayamos cerrado el año 2005 con una posición neta de tesorería de 355,82 millones de euros.

La fuerte capacidad de generación de flujo de caja en el 2005 ha sido posible no sólo por el incremento en el Beneficio Neto de la Compañía, sino también por el mantenimiento de la inversión y la optimización del fondo de maniobra.

El flujo de caja libre operativo se ha incrementado en el año 2005 un 27,3% respecto a 2004. Esto significa un 33% de los ingresos netos.

El 2005 ha sido también un excelente año para la cotización de las acciones de Telecinco. Con una revalorización del 40,4%, Telecinco ha superado ampliamente al índice de referencia Ibex 35, que cerraba el año con un 18,2% por encima de su nivel de cierre del 2004.

A lo largo del 2005, la evolución bursátil de Telecinco ha mantenido una tendencia alcista, superando una fase difícil a mitad de año con una recuperación significativa a partir de mediados del mes de octubre. Los inversores han apreciado la calidad de nuestros resultados operativos y financieros. Ello ha superado a las incertidumbres

surgidas debido a la entrada de nuevos competidores y a los próximos cambios en la regulación del sector audiovisual.

En el 2005 hemos cerrado el año con una capitalización bursátil de 5.258 millones de Euros, lo que supone un aumento en valor de la compañía de más de 1.500 millones de euros en el año.

Desde nuestra salida a bolsa el 24 de junio de 2004, las acciones de Telecinco han doblado su valor de mercado, ya que en el proceso de OPV se fijó un precio de colocación de 10,15 € por acción. Traducido en cifras, supone haber incrementado el valor de Telecinco en más de 2.750 millones de euros.

#### (GOBIERNO CORPORATIVO)

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.

Sobre las recomendaciones de Buen Gobierno recogidas en el denominado Código Conthe, quisiera apuntar que las propuestas deben estar destinadas a mejorar el funcionamiento de los Consejos en términos, no sólo de transparencia, sino también de eficacia. Dicho de otro modo, las recomendaciones deben garantizar la protección del inversor, pero deben servir además para que los mercados otorguen una mayor confianza a los gestores.

Además es imprescindible que estas recomendaciones se adecuen a los criterios seguidos por los códigos y recomendaciones internacionales para que no perjudiquen la competitividad de las empresas y los mercados españoles.

El modelo de Gobierno Corporativo de Telecinco se plantea como un sistema en permanente actualización en función de la evolución de la normativa o de las tendencias nacionales e internacionales.

Siguiendo con el Código Conthe, creemos que el mecanismo que lo articule debe estar sujeto a los principios de “voluntariedad” y de “cumplir o explicar”. La adopción voluntaria por las empresas de unas pautas de buen gobierno, siempre que éstas sean generalmente aceptadas, permite que estas recomendaciones puedan adaptarse a la realidad de cada compañía, teniendo en cuenta su tamaño, actividad y estructura de su accionariado.

Cualquier recomendación de un código de buen gobierno debe, además, respetar la realidad jurídico-normativa y social del entorno en el que se aplica y no puede ser fuente de normas imperativas ni, por tanto, asignar al órgano regulador la verificación de su cumplimiento.

El Consejo de Administración de Telecinco aprobó en el pasado ejercicio su Reglamento, que recoge los principios básicos que conforman el sistema de Gobierno Corporativo de la compañía. Este Reglamento está compuesto por las normas de

régimen interno y de funcionamiento del consejo y de sus comisiones, así como los derechos y deberes de los consejeros.

También es de destacar que el informe de Buen Gobierno Corporativo del ejercicio 2005 fue aprobado de acuerdo a la normativa vigente en materia de transparencia de las sociedades cotizadas. Este informe, el Reglamento del Consejo de Administración, así como el de la Junta General de Accionistas, se encuentra a su disposición en la página web de inversores de la cadena.

A través de nuestro Departamento de Relación con Inversores se difunde toda la información a analistas financieros, inversores institucionales y particulares y a las bolsas españolas. Este departamento, para asegurarse una correcta y equitativa difusión de la información, también atiende accionistas minoritarios. En este sentido, Telecinco mantiene una página web en la que figuran de manera accesible y ordenada los principales documentos que informan sobre la compañía.

En definitiva, no dejaremos de poner todo el empeño en mejorar nuestras acciones en esta materia para ofrecer a los accionistas la garantía y seguridad del correcto funcionamiento de la empresa.

#### (LIDERAZGO DE AUDIENCIA EN TODAS LAS FRANJAS)

Como se mencionaba anteriormente, Telecinco ha cerrado el ejercicio 2005 con una posición de liderazgo absoluto en cuanto a audiencia, ya que ha sido la cadena más vista en todas las franjas horarias. También ha sido líder entre el público más atractivo comercialmente, el target comercial. De todo ello les dará cuenta en su intervención el Consejero Delegado, Paolo Vasile.

#### (CUOTA MERCADO PUBLICITARIO)

Si al liderazgo absoluto en audiencia y a la estricta política de contención del gasto, sumamos el récord en ingresos obtenido en 2005, estamos cerrando el círculo del éxito de Telecinco.

El notable incremento de la inversión publicitaria en televisión durante 2005 es la mejor prueba de la solidez y fortaleza de las cadenas generalistas en abierto, y de su gran capacidad para atraer a los anunciantes que buscan llegar a un amplio conjunto de espectadores.

Los ingresos publicitarios de Telecinco, obtenidos a través de Publiespaña y Publimedia en el pasado año, se han incrementado un 15.7% como consecuencia de la confianza de los anunciantes en nuestra cadena, creciendo de nuevo por encima del mercado.

Giuseppe Tringali, Consejero Delegado, les explicará detalladamente todos estos datos.

#### (CONTEXTO ECONOMICO Y POLÍTICO)

Estos resultados económicos se han obtenido en un entorno macroeconómico en general favorable y en un contexto nacional positivo, pero no exento de medidas legislativas que han generado importantes cambios en el escenario audiovisual español.

Los resultados económicos de Telecinco se han generado un contexto macroeconómico caracterizado por el crecimiento en variables económicas fundamentales como el Producto Interior Bruto, el consumo de los hogares o la evolución del empleo.

No todo han sido luces. La recuperación económica en los países punteros de la Unión Europea no ha terminado de confirmarse, la evolución de la tasa de inflación ha sido peor de lo esperado y, además, se atisba un proceso de alza de tipo de interés.

#### (CONTEXTO NACIONAL)

No quiero dejar pasar esta gran oportunidad para realizar también un breve análisis del contexto y los retos al que las cadenas de televisión privada, y en concreto Telecinco, deben hacer frente en el futuro.

Como saben, 2005 ha sido clave y de gran trascendencia para el sector audiovisual en su conjunto, quizá el más importante desde la aparición de la televisión privada por el intento de implantación de la televisión digital, la creación de dos nuevas licencias de televisión en abierto, la Ley General Audiovisual y el régimen sancionador previsto a través del Consejo Audiovisual.

El Gobierno aprobó el 30 de diciembre de 2004 el llamado “Plan de Impulso de la Televisión Digital Terrenal, de Liberalización de la Televisión por Cable y Fomento del Pluralismo”; en febrero se publicó el Informe del Comité de Sabios; en Junio la Ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la TDT, y el 29 de julio un conjunto de medidas legislativas en materia audiovisual, como el adelanto del apagón analógico en dos años, entre otras.

A través de un real decreto también del 29 de julio, se aprueba la incorporación de un nuevo canal analógico de televisión. En este Real Decreto se fija la base del concurso público para la adjudicación de una televisión en abierto para la gestión de dos canales digitales y uno más analógico. Asimismo un acuerdo del Consejo de Ministros permite a Canal Plus emitir en abierto las 24 horas en analógico y en digital terrestre.

Pese a este afán legislador, y el nacimiento de nuevos competidores, el ejercicio 2005 ha registrado en el sector de la televisión privada mejores datos que el año precedente. Todas las empresas cotizadas, Sogecable, Antena 3 y Telecinco, muestran evoluciones de cifras de negocio y resultados positivos.

No en vano, la buena marcha de la audiencia en 2005 ha hecho posible que las cadenas privadas en abierto representen el 43,6% de la audiencia de televisión del país, según datos de Sofres.

No ha sido fácil, la televisión comercial en España lucha por la estabilidad legislativa, porque sólo conociendo las reglas de juego podremos desarrollar todo nuestro potencial. Estamos hablando de un sector que lucha por mantener la rentabilidad en un contexto con contradicciones sorprendentes fruto de la ausencia de un modelo claro .

Dentro de este afán intervencionista y legislador, requiere mención aparte La Ley General Audiovisual, que pretendía reorganizar y compilar toda la legislación dispersa para preparar el camino hacía un modelo audiovisual auténtico, real y útil.

La realidad está siendo otra, como ya conocen, porque está en marcha no una, sino una serie de leyes para abordar una única realidad. Hablamos de una ley de medios de titularidad estatal; por otro lado la Ley General Audiovisual que es todo menos general porque se centra fundamentalmente en los medios privados, y, por último otra ley referida exclusivamente a la autoridad audiovisual. Tres leyes, que son tres partes de un todo.

También es de destacar el régimen sancionador previsto dentro del Consejo Audiovisual. Se trata de medidas muy preocupantes que han puesto en pie de guerra a las asociaciones de profesionales y empresarios de medios de comunicación. Varias son las razones: la primera, porque los preceptos que habría que acatar son tremendamente subjetivos, están mal definidos y son más principios de actuación que obligaciones concretas.

Las infracciones están ligadas a obligaciones genéricas como incumplir el principio de veracidad, o el derecho al honor y a la propia imagen. Cuestiones muy difícil de evaluar objetivamente.

La segunda, porque se amplía enormemente el catálogo de sanciones, en especial las consideradas como graves y además se está dotando a la autoridad audiovisual de una capacidad de decidir de forma subjetiva a quién sancionar y cómo.

Por si esto fuera poco, la autoridad sancionadora es de composición exclusivamente política, con sus miembros en dependencia directa de los partidos a los que pertenecen. No creo, sinceramente, que la clase política deba estar autorizada para evaluar la objetividad de una información periodística.

Desde Telecinco seguiremos trabajando para conseguir la citada claridad normativa y para que el sector de la televisión no tenga que financiar a otros sectores industriales como ocurre con la obligación de destinar el cinco por ciento de sus ingresos brutos a la producción cinematográfica, ni se vea en la indefensión absoluta ante las desproporcionadas exigencias de las sociedades gestoras de derechos de la propiedad intelectual.

No quiero dejar de mencionar el desarrollo de la TDT en este recorrido pormenorizado del sector audiovisual en España. Pese a la aprobación a finales de 2004 de un “Plan de Impulso de la Televisión Digital Terrenal”, 2005 ha terminado sin que se hubiera impulsado realmente la Televisión Digital y con dos nuevas licencias analógicas en el mercado.

No olvidemos que España, no sólo es el país con mayor número de operadores de televisión de Europa, sino el único que no impone todavía restricciones a la televisión pública para operar en el mercado de la publicidad.

En este sentido es justo puntualizar que el actual Gobierno está demostrando una especial valentía para acometer la reestructuración de TVE, una demanda histórica del

sector que por fin se pone en marcha y que hasta ahora ningún Ejecutivo se había atrevido a llevar a cabo.

Confiamos en que este proceso finalice con éxito; que las televisiones públicas, tanto nacionales como autonómicas, tengan restricciones en materia publicitaria, tal y como se ha prometido, de manera que el mercado publicitario se racionalice tras la llegada de las nuevas cadenas y el sector audiovisual español se homologue definitivamente al europeo.

Volviendo a la Televisión Digital Terrestre, continuamos reclamando un impulso real por parte de la Administración, y que ésta invierta el mismo celo que ha demostrado en ampliar la oferta televisiva con la apertura de dos nuevos canales analógicos.

Este es a grosso modo el escenario actual y, aunque no es lo que más nos hubiera gustado, debemos seguir dialogando porque el sector privado de televisión tiene, creo, el mismo objetivo que la Administración. Nuestra mano sigue tendida para trabajar conjuntamente en todo lo que todavía queda por hacer.

Aunque en la era de la televisión digital hayan nacido dos nuevas cadenas analógicas, estamos a tiempo para conseguir que el desarrollo definitivo de la TDT sea un triunfo y una realidad para todos los españoles.

No hay que olvidar que el sector privado está ha destinado una fuerte inversión de cientos de millones de euros en el desarrollo de la TDT. Si a esta iniciativa privada se suma el respaldo del Gobierno apoyando la necesaria renovación tecnológica, estaremos asistiendo al éxito de una nueva forma de ver y hacer televisión acorde a los tiempos que vivimos.

#### (RESPONSABILIDAD SOCIAL)

Los resultados económicos expuestos hoy nos permiten afirmar con satisfacción que Telecinco es la cadena de televisión más rentable y seguida de España.

Pero Telecinco pretende, además, consolidar su compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa implicándose en los debates sociales y siendo receptiva a las expectativas de sus grupos de interés.

La creciente importancia que las compañías dan a la responsabilidad social cobra en el caso de Telecinco un apartado importante al tratarse de un medio de comunicación de masas. Cada vez son más –afortunadamente- las firmas que destinan parte de sus recursos humanos y económicos a este capítulo.

Telecinco gestiona su posición destacada en el mercado audiovisual español desde la óptica de la responsabilidad. Y lo hace añadiendo a su oferta comercial contenidos que entroncan con las principales preocupaciones sociales. La cadena es consciente de la importancia de su papel en la promoción de valores cívicos. Se trata de comercializar con éxito los productos televisivos, sí, pero también de sumar fuerzas para contribuir a consolidar una sociedad más justa y mejor informada.

Entre las diversas iniciativas desarrolladas por Telecinco, destaca el proyecto “12 meses, 12 causas” porque aprovecha su mayor potencial: la capacidad de la cadena de llegar a un gran número de ciudadanos.

Como bien saben “12 meses, 12 causas” consiste en la emisión de 12 spots publicitarios, uno por mes, con mensajes relacionados con causas sociales con el fin de sensibilizar y mover al público hacia la solidaridad.

Pero “12 meses 12 causas” no termina ahí, sino que se ha desarrollado en 2005 a través de los programas de la cadena, en la página propia de Internet, en acciones con la prensa y en la organización de los “Premios Telecinco 12 meses 12 causas”, en cuya tercera edición, que se celebra el próximo 26 de abril, se premiará el trabajo y la trayectoria de personas y empresas que han contribuido a aportar soluciones de paz, desarrollo y solidaridad de forma notable.

Desde que esta campaña viera la luz hace seis años, Telecinco ha logrado consolidarla como núcleo de su compromiso social y piedra angular de la Fundación Telecinco “12 meses, 12 causas”. La Fundación ha nacido con el propósito de gestionar las iniciativas de carácter social que realiza Telecinco, fundamentalmente “12 meses, 12 causas”, los premios del mismo nombre, y nuevas acciones como acuerdos de colaboración con entidades docentes.

En lo que respecta al ámbito interno, quiero resaltar que Telecinco ha apostado claramente por el desarrollo profesional de los trabajadores a través de cursos o planes de formación, entre otras iniciativas.

En Telecinco somos conscientes de la gran importancia y del valor añadido que aporta el gran equipo de profesionales de la cadena, pero también de la creciente competencia en el sector, lo que supone una demanda de profesionales muy especializados.

La cadena contribuye de forma muy activa a preparación de futuros profesionales a través de diferentes acuerdos con entidades docentes y Universidades.

Entre los programas destinados a la formación destaca, sin duda, el Master de dirección de marketing fruto de un acuerdo entre Publiespaña y el Instituto de Empresa, del que informará más pormenorizadamente Giuseppe Tringali.

Conscientes de la importancia de gestionar y retener el talento, Telecinco ha consolidado en 2005 su apuesta por la estabilidad: en la actualidad más del 97% de la plantilla tiene un contrato indefinido. Además, la aprobación del nuevo Convenio Colectivo de Telecinco incluye medidas extraordinarias orientadas a la conciliación entre la vida personal y la profesional.

No quiero despedirme sin agradecer a todo el colectivo de trabajadores de Telecinco y a sus directivos la gran profesionalidad y empeño del que han hecho gala un año más, porque ellos son los que han convertido a Telecinco en una empresa de comunicación modélica en Europa.

A ellos y a los numerosos accionistas que han depositado su confianza en nosotros, muchas gracias.

Antes de ceder la palabra a Giuseppe Tringali, les recuerdo que los señores accionistas que deseen intervenir o solicitar aclaraciones sobre algún punto del Orden del Día, deben indicarlo en la Mesa del Notario

Les dejo ahora con Giuseppe Tringali

---