

## Junta General de Accionistas Telecinco 2009

### Discurso Paolo Vasile

---

Estimados accionistas, buenos días.

Si el año pasado celebramos por primera vez esta junta anual en nuestras instalaciones, hoy damos un paso más hacia el corazón de Telecinco, hacia la fábrica de los contenidos con los que entramos cada día en la casa de los españoles.

No sabría decir si es una señal del destino que fuese el plató de “Supervivientes” el que estaba disponible para presentar los resultados de 2008. El caso es que nuestro trabajo se ha convertido en un *reality* para decidir quién aguanta más, en el que Telecinco ha vuelto a ganar otro año. Hemos sido líderes por quinto año consecutivo en un entorno natural en el que la supervivencia es cada vez más complicada.

2008 ha sido un año a dos velocidades. Una primera “piano, piano” a lo largo de los tres primeros meses, que después de años de fuerte crecimiento nos parecía horrible. El incremento de un 2% del PIB y de 1% de la publicidad nos resultaba pobrísimo, acostumbrados como estábamos al ritmo de los años anteriores. Sin embargo, la dura realidad nos hizo añorar muy pronto ese crecimiento lento.

Pero en abril, cuando se disipó la niebla de las elecciones, pudimos ver la situación real del mercado y del país, y desde entonces no han dejado de sumarse nubarrones a nuestro cielo. A la crisis internacional se sumaba la emergente crisis española. Todo esto en un sector, el de la televisión, sumido en una gran confusión por alteraciones normativas y cambios tecnológicos.

A lo largo de 2008 se ha visto el natural crecimiento de audiencia de las nuevas televisiones en su segundo año completo de vida, pero también el efecto en sus costes y en general en el mercado de compra de derechos. Y para que no falten retos de supervivencia, hemos asistido igualmente al efecto *vintage* de Televisión española.

La cadena estatal ha retomado la agresividad de sus peores épocas compitiendo con fuerza y deslealtad, al amparo de grandes gastos que, habrán contribuido a mejorar su cuota de audiencia, pero también a reeditar la acumulación de importantes pérdidas a cargo del ciudadano. Y sin justificación en la aspiración de mejorar los ingresos publicitarios, porque ha coincidido con una etapa francamente negativa en el mercado.

TVE ha subido el coste de los derechos con el dinero de todos los españoles, al tiempo que bajaba los precios de su publicidad en pleno recrudecimiento de la crisis económica. Lástima que las dificultades que ha generado en el sector las estemos padeciendo todos.

Pese al compromiso del Gobierno de no volver a generar déficit en la televisión estatal, en el segundo semestre del año TVE ha incrementado sus costes en lugar de frenarlos, y el resultado está a la vista.

Mientras que en un primer momento se publicó en prensa que podrían registrar 100 millones de euros de pérdidas, al margen de las subvenciones, finalmente han dicho que son más de 70. Entonces, no sólo no se ha cumplido la promesa de no volver a generar déficit sino que éste se ha incrementado con unas pérdidas en 2008 de alrededor de 600 millones antes de la subvención, más del doble de los cerca de 280 millones de pérdidas registradas en 2007. Y las televisiones autonómicas van en camino parecido, sino peor.

A pesar de todas estas circunstancias negativas, en 2008 Telecinco ha vuelto a ser la televisión que más se ha visto, más ha facturado y más beneficios ha obtenido. Y a modo de comparativa, nuestros resultados han triplicado los de nuestro más directo competidor privado, mientras que el resto del sector ha perdido mucho dinero.

Dicho esto, vamos a nuestros números. Como comentaba al principio, en 2008 Telecinco lideró por quinto año consecutivo el total día con un 18,1% de cuota de pantalla, frente al 16,9% de TVE y al 16% de Antena 3 que quedó en tercera posición, y ha sido líder además en todos los soportes, analógico, Televisión Digital Terrestre y cable.

Con un 19,6%, por otra parte, Telecinco lideró en 2008 el *target* comercial, con una distancia de tres puntos sobre Antena 3 y de seis puntos sobre TVE. La nuestra ha sido la cadena preferida entre mujeres y público de 25 a 64 años, el público más atractivo para los anunciantes.

Además, hemos ganado 204 días a lo largo del año, lo que supone haber liderado más de la mitad de las jornadas, frente al 24,9% de TVE y al 19,1% de Antena 3. No por casualidad, nuestros programas de *prime time* han sido líderes las siete noches de la semana.

Si analizamos los géneros televisivos, nuestros programas de entretenimiento han resultado ganadores. Los *prime time* de “Gran hermano”, “Operación Triunfo” y “Supervivientes” han sido líderes de su franja, en un tipo de género televisivo en el que nunca han conseguido resultados las demás cadenas.

Lo mismo ha ocurrido con nuestras series de ficción. “Aída” es la más vista del año, “CSI” la ficción americana más seguida, “Hospital Central” la serie más

clásica de la televisión, y “Sin tetas no hay paraíso” se convirtió en la serie revelación del año. Hasta tal punto que llenamos el Palacio de los Deportes de Madrid, en una acción innovadora en la forma de acercarnos al público que sirvió de ejemplo para otras cadenas.

Para comprender la solidez de nuestra línea editorial a lo largo de 2008, resulta interesante saber que somos los que estrenamos con más eficacia. El 40% de nuestros nuevos productos han superado la media de la cadena, frente al 15% de TVE y al 7% de Antena 3. Y otro dato a destacar son las horas de producción propia, que en 2008 han vuelto a aumentar hasta situarse en el 85,8% de nuestra programación. El grueso de la producción de Telecinco se hace en casa, con la colaboración de las más importantes productoras españolas, algunas participadas por nosotros.

En cuanto a la TDT, sigue lentamente su camino hacia el apagón previsto para abril del año próximo, con todas las incógnitas de un mercado difícil para las televisiones grandes, y aún más complicado para las emergentes.

A modo de ejemplo, en las comunidades autónomas en las que el 30 de junio de este año habrá apagón analógico sólo el 38,3% ve este nuevo sistema.

Y si hablar de resultados de audiencias de televisión es clave para nuestro negocio, los datos de Internet demuestran la importancia cada vez más creciente de Telecinco en el nuevo mundo de la red.

Telecinco relanzó en enero de 2008 una *web* innovadora, en la que al posicionamiento fuertemente audiovisual se han sumado recursos interactivos y de descarga de imágenes; así como nuevas secciones que establecen sinergias con la televisión y fomentan la participación activa de los internautas.

La cadena ha vuelto a consolidar su liderazgo también en Internet, a una importante distancia de sus competidores audiovisuales. En sólo un año pasamos de 2,8 a 5 millones de visitantes únicos mensuales, lo que supone un incremento de alrededor de un 80%. Desde mediados de año miden nuestros datos Nielsen y OJD, que nos sitúan como cuarto medio de comunicación en España, y décimo en el ranking general.

Una de las grandes novedades del pasado año ha sido el traslado de contenidos de televisión a la *web*. Nuestros internautas han podido seguir los capítulos de las series de mayor éxito, las galas de los *realities*, y también nuestros servicios informativos. Pero además de sus productos televisivos, Telecinco.es ha sido capaz de desarrollar contenido exclusivo. Por ejemplo “Becarios”, la primera serie creada para Internet, que ha vivido luego el recorrido inverso al dar el salto a la televisión en nuestro canal de TDT Factoría de Ficción Telecinco.

Los usuarios han podido seguir retransmisiones de nuestros principales eventos en directo, y participan a diario en los más de 30 *blogs* exclusivos de telecinco.es. Una oferta que se completa con juegos y actividades de participación, y con una rigurosa información durante las 24 horas.

Esta prometedora actividad brinda oportunidades de negocio al ofrecer a los anunciantes los *targets* más interesantes y al utilizar nuevos formatos publicitarios adaptados a sus necesidades, dando ejemplo de perfecta integración entre publicidad y contenidos.

En la línea de desarrollo de productos multimedia, Telecinco ha reforzado también su teletexto con importantes mejoras en el diseño, los contenidos y la organización de sus servicios, además de incorporar dos importantes novedades para telefonía móvil: una selección de las mejores series y contenidos de entretenimiento, y un servicio exclusivo de actualidad informativa coincidiendo con el lanzamiento del Iphone en España.

Nuestra agencia Atlas, además, ha reafirmado su liderazgo en el mercado de las noticias audiovisuales, convirtiéndose en el referente de la versión digital de los principales diarios nacionales. Atlas ha obtenido en 2008 sus mejores resultados en la venta de imágenes destinadas al mercado televisivo, Internet, empresas e instituciones.

Desde el punto de vista comercial, las acciones de interactividad a través de llamadas de teléfono y sms han supuesto 75 millones de contactos. Se han producido más de 1,5 millones de descargas de las series de Telecinco en las plataformas de Ono, Imagenio, Digital Plus y Orange, mientras que los canales de “Gran Hermano” y “Operación Triunfo” han formado parte de las principales plataformas de satélite, cable y telefonía móvil.

También la actividad de cine nos ha dado satisfacciones en 2008. El hecho de estar obligados a subvencionar por ley otra industria, no impide que una vez dedicados a la materia busquemos trabajar con los directores españoles de mayor proyección internacional, como Amenábar, Fresnadillo, Bayona o Urbizu. Al tiempo que apostamos por una nueva generación de directores, como Óskar Santos o Gabe Ibáñez.

Trabajar de la mano de estos exitosos profesionales, ha permitido cosechar los resultados que nos sitúan como primera productora de cine en España por volumen de taquilla. En 2008 hemos lanzado diez películas a la gran pantalla. Con nuestra firma ha salido “Los crímenes de Oxford”, el título español de mayor recaudación del año, galardonado recientemente con tres premios Goya. Mientras que “Che”, la superproducción dirigida por el americano Steven Soderbergh, obtuvo casi siete millones de euros de recaudación, además del premio Goya y el galardón del Festival de Cannes a Benicio del Toro como mejor actor.

En 2008 por otra parte, comenzamos el rodaje de *Ágora*, el nuevo proyecto de Alejandro Amenábar, probablemente la producción más espectacular de la historia del cine español, que se estrenará este otoño. También están pendientes de estreno títulos como “Celda 211”, “Rabia” o “Imago Mortis”, además de los filmes de futuras promesas como “Hierro” o “El mal ajeno”.

En España, los mejores directores deciden trabajar con Telecinco Cinema y caminar hacia el mismo destino: producir películas españolas para el mercado internacional.

Pero estos últimos años de brillante liderazgo no sólo han estado dedicados al producto y a la mayor retribución de nuestros socios. También hemos trabajado para mejorar nuestra empresa y hacerla más eficiente, más controlada y, en definitiva, más transparente.

Gracias a este trabajo podemos decir que Telecinco se sitúa en un nivel de excelencia en materia de Gobierno Corporativo, ocupando los primeros puestos del Ibex 35. No sólo es un motivo de orgullo, también supone tranquilidad para nuestros accionistas y, cómo no, para nosotros mismos.

Esta afirmación no es una opinión, es un hecho, como lo acredita que se acaba de terminar una inspección fiscal que ha sido clausurada sin ninguna incidencia relevante.

2008 ha sido un largo año en que el mundo entero ha comenzado una travesía hacia un lugar que no sabemos cuan distante está. Desde este puente que atravesamos en medio de la niebla podemos explicar muy bien de dónde venimos, lo que teníamos, pero no lo que nos encontraremos al terminar de cruzarlo.

No tenemos que desanimarnos sino todo lo contrario, sentir más fuerza y más energía, la situación supone un examen a nuestra capacidad de gestión y a nuestra fantasía. No podemos quejarnos de lo que no está en nuestras manos resolver. El esfuerzo debemos dirigirlo a las oportunidades, a las soluciones, y no a excusarnos. No podemos cambiar la economía mundial, pero sí fijar los cimientos de la Telecinco del futuro. No debemos caer en la tentación de llorar por la leche derramada, tanto si fue por nosotros o por otros, sino en plantar las bases del futuro.

Lo mejor está por llegar.