

Gestevisión Telecinco, S.A. Y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010
(Expresado en miles de euros)

LA ECONOMÍA MUNDIAL Y ESPAÑOLA EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2010

Como decíamos en el Informe de Gestión tanto de la Memoria de Gestevisión Telecinco a 31 de diciembre de 2009, la grave recesión y los duros efectos de la crisis pusieron a prueba los cimientos de la economía mundial durante 2009, un año particularmente negativo desde el punto de vista económico en el que el consumo se desplomó y en el que el derrumbe de la inversión y el deterioro del sector financiero estrangulaban las expectativas económicas de empresas y familias en todo el mundo. También apuntábamos a que algunos análisis tanto del FMI como de la OCDE comenzaban a considerar la recuperación económica como una tendencia estable aunque contenida por el comportamiento aún retraído de las economías domésticas y de las empresas que tienen aún pendientes de resolución sus problemas de financiación o la reducción de sus niveles de endeudamiento. Sin embargo, es importante señalar que esta tímida recuperación tenía como principal característica el desigual pronóstico de las economías nacionales occidentales.

Durante el primer semestre de 2010, y como ya se había comenzado a atisbar a principios de año, hemos visto como la actividad económica mundial, si bien de manera incipiente, empezaba a mostrar una moderada reactivación, principalmente por lo que se refiere tanto a países emergentes como a los Estados Unidos, si bien es cierto que estas señales no mostraban ni muestran una tendencia inequívoca y, además, son más bien modestas por lo que se refiere a su profundidad.

Por lo que se refiere a nuestro entorno más cercano (Europa) debe decirse que existen aún bastantes incertidumbres económicas que resaltan la fragilidad del crecimiento iniciado durante el 2010 por algunos de los grandes países de la zona como Alemania o Francia. Estas incertidumbres vienen sobre todo causadas por las tensiones financieras propiciadas por la situación económica de Grecia, país que solicitó al Fondo Monetario Internacional y a la Unión Europea la puesta en marcha del Plan de Rescate para evitar el colapso fiscal y financiero y también por el miedo de que se hubiera producido un contagio a otras economías más grandes y, por lo tanto, mucho más problemáticas y costosas en términos de esfuerzo de rescate. España se encontró sin duda en el centro de estas incertidumbres que focalizaron la escena económica europea durante el segundo trimestre de este año.

En efecto, la situación económica de España dista mucho de poder ser calificada como positiva o siquiera en vías de encaminarse por la senda de la recuperación. El primer semestre de 2010, en el cual España ha ostentado la presidencia de la Unión Europea, será más recordado por las incertidumbres generadas en los mercados financieros sobre nuestro país, por las necesarias y urgentes medidas de ajuste tomadas por el gobierno y por los datos económicos negativos relativos al mercado de trabajo que por la presidencia de la Unión Europea.

Así, los datos de que disponemos a la fecha de formulación de estos Estados Financieros Intermedios indican que el Producto Interior Bruto, para el cual los últimos datos disponibles son del primer trimestre de 2010, creció un 0,1% intertrimestral en comparación con el 4º trimestre de 2009, lo que deja la tasa interanual en el primer trimestre de 2010 en un -1,3%. La Encuesta de Población Activa indica una tasa de paro en marzo de 2010, también último dato disponible, del 20% de la población, lo que dibuja un panorama en el que las incertidumbres sobre el comportamiento de la economía española continúan sin despejarse, de modo que sigue existiendo un amplio consenso en el sentido de que la recuperación económica y la salida de la recesión no se conseguirán durante el 2010 sino que, como muy pronto, tendremos que esperar a 2011 y además y en el mejor de los casos, a un ritmo muy ralentizado.

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010
(Expresado en miles de euros)

En definitiva, un perfil de recuperación claramente retrasado respecto al resto de las economías de nuestro entorno y que parece lastrado tanto por la carga endémica que supone el sostenimiento de una tasa de desempleo excepcionalmente elevada en relación al resto de nuestros socios europeos como por la necesidad de ajustes fiscales y presupuestarios de urgencia como los que ha puesto en marcha el Gobierno el pasado mes de mayo y que permiten razonablemente atisbar un período en el que el saneamiento de las cuentas públicas, la austeridad en los presupuestos y la eliminación de muchos proyectos de inversión pública supondrá un freno temporal no desdeñable para una recuperación económica sostenible, particularmente por lo que respecta al empleo y al consumo, factores ambos de capital importancia para nuestro sector de actividad.

TELECINCO, EN PRIMERA LÍNEA DE LA RECUPERACIÓN

Como hemos venido comentando, las condiciones adversas que presidieron la actividad económica de los últimos años trajeron como consecuencia una contracción sin precedentes en la demanda de publicidad televisiva. En efecto, las caídas experimentadas en los ejercicios 2008 y 2009, muy especialmente la de este último ejercicio, no tienen precedentes en la historia de la televisión reciente en nuestro país. Esta situación, propiciada fundamentalmente por un desplome en los precios de la publicidad, ha comenzado a revertirse en el presente ejercicio. En efecto, los datos oficiales disponibles para el primer semestre del 2010 muestran una recuperación del 5.1% en el período que compara favorablemente con el pequeño incremento del 1.9% experimentado en el primer trimestre de 2010. Estos datos, habida cuenta de que el precio es el principal responsable de la mejora observada, deben considerarse como una recuperación parcial del desplome experimentado en períodos anteriores y que, en todo caso, apunta a que la televisión continúa siendo una plataforma de comunicación publicitaria excepcionalmente eficaz.

No podemos por otra parte ignorar que el primer semestre de 2010 ha sido el primero en el cual TVE no ha emitido publicidad en aplicación de las medidas legislativas aprobadas en 2009, lo que ha redundado en un notable impulso para los ingresos publicitarios de las cadenas comerciales a través fundamentalmente de una recuperación parcial de los precios de venta que habían resultado tremendamente perjudicados por la política de venta de publicidad de la televisión pública estatal.

En el caso de Telecinco, esta recuperación se ha visto favorecida por haber continuado manteniendo el liderazgo en precio a través del período de caída de ingresos que se ha venido reseñando y también por haber mantenido la posición de primera cadena comercial en términos de audiencia durante el semestre.

A la fecha de preparación de este Informe de Gestión podemos manifestar nuestra satisfacción por haber colaborado y participado de manera tan directa en el éxito obtenido por la selección española en el reciente Campeonato Mundial de Fútbol celebrado en Sudáfrica. Como es bien sabido, el fútbol y los deportes en general ofrecen "sensu strictu" pocas oportunidades de rentabilidad por lo que concierne a su explotación televisiva pero lo cierto es que los extraordinarios índices de audiencia obtenidos y la oportunidad de asociar el nombre de nuestra cadena a un acontecimiento deportivo tan larga (y vanamente hasta esta ocasión) esperado y de tan excepcional notoriedad constituyen sin duda el mejor resultado posible para la decisión de adquirir estos derechos de retransmisión.

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010 (Expresado en miles de euros)

En abril de 2010, se produjo finalmente el apagón analógico, un hecho de naturaleza sustancialmente técnica y que no ha modificado la dinámica de un proceso (la fragmentación de la audiencia) que estaba ya en marcha desde tiempo atrás y para el que Telecinco se ha venido preparando tanto desde el punto de vista de la producción de nuevos canales como desde el de la venta de publicidad conjunta de todos ellos.

Comparando los resultados del Grupo correspondientes al primer semestre de 2010 con los correspondientes al mismo periodo del año 2009 se aprecia lo siguiente:

- Los ingresos netos de explotación pasan de 308.927 miles de Euros en el primer semestre de 2009 a 448.715 miles de Euros en el mismo período de 2010, lo cual supone un crecimiento del 45% y está motivado principalmente por el incremento de los ingresos publicitarios a caballo de una recuperación parcial de los precios de venta de publicidad que, como hemos venido refiriendo, habían sufrido un desplome sin precedentes en los períodos anteriores. Este proceso de recuperación de precios se ha visto inequívocamente impulsado por la desaparición de la publicidad en TVE a partir del 1 de enero de 2010 y por la situación de liderazgo de audiencia entre las cadenas comerciales de que se ha gozado en el período. Adicionalmente, los ingresos netos se han visto también positivamente afectados por los ingresos de taquilla de las últimas producciones cinematográficas de la cadena en explotación durante el período: Ágora, Celda 211 y Spanish Movie.
- Los costes de explotación pasan de 226.876 miles de Euros en el primer semestre de 2010 a 314.742 miles de Euros en el mismo periodo de 2010, un incremento del 38% motivado principalmente por el impacto de los costes de ventas asociados a las producciones cinematográficas arriba mencionadas, al impacto de la reversión de provisiones que impactaron de manera excepcional en el primer semestre de 2009, y al importe del coste del canon de financiación de TVE que no era de aplicación a 30 de junio de 2009.
- En términos de beneficio de explotación, se alcanza en primer semestre de 2010 la cifra de 146.279 miles de Euros, frente a los 93.887 miles de euros alcanzados en el mismo periodo de 2009. Este repunte es consecuencia del apalancamiento operativo que es consustancial al negocio de la televisión, pudiendo observarse que el margen operativo computado como cociente entre el beneficio de explotación y los ingresos netos de explotación es del 32.5% en el primer semestre de 2010 frente al 30,4% en el primer semestre de 2009.
- Finalmente, el resultado neto atribuible a la Sociedad Dominante en el primer semestre de 2010 se situó en los 107.404 miles de Euros, frente a los 62.196 miles de Euros registrados en el mismo periodo de 2009.

DIVIDENDOS

Con fecha 10 de marzo de 2010 se procedió al pago del dividendo a cuenta del resultado del ejercicio 2009 aprobado por el Consejo de Administración el 24 de febrero de 2010 por un importe de 48.440 miles de euros. Con posterioridad al 31 de marzo de 2010, la Junta de Accionistas de la sociedad dominante aprobó formalmente la mencionada distribución de dividendo ordinario con cargo a los resultados de 2009 de idéntico importe al del citado dividendo a cuenta.

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010
(Expresado en miles de euros)

INVERSIONES EN DERECHOS Y EN CINE

El Grupo Telecinco continúa con su política de inversiones en derechos audiovisuales aplicando una cuidada selección en cuanto a la tipología y a los contenidos con el objetivo de sostener en el futuro los índices de audiencia y garantizar una óptima explotación publicitaria. Asimismo, Telecinco pone especial énfasis en la inversión en series de producción nacional.

Mención especial merece la actividad desarrollada por Telecinco Cinema S.A. (anteriormente Estudios Picasso S.A), una sociedad participada al 100% por Gestevisión Telecinco que es la encargada de canalizar la obligación legal de invertir en cine español y europeo el 5% de los ingresos de explotación. En este ámbito, en el que la inversión cinematográfica nace de una obligación legal y no de una decisión libre de la cadena, Telecinco ha optado por la calidad y ambición de los proyectos que se acometen a partir de un criterio estratégico global que impregna su actividad en este campo y por el que se opta, siempre que sea factible, por producciones de una cierta dimensión y tamaño que permitan acceder a una explotación internacional de las mismas. Ya que en definitiva, el objetivo es aunar eficazmente talento, rentabilidad, y oportunidades para nuestros profesionales más brillantes o prometedores, con el ánimo de, en la medida de lo posible tratándose de una actividad no voluntaria, intentar rentabilizar la inversión y producir películas que combinen calidad y comercialidad, todo ello bajo el sello distintivo de la cadena. Como hemos mencionado anteriormente, durante la primera parte de 2010 el Grupo ha reconocido los ingresos de taquilla de los títulos estrenados a finales de 2009 que han estado rodeados de gran éxito de crítica y público (Agora, Spanish Movie, Celda 211).

TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

Con fecha 3 de abril de 2010 se produjo el apagón analógico. La estrategia del Grupo Telecinco en TDT ha consistido desde siempre en acompañar el esfuerzo de negocio a su penetración efectiva, a su audiencia, y a su capacidad real de explotación publicitaria, centrándose no tanto en la necesidad abstracta de potenciación del digital, algo por otra parte ineludible, sino en el momento óptimo de hacerlo, estableciendo para ello un criterio de fases en función de la evolución de las variables clave de negocio que hemos mencionado.

Dicha estrategia hasta ahora ha tenido varias fases, siendo el período considerado como primera fase aquel en el que tanto la penetración como la audiencia del digital y su correspondiente rendimiento publicitario eran aún bajos para justificar un esfuerzo de gasto o de inversión mayor. Y el periodo considerado como segunda fase que se inició en la segunda mitad del ejercicio 2009 en el cual se produjo la introducción del concepto multicanal en nuestro modelo de explotación, lo que implicó el reforzamiento tanto de los canales como de sus contenidos, dotándoles de una inversión económica adecuada a dicha estrategia para prepararlos para la fase definitiva del proceso que tiene lugar a partir del 3 de abril de 2010, fecha en la que se ha producido el apagón analógico a nivel nacional. A partir del 3 de abril del 2010 nuestra estrategia multicanal está enfocada a mantener el liderazgo del mercado televisión en un entorno de fragmentación de la audiencia y de aumento de la oferta televisiva y a optimizar la explotación publicitaria del conjunto de canales mediante la venta a través de módulos.

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010
(Expresado en miles de euros)

INTERNET

El Grupo considera la actividad en Internet como estratégicamente relevante tanto desde una perspectiva de presente como desde el punto de vista de evolución futura.

Telecinco.es tiene el objetivo de constituirse como una “web” con una personalidad e identidad muy definidas y con unos contenidos muy cercanos y muy coordinados a los contenidos televisivos del Grupo.

En este sentido, conviene recordar que Telecinco es una de las páginas “web” más vista dentro del sector de Medios.

Se debe resaltar también la producción de contenidos exclusivos para Internet (“Becari@s”, “Sexo en Chueca”) así como la disponibilidad de contenidos a través de iPhone.

ACCIONES PROPIAS

Durante los seis primeros meses del ejercicio 2010 no se ha producido ni la adquisición ni venta de acciones propias. A 30 de junio de 2010 el Grupo posee una autocartera que asciende a 3.552.287 acciones, lo que representa un 1.44% del total.

COBERTURA DE RIESGOS FINANCIEROS

El Grupo realiza operaciones de cobertura de cambio relativas a aquellas transacciones (principalmente compras de derechos de producción ajena) denominadas en moneda extranjera. Estas operaciones de cobertura tienen como objetivo evitar el impacto en la cuenta de resultados de las fluctuaciones del tipo de cambio sobre los pasivos pendientes de pago correspondientes a las transacciones citadas y para ello se realizan compras de divisas por el importe de dichos pasivos que se contratan a los plazos de pago previstos.

CONTROL DE RIESGOS

Como parte de la función general de supervisión del Consejo de Administración, éste se atribuye en particular la misión de identificación de los principales riesgos del Grupo Telecinco, así como la implantación y seguimiento de los sistemas de información y de control interno y de información adecuados.

Además, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, tiene definida como una de sus responsabilidades básicas conocer y comprobar la adecuación e integridad del proceso de información financiera y de los sistemas internos de control.

Gestvisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010
(Expresado en miles de euros)

Como soporte y apoyo de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, se dispone de un Sistema Corporativo de Gestión de Riesgos, que se aplica de manera homogénea en todas las empresas del Grupo y que es objeto de revisión y actualización periódica.

La gestión de riesgos corporativos se basa en la metodología de Gestión Integral de Riesgos COSO II (Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Commission).

Telecinco efectúa un seguimiento permanente de los riesgos, evaluando su relevancia y efectos potenciales en las sociedades del Grupo, la probabilidad de ocurrencia de dicho riesgo, además del grado de control existente sobre cada uno de ellos.

PERSPECTIVAS DE LA EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE LA SOCIEDAD

La actividad del Grupo en lo que resta de 2010 no podrá desarrollarse al margen del clima económico general del que se han dado ya unas pinceladas en este Informe de Gestión, así como del impacto que dicho entorno tendrá sobre la demanda publicitaria en TV más allá de la eliminación de la publicidad en la televisión pública estatal a partir del 1 de enero de 2010 y de la recuperación de precios a que ello ha dado lugar y que ha sido objeto de comentario en los párrafos precedentes.

En este contexto, la estrategia publicitaria de Telecinco consistirá en adaptarse de la manera más eficaz a las circunstancias de mercado con el objetivo de maximizar los ingresos teniendo en cuenta la situación de demanda y de los niveles de audiencia que se alcancen. En este proceso, ajustar los precios a las condiciones de demanda y a la posición relativa de audiencia y de “target comercial” en relación con la competencia resultará esencial, siempre sobre la base de que dicho incremento tendrá que venir principalmente a través de incrementos de precio que realmente constituirían más bien recuperaciones de las profundas caídas experimentadas en los últimos años a consecuencia, por una parte, de la crisis y, por otra, de la política comercial de la televisión pública estatal. En todo caso, la capacidad de una verdadera recuperación de precios que compensara todo el descenso que se ha vivido desde mediados de 2008 depende de una recuperación económica real, con el consiguiente efecto traslado al mercado de la publicidad en televisión, un proceso que a fecha de hoy dista mucho de haberse consolidado. Además, dicha recuperación de precios no será homogénea para todos y cada uno de los sectores que se anuncian en televisión ya que, por una parte, la recuperación (incipiente) o la ausencia de la misma no se va a repartir de manera homogénea entre todos ellos y, por otra, las medidas de política económica (subvenciones, inversiones públicas) etc. afectarán en diversa medida a los demandantes de publicidad.

En relación a todo lo anterior, la estrategia publicitaria continuará centrada en el objetivo de explotación del espacio de manera focalizada y segmentada que comenzó a llevarse a cabo ya durante 2009 y que constituye el modo de comercialización más eficiente dentro de la fragmentación de audiencias que es consustancial al universo digital multicanal en el que estamos ya plenamente inmersos.

Desde el punto de vista de la audiencia, Telecinco trabajará en lo que queda de año con el ánimo de mantener el liderazgo entre las cadenas privadas de televisión por lo que se refiere al “share” 24 horas y también al “prime time”, todo ello a través de una programación como siempre innovadora, fresca y en constante sintonía con la audiencia tanto de la cadena principal como de las secundarias en una dinámica operativa multicanal adaptada a la realidad de la televisión digital.

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010
(Expresado en miles de euros)

Dicho esto, conviene resaltar que en un mercado de audiencia cada vez más fragmentada, el impacto de los eventos deportivos (que en realidad constituyen el único formato que resiste eficazmente la fragmentación) en la composición del “share” se incrementa en la misma proporción en la que se produce dicha fragmentación, por lo que, en un mercado tan competitivo como el nuestro, al menos lo que se ha venido observando hasta ahora es que su demanda (y también su precio) han ido creciendo de modo imparable aún a costa de, a nivel de mercado global, romper las barreras de rentabilidad de explotación de estos eventos e, infortunadamente, también los de las cadenas que los explotan.

Nuestra estrategia en este campo ha sido y es la de aprovechar los nichos de oportunidad que vayan surgiendo teniendo en cuenta, entre otros factores, las posibilidades de rentabilización de los eventos y su capacidad de arrastre en términos de audiencia así como el coste oportunidad que supone que la competencia no pueda disponer del derecho de que se trate y nuestra propia capacidad financiera para su adquisición.

En este sentido, conviene destacar el éxito alcanzado en las retransmisiones deportivas realizadas por Telecinco y entre las que cabe hacer mención especialísima, cómo se ha resaltado anteriormente, al campeonato mundial de fútbol celebrado en Sudáfrica ganado por España y que ha supuesto el mayor triunfo en la historia del deporte-rey en nuestro país. Telecinco ha emitido en exclusiva para la televisión en abierto todos los partidos del combinado nacional en una apuesta ambiciosa y afortunada que ha supuesto la rotura de todos los índices de audiencia existentes. Pero nuestros registros en el ámbito deportivo, y aún siendo éstos excepcionales y únicos, no se han circunscrito al Campeonato Mundial de Fútbol: Telecinco ha emitido también con gran éxito de audiencia los partidos de la Europa League (ex Copa de la UEFA) en que participaban equipos de nuestra Liga y que culminaron también con la alegría de ver a un equipo español que despierta gran simpatía y seguimiento en todo el territorio nacional (el Atlético de Madrid) coronarse campeón de la competición.

La posición patrimonial y la solvencia financiera de Telecinco continuarán siendo una de las señas distintivas del Grupo aún con las enormemente difíciles condiciones de acceso a los mercados de crédito a que se ha asistido en los últimos tiempos, Telecinco cuenta con líneas de crédito suficientes y en condiciones competitivas para atender cómodamente a sus necesidades financieras operativas, un factor distintivo de la mayor relevancia cuando se evalúa la posición relativa del Grupo en relación al resto de las compañías del sector.

Telecinco mantendrá su estrategia activa de penetración en Internet a través de la sociedad Conecta 5 de cuyo accionariado la sociedad dominante posee un 100%.

Por último y en relación con la operación de adquisición del negocio de televisión en abierto del Grupo Sogecable y de la adquisición del 22% de la participación en el negocio de televisión de pago del Grupo Sogecable tal y como se señala en las notas a los estados financieros intermedios con fecha 14 de abril se han firmado los acuerdos para dichas adquisiciones. El cierre de la operación está sujeto a una serie de condiciones, entre las que se incluyen la aprobación de la operación por parte de las autoridades regulatorias y de competencia y la conclusión de las ampliaciones de capital que se contemplan.

GOBIERNO CORPORATIVO Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2010
(Expresado en miles de euros)

No se han producido modificaciones relacionadas con el Gobierno Corporativo ni con la Responsabilidad Corporativa del Grupo con respecto a lo señalado en la memoria anual del ejercicio 2009.

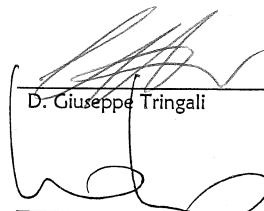
El Grupo sigue apostando fuertemente por reforzar las obligaciones y controles del Consejo de Administración, y, en definitiva, avanzar hacia un modelo de gestión que integre y desarrolle las mejores prácticas en materia de gobierno corporativo.

Como siempre, todo lo anterior no se hubiera podido conseguir si no se contara con un equipo de gestión de primerísimo línea que constituye un referente en el sector y con un grupo humano de empleados en todos los niveles de actividad potente, experto y dedicado.

Madrid, 28 de julio 2010




D. Alejandro Echevarría Busquet



D. Giuseppe Tringali



D. Paolo Vasile



D. Giuliano Agresti



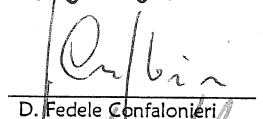
D. José Ramón Álvarez Rendueles



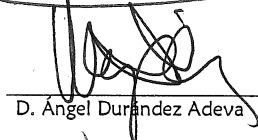
D. Massimo Musolino




D. Pier Silvio Berlusconi



D. Fedele Confalonieri



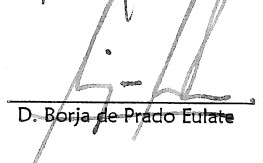
D. Ángel Duráñez Adeva



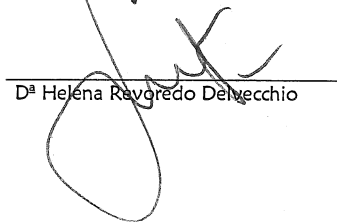
D. Marco Giordani



D. Alfredo Messina



D. Borja de Prado Eulate



Dª Helena Ravoredo Delvecchio