

Gestión Telecinco, S.A. Y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

El presente Informe de Gestión se ha preparado siguiendo las directrices de la Circular 1/2008 de 30 de enero de la Comisión Nacional del Mercado de Valores sobre información periódica de los emisores con valores admitidos a negociación en mercados regulados relativa a los informes financieros semestrales, las declaraciones de gestión intermedia y, en su caso, los informes financieros trimestrales.

2009: EL AÑO DEL AJUSTE MÁS DURO PARA EL MERCADO DE LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN.

Sin duda el primer semestre de 2009 pasará a la historia cómo uno de los periodos más duros para el mercado de la publicidad en general y para el de la publicidad en TV en particular. Las cifras oficiales disponibles para el primer semestre de 2009 muestran una caída para este último del 31%, un registro negativo que tiene su explicación fundamental en la recesión económica en la que está inmersa la economía española y que ha afectado muy profundamente al consumo privado, al Producto Interior Bruto y, en última instancia, al empleo, que se ha literalmente hundido hasta alcanzar tasas ya cercanas al 20%.

El mercado publicitario de TV se ha visto afectado ulteriormente por una política de precios muy agresiva por parte de la televisión pública estatal, lo que ha provocado una espiral de bajada en el coste por impacto para el anunciante que ha afectado ineludiblemente a todo el sector.

Lógicamente, Telecinco no ha podido mantenerse al margen de este clima de deterioro macroeconómico general y de desplome del mercado publicitario. Además, cómo líder histórico en precios, nuestra cadena ha sufrido con más virulencia la caída de la demanda y el ajuste a la baja en el precio de los impactos publicitarios, si bien es reseñable que el Grupo ha mantenido a 30 de junio el mismo "power ratio" (definición estándar del cociente entre cuota de mercado de publicidad y cuota de audiencia) que se alcanzó en 2008.

Por el lado de los costes, el sector de la TV en abierto en España ha continuado en su conjunto con una política muy agresiva de costes tendente al mantenimiento o al incremento de las cuotas de audiencia, llegándose a unos niveles de gasto extremadamente peligrosos porque ponen en cuestión la propia supervivencia de los negocios cuando se considera la tremenda caída en los ingresos publicitarios del sector a que se ha hecho referencia más arriba. En este sentido, la situación financiera de algunas de las empresas del sector son manifestación inequívoca de este fenómeno, así como las iniciativas legislativas que se han producido en los últimos meses con el objetivo de favorecer operaciones de concentración empresarial que permitan una explotación más racional del negocio televisivo. En todo caso, hasta el momento de formulación de esta Memoria, dichas iniciativas no han fructificado aún en ninguna operación concreta de fusión o de concentración a pesar del insistente ruido que se ha venido escuchando en los últimos meses sobre distintas alternativas.

Otro factor de la mayor relevancia que está viviendo el sector según nos aproximamos a la fecha definitiva del apagón digital en abril de 2010 es el de la fragmentación de las audiencias, fenómeno que está posibilitando que el conjunto de canales temáticos y digitales agrupados bajo "Otros" se vaya consolidando cómo líder de audiencia muchos días, lo que trae como consecuencia que el canal que gana la audiencia lo haga con registros cada vez más bajos. Este fenómeno es sin duda uno de los elementos más significativos a la hora de valorar la evolución futura del sector.

Gestión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

En esta situación de bajada de ingresos publicitarios, costes crecientes y fragmentación de la audiencia que está viviendo (y muy peligrosamente) el sector, Telecinco ha continuado con la explotación de su modelo de negocio del que, explicado en términos muy simples, se puede decir que está preparado para navegar a través de los dientes de sierra del ciclo económico y que se sustenta sobre un control de costes eficaz y efectivo que permite obtener márgenes de explotación, resultados netos y flujos libres de caja positivos aún en momentos donde la debilidad de la demanda publicitaria, como sucede ahora, no tiene precedentes.

En fin, hoy como siempre el modelo de explotación televisiva de Telecinco está enfocado no a la obtención de cuotas de audiencia a cualquier precio sino a la explotación rentable de las mismas en función de las condiciones del mercado publicitario en cada momento y de los costes necesarios para la obtención de aquellos. En este sentido, Telecinco, sin reducir en ningún modo la calidad y fortaleza de su parrilla, continúa con su política de atento control de los gastos de explotación, calibrando y aprovechando las oportunidades de adquisición de formatos o de programas que permitan acrecentar la robustez de su parrilla sin renunciar al criterio fundamental de rentabilidad y todo ello intentando acrecentar la variedad de formatos a disposición de los telespectadores.

Con esta política de favorecer y profundizar en la variedad de géneros y formatos debemos mencionar que en los últimos meses hemos adquirido los derechos de explotación tanto de la "Confederation Cup", evento que tuvo lugar el pasado mes, como de la "Europe Cup" (ex. UEFA), competición de la que retransmitiremos partidos en abierto y en exclusiva durante las tres próximas temporadas. Es importante resaltar, considerando la inflación de costes para los derechos deportivos que en los últimos tiempos ha alcanzado niveles absolutamente desproporcionados, que la compra de estos derechos se ha realizado manteniendo el criterio de rentabilidad en la explotación de eventos deportivos que ha sido siempre el sello distintivo de la política de Telecinco en este apartado.

Por lo que se refiere a las cuotas de audiencia, y aún teniendo en cuenta la progresiva fragmentación de las mismas a que hacíamos referencia anteriormente, es cierto que en el primer semestre de 2009 Telecinco ha perdido cuota de pantalla con relación al mismo período de 2008, si bien mantiene su posición de liderazgo por lo que se refiere al "prime time" y está trabajando con ahínco para conseguir reforzar aquellas franjas del día en las que la pérdida de "share" ha sido más notoria, esfuerzo que está comenzando a dar sus frutos de manera incipiente.

Como conclusión, en unos momentos en los que lo que está en cuestión no es la cuota de pantalla o el "share" de mercado publicitario sino la propia supervivencia de algunas de las empresas audiovisuales que componen el mercado de la televisión en abierto y que están ahogadas por la triple presión de ingresos publicitarios en espiral de caída, costes crecientes y necesidades de financiación que se suman a una deuda financiera ya enormemente cuantiosa, cobra fuerza el modelo de gestión empresarial de Telecinco que, aún en presencia de una contracción extraordinariamente severa de la demanda de publicidad, de una agresiva política de adquisición de programas por parte de la mayor parte de los competidores tanto públicos como privados y de una fragmentación de la audiencia que no ayuda a disminuir los costes por punto de "share", presenta unos márgenes y un "free cash flow" positivos y una deuda financiera relativamente modesta y absolutamente dentro de los límites de los "benchmarks" y estándares de solvencia más exigentes.

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

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.

LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2009

Cómo decíamos en el Informe de Gestión de la Memoria de Gestevisión Telecinco a 31 de diciembre de 2008, la economía global y la española en particular sufrieron en ese año una caída extraordinariamente brusca cuyo resultado final calificábamos como descalabro.

Pues bien, lo acontecido en los primeros seis meses de 2009 muestra abiertamente que el proceso de contracción económica experimentado en 2008 no había tocado fondo y que, por difícil de creer que pareciera, las cosas podían ir aún peor.

En efecto, los datos de que disponemos a la fecha de formulación de estos Estados Financieros Intermedios indican que el Producto Interior Bruto cayó un 1.9% en el primer trimestre respecto al registro obtenido en el mismo período de 2008 y, lo que es peor, la inmensa mayoría de las proyecciones macroeconómicas disponibles auguran que, para el año completo, la caída no será inferior al 3%.

Esta caída en el PIB viene propiciada por el descenso del consumo privado, vehículo propulsor del ciclo económico alcista que hemos vivido en el último quinquenio y que, a su vez, se ha visto afectado tanto por la caída del empleo como del alza de la propensión al ahorro consecuencia de un mayor temor a la pérdida del puesto de trabajo.

De manera análoga o incluso peor de lo que hemos considerado en relación al PIB, la mayor parte de las estimaciones macroeconómicas relativas a 2009 indican una caída del consumo privado del orden del 4.0%.

Por lo que se refiere al empleo, la tasa de desocupación se situaba a finales de abril de 2009 en un 18.1% de la población activa, con un incremento nada menos que de 7.4 puntos porcentuales en relación al nivel alcanzado a finales de junio de 2008 (10.7%) y de 3.7 puntos respecto a la tasa de finales de diciembre de 2008 (14.3%), lo que representa una flexión de casi 1 punto porcentual cada mes, un registro devastador y sin parangón en las economías de nuestro entorno.

Con todo, parece que por lo que se refiere a la desocupación lo peor está aún por venir ya que la mayor parte de las proyecciones contemplan que tarde o temprano se rebasará con mayor o menor amplitud la barrera del 20%.

Por lo demás, en los últimos meses hemos asistido a la entrada en una (insólita) fase de deflación producto del bajo nivel de actividad productiva relativa a la capacidad existente así como a un incremento muy significativo de la morosidad bancaria, siendo en definitiva la percepción de la mayor parte de los analistas que no existen aún indicios sólidos de recuperación en la economía española y que con mucha probabilidad España será uno de los países donde la salida de la crisis se producirá de forma más ralentizada.

Gestvisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

Considerando la probada correlación que existe entre la evolución de las grandes magnitudes macroeconómicas (PIB, consumo privado etc.) y la demanda de publicidad, la evolución de la economía en los próximos meses así como las expectativas de los agentes sobre la evolución previsible de la misma constituirá un factor de la mayor relevancia para el futuro del sector de la TV en abierto.

TELECINCO, RENTABLE A PESAR DE LA TORMENTA

Como hemos venido comentando, las condiciones económicas tremendamente adversas que en el primer semestre de 2009 han provocado una contracción sin precedentes en la demanda de publicidad no podían sino afectar de manera muy significativa a los márgenes financieros del Grupo y ello aún a pesar del atento cuidado hacia los costes que es característica distintiva de nuestra gestión del negocio y del hecho de que partíamos de unos márgenes de beneficio que han sido históricamente de los más altos del sector.

Comparando los resultados de la sociedad correspondientes al primer semestre de 2009 con los correspondientes al año anterior se puede apreciar lo siguiente:

- Los ingresos de explotación pasan de 563.009 miles de Euros en el primer semestre de 2008 a 320.763 miles de Euros en el mismo período de 2009, debido fundamentalmente a la contracción de las ventas de publicidad.
- Por lo que se refiere a la evolución de los costes en el primer semestre de 2009, cabe decir que el Grupo ha puesto todo su empeño en reducir el importe de los mismos sin afectar a la fortaleza de su parrilla y teniendo en cuenta las tensiones sobre los mismos que ejerce la presión de la tremenda competitividad de mercado en que se desarrolla nuestra actividad. Considerando lo anterior, la evolución de los costes en el primer semestre del año ha sido muy satisfactoria, pasando de 275.804 miles de Euros en los primeros seis meses de 2008 a 226.876 miles de Euros en idéntico período del presente ejercicio, si bien es cierto que una parte considerable de dicha reducción se refiere al impacto de la reversión de una provisión de naturaleza fiscal. Aislado dicho impacto, nos encontraríamos aún con un ahorro operativo de costes no inferior a los 12.000 miles de Euros.
- En términos de beneficio de explotación, se alcanza en el ejercicio la cifra de 93.887 miles de Euros, lejos de los 287.205 miles de Euros alcanzados en el primer semestre de 2009, a demostración del apalancamiento operativo inherente al sector de la TV en abierto que ocasiona que tanto las disminuciones como los incrementos de facturación impacten directamente en el margen casi en su totalidad.
- Finalmente, el resultado neto atribuible a la Sociedad Dominante del primer semestre de 2008 se situó en los 62.196 miles de Euros, frente a los 198.873 miles de Euros registrados en el mismo período de 2009. Se trata de una diferencia que, como se ha explicado más arriba, proviene en gran parte de la caída de los ingresos publicitarios pero en la que también han influido los 34.330 miles de Euros de pérdidas en sociedades participadas por el método de la participación que se han recogido en el período (20.669 miles de Euros en el primer semestre de 2008).

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

DIVIDENDOS

Durante el primer semestre de 2009, la Junta de Accionistas de la Sociedad Dominante acordó en su reunión de fecha 1 de abril la distribución de un dividendo ordinario a los accionistas por importe de 210.272 miles de Euros, lo que representa un importe de 0.865 Euros por acción en circulación a cierre del ejercicio.

INVERSIONES EN DERECHOS Y EN CINE

En la primera parte de 2009 Telecinco ha continuado 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 ha puesto especial énfasis en la inversión en series de producción nacional. Como novedad, tenemos que destacar el inicio de la actividad de producción de TV Movies y Miniseries nacionales para lo cual se ha puesto en marcha un proceso de selección de proyectos y productoras con las que acometer los mismos.

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 triple criterio estratégico global que impregna su actividad en este campo: en primer lugar se ha optado por producciones de una cierta dimensión y tamaño que permitan acceder a una explotación internacional de las mismas. Este ha sido el caso de los títulos "Alatriste" o "El laberinto del Fauno" o, más recientemente, "Che". En segundo lugar, se ha perseguido la idea de identificar cuidadosamente directores con talento para darles la oportunidad de producir su "opera prima" tratándose de proyectos de calidad. Buen ejemplo de este último caso es el film "El Orfanato", un film que consagró a un director novel y que constituyó un gran éxito de crítica y público. Finalmente, se pretende que las coproducciones en las que interviene Telecinco posean un sello editorial característico y reconocible.

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.

En este semestre de 2009 estrenamos la segunda parte de la película dirigida por Stephen Soderbergh sobre la vida del Ché y titulada "Guerrilla". Esta película ya fue presentada en el festival de Cannes de 2008 con una muy buena acogida tanto de crítica como de público, habiendo obtenido su protagonista, Benicio del Toro, la Palma de Oro al actor protagonista.

Asimismo, Telecinco Cinema presentó en el Festival de Cannes de 2009 "Hierro" y "Agora". La primera, una película dirigida por un nuevo realizador, Gabe Ibáñez; una prueba más de la labor de la empresa en la búsqueda y promoción de nuevos talentos. Además de la buena acogida de público y crítica, también lo fue en el mercado donde Wild Bunch, Distribuidor Internacional, lo materializó en operaciones de venta.

Gestión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

“Agora” merece una mención especial y singular. Se trata de la producción más ambiciosa tanto de Telecinco Cinema como del cine español; una superproducción en todos los sentidos: el director español de mayor talento Alejandro Amenábar, una actriz protagonista excepcional, Rachel Weisz y un equipo técnico de experiencia y renombre internacional más el oscarizado productor Fernando Bovaira. La película estuvo en la Sección Oficial del Festival de Cannes, donde por primera vez en la historia concurrían tres películas españolas.

En estos momentos, la película se encuentra en los últimos estadios de postproducción, y con la maquinaria de Telecinco y Fox, la empresa que se encarga de la Distribución Nacional, trabajando en el marketing para su lanzamiento este otoño.

TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

A la fecha de formulación de esta Memoria, el Grupo está preparado para lanzar de manera inminente lo que podemos llamar la “Fase 2” del proyecto de tránsito a la Televisión Digital Terrestre(TDT) teniendo en cuenta que no hay modificación prevista en la fecha oficial para el apagón analógico (abril 2010).

La estrategia de Telecinco en TDT ha sido la de acompasar 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.

En este diseño estratégico, y tras haber transcurrido el período que consideramos como “Primera Fase” y 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, la segunda fase que ahora comienza prevé la introducción del concepto multicanal en nuestro modelo de explotación, lo que implica el reforzamiento tanto de los canales como de sus contenidos, dotándoles de una inversión económica adecuada a dicha estrategia de manera que estemos preparados para la fase definitiva del proceso que tendrá lugar en el momento del “switch on” digital en abril del año próximo.

En concreto, las iniciativas puestas en práctica incluyen la potenciación de nuestro Canal FDF, para el que se contempla un objetivo claro de plataforma de series complementada por estrenos y productos “premium” y del establecimiento de “Lasiete” como un canal innovador enfocado al público joven y con alta vinculación a las nuevas tecnologías. Por último, en esta fase se valora igualmente la posibilidad de constitución de un cuarto canal.

Hay que reseñar, por último, que las anteriores medidas se complementan con el establecimiento de estructuras organizativas dedicadas para cada uno de los canales.

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.

Gestión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

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 a 30 de junio de 2009 Telecinco es la página "web" más vista dentro del sector de televisión, a considerable distancia de sus competidores, y alcanza el quinto lugar en el sector de Medios, superada tan sólo por algunos diarios de ámbito nacional, habiéndose registrado incrementos importantes tanto en el número de páginas vistas como en el de visitantes únicos hasta alcanzar cifras récord tanto en un caso (88.4 millones) como en el otro (5.4 millones).

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 2009 y de conformidad con la autorización dada por la Junta de Accionistas a estos efectos, el Grupo procedió a la adquisición de acciones propias de la Sociedad Dominante. A 30 de junio de 2009 el Grupo posee una autocartera que asciende a 3.552.287 acciones, lo que representa un 1.44% del total.

COBERTURA DE RIESGOS FINANCIEROS

La Sociedad 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. Dichas coberturas se efectúan cuando se contabilizan los derechos en el activo de la Sociedad.

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.

Gestión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(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

Como ya se señalaba en el Informe de Gestión correspondiente a la Memoria del ejercicio 2008, la actividad del Grupo en lo que resta de 2009 no podrá desarrollarse al margen del clima económico general del que se han dado ya unas sombrías pinceladas en este Informe de Gestión, así como del impacto que dicho entorno tendrá sobre la demanda publicitaria en TV.

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.

No debe obviarse, por lo que se refiere a la situación del mercado, que, de acuerdo con las iniciativas legislativas aprobadas por el Ejecutivo y que se encuentran en trámite de aprobación parlamentaria, con mucha probabilidad la publicidad en la televisión pública estatal desaparecerá en la segunda parte del año, un hecho sin duda muy beneficioso para los operadores privados en el medio y largo plazos y una vez que cambie el actual ciclo bajista del mercado, pero cuya eficacia e impacto reales por lo que se refiere al corto plazo resulta muy complicado de evaluar debido a la debilidad actual de la demanda publicitaria, al diferencial de precio por impacto que existe entre la televisión pública y la privada y, en general, a las dificultades que atraviesan los anunciantes en estos momentos.

La dificultad de evaluar la eficacia real de este cambio normativo en lo que queda de año se hace más patente cuando se considera que se impone a las televisiones privadas la obligación de contribuir a la pérdida de ingresos del ente público con una tasa del 3% de sus ingresos publicitarios a partir del momento en que la medida pasa a ser efectiva, de modo que el impacto real ha de medirse por diferencia entre los eventuales ingresos adicionales que se consigan y el efecto de la tasa, que opera sobre todos los ingresos que se produzcan a partir de la entrada en vigor de la norma.

Desde el punto de vista de la audiencia, Telecinco trabajará en lo que queda de año con el ánimo de recuperar el liderazgo entre las cadenas privadas de televisión por lo que se refiere al "share" 24 horas y también con el objetivo de mantener su actual liderazgo en "prime time".

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

Gestión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2009
(Expresado en miles de euros)

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, su demanda (y también su precio) crecen también 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.

Debemos recordar que, a pesar de la crisis económica que vive el sector, este fenómeno no sólo no se ha ralentizado sino que ha acentuado su intensidad, lo que constituye un factor de la mayor importancia para la evolución previsible del sector en el futuro. En el caso de Telecinco, la consideración fundamental, hoy como siempre, es la rentabilidad y el valor para el accionista, por lo que la adquisición de derechos deportivos (caso de la "Confederation Cup" o de la "EuropeCup") se ha realizado sólo cuando se esperaba un retorno razonable en términos de audiencia e ingresos publicitarios.

Por lo que se refiere a la gestión del negocio televisivo, Telecinco continuará con su tradicional atención y cuidado al control de costes. En este sentido, la solidez de la parrilla en función de los índices de audiencia y de las posibilidades de explotación publicitaria continúa siendo el eje central de la política de costes, con especial cuidado hacia los contenidos de la Televisión Digital Terrestre teniendo en cuenta que nos aproximamos a la fecha del apagón analógico.

La posición patrimonial y la solvencia financiera de Telecinco continuarán siendo una de las señas distintivas del Grupo en relación al resto de las compañías del sector. Aún con las enormemente difíciles condiciones de acceso a los mercados de crédito a que hemos asistido en los últimos tiempos, Telecinco cuenta con líneas de crédito suficientes y en condiciones competitivas para atender cómodamente a sus necesidades financieras de aquí a final de año.

Como se ha mencionado anteriormente, Telecinco prestará atención especial a las emisiones de sus canales en TDT, apostando por una oferta de contenidos variada y atractiva que esté en consonancia con las posibilidades reales de explotación publicitaria según las circunstancias del mercado.

Por último, 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%.

GOBIERNO CORPORATIVO.

Tras las profundas modificaciones realizadas en los Estatutos Sociales, Reglamento de la Junta General, los Reglamentos del Consejo de Administración y de sus Comisiones delegadas, los ejercicios 2008 y 2009 están siendo años dedicados en parte a la consolidación y afianzamiento de dichos cambios, adoptados con el objetivo de fortalecer los derechos y competencias de nuestros accionistas, 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.

En este sentido se ha llevado a cabo una remodelación en la composición de las Comisiones de Auditoría y Cumplimiento y en la de Nombramientos y Retribuciones, en las que se ha aumentado el número de consejeros independientes y, correlativamente, reducido el de consejeros dominicales y, se ha enfatizado en la publicidad de la política de retribuciones,

Gestevisión Telecinco, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión del ejercicio terminado el 30 de junio de 2008
(Expresado en miles de euros)

Incluyéndose una relación individualizada y pormenorizada de las retribuciones percibidas por los Consejeros a lo largo del ejercicio 2.008, no sólo en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, sino también en la Memoria Anual de las Cuentas Anuales y, por supuesto, en el Informe de Política Retributiva que por segundo año se presentó ante la Junta General de Accionistas celebrada el pasado mes de abril.

Además, este año por primera vez Telecinco ha presentado ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores su Informe Anual de Gobierno Corporativo revisado por una entidad independiente, la compañía PricewaterhouseCoopers, convirtiéndose así en la primera compañía cotizada en España que somete a verificación su Informe Anual.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA.

A su inclusión el año pasado en el reconocido índice internacional Footse4good Global Index, ha seguido su aceptación en el índice Footse4Good Ibex, el primer índice de sostenibilidad español.

También son resaltables los avances alcanzados en la emisión de contenidos responsables gracias a los acuerdos suscritos con varias ONG's como son Greenpeace, Amnistía Internacional y ACNUR, junto con la actividad desplegada por la iniciativa "12 meses 12 causas".

En lo que respecta a la elaboración del Informe de Responsabilidad Corporativa presentado a la Junta General a principios de año, el proceso ha seguido nuevamente las directrices marcadas por la Guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI), permitiendo calificarlo en la categoría A+. Además, este año también por primera vez Telecinco ha sometido a verificación su contenido externamente a través de una compañía independiente.

Madrid, 29 de julio de 2009

 D. Alejandro Echevarría Busquet	 D. Giuseppe Tringali	 D. Paolo Vasile	 D. Giuliano Adreani
 D. José Ramón Álvarez Rendueles	 D. Massimo Musolino	AUSENTE D. Pier Silvio Berlusconi	 D. Fedele Confalonieri
 D. Ángel Durándiz Adeva	 D. Marco Gibrdani	 D. Miguel Iraburu Elizondo	 D. Alfredo Messina
AUSENTE D. Borja de Prado Eulate	 D. Mario Rodríguez Valderas	 Dª Helena Revoredo Delvecchio	