

Sogecable

III Seminario de TMTs de Banesto Bolsa

Madrid, 17 Enero 2006

Esta presentación contiene expectativas futuras de la evolución operativa de la Sociedad sujetas a riesgos, incertidumbres y estimaciones. Las conclusiones basadas en expectativas y estimaciones no son garantía de cumplimiento futuro. Nuestros resultados pueden diferir significativamente de las estimaciones mostradas a continuación.

2005: Un gran avance para Sogecable

Avance cuantitativo

- Mejora de resultados operativos
- Incremento de la base de abonados de **DIGITAL+**
- Sinergias y aprovechamiento de recursos

Expansión y Racionalización

- Mejora de los vehículos financieros
- Racionalización del negocio de televisión de pago
- Entrada en mercado de televisión en abierto: **cuatro**

Un gran desarrollo cualitativo

Concentración de la actividad de pay-tv en **DIGITAL+**

- Migración acelerada de los abonados analógicos
- Incremento del atractivo de la oferta digital
- Unificación de actividades de marketing y gestión del clientes

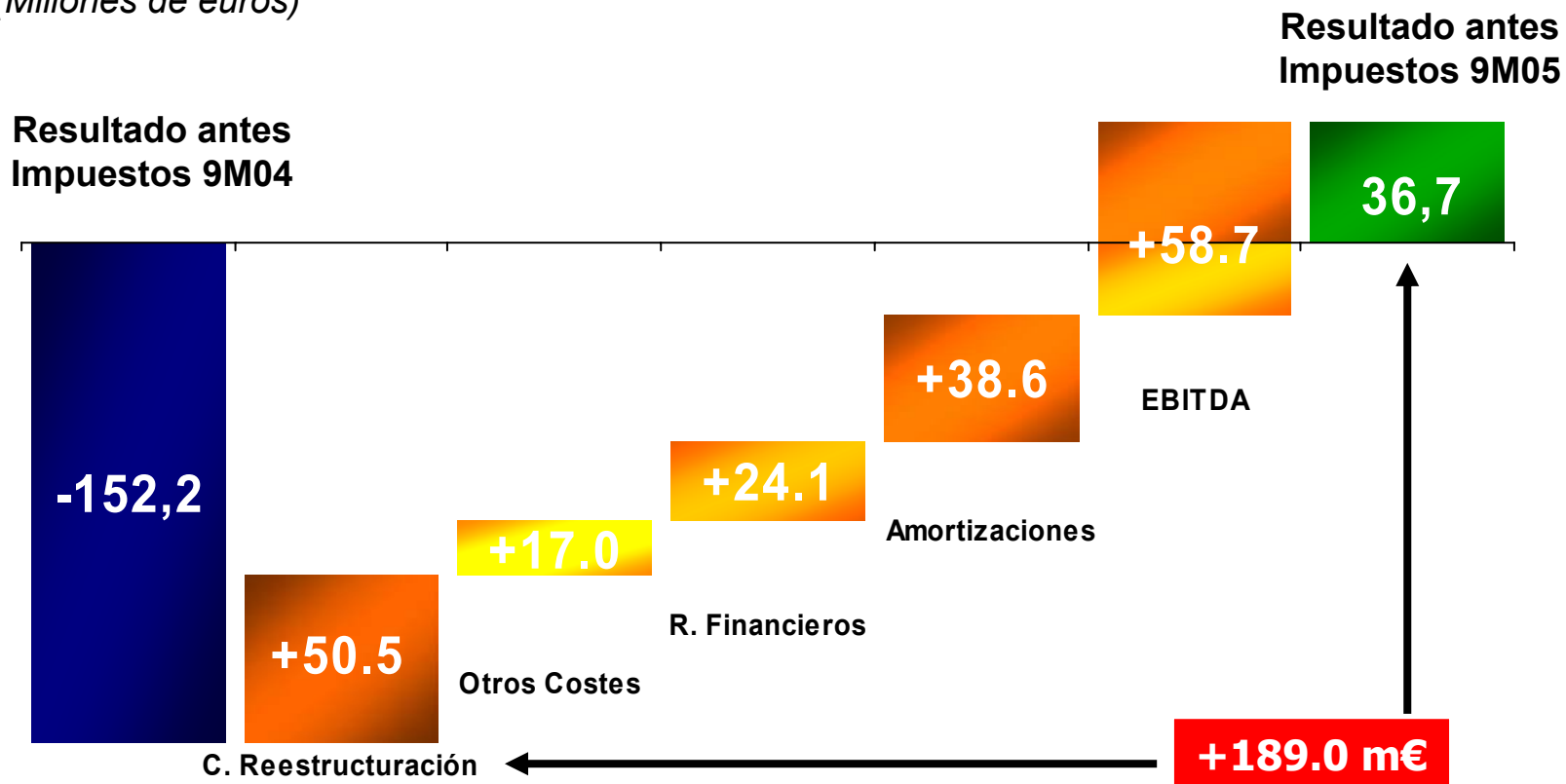
Lanzamiento de **cuatro**

- Posicionamiento del canal en el mercado
- Sinergias con el negocio de televisión de pago
- Positiva reacción de los miembros del mercado

Mejora de los resultados operativos

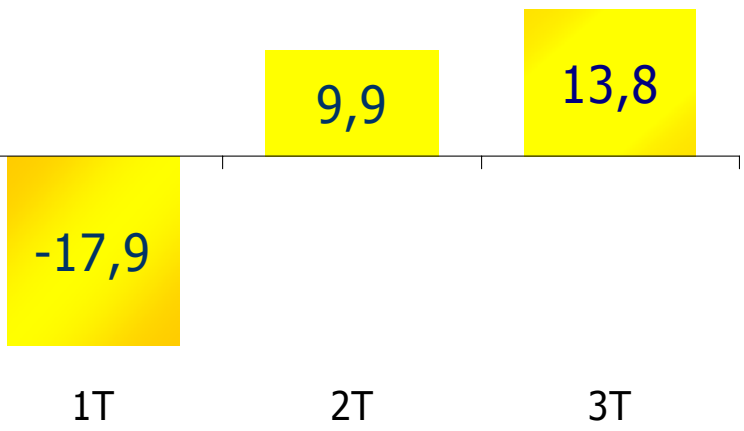
Mejora significativa en todas las variables económicas

(Millones de euros)

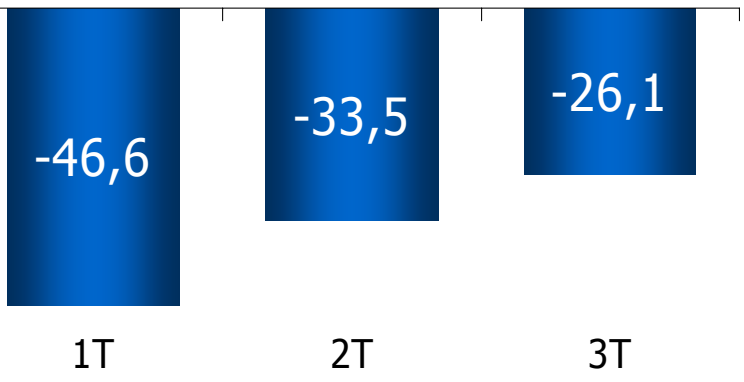


Sogecable entra en beneficios

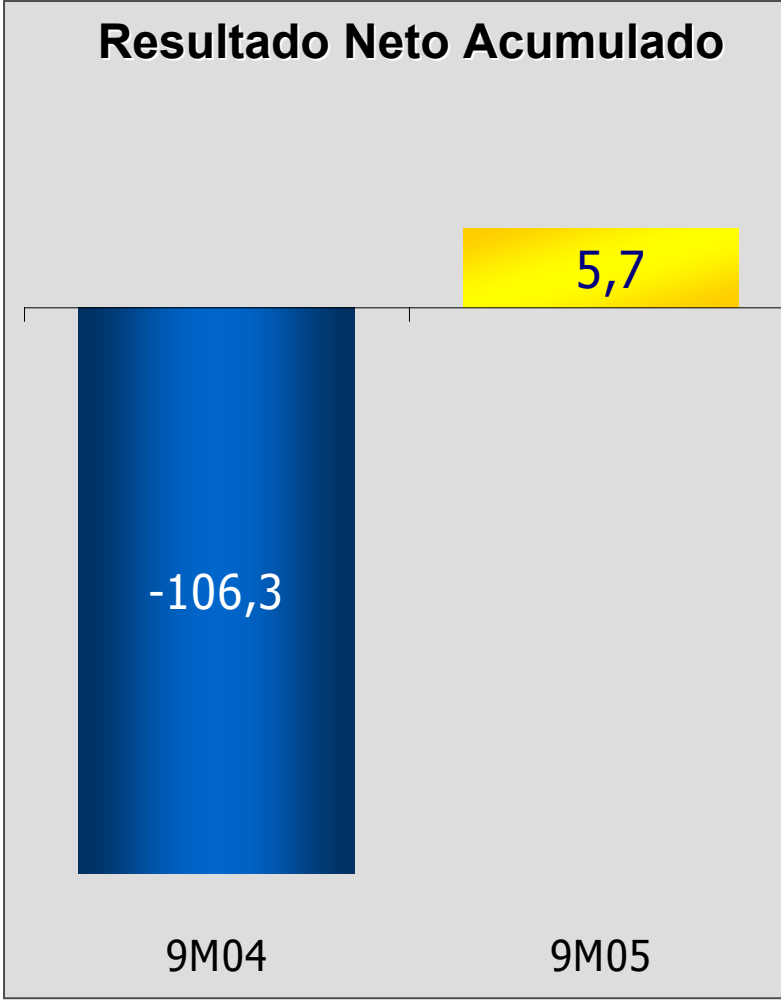
2005



2004



Resultado Neto Acumulado



Mejora de los vehículos financieros

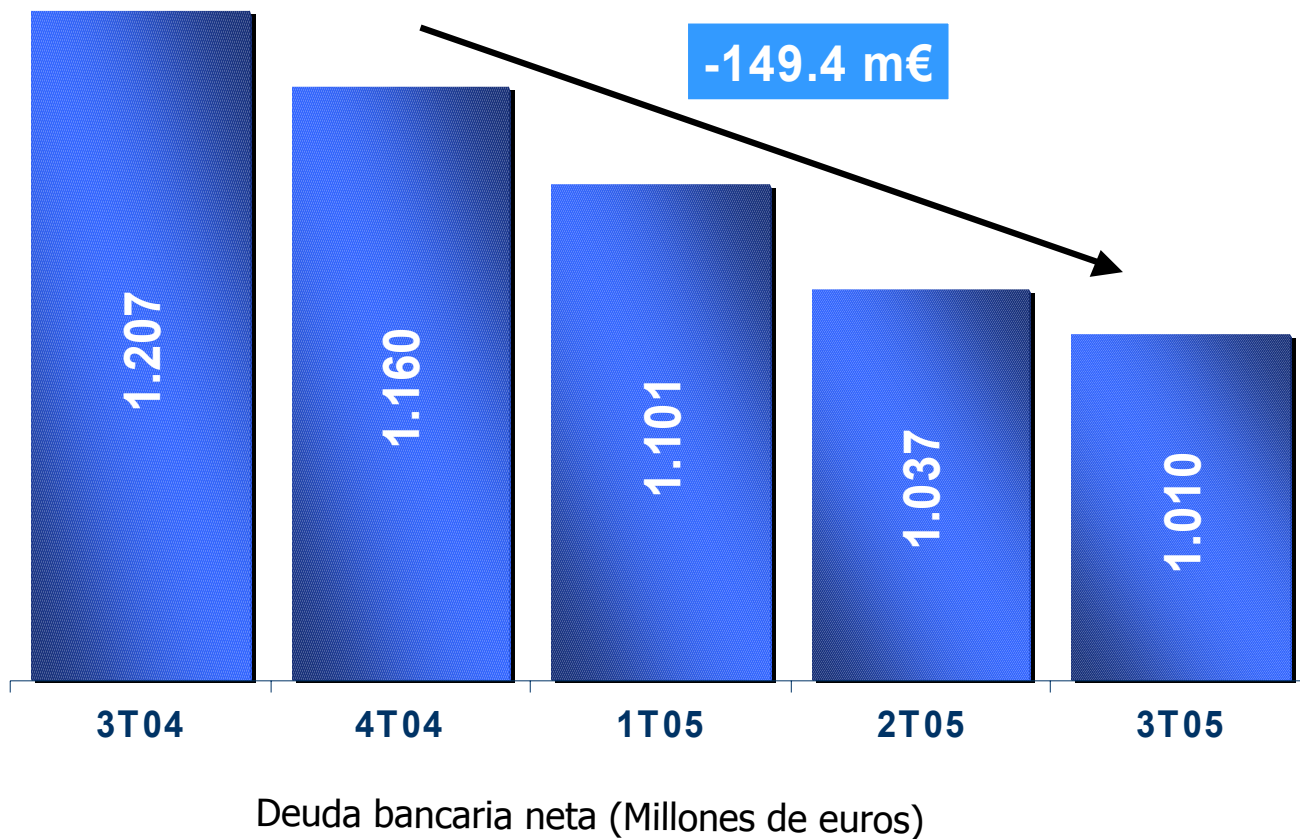
Nuevo préstamo sindicado de 1.200 mill €

	<u>Nuevo Préstamo</u>	<u>Préstamo Anterior</u>
Firma	15.Julio.2005	8.Agosto.2003
Importe (millones de euros)	1,200	1,350
Vencimiento	2011	2010
Margen inicial (bps)	95	250
Margen máximo (bps)	115	250
Margen mínimo (bps)	50	90

Cancelación de los préstamos participativos

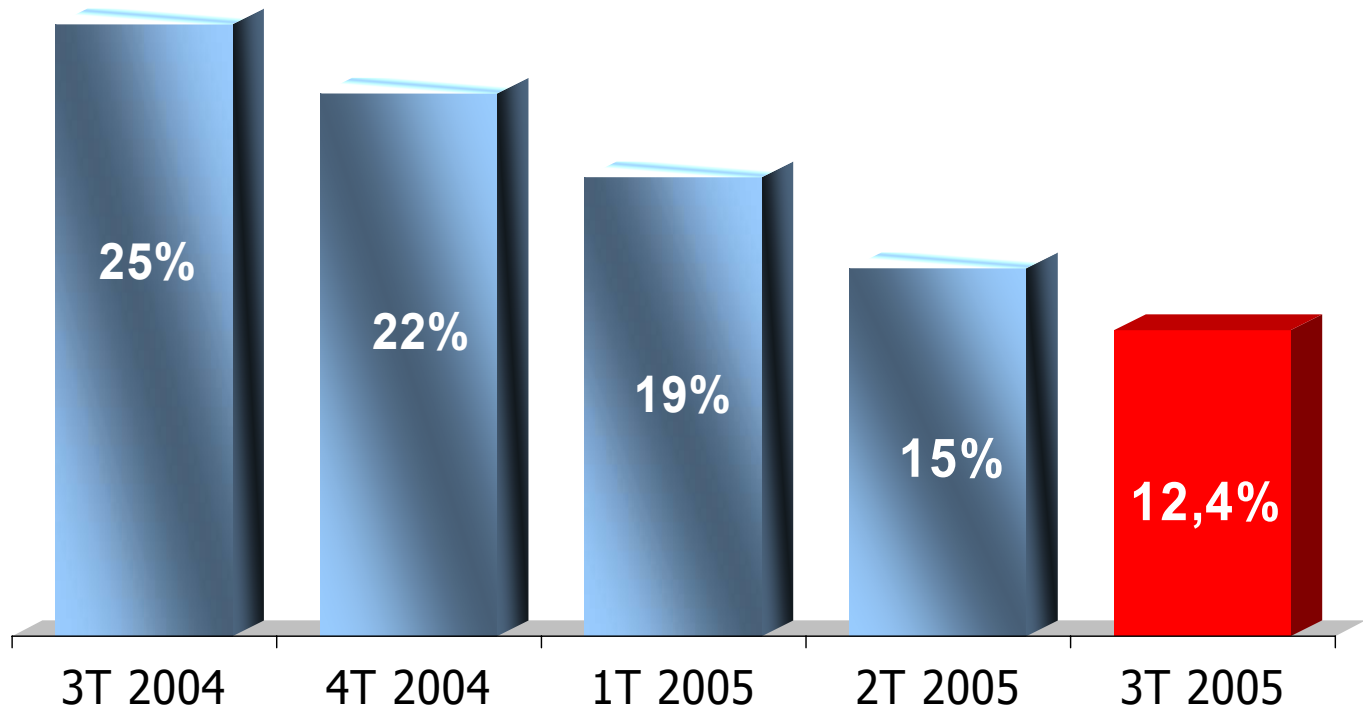
Reducción continuada de la deuda bancaria

Reducción del endeudamiento bancario en 149.4 mill €



Descenso de la tasa de cancelaciones

La reducción de las cancelaciones favorece el crecimiento neto de abonados

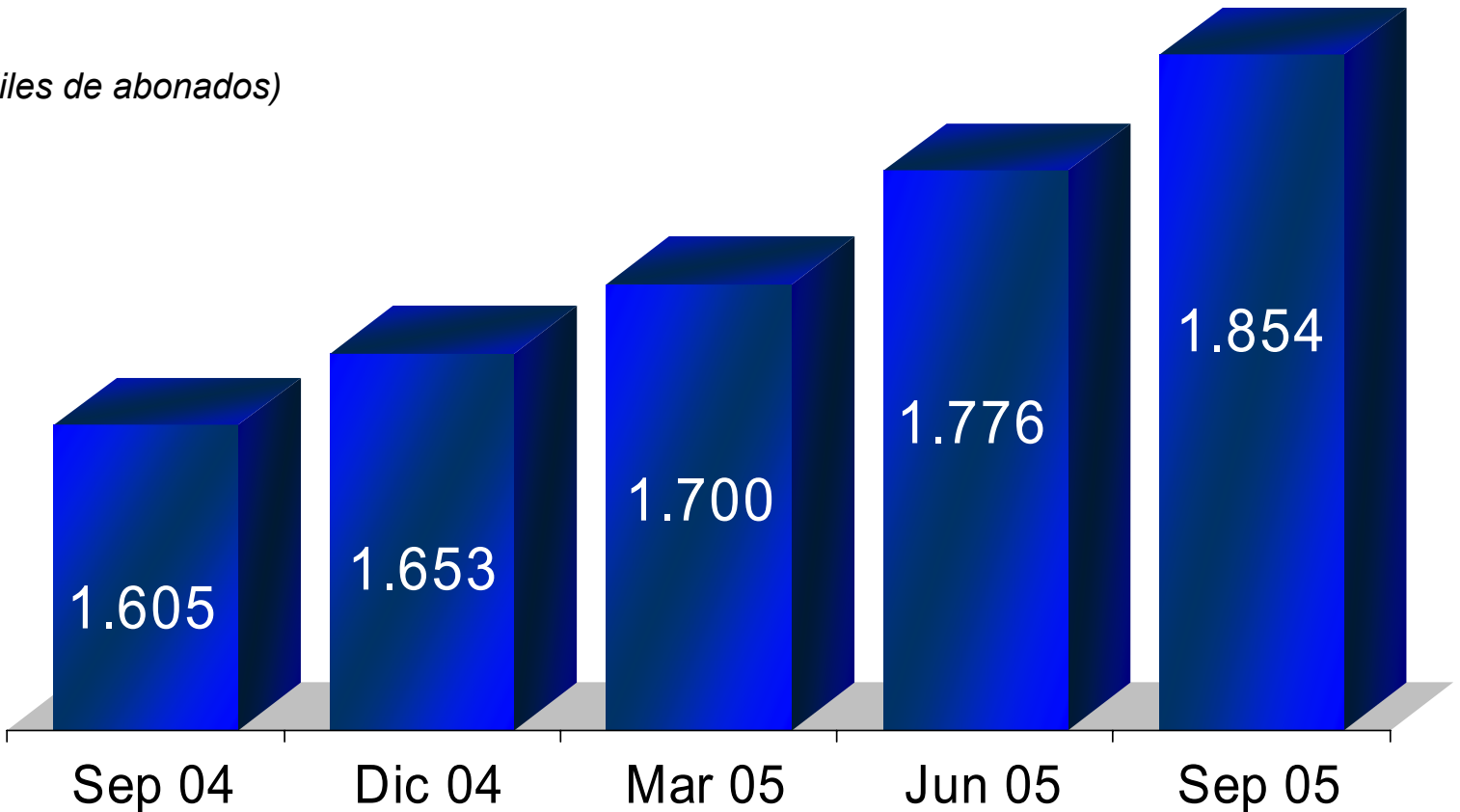


Tasa de bajas calculada sobre bajas de los doce meses anteriores

Incremento de la base de abonados de **DIGITAL +**

Aumento de 250.000 abonados en los últimos 12 meses

(Miles de abonados)



Nueva oferta Enero 2006 **DIGITAL+**

Básico +

CANAL+

DIGITAL

24.60 €

Selección +

CANAL+

ESTRENOS

CANAL+

FÚTBOL

CANAL+

INFANTIL

CANAL+

DOCUMENTAL

CANAL+

JOVEN

29.95 €

Superior +

CANAL+

TOTAL

DIGITAL+

FAMILIAR

44.78 €

Total +

DIGITAL+

TOTAL

57.51 €

Guidance 2008 **DIGITAL +**

	Septiembre 2005	Target 2008 E
Abonados	1.854.000	2.500.000
ARPU	€46.9	€47 – €50
<i>Hogares:</i>	<i>14,500,000</i>	<i>16,100,000</i>
<i>Penetración:</i>	<i>12.8%</i>	<i>15.5%</i>

Fuente primeras viviendas: Instituto Nacional de Estadística
Datos de 2005 acumulados a 30 de septiembre de 2005

Guidance 2008 **DIGITAL +**

	Septiembre 2005	Target 2008 E
Margen EBITDA	25%	32%-36%
Margen FCF	13.7%	26%-30%

Datos de 2005 acumulados a 30 de septiembre de 2005

Lanzamiento de **cuatro**

- Permite a Sogecable crecer dentro del sector audiovisual
- Positiva reacción de todos los actores del mercado
- Sinergias entre ambos negocios

cuatro

- Canal generalista
- Series, talk shows, comedia & otros contenidos de la televisión en abierto
- Programas producidos por los principales proveedores nacionales e internacionales
- Objetivo: mercado publicitario

CANAL+ **DIGITAL+**

- Servicio de televisión de pago
- Contenidos premium en exclusiva: acontecimientos deportivos y estrenos
- Oferta multi-canal líder indiscutible
- Modelo de suscripción



- Niveles de audiencia en línea con objetivos iniciales
- Positiva reacción de anunciantes, productoras y audiencia
- Rápido posicionamiento en el mercado atrayendo los segmentos preferidos por los anunciantes
- Lanzamiento permite buenas perspectivas de crecimiento

Equipo experimentado

Equipo de contenidos

- Profesionales con amplia experiencia y conocimiento del mercado en España
- Significativa apuesta por los informativos
- Equipo contrastado con éxitos previos en todos los géneros

Equipo de ventas

- Más de 10 años experiencia media
- Amplio conocimiento del mercado, sus agentes y sus catalizadores

Acuerdo con principales proveedores

Nacionales e internacionales

GLOBOMEDIA 



MEDIA 3:14



cuatro



DRIVE TV



GRUPO EUROPRODUCCIONES



LA LUPA



Datos iniciales de audiencia y targets 2006-2007

	Audiencia	Target comercial	Core target
Nov 2005	5,2%	6,9%	7,6%
Dic 2005	4,9%	6,3%	7,0%
Ene 2006*	5,0%	6,5%	6,9%
2006	Audiencias: 7% - 8%		
2007	Resultado Neto Operativo positivo		

Fuente Sofres

* Datos acumulados del 1-9 de enero de 2006

Perspectivas futuras de Sogecable

Incremento de la rentabilidad de la televisión de pago a través de **DIGITAL+**

- Lanzamiento de nuevas modalidades rentables de suscripción
- Reducción de la tasa de cancelaciones de abonados
- Incremento gradual de los niveles actuales de ARPU vía *upgrades*
- Importantes posibilidades en la renegociación de costes de contenidos

Expansión y crecimiento rentable en la televisión en abierto a través de **cuatro**

Maximización de sinergias y posibilidades de *cross-selling* entre ambas actividades

Sogecable

III Seminario de TMTs de Banesto Bolsa

Madrid, 17 Enero 2006