

la televisión de colores

*MEDIASET*españa.



Presentación de resultados semestrales 2012 (enero - junio)

Madrid, 26 de julio de 2012

1S12 resultados financieros

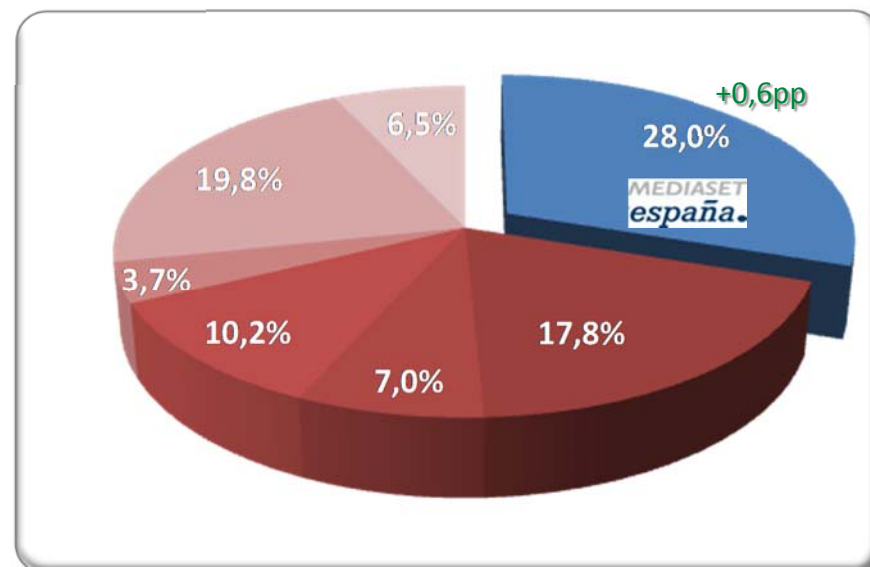
€Millones	1S12	1S11
Total ingresos netos	474,0	540,9
Total costes operativos	432,7	416,9
EBITDA recurrente adj*	41,3	124,0
Margen EBITDA recurrente	8,7%	22,9%
EBIT	32,0	102,4
Margen EBIT	6,8%	18,9%
Beneficio neto	37,6	81,5⁽¹⁾
BPA	0,093 €	0,200 €
Beneficio neto adj**	45,2	89,1
Posicion financiera	19,6	-85,6

*EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV y excluye : los elementos de costes no recurrentes

** Beneficio neto ajustado excluye el impacto de todos elementos no cash como la amortización de PPA (de Cuatro, Digital+ y Endemol)

(1) Beneficio neto 1S11 rectificado para reflejar el impacto de las amortizaciones de intangibles en Digital+, por un importe de -3,60 millones de Euros

1S12 – cuota de audiencia 24h TTV



1S12 – cuota de mercado publicitario

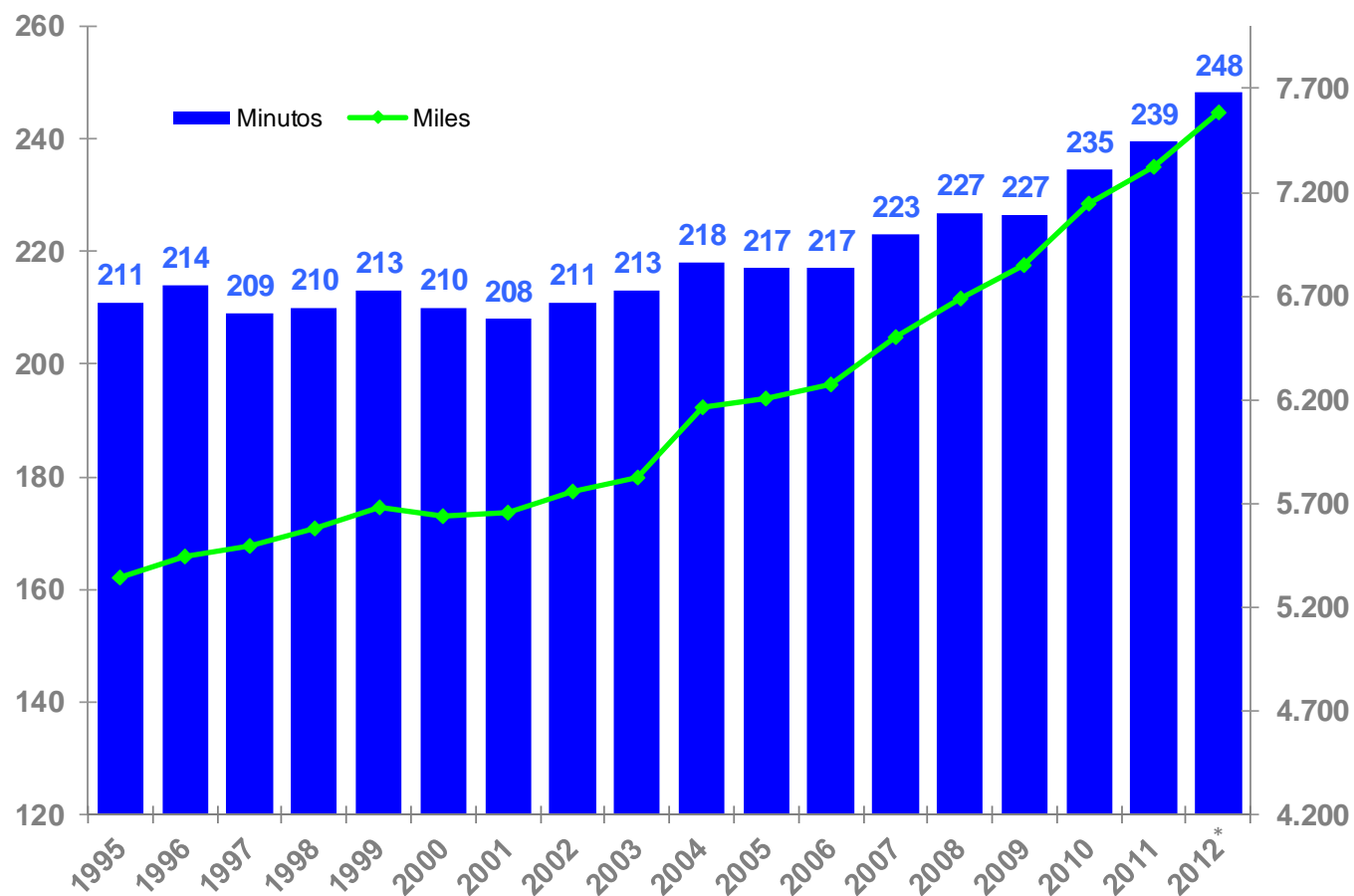




TELEVISIÓN



El consumo de TV crece constantemente: +31 minutos en los últimos 10 años

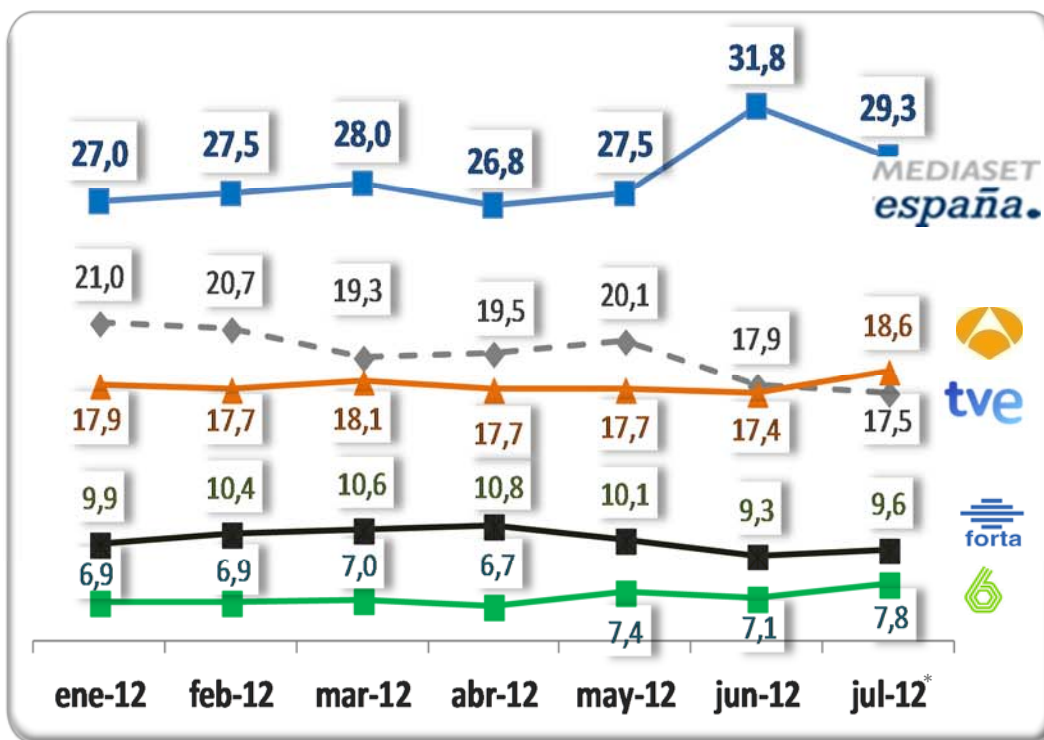


Años	Minutos	Miles
1995	211	5.343
1996	214	5.445
1997	209	5.493
1998	210	5.584
1999	213	5.678
2000	210	5.639
2001	208	5.660
2002	211	5.754
2003	213	5.824
2004	218	6.167
2005	217	6.205
2006	217	6.270
2007	223	6.502
2008	227	6.688
2009	227	6.848
2010	235	7.149
2011	239	7.319
2012*	248	7.585

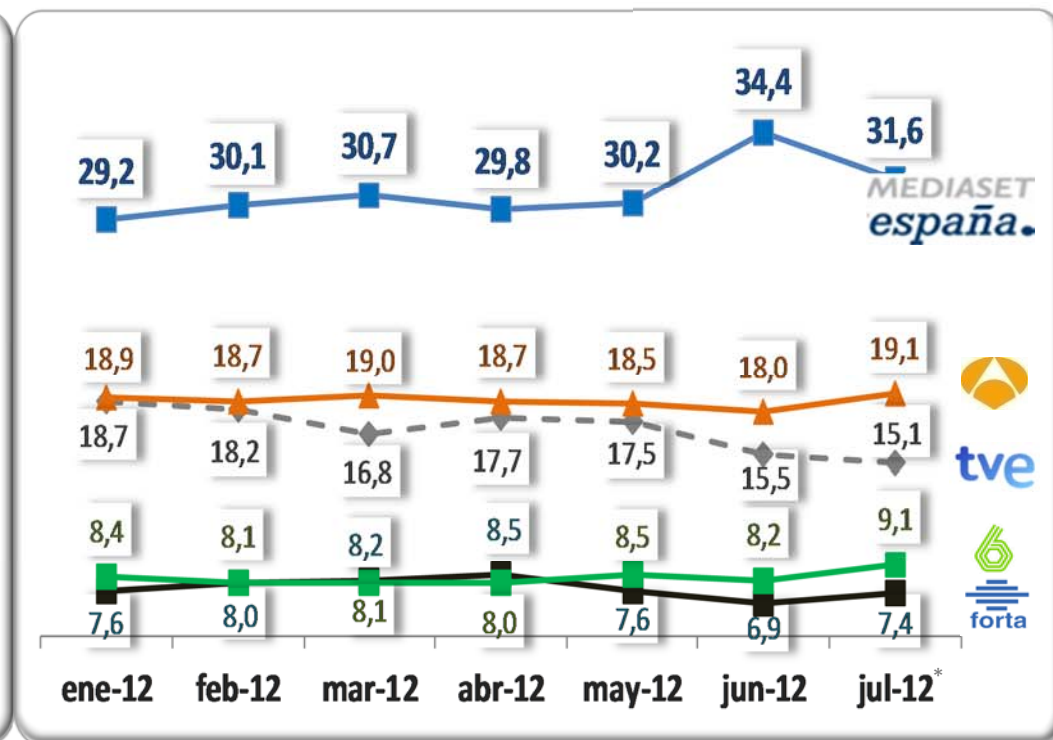
Fuente: Kantar media

* datos: promedio 1 de enero - 20 de julio 2012 (promedio mismo periodo 2011: 241,0 minutos y 7.359 miles de personas)

Mediaset España ha sido líder en audiencia consecutivamente durante los últimos 19 meses



Audiencia 24h Total Individuos

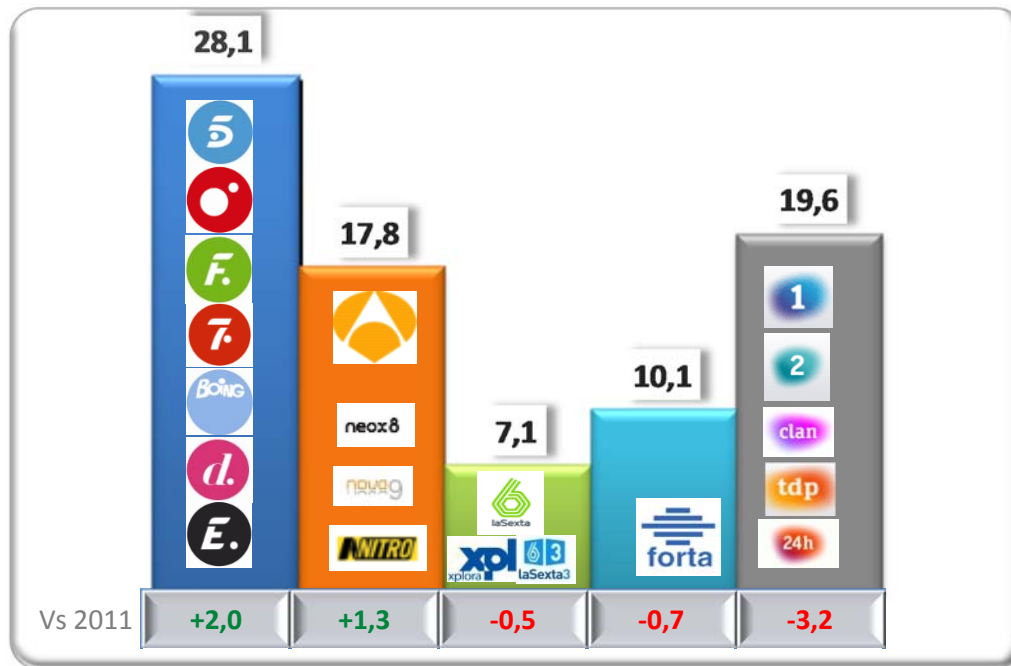


Audiencia 24h Target Comercial

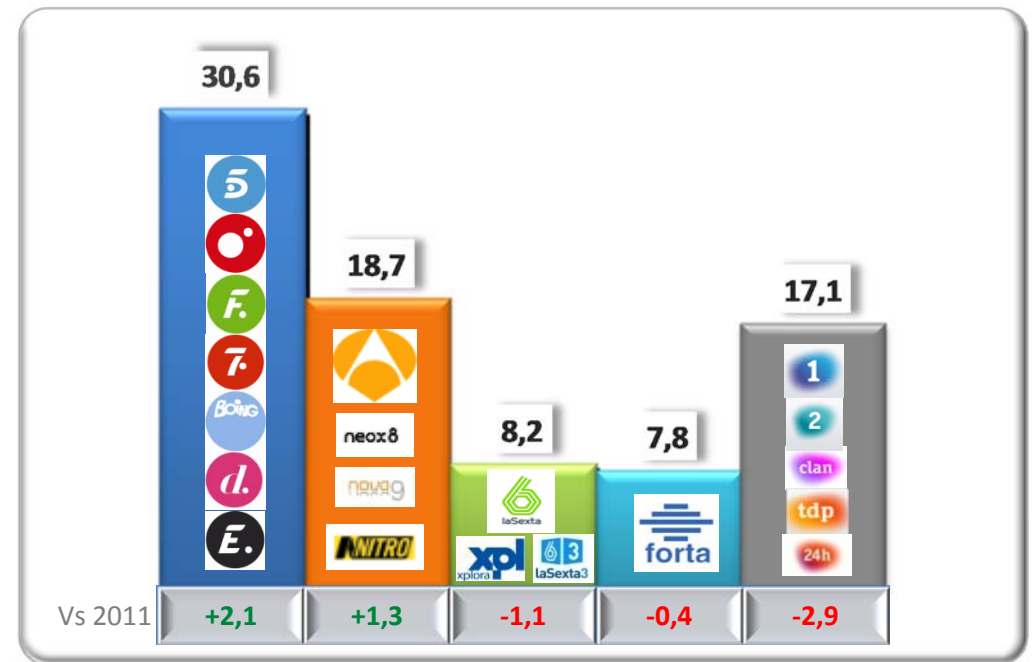
Fuente: Kantar media
 * datos: promedio 1 - 20 de julio

Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.

El grupo de canales de Mediaset españa incrementa audiencia (comparado con el mismo periodo de 2011) **ampliando su diferencial con los principales competidores, aun mas considerando la audiencia de target comercial**



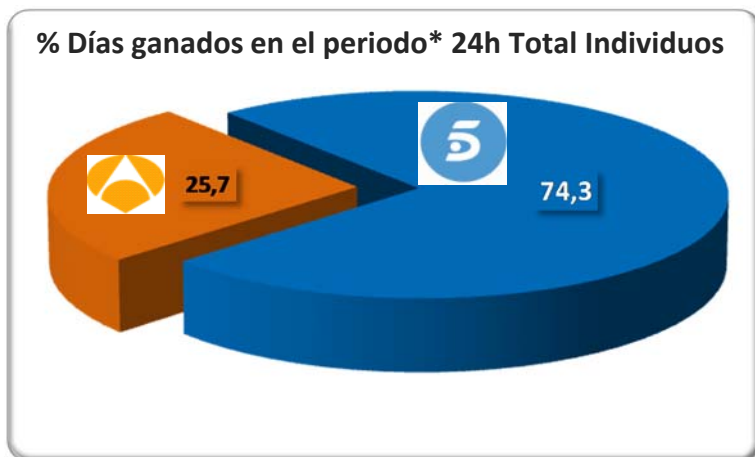
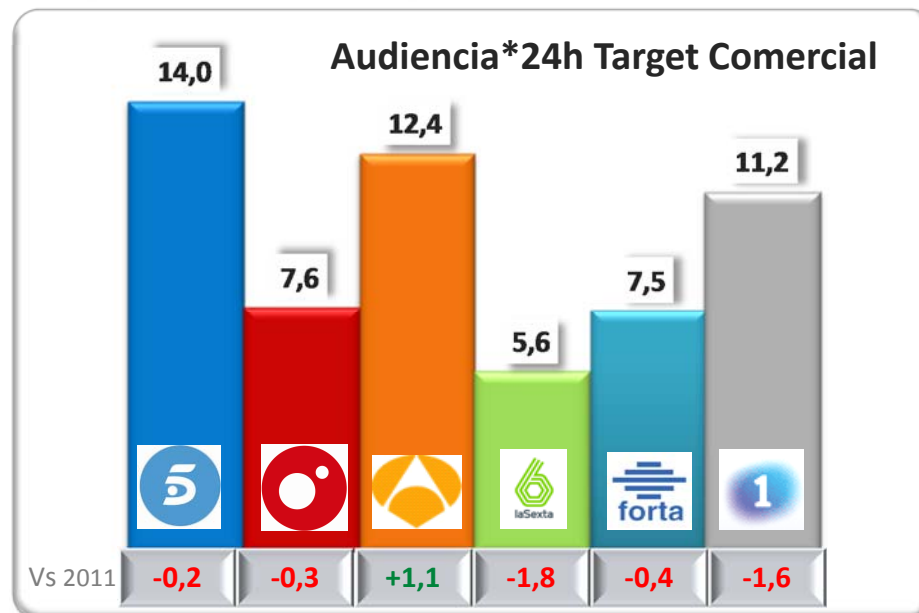
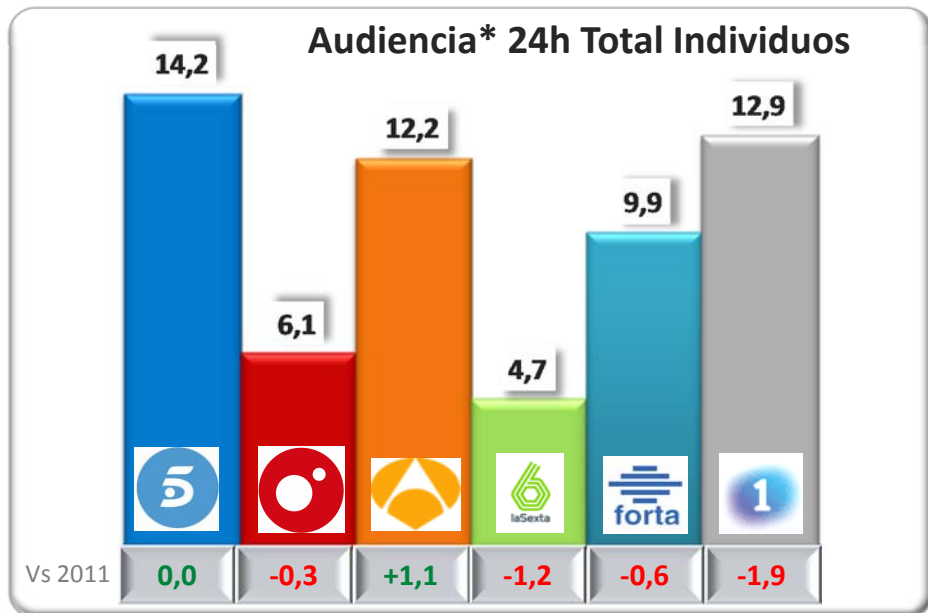
Audiencia* 24h Total Individuos



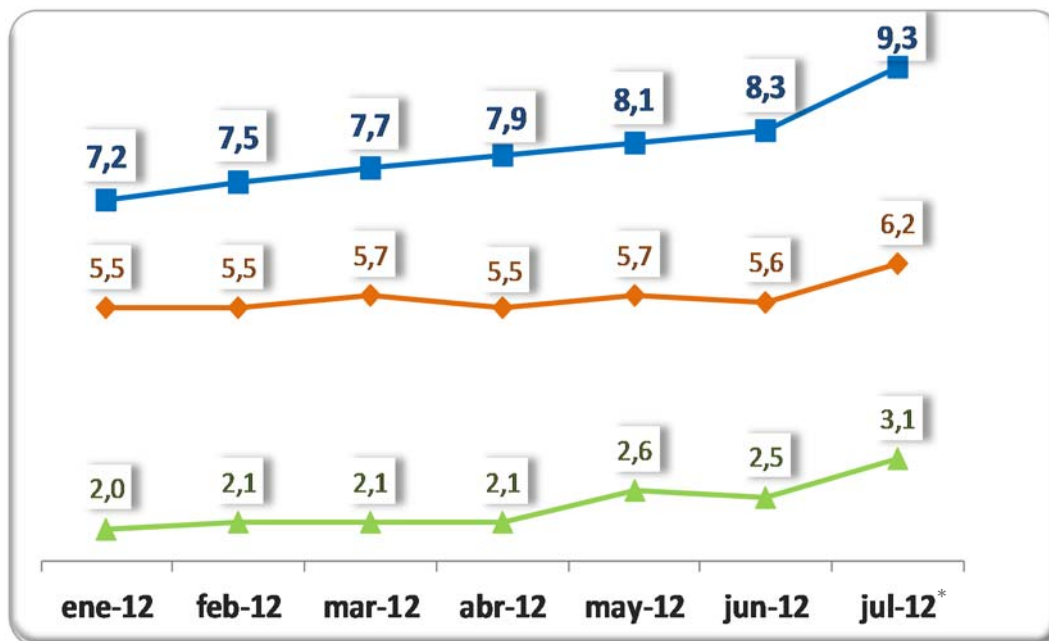
Audiencia* 24h Target Comercial

Fuente: Kantar media; * datos: promedio 1 de enero - 20 de julio
 Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.

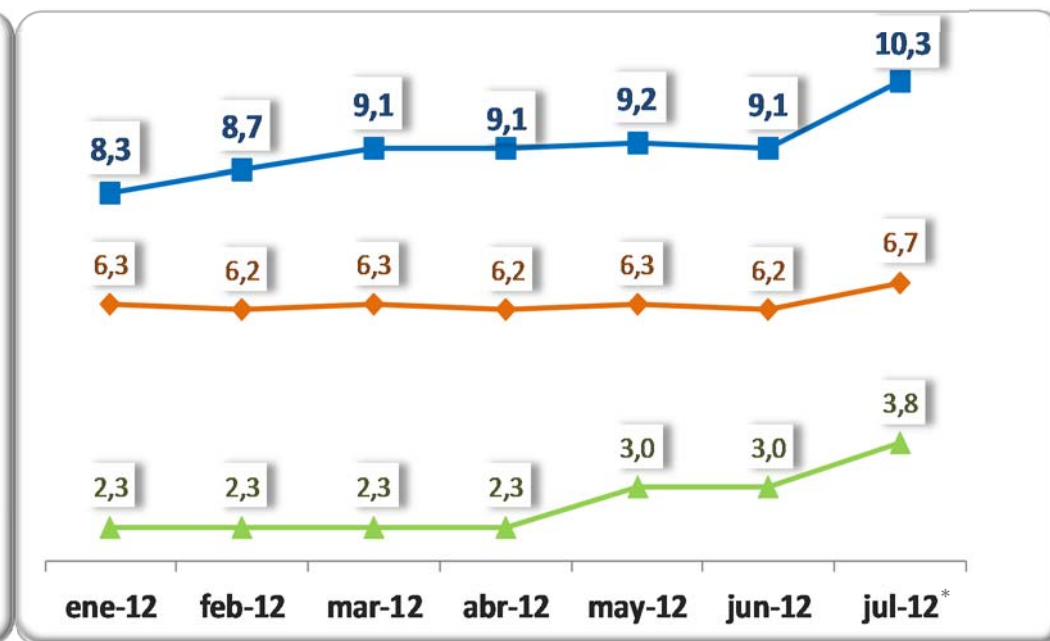
Telecinco y Cuatro son líderes respecto a sus respectivos competidores comerciales



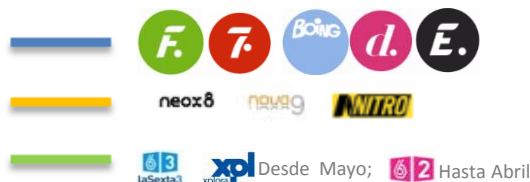
Los canales de segunda generación de Mediaset España incrementan su audiencia cada mes batiendo nuevos records



Audiencia 24h Total Individuos



Audiencia 24h Target Comercial



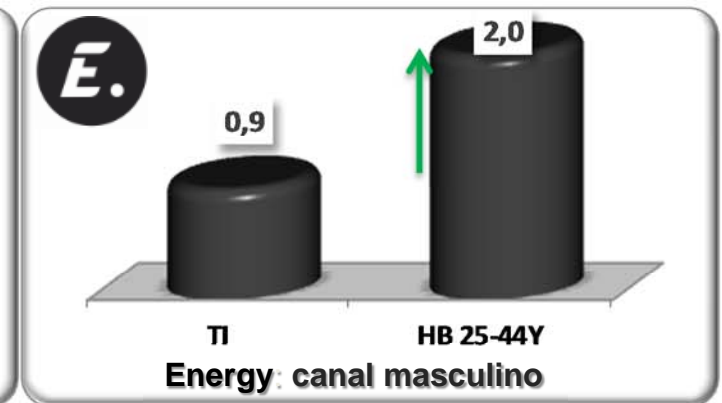
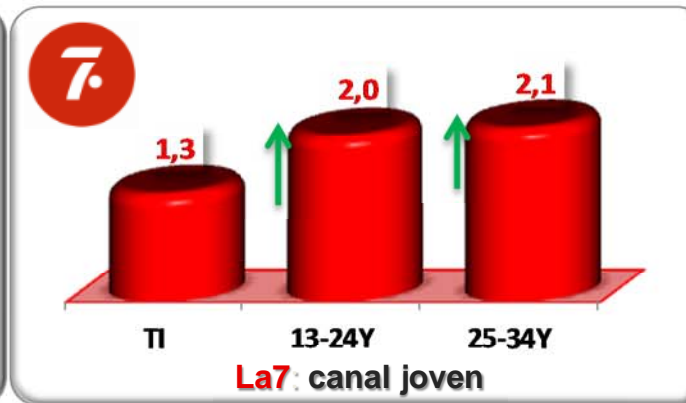
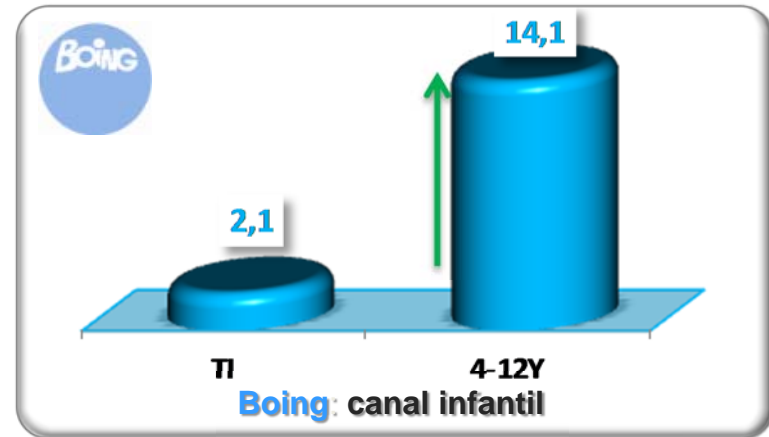
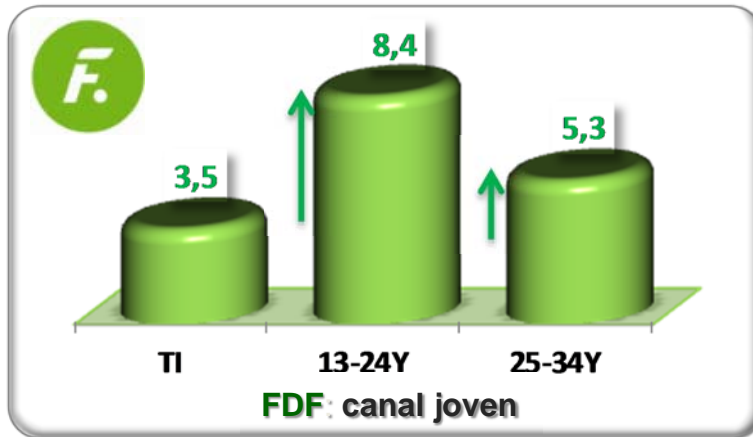
Desde Mayo; Hasta Abril

Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.

Fuente: Kantar media

* datos: promedio 1 - 20 de julio

Estrategia multicanal de MEDIASET: cada canal consigue excelentes resultados de audiencia en su core target



Fuente: Kantar Media

Datos: promedio 1 – 20 de julio

* Audiencia 24h total individuos

** Respecto a la audiencia 24h TI

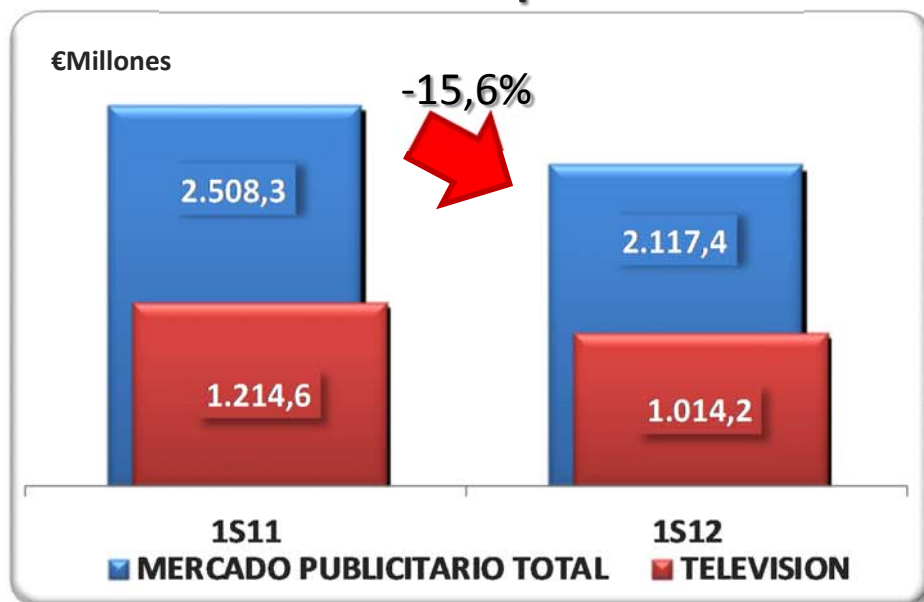


PUBLICIDAD

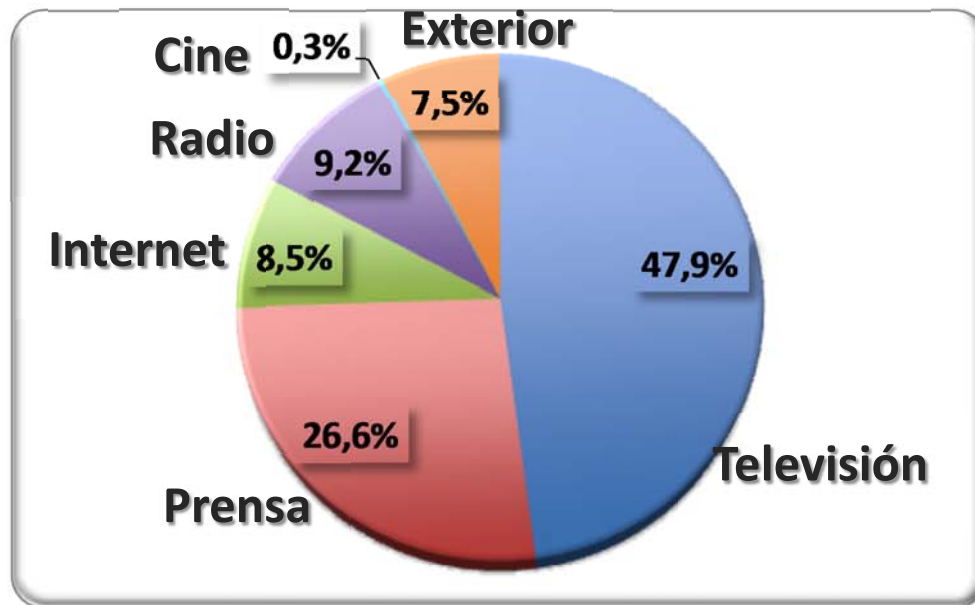


PUBLICIDAD

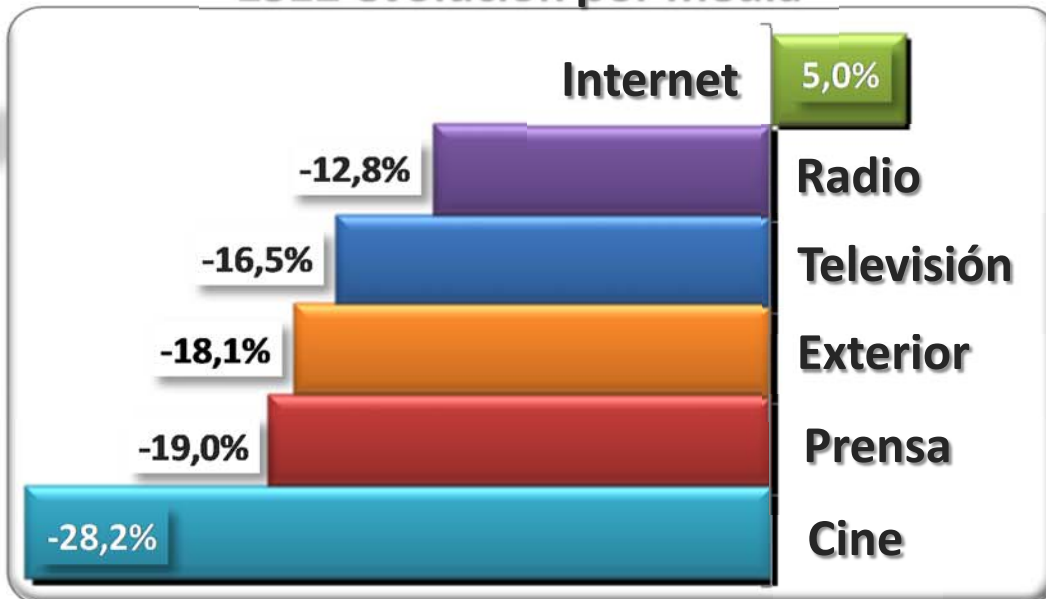
1S12 mercado publicitario



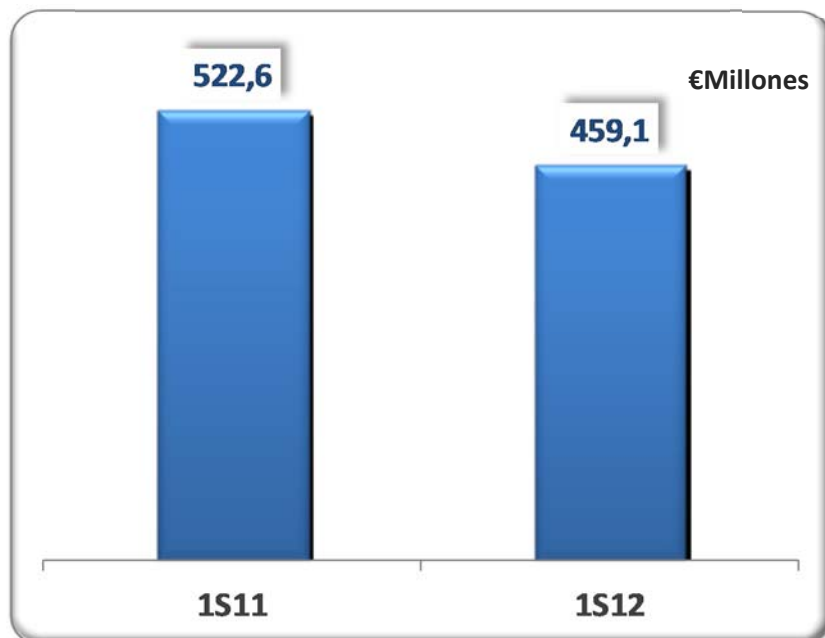
1S12 mercado publicitario por medio



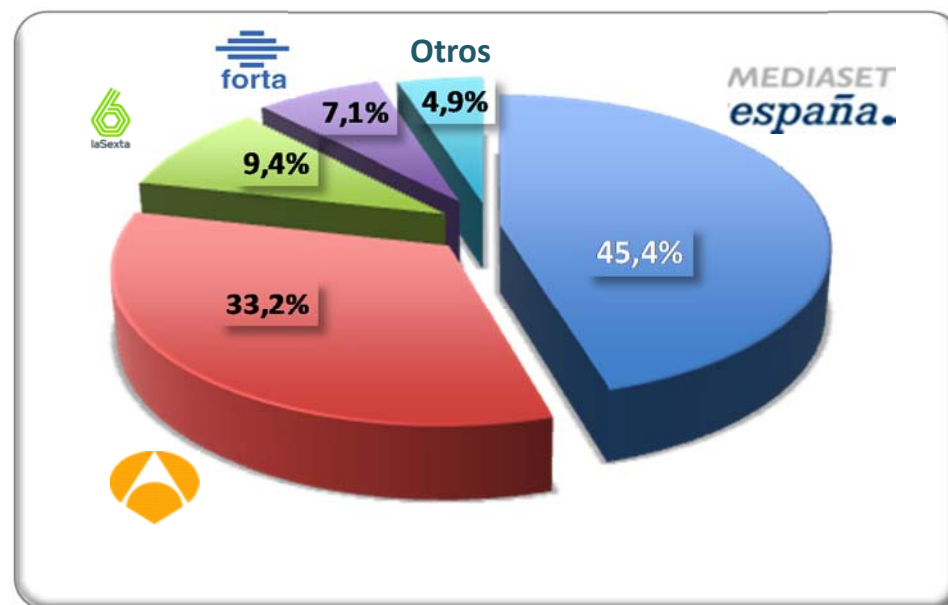
1S12 evolución por medio



Multiplex de Mediaset España Facturación publicitaria



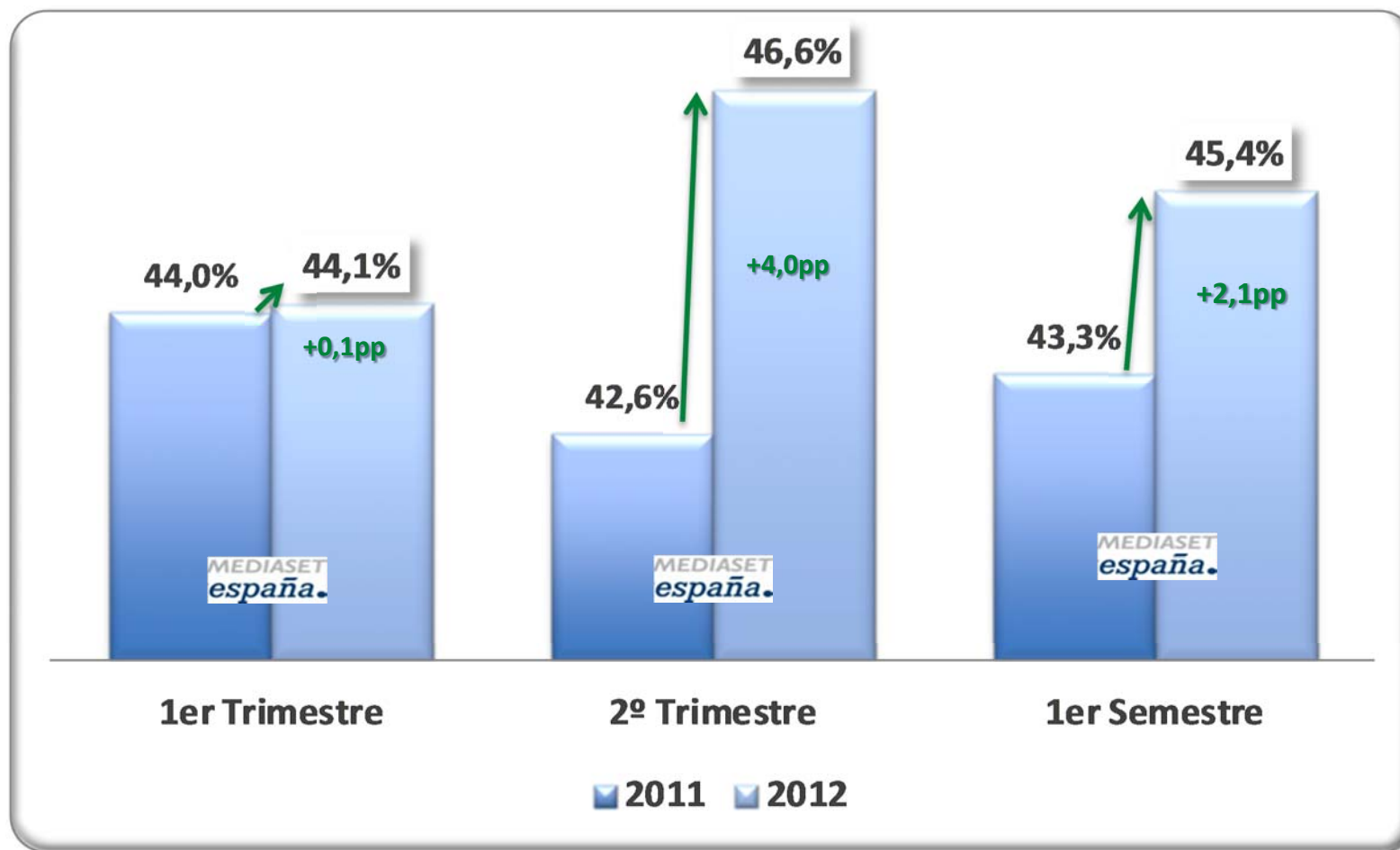
1S12 cuotas de mercado



1S12 estrategia comercial

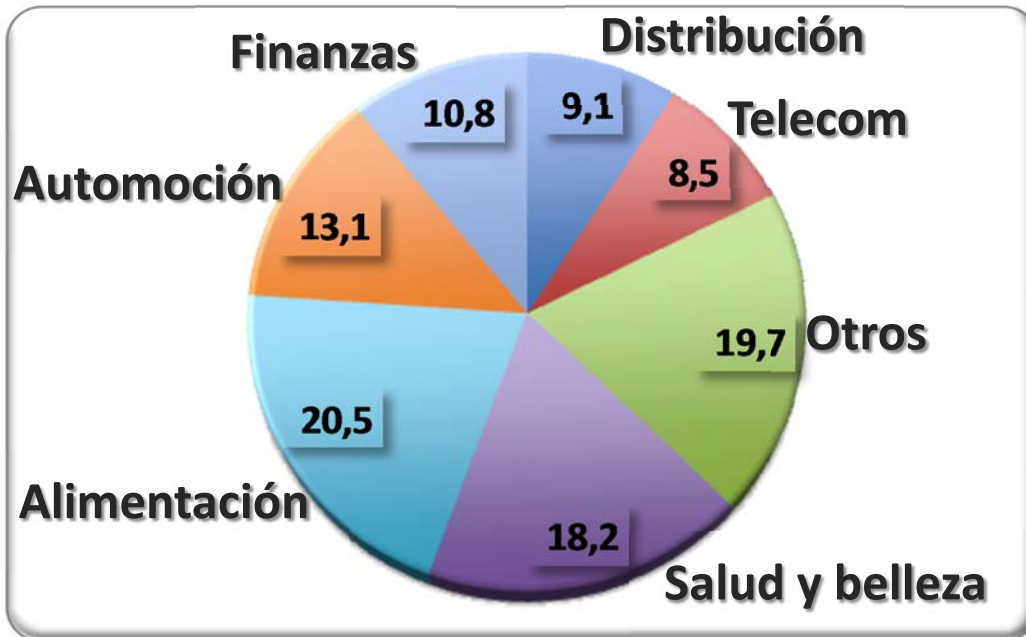
	Audiencia	Var %	Segundos	GRP (20'')	C/GRP's	Ingresos	Var %
	18,5%	+2,4%	+21,1%	+10,2%	-	-	-
	8,0%	+15,1%	+36,2%	+11,0%	-	-	-
	1,5%	+69,0%	-28,5%	+32,0%	-	-	-
	28,0%	+8,1%	+24,2%	+10,7%	-20,7%	€459,1m	-12,2%

La cuota de mercado publicitario de Mediaset España crece en 2012

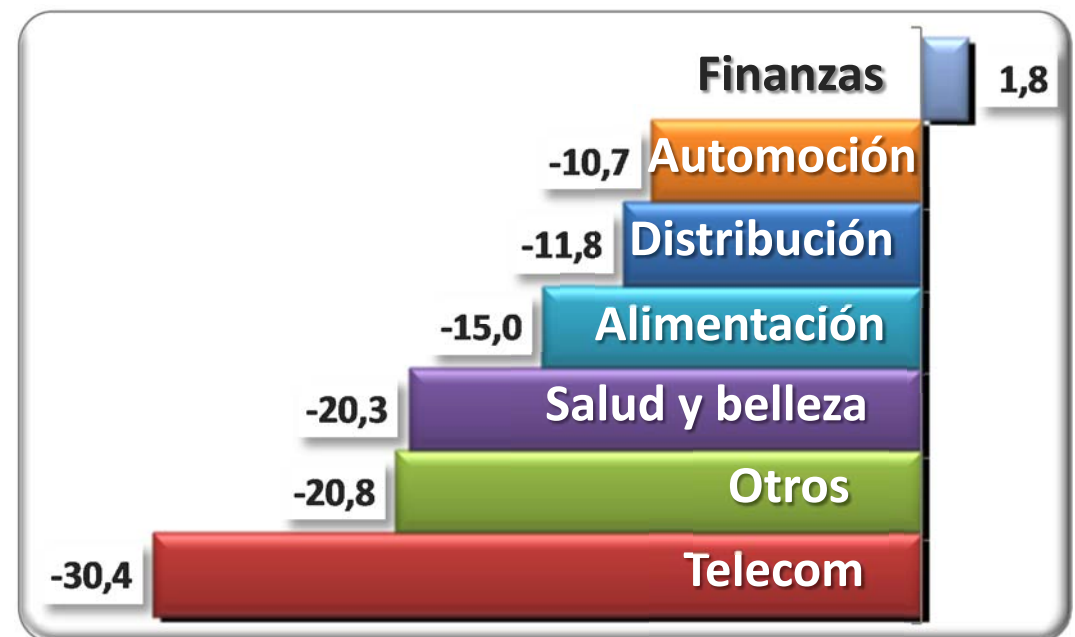


Mercado publicitario TV per sectores

1S12 cuotas de sectores de anunciantes
(% sobre total)



Evolución sectores %
(1S12 vs. 1S11)





RESULTADOS FINANCIEROS

1S12 resultados financieros consolidados

€Millones	1S12	1S11
Total ingresos netos	474,0	540,9
Total costes recurrentes	432,7	416,9
Personal	53,1	54,2
Consumo derechos TV	95,1	111,4
Otros costes operativos	284,5	251,3
EBITDA ajustado (1) recurrente	41,3	124,0
Costes no recurrentes	-	12,7
EBITDA adj (1)	41,3	111,3
Amortización PPA	4,0	4,0
Amortización y Depreciación	5,3	4,9
EBIT	32,0	102,4
Beneficio Antes de Impuestos	37,3	99,7*
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	37,6	81,5*
BPA	0,093 €	0,200 €*
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	45,2	89,1
EBITDA recurrente adj/ Ingresos netos	8,7%	22,9%
EBITDA/ Ingresos netos	8,7%	20,6%
EBIT/ Ingresos netos	6,8%	18,9%
Beneficio neto/ Ingresos netos	7,9%	15,1%*
Beneficio neto ajustado/ ingresos netos	9,5%	16,5%

(1) Después de consumos de derechos TV

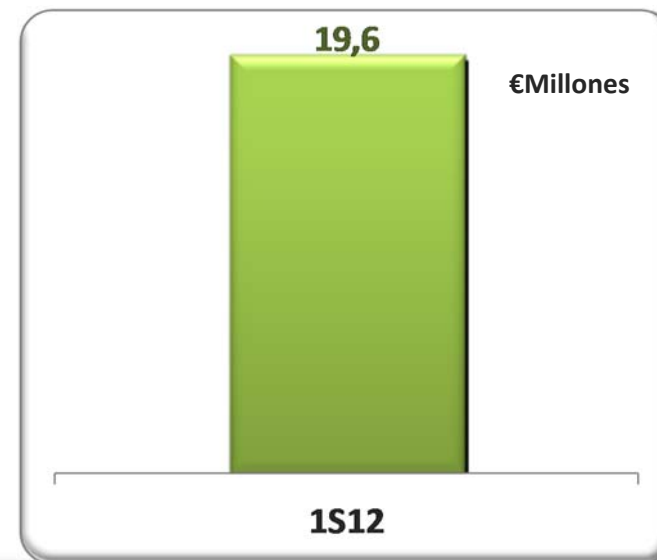
(2) Excluyendo el impacto neto de la amortización resultante del PPA de Cuatro, Digital+ y de Endemol

* Beneficio antes de impuestos, Beneficio neto 1S11 rectificado para reflejar el impacto de las amortizaciones de intangibles en Digital+, por un importe de -3,60 millones de Euros

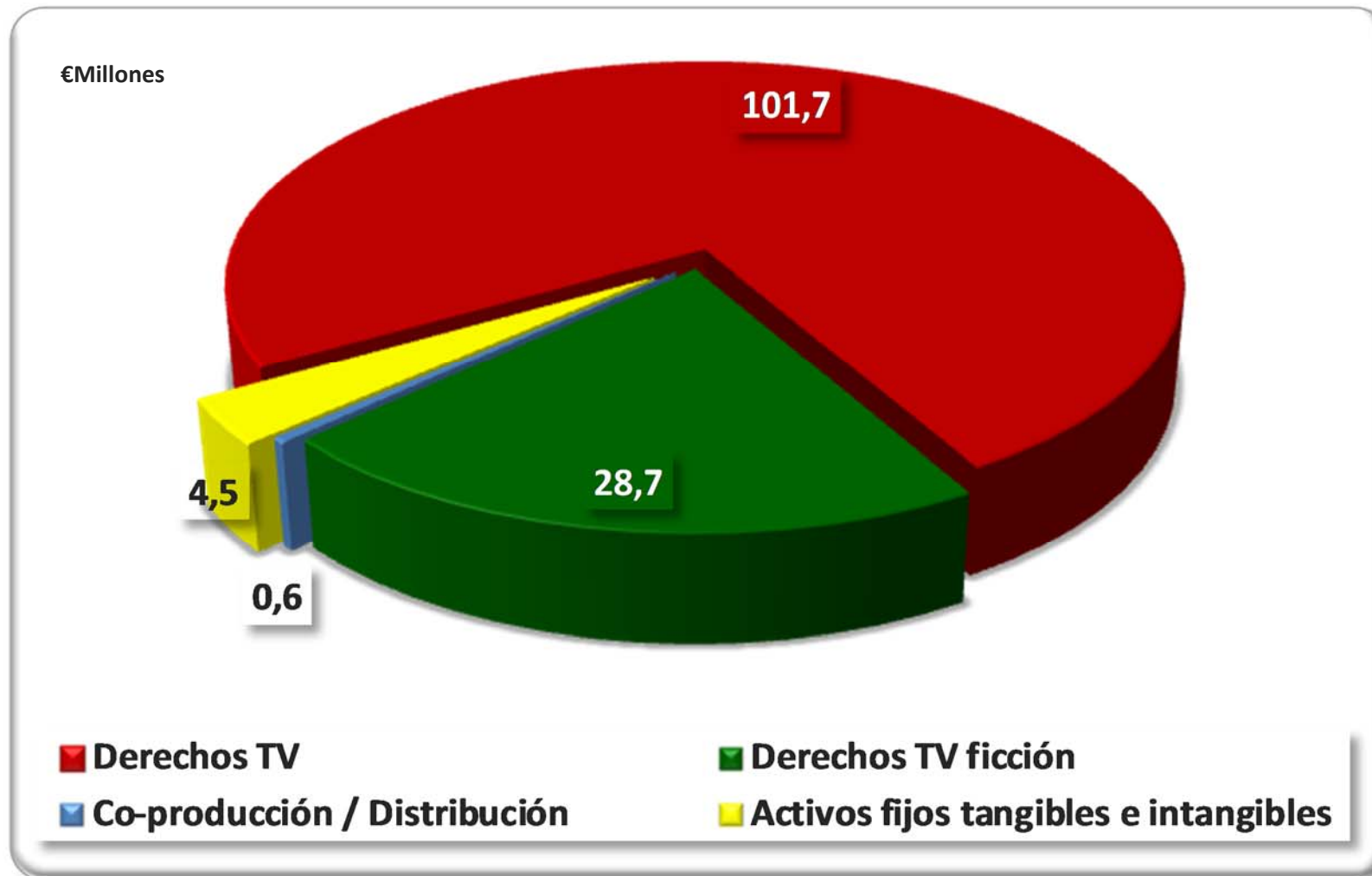
1S12 flujos de caja consolidados

€Millones	1S12	1S11
Posición Financiera Neta Inicial	26,5	-28,0
Cash Flow Libre	-12,8	60,4
Cash Flow Operativo	136,9	212,3
Inversiones Netas	-135,5	-151,6
Variación Fondo de Maniobra	-14,3	-0,2
Movimiento Patrimonio	0,3	0,4
Inversiones Financieras	47,7	19,9
Dividendos cobrados	13,2	1,9
Dividendos pagados	-55,3	-140,2
Incremento Neto de Posición Financiera	-6,9	-57,6
Posición Financiera Neta Final	19,6	-85,6

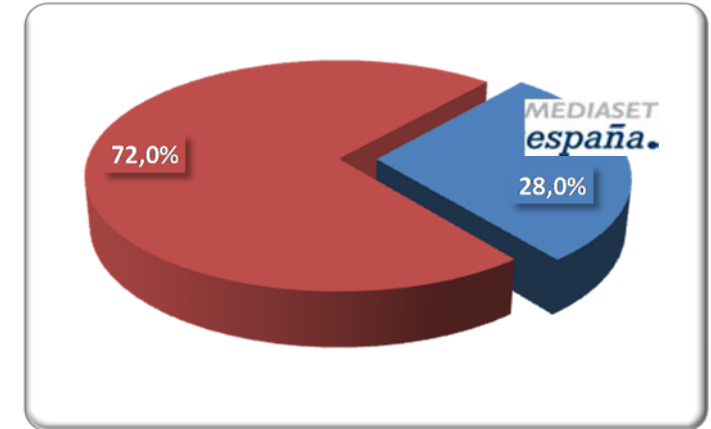
Posición financiera neta



**1S12 total inversiones netas:
€135,5 millones (1S11: €151,6m)**



1S12 – cuota de audiencia 24h TTV

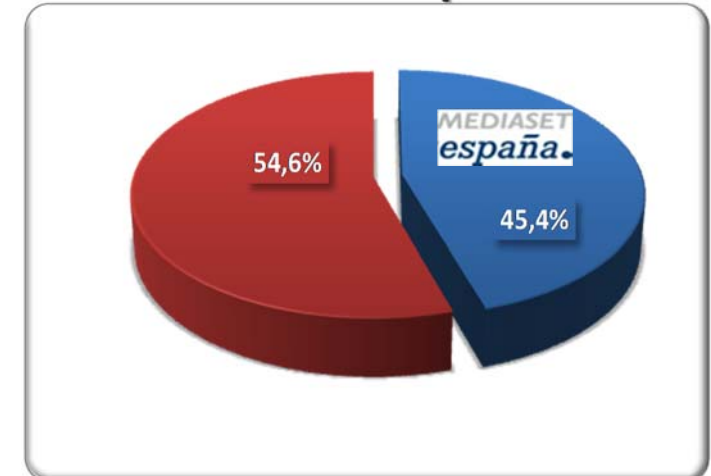


Mediaset españa confirma sus liderazgos:

Lideres en audiencia (28,0% en TI y 30,6% en TC)

Lideres en publicidad (45,4%)

1S12 – cuota de mercado publicitario



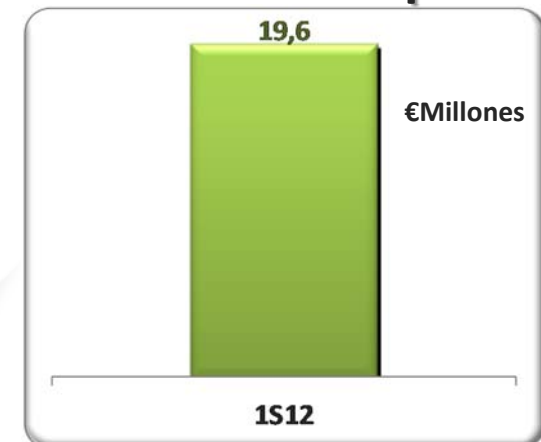
Mediaset españa pone en valor sus puntos de fuerza :

Control de costes

Solidez de balance

Ausencia de deuda

Net cash position





UEFA
**EUROPA
LEAGUE**



5 28,5% Audiencia
0 13,4% Audiencia

1S12 HIGHLIGHTS

MEDIASET
SPORT
5 **0** **E.**



5 48,9% Audiencia
0 15,9% Audiencia

TALISMANOS

5 22,1% Audiencia



0 11,9% Audiencia





BACK UP



1S12 cuentas de perdidas y ganancias consolidadas (I)

€Millones	1S12	1S11	Var %
Ingresos brutos de publicidad	478,5	540,0	-11,4%
- Multiplex Mediaset España	459,1	522,6	-12,2%
- Otros	19,4	17,4	11,4%
Descuentos	-28,3	-31,4	-9,8%
Ingresos netos de publicidad	450,1	508,6	-11,5%
Otros ingresos	23,9	32,3	-26,2%
TOTAL INGRESOS NETOS	474,0	540,9	-12,4%
Personal	53,1	54,2	-2,1%
Consumo de derechos TV	95,1	111,4	-14,6%
Otros costes operativos	284,5	251,3	13,2%
<i>Total costes (1)</i>	<i>432,7</i>	<i>416,9</i>	<i>3,8%</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	41,3	124,0	-66,7%
EBITDA adj/Total ingresos netos	8,7%	22,9%	
Costes no recurrentes (2)	0,0	12,7	n.a.
EBITDA adj*	41,3	111,3	-62,9%

* Después consumo de derechos

1S12 cuentas de perdidas y ganancias consolidadas (II)

€Millones	1S12	1S11	Var %
EBITDA adj*	41,3	111,3	-62,9%
Amortización de PPA (3)	4,0	4,0	0,0%
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	5,3	4,9	6,5%
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>442,0</i>	<i>438,5</i>	<i>0,8%</i>
EBIT	32,0	102,4	-68,7%
EBIT/Total ingresos netos	6,8%	18,9%	
Res. Participadas y depr. Activos financieros	3,5	-5,2 ⁽¹⁾	n.a.
Resultados financieros	1,8	2,5	-25,9%
BAI	37,3	99,7⁽¹⁾	-62,5%
Impuestos de sociedades	0,0	-18,1	-100,0%
Intereses minoritarios	0,3	0,0	n.a.
Beneficio neto	37,6	81,5⁽¹⁾	-53,8%
Beneficio neto ajustado**	45,2	89,1	-49,2%
BPA	0,093 €	0,200 € ⁽¹⁾	
BPA ajustado**	0,111 €	0,219 €	
Beneficio neto/Total ingresos netos	7,9%	15,1%⁽¹⁾	
Beneficio neto adj/Ttotal ingresos netos	9,5%	16,5%	

* Después consumo de derechos

**Excluyendo el impacto de amortización del PPA de Cuatro, Digital+ y Endemol

(1) Res. Participadas, BAI, Beneficio neto 1S11 rectificado para reflejar el impacto de las amortizaciones de intangibles en Digital+, por un importe de -3,60 millones de Euros

1S12 balance de situación consolidado

€Millones	1S12	2011
Inmovilizado	1.053,0	1.123,1
-Financiero	760,4	825,9
-No Financiero	292,6	297,2
Derechos Audiovisuales y Anticipos	296,6	261,0
-Derechos de Terceros	221,9	186,5
-Ficción	30,5	29,3
-Co-producción / distribución	44,2	45,1
Impuesto Anticipado	177,6	158,1
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.527,2	1.542,2
Activo Corriente	248,7	302,9
Activo Financiero y Tesorería	63,6	114,4
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	312,3	417,3
TOTAL ACTIVO	1.839,5	1.959,4
Fondos Propios	1.408,2	1.425,8
Provisiones	27,6	29,3
Acreeedores no corrientes	9,8	5,5
Pasivo Financiero no corriente	16,2	0,1
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	53,6	34,9
Acreeedores Corrientes	349,8	410,9
Pasivo Financiero Corriente	27,9	87,8
TOTAL PASIVO CORRIENTE	377,7	498,7
TOTAL PASIVO	1.839,5	1.959,4

2T12 cuentas de perdidas y ganancias consolidadas (I)

€Millones	2T12	2T11	Var %
Ingresos brutos de publicidad	257,2	272,8	-5,7%
- Multiplex Mediaset España	247,1	264,3	-6,5%
- Otros	10,1	8,5	18,6%
Descuentos	-15,4	-16,0	-3,9%
Ingresos netos de publicidad	241,8	256,9	-5,8%
Otros ingresos	14,2	17,9	-21,1%
TOTAL INGRESOS NETOS	256,0	274,8	-6,8%
Personal	27,2	27,2	0,2%
Consumo de derechos TV	41,6	61,2	-32,1%
Otros costes operativos	170,3	126,4	34,8%
<i>Total costes (1)</i>	<i>239,1</i>	<i>214,7</i>	<i>11,4%</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	16,9	60,1	-71,9%
EBITDA adj/Total ingresos netos	6,6%	21,9%	
Costes no recurrentes (2)	0,0	0,2	0,0%
EBITDA adj*	16,9	59,9	-71,8%

* Después consumo de derechos

2T12 cuentas de perdidas y ganancias consolidadas (II)

€Millones	2T12	2T11	Var %
EBITDA adj*	16,9	59,9	-71,8%
Amortización de PPA (3)	2,0	2,0	0,0%
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	3,3	2,1	53,7%
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>244,4</i>	<i>219,0</i>	<i>11,6%</i>
EBIT	11,6	55,8	-79,2%
EBIT/Total ingresos netos	4,5%	20,3%	
Res. Participadas y depr. Activos financieros	4,8	-6,9 ⁽¹⁾	n.a.
Resultados financieros	-0,1	0,0	n.a.
BAI	16,3	48,9⁽¹⁾	-66,7%
Impuestos de sociedades	0,0	-7,4	-100,0%
Intereses minoritarios	0,1	0,0	n.a.
Beneficio neto	16,4	41,5⁽¹⁾	-60,4%
Beneficio neto ajustado**	20,2	47,1	-57,0%
BPA	0,040 €	0,102 € ⁽¹⁾	
BPA ajustado**	0,050 €	0,116 €	
Beneficio neto/Total ingresos netos	6,4%	15,1%⁽¹⁾	
Beneficio neto adj/Ttotal ingresos netos	7,9%	17,1%	

* Después consumo de derechos

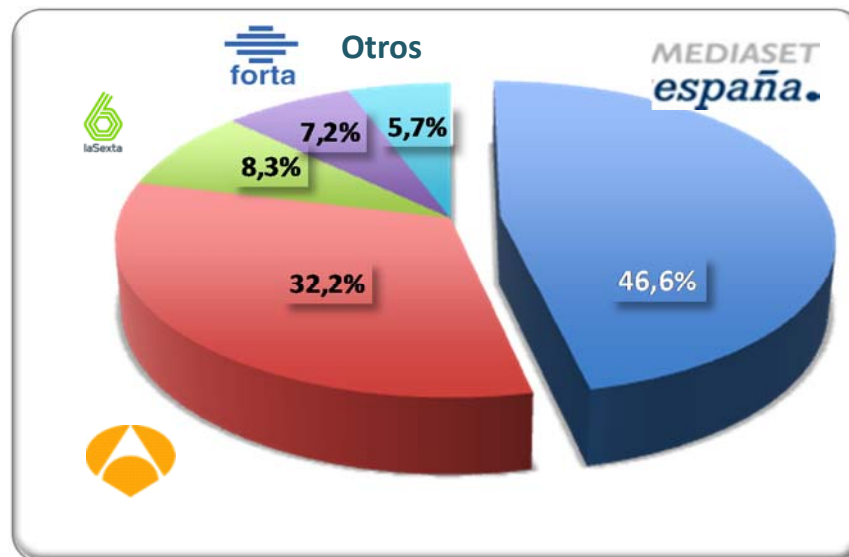
**Excluyendo el impacto de amortización del PPA de Cuatro, Digital+ y Endemol

(1) Res. Participadas, BAI, Beneficio neto 2T11 rectificado para reflejar el impacto de las amortizaciones de intangibles en Digital+, por un importe de -1,80 millones de Euros

Multiplex de Mediaset España Facturación publicitaria 2T12



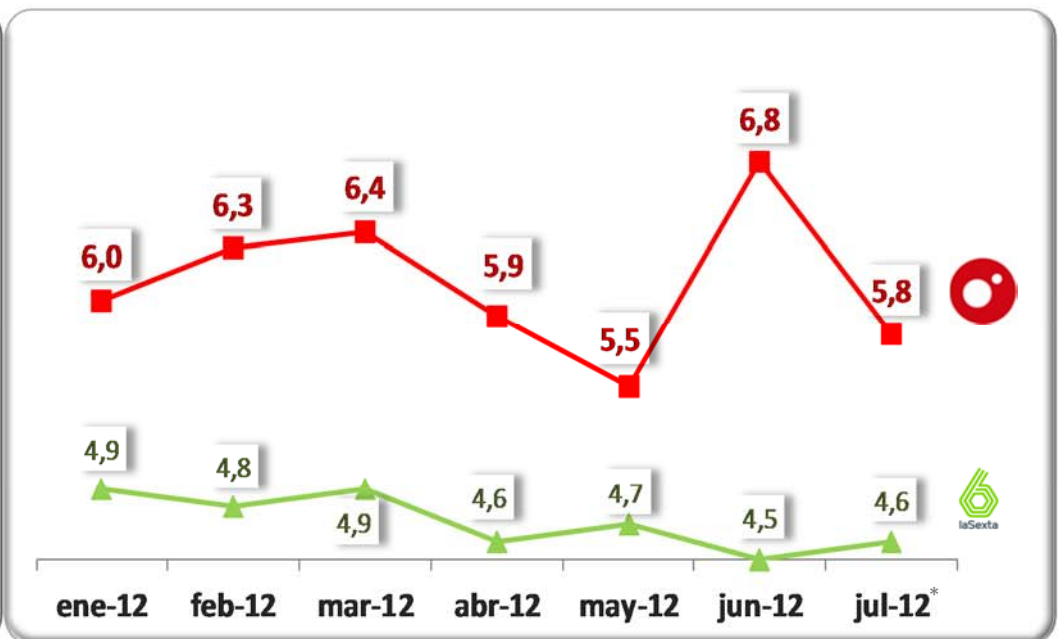
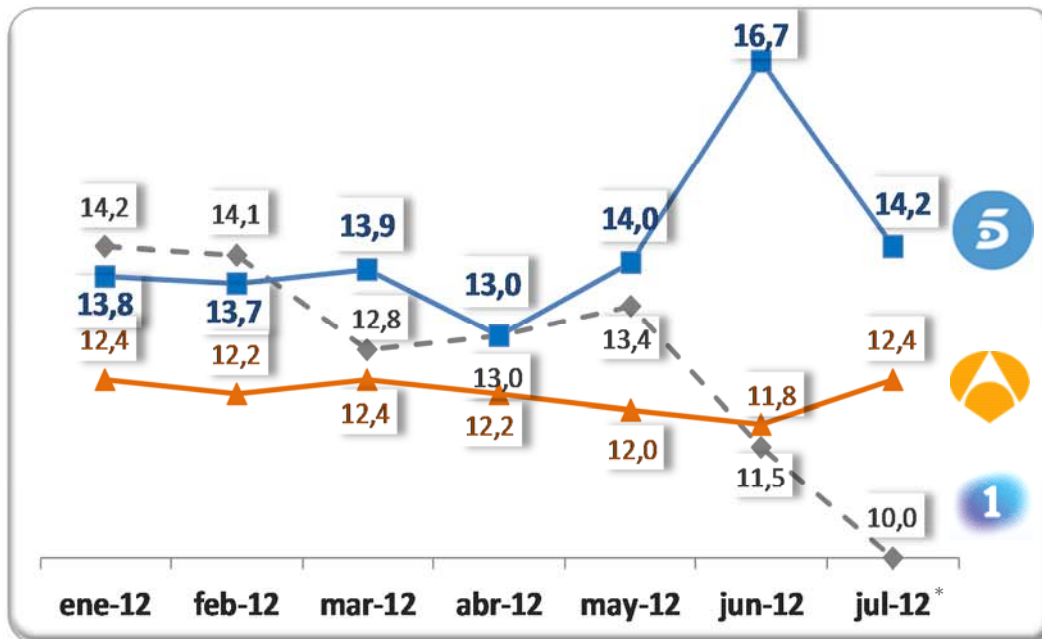
2T12 cuotas de mercado



2T12 estrategia comercial

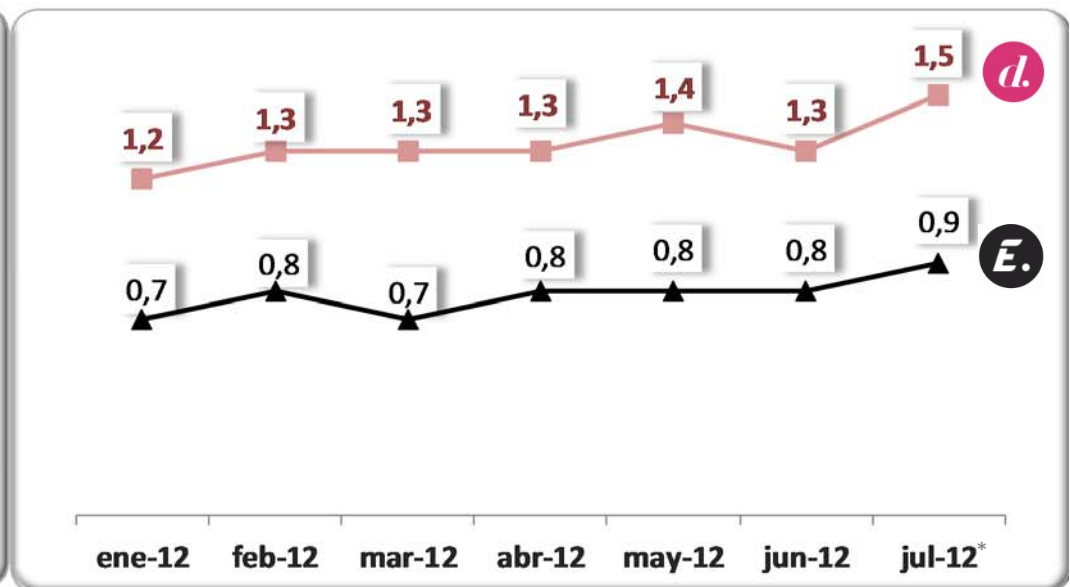
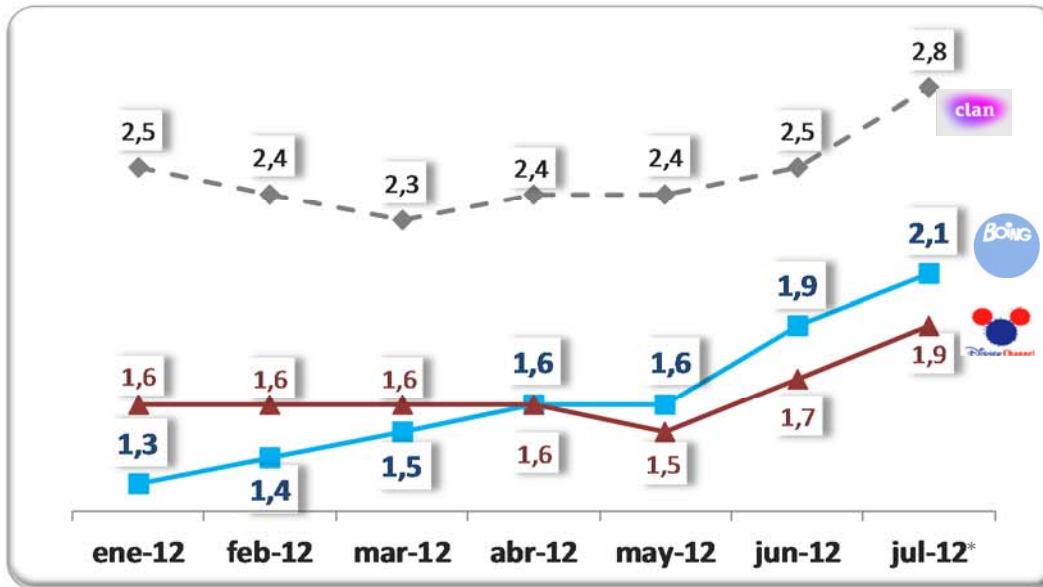
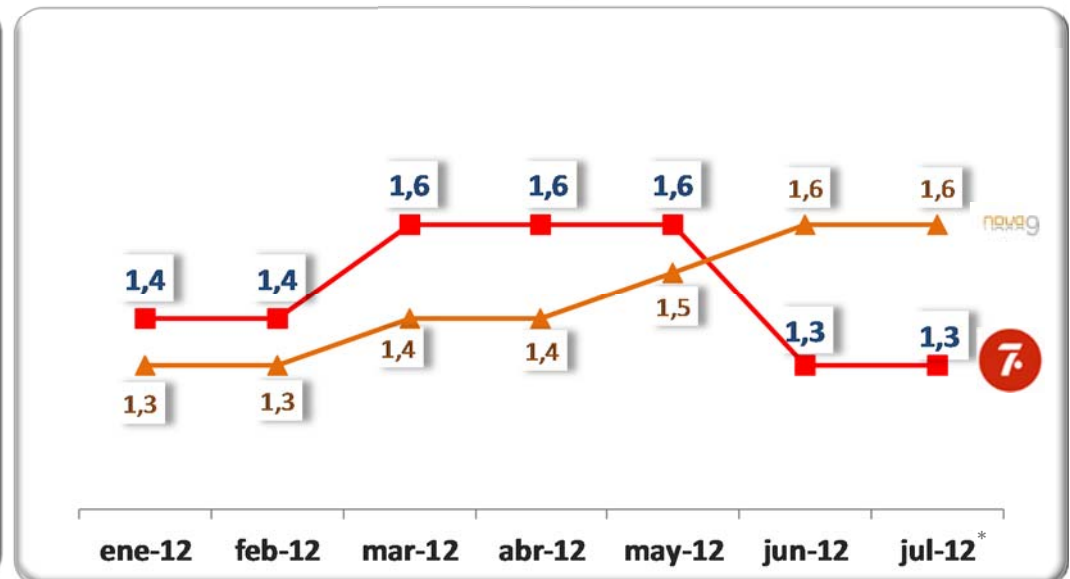
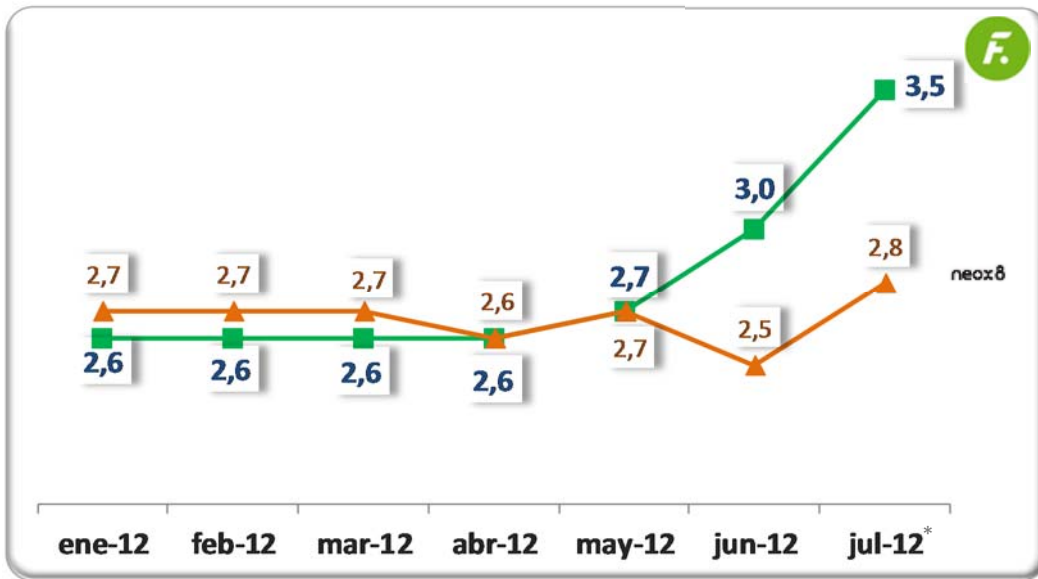
	Audiencia	Var %	Segundos	GRP (20'')	C/GRP's	Ingresos	Var %
	18,8%	+3,5%	+22,9%	+18,0%	-	-	-
	8,2%	+14,0%	+46,4%	+15,8%	-	-	-
	1,7%	+65,4%	-31,3%	+29,3%	-	-	-
MEDIASET <i>españa.</i>	28,7%	+8,8%	+28,5%	+17,6%	-20,5%	€247,1m	-6,5%

Audiencia 24h total individuos



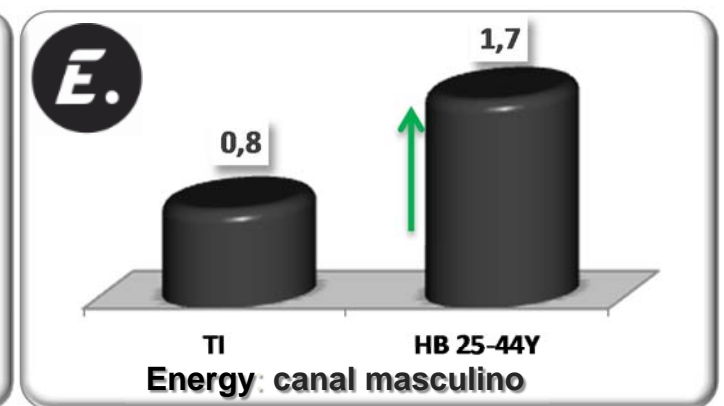
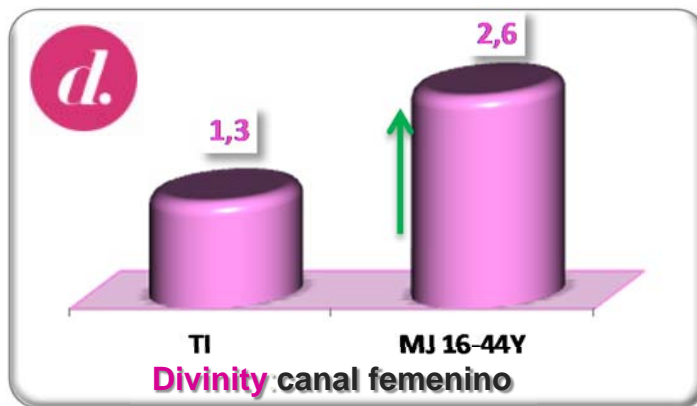
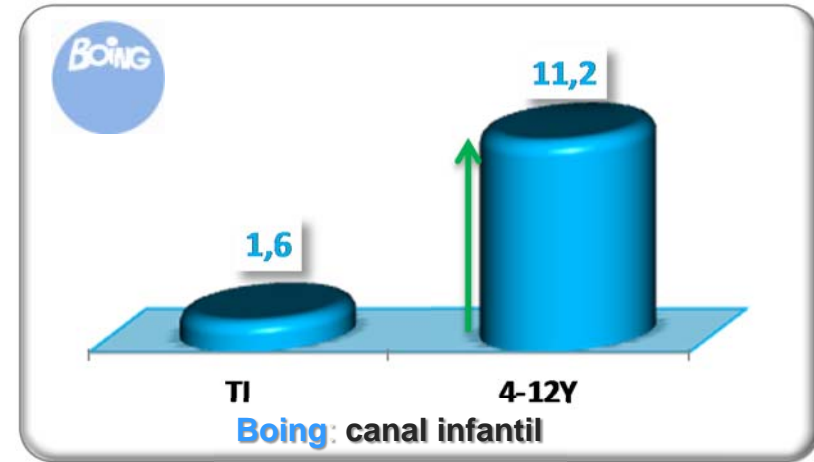
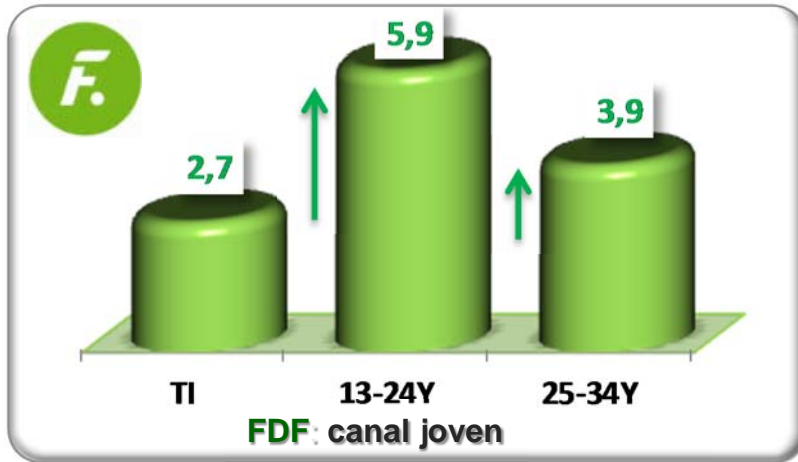
Fuente: Kantar media
 * datos: promedio 1 - 20 de julio

Audiencia 24h total individuos



Fuente: Kantar media
* datos: promedio 1 - 20 de julio

Estrategia multicanal de MEDIASET: cada canal consigue excelentes resultados de audiencia en su core target



Fuente: Kantar Media

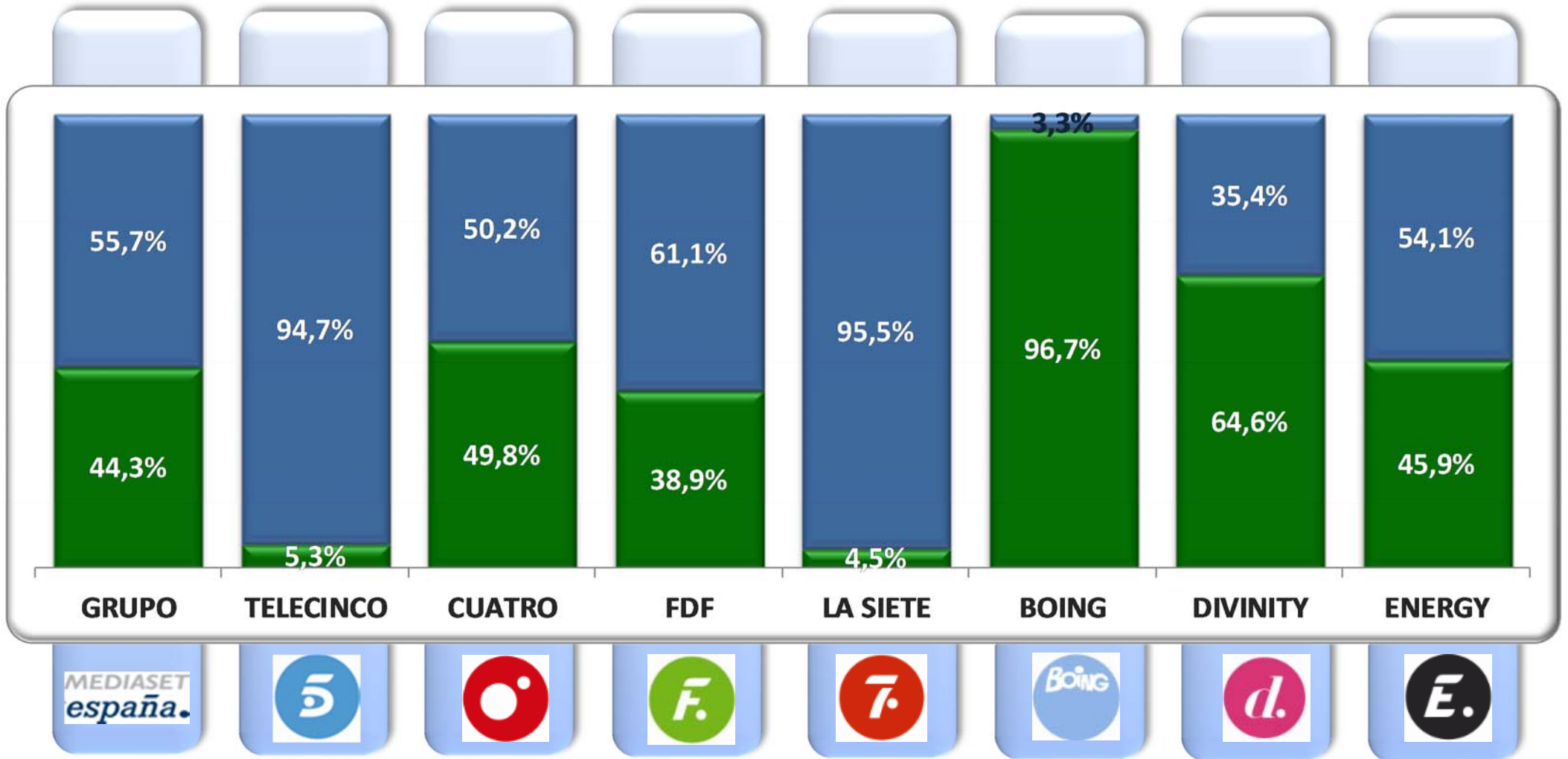
Datos: promedio 1 de enero -20 de julio de 2012

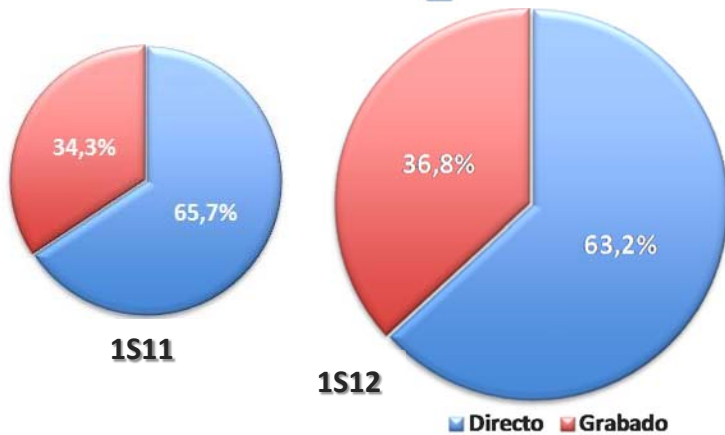
* Audiencia 24h total individuos

** Respecto a la audiencia 24h TI

Mix de programación 1S12

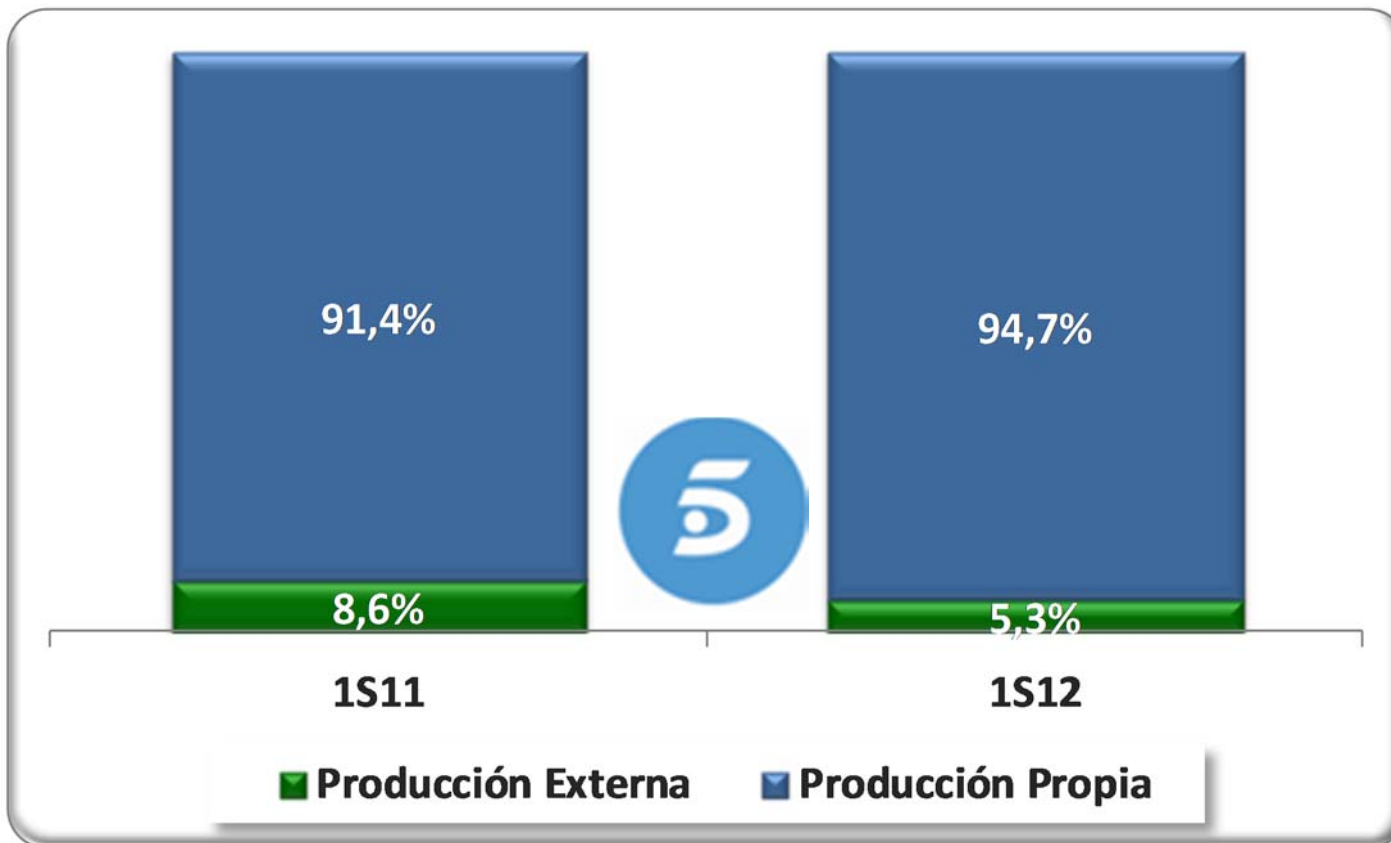
Prod.Propia vs. ajena en términos de horas emitidas





Mix de programación 1S12

Prod.Propia vs. ajena en términos de horas emitidas



- 41,5%
Producción con empresas independientes
- 26,7%
Producciones de Atlas y Mediaset Esp.
- 31,9%
Producción con empresas participadas:
 - La fabrica de la tele
 - Mandarin
 - Big Bang

1S12: 32,9%

1S12: 25,3%

1S12: 41,8%

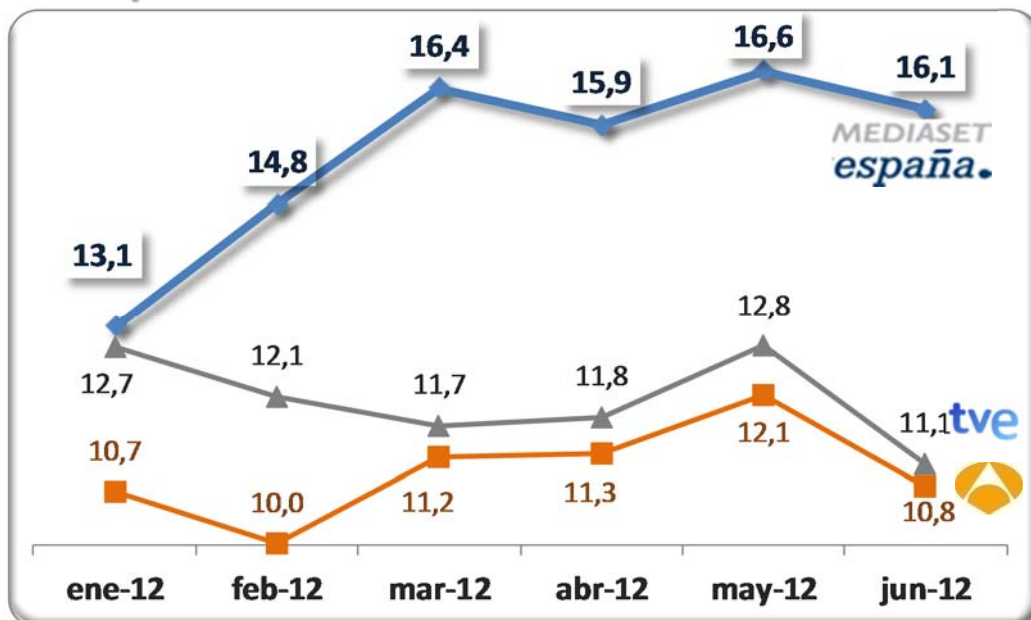
Top 5 páginas web media

	1S 2012	Usuarios únicos	Páginas vistas
↔	marca.es	32,23	859,76
↔	elmundo.es	29,94	383,02
↔	20minutos.es	15,68	87,31
↔	abc.com	13,93	101,30
↑	telecinco.es	13,41	328,56

Top 5 páginas webs TV

	1S 2012	Usuarios únicos	Páginas vistas
↑	telecinco.es	13,41	328,56
↓	rtve.es	12,02	186,70
↔	antena3tv.es	9,93	186,45
↔	mitele.es	4,47	15,87
↔	cuatro.com	3,62	24,32

Grupos TV evolución mensual de usuarios



Cada mes las webs de Mediaset España consiguen nuevos records; en junio 2012:

- 14,5m usuarios en **telecinco.es**
- Mas de 3m usuarios en **cuatro.com**
- 4,5m de usuarios en **mitele.es**

Un total de mas de 16m usuarios para las webs del grupo

MEDIASET *españa*.

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@telecinco.es

WEB: <http://www.telecinco.es/inversores/es>

Statements contained in this document, particularly the ones regarding any Telecinco possible or assumed future performance, are or may be forward looking statements and in this respect they involve some risks and uncertainties.

Telecinco actual results and developments may differ materially from the ones expressed or implied by the above statements depending on a variety of factors.

Any reference to past performance of Telecinco shall not be taken as an indication of future performance.

The content of this document is not, and shall not be considered as, an offer document or an offer or solicitation to subscribe for, buy or sell any stock.

The shares of Telecinco may not be offered or sold in the United States of America except pursuant to an effective registration statement under the U.S. Securities Act of 1933, as amended, or pursuant to a valid exemption from registration