

GESTEVISION TELECINCO S.A.



TELECINCO

**RESULTADOS
TERCER TRIMESTRE 2008
(Enero – Septiembre)**

30 de Octubre de 2008

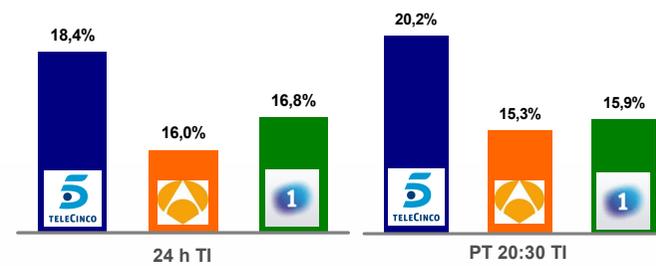
GRUPO

	9M08	9M07	VAR. %
Total Ingresos	734,9	771,0	-4,7%
Total Costes Operativos	405,5	404,8	0,2%
EBITDA adj.* (€mill)	329,4	366,2	-10,0%
EBITDA adj./Ingresos Netos	44,8%	47,5%	
EBIT (€mill)	324,3	361,6	-10,3%
EBIT/Ingresos Netos	44,1%	46,9%	
Beneficio Neto (€ mill)	228,4	262,8	-13,1%
Beneficio Neto Ajustado** (€m)	242,4	262,8	-7,8%
FCF (€ mill)	283,6	366,5	-22,6%
FCF/Total Ingresos Netos	38,6%	47,5%	
Posición Neta de Caja	-51,1	11,6	n.a.

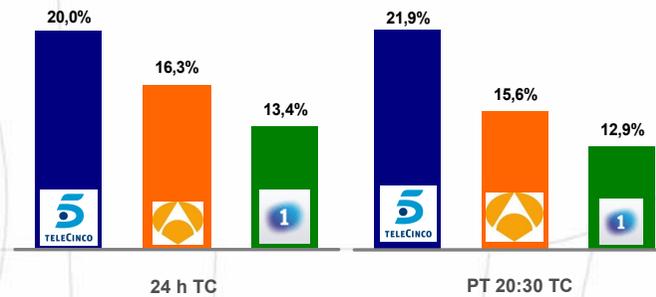
* Después de consumo de derechos

** Excluyendo impacto neto de amortización resultante del PPA de Endemol

Audiencia, 1 de Enero – 28 de Octubre 2008

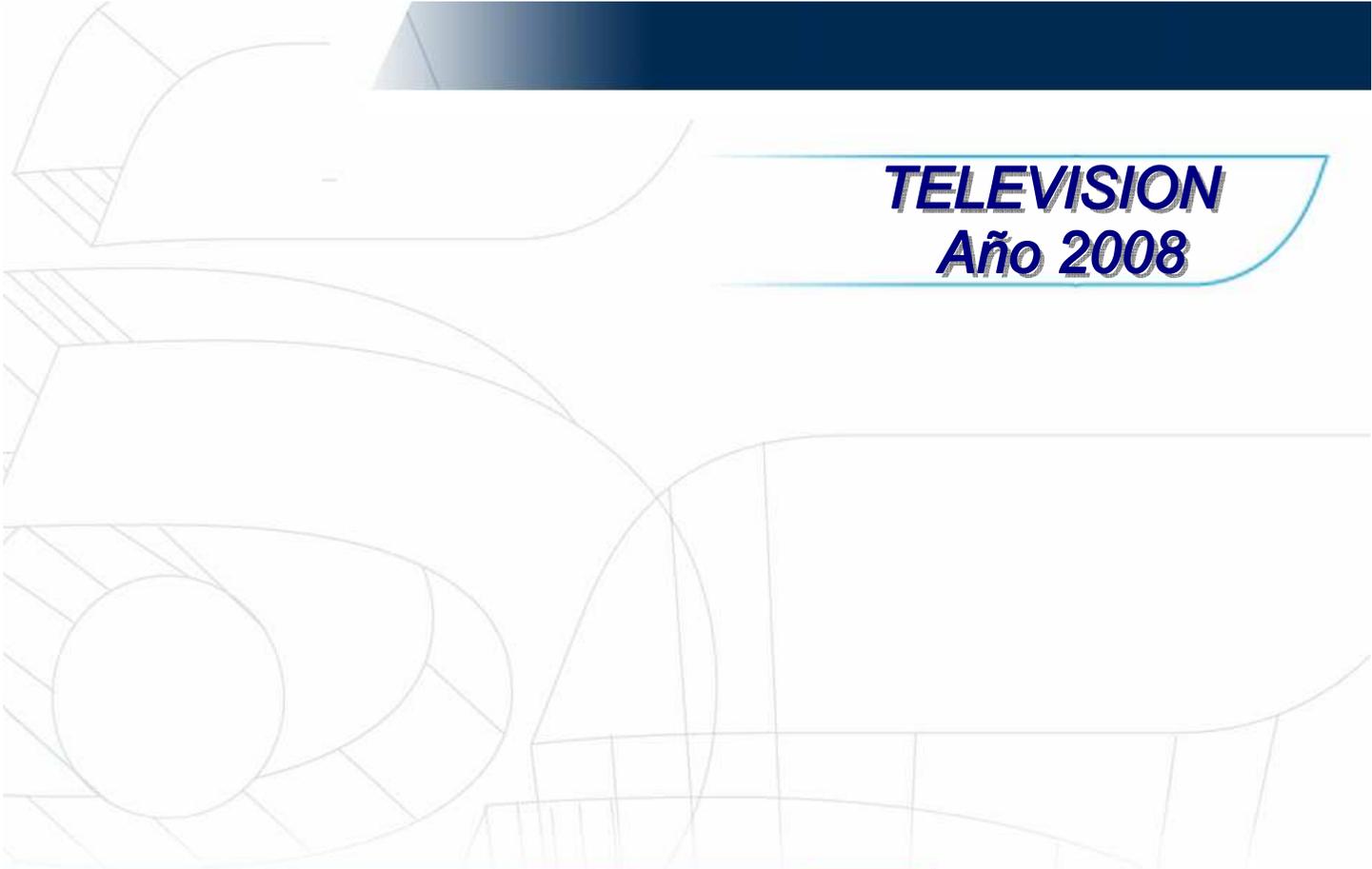


Audiencia, 1 de Enero – 28 de Octubre 2008



5 **Nueve Meses 2008,**
Leadership en Audiencia
Publicidad y Rentabilidad

Fuente: INFODEX



TELEVISION
Año 2008



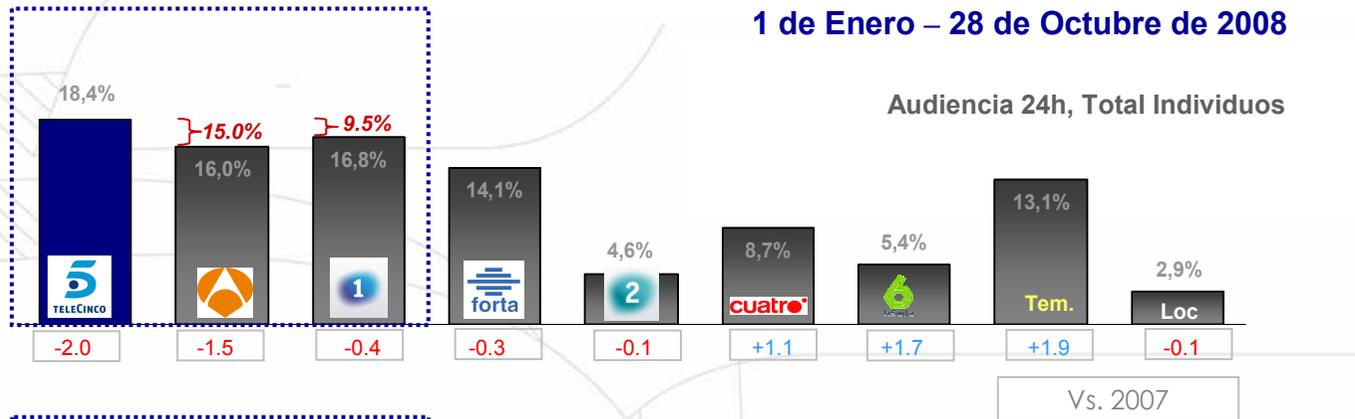
TELECINCO



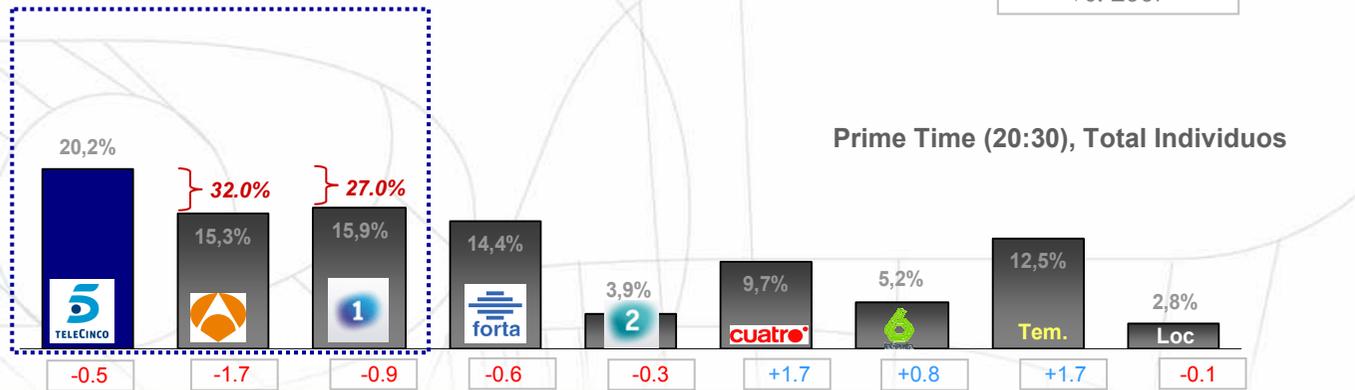
TELEVISIÓN

1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos

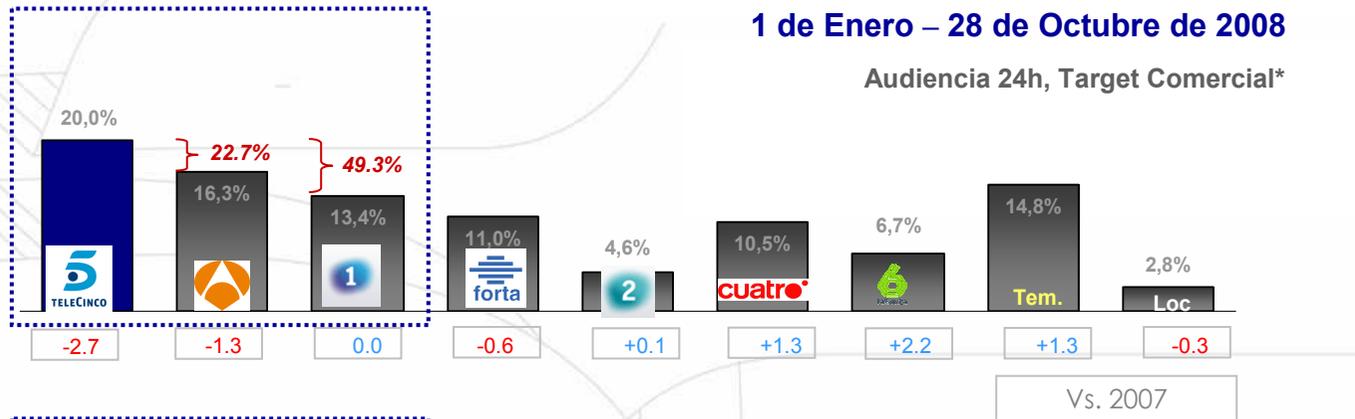


TL5 mantiene en Prime Time el nivel de audiencia respecto al año anterior, aumentando la diferencia con los competidores

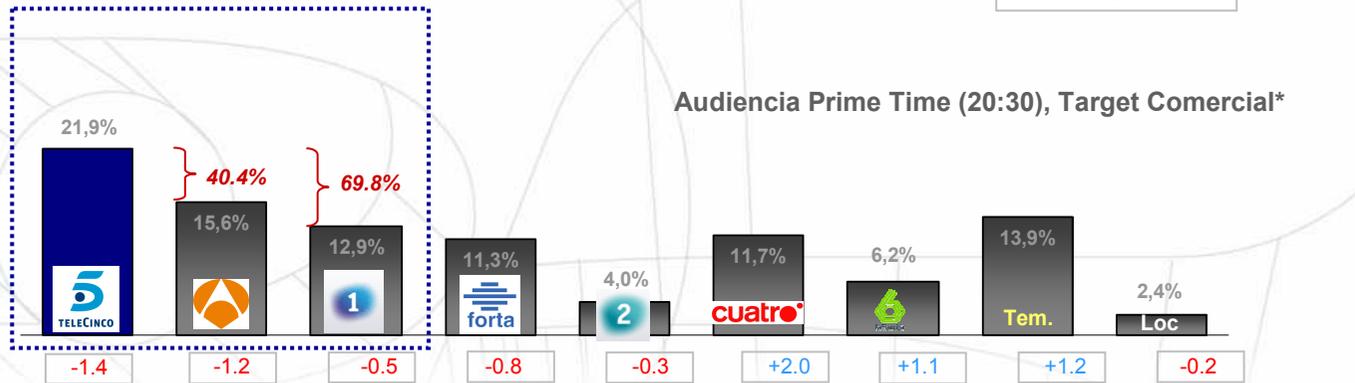
TELEVISIÓN

1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Target Comercial*



Audiencia Prime Time (20:30), Target Comercial*



Desde 1998 TL5 conserva el liderazgo en Target Comercial y mantiene la distancia con el resto de los operadores

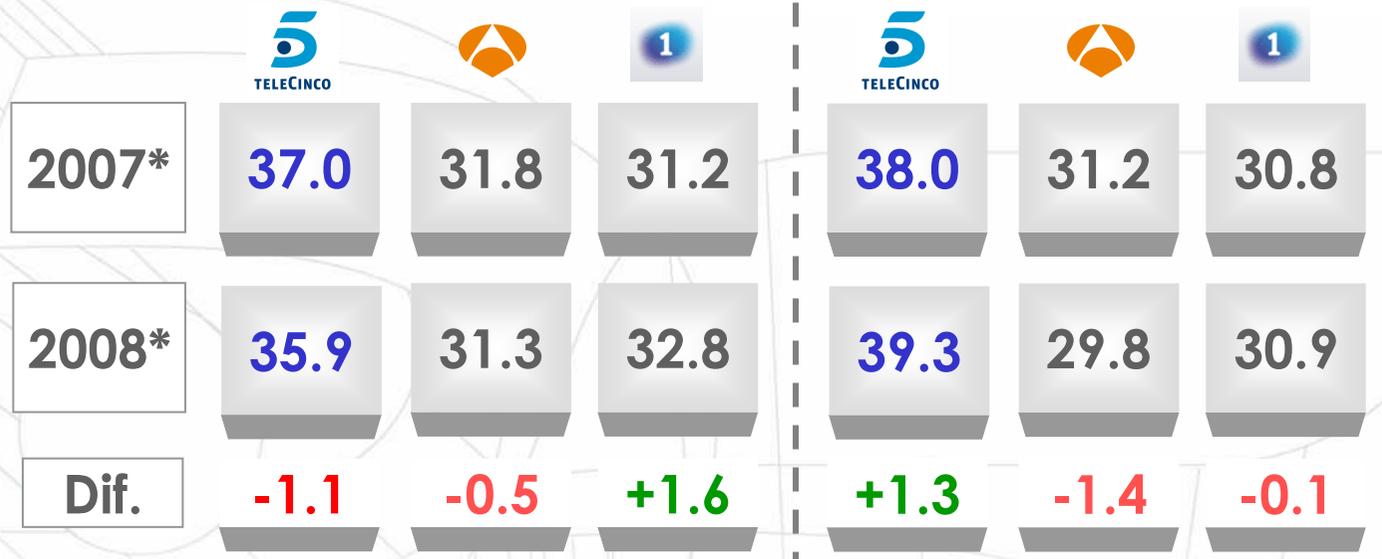
* Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.

TELEVISIÓN

Posición competitiva relativa: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Cuota de mercado,
Audiencia 24h, Total individuos

Cuota de mercado,
Audiencia PT Total individuos



TL5, con un 35,9% en audiencia 24h y 39,4% en PT, mantiene el liderazgo respecto a sus principales competidores

TL5+A3TV+TVE1 = 100

*Desde 1 de Enero hasta 28 de Octubre

TELEVISIÓN

Audiencia en Prime Time: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
	24.4	20.8	22.0	20.3	18.5	18.9	24.4
	14.7	17.6	16.3	13.9	16.1	15.5	12.8
	15.2	12.8	14.8	17.5	11.4	13.9	15.4
	13.8	13.6	12.7	14.7	16.8	14.5	13.4
	9.1	12.0	10.1	9.8	11.2	8.2	12.2
	5.0	4.6	5.0	5.7	5.0	9.5	3.7



Solidez del Prime Time de TL5 líder en todas las noches de la semana

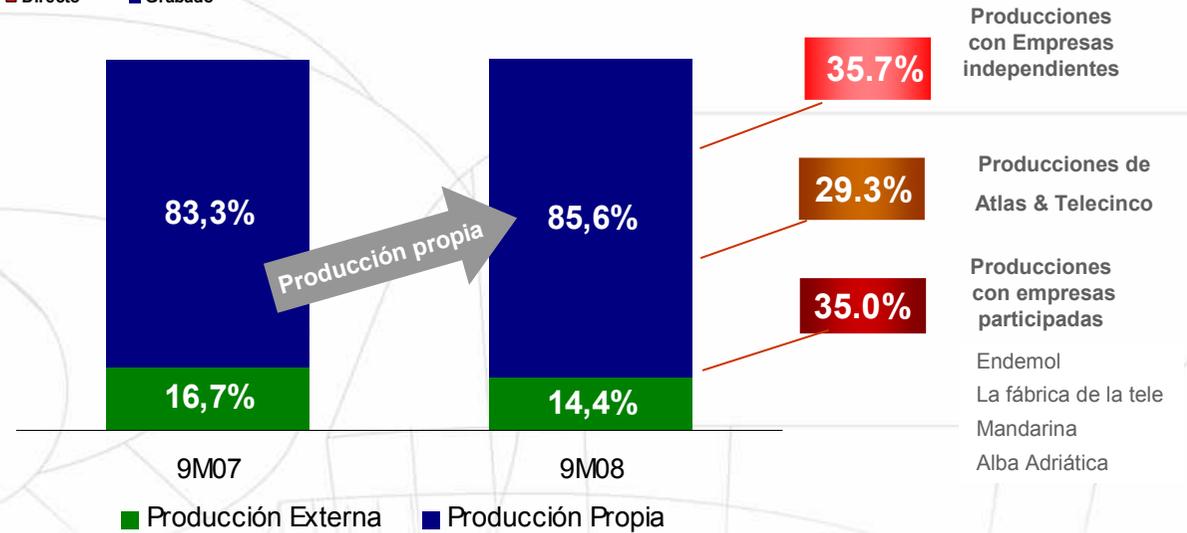
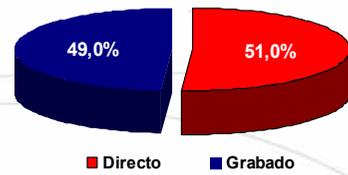
Franja: 22:00-0:00 Todos individuos

TELEVISIÓN

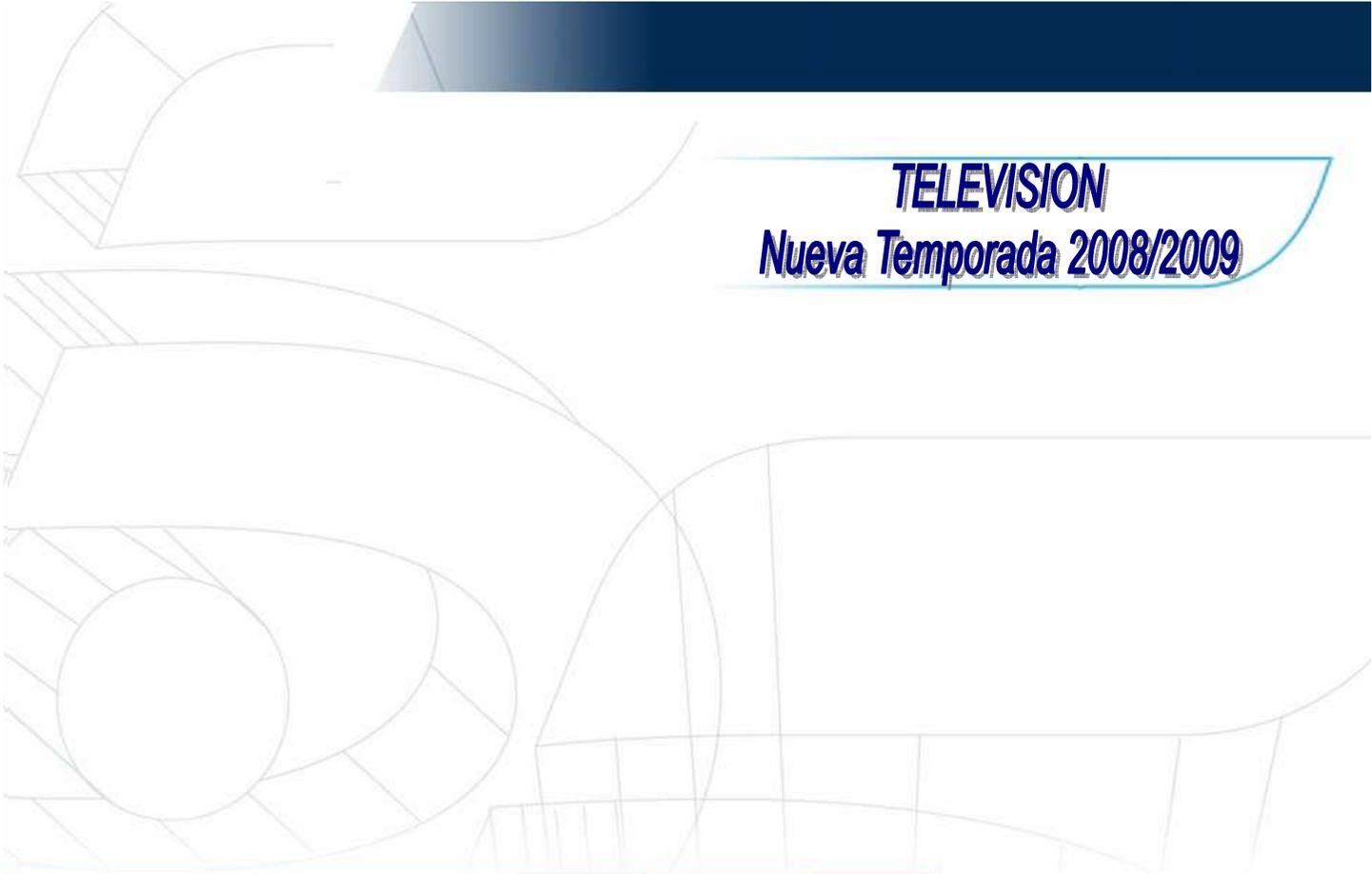
9M08

Mix de programación en el primeros nueve meses 2008

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas



El mix de programación de TL5 muestra un incremento en producción propia en los 9M08



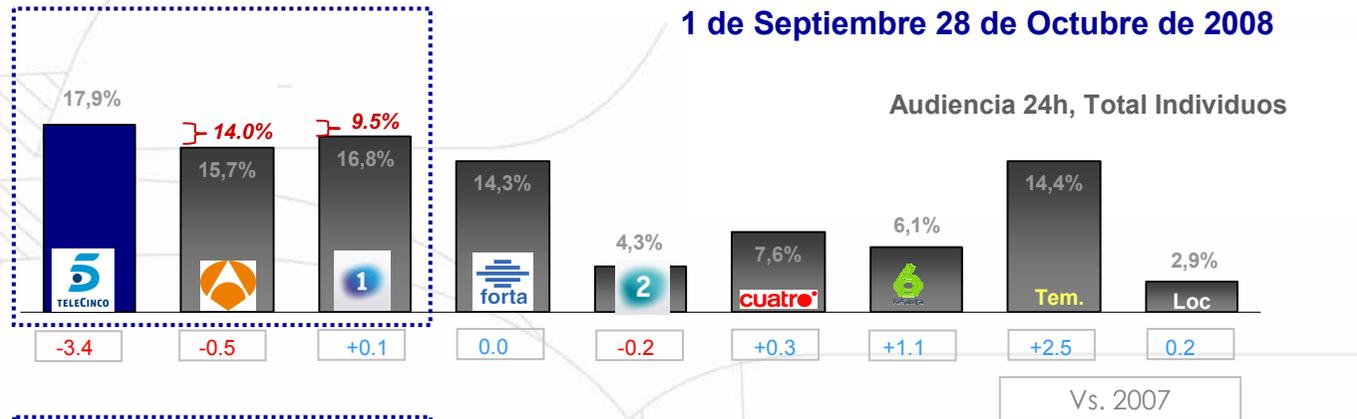
TELEVISION
Nueva Temporada 2008/2009



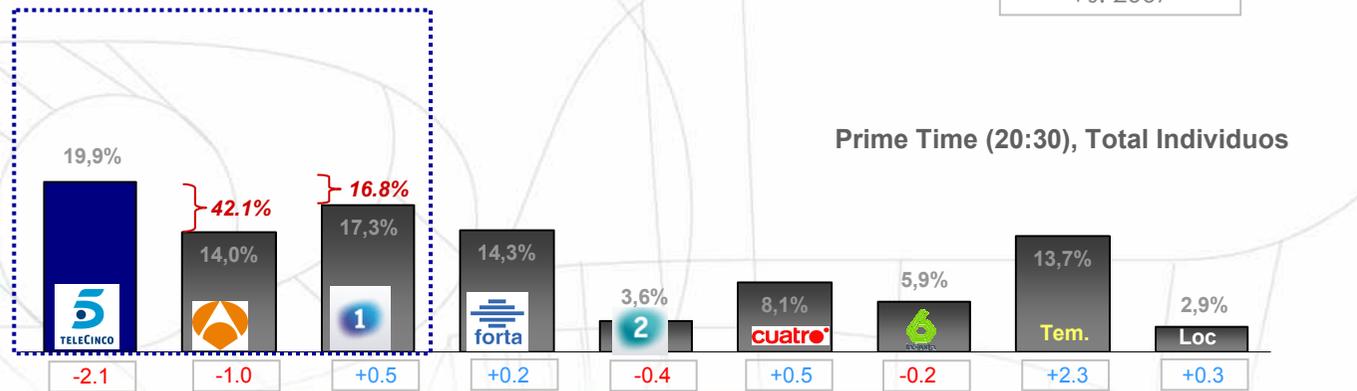
TELEVISIÓN

1 de Septiembre 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos



TL5 mantiene el liderazgo en Day y Prime Time también en la nueva temporada

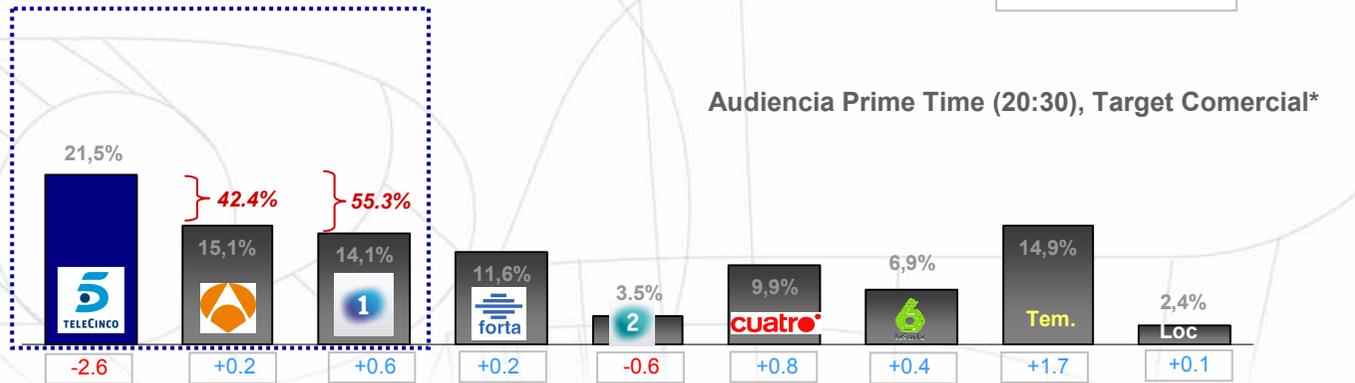
TELEVISIÓN

1 de Septiembre 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Target Comercial*



Audiencia Prime Time (20:30), Target Comercial*



Desde 1998 TL5 conserva el liderazgo en Target Comercial y mantiene la distancia con el resto de los operadores

* 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.

TELEVISIÓN

Ranking de programas*: 1 de Septiembre – 28 de Octubre de 2008

Ranking de Programas (Audiencia, cuota % y miles)

		CHANNEL	THOUSAND	SHARE	Nº
1	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1	5,209	34.3	4
2	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	ANTENA 3	4,731	33.2	3
3	C.S.I.MIAMI	TELECINCO	4,372	22.7	6
4	CUENTAME COMO PASO	TVE1	4,198	24.3	8
5	C.S.I.	TELECINCO	4,174	24.9	3
6	GRAN HERMANO - PT	TELECINCO	3,772	26.6	7
7	FORMULA 1	TELECINCO	3,771	44.5	5
8	SIN TETAS NO HAY PARAISO	TELECINCO	3,731	22.7	7
9	C.S.I.NUEVA YORK	TELECINCO	3,486	23.9	6
10	LOS HOMBRES DE PACO	ANTENA 3	3,470	21.1	3
11	¡MIRA QUIEN BAILA!	TVE1	3,370	20.8	6
12	CAMERA CAFE	TELECINCO	3,105	18.6	26
13	ESCENAS DE MATRIMONIO	TELECINCO	3,095	19.8	27
14	FISICA O QUIMICA	ANTENA 3	2,803	16.3	8
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1 - LV	ANTENA 3	2,795	22.2	41
16	TELEDIARIO 1	TVE1	2,778	22.0	42
17	TELEDIARIO 2	TVE1	2,776	19.6	42
18	C.S.I. (REP)	TELECINCO	2,745	24.7	10
19	AIDA (REP)	TELECINCO	2,743	19.4	11
20	INFORMATIVOS T5 21:00 L-V	TELECINCO	2,616	19.5	42

Telecinco
sitúa 11
programas
entre los 20
mas vistos
de la nueva
temporada
2008/09



TL5 ofrece la mejor programación
del periodo con amplia
variedad de productos

*Ranking de programas:
únicamente programas
que hayan tenido como
mínimo 2 emisiones

TELEVISIÓN

Audiencia en Prime Time: 1 de Septiembre – 28 de Octubre de 2008

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
							
	23.3	21.9	19.9	20.4	18.3	19.0	20.7
	14.6	14.4	16.7	9.7	16.2	12.8	11.1
	18.0	13.0	17.3	23.0	11.4	14.7	16.5
	13.1	14.2	12.2	13.9	16.5	15.4	14.6
	8.0	8.7	8.3	9.0	11.2	6.7	11.4
	4.7	6.1	6.0	5.7	4.9	11.6	4.0



Solidez del Prime Time de TL5 líder en todas las noches de la semana excepto los Jueves en que es la segunda opción por encima del 20%

Franja: 22:00-0:00 Todos individuos

TELEVISIÓN

Audiencias por franjas: 1 de Septiembre – 28 de Octubre de 2008

								Temáticas	Locales
Total Day	17.9	15.7	16.8	14.3	4.3	7.6	6.1	14.4	2.9
Morning	15.9	18.1	15.3	13.5	4.7	7.0	4.5	18.5	2.5
Afternoon	15.0	18.7	19.0	16.2	4.7	6.0	7.2	11.0	2.1
Evening	17.8	13.9	17.1	14.3	4.7	6.8	6.5	15.9	3.0
PT 20:30	19.9	14.0	17.3	14.6	3.6	8.1	5.9	13.7	2.9
Late night	22.4	16.6	11.6	10.9	3.8	10.1	6.8	14.1	3.9
Daytime	16.9	16.6	16.5	14.2	4.6	7.3	6.3	14.8	2.9

Audiencia, Todos Individuos

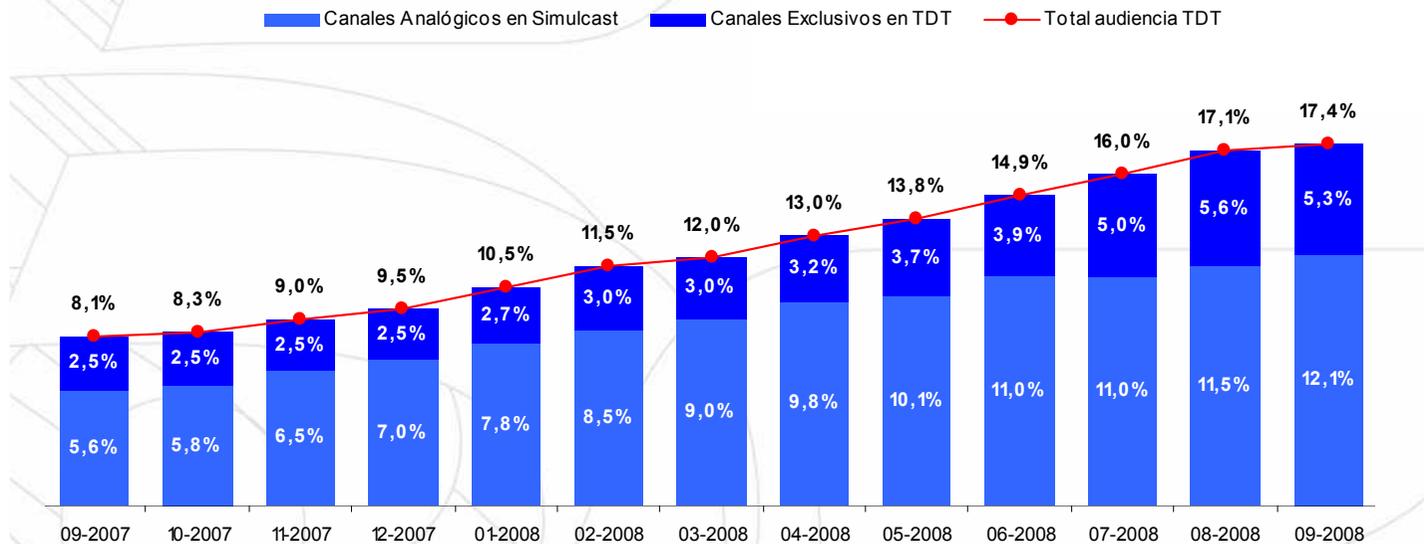


Con la excepción de la mañana y de la tarde, TL5 es capaz de ganar en todas las franjas del día.

TELEVISION DIGITAL

Penetración de la TDT

Audiencia 24h, Todos Individuos (%)



Cobertura técnica: 89.15%

Penetración por Hogares: 38.8% (Fuente: SOFRES)

Sintonizadores vendidos: 12.392.055 (Unidades)



El peso de la audiencia de los canales analógicos demuestra que, de momento, el driver de crecimiento es el cambio de tecnología

INTERNET



2007*

Visitantes Únicos: 3,4 millones
Paginas Vistas: 113 millones
Videos Descargados: 4.7 millones

2008*

Visitantes Únicos: 5,2 millones ↑
Paginas Vistas: 110 millones ~
Videos Descargados: 14,0 millones ↑↑

Nº1st entre las paginas WEB de operadores TV

i5 Contenidos de la WEB de TL5 disponibles en formato iPhone



¡Contenido exclusivo de internet como "Becari@s", serie de gran éxito

TELECINCO.ES
Promocion e informacion de Telecinco



Rebranding,
Contenido de la cadena y contenido propio

Informativostelecinco.com

Lanzamiento en mayo con contenido informativo



Series, programas, etc

2007

2008



Objetivo: una WEB con Personalidad propia

*30 de Septiembre



PUBLICIDAD



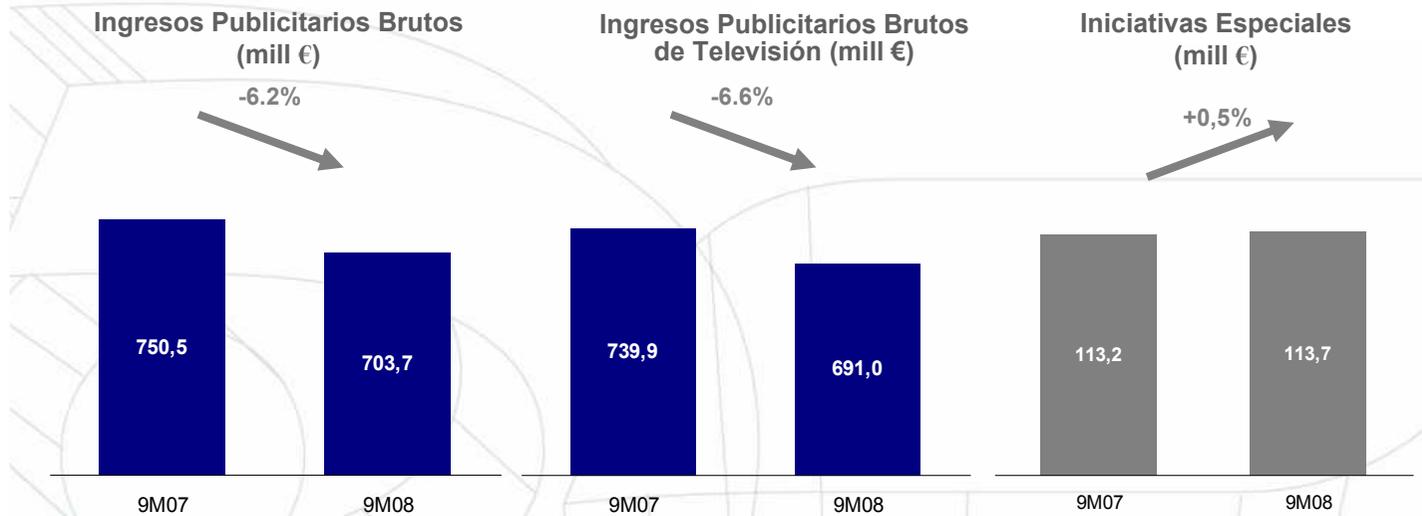
TELECINCO



PUBLICIDAD

Ingresos publicitarios primeros nueve meses 2008

Cuota de las Iniciativas Especiales sobre el Total Ingresos Publicitarios de TL5 en 9M08: **16,5%**



TL5, en el periodo, consigue un resultado que le permite defender la cuota de mercado

PUBLICIDAD

Estrategia Comercial, 9M2008

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△ (%)	△ (%)	△ (%)	△ (%)	€ mill	△ (%)
18.4%	- 9.4%	-3.5%	- 10,9%	+4,8%	691.0	-6.6%

Fuente: TNS y Publiespaña

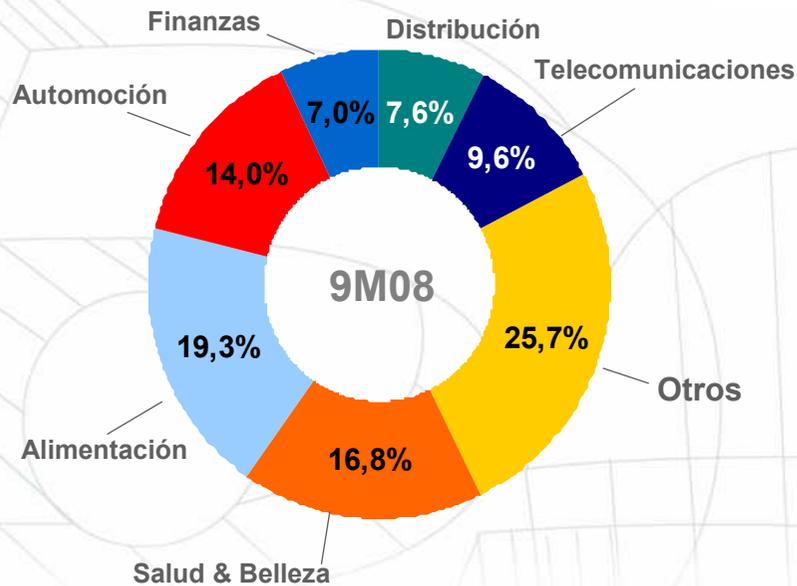


TL5 consigue un resultado en línea con el objetivo de mantenimiento de la cuota de mercado

PUBLICIDAD

Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

Sectores Anunciantes (% sobre total)



Crecimiento sectores (9M08 vs. 9M07)

	Telecom.	+ 8,3%
	Distribucion	+ 6,7%
	Otros	-0,4%
	Salud & Belleza	-4,6%
	Alimentación	-10,3%
	Automoción	-17,8%
	Finanzas	-28,3%



Situación del Mercado
publicitario TV a 9M08

Fuente: Publiespaña



RESULTADOS FINANCIEROS



RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	VAR %
Total Ingresos Netos	734,9	771,0	-4,7%
Total Costes	410,6	409,4	0,3%
Personal	63,3	59,6	6,1%
Costes Operativos	238,1	229,3	3,8%
Amortizacion y Depreciacion	109,2	120,5	-9,3%
EBITDA (1)	329,4	366,2	-10,0%
EBIT	324,3	361,6	-10,3%
Beneficio Antes de Impuestos	292,4	371,0	-21,2%
BENEFICIO NETO desp. de Minoritarios	228,4	262,8	-13,1%
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	242,4	262,8	-7,8%
EBITDA/ INGRESOS NETOS	44,8%	47,5%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	44,1%	46,9%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	31,1%	34,1%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	33,0%	34,1%	

(1) Después consumo de derechos

(2) Excluyendo impacto neto de amortización resultante del PPA de Endemol



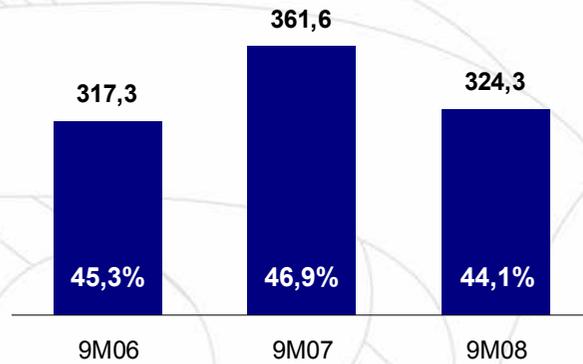
Cuenta de Perdidas
y Ganancias Consolidada

RESULTADOS FINANCIEROS

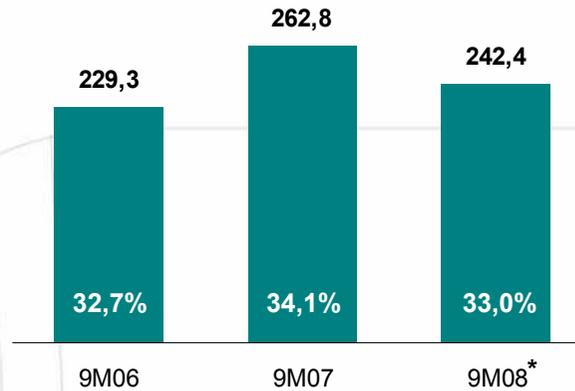
	9M08	9M07	Dif. en € millones
Posicion Financiera Neta Inicial	13,2	396,1	-383,0
Cash Flow Libre	283,6	366,5	-82,9
Cash Flow Operativo	355,0	402,3	-47,3
Inversiones Netas	-159,7	-132,7	-27,1
Variacion Fondo de Maniobra	88,4	96,9	-8,5
Movimiento Patrimonio	-8,6	26,6	-35,2
Inversiones Financieras	-23,4	-464,5	441,1
Dividendos cobrados	1,6	1,2	0,4
Dividendos pagados	-317,6	-314,3	-3,3
Incremento Neto de Posicion Financiera	-64,3	-384,4	320,1
Posicion Financiera Neta Final	-51,1	11,7	-62,8
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	38,6%	47,5%	

RESULTADOS FINANCIEROS

EBIT (en mill €)
EBIT/ Ingresos Netos (en %)



BENEFICIO NETO (en mill €)
BENEFICIO NETO/INGRESOS NETOS (en %)



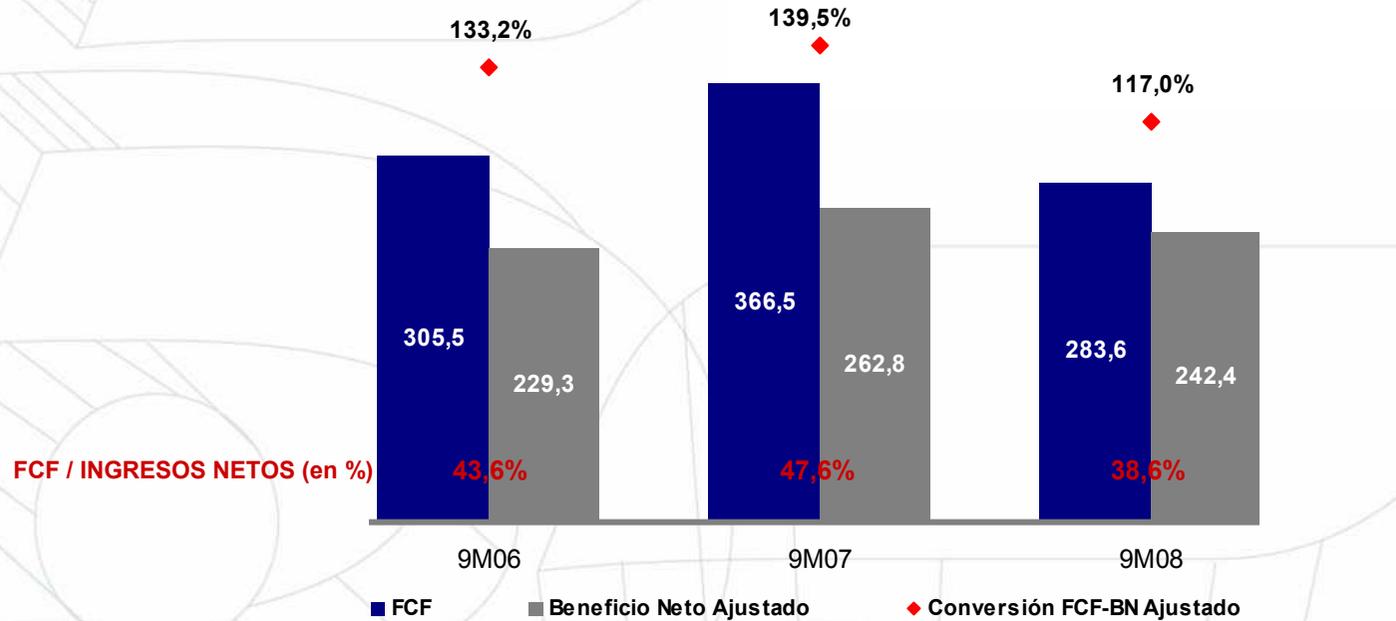
* Beneficio al neto Ajustado excluye el impacto contable (al neto de los impuestos) de la amortización de los intangibles resultante del PPA en la adquisición de Endemol.



Los Márgenes

RESULTADOS FINANCIEROS

CASH FLOW LIBRE (€ mill)

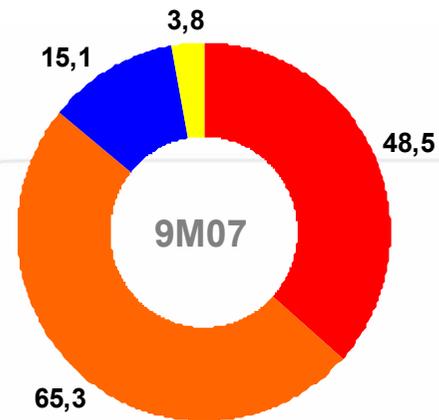
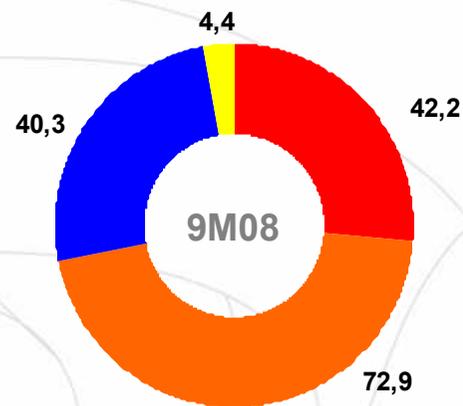


Gran capacidad de generación
de FCF siempre en línea con el
Beneficio Neto

RESULTADOS FINANCIEROS

€ 159,7 millones

€ 132,7 millones



 Derechos TV no-Ficción

 Derechos TV Ficción

 Co-producción Distribución

 Activos Fijos Tangibles e Intangibles



Inversiones Netas



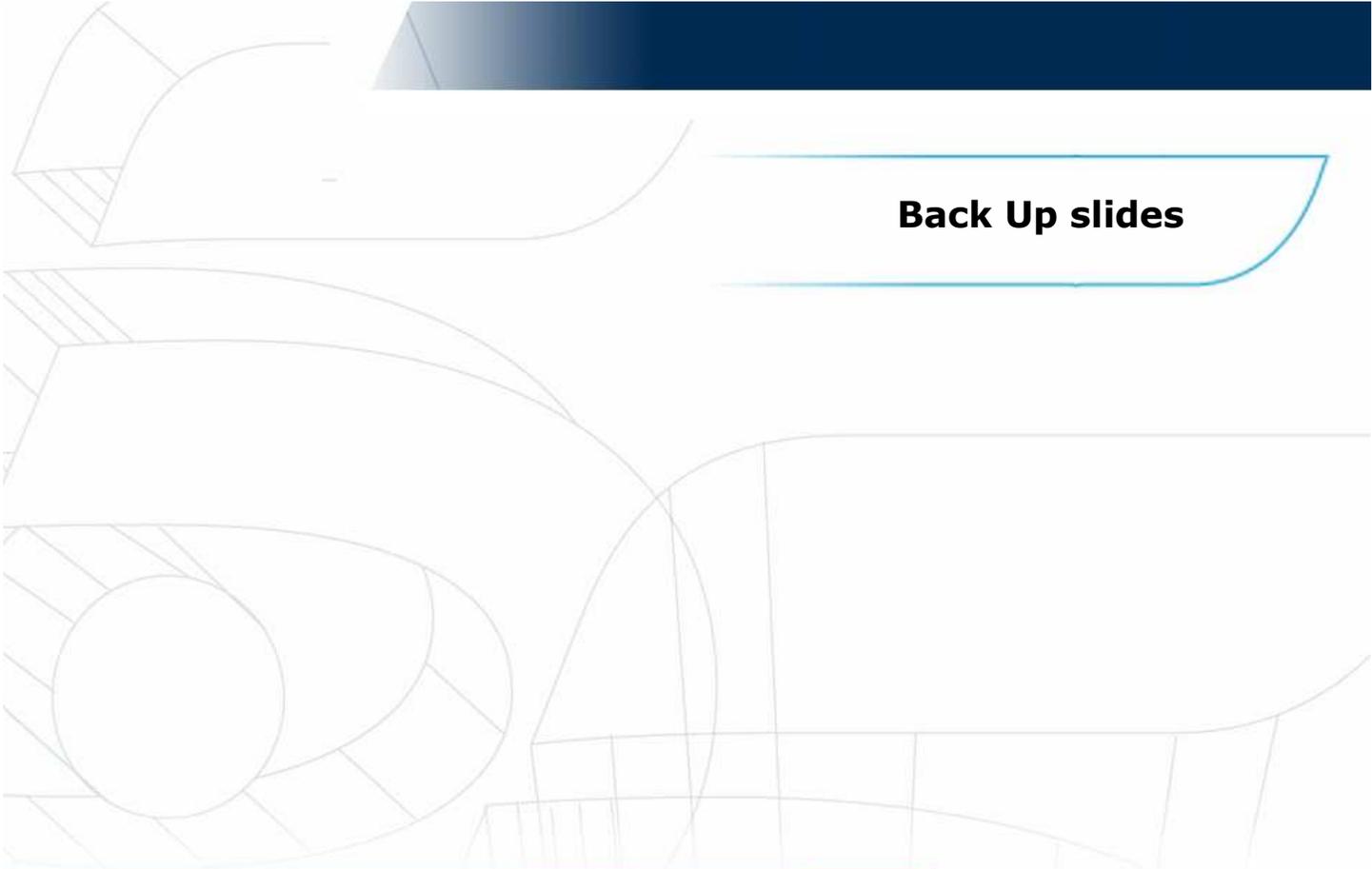
RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07*	Efecto Cambio	Crecimiento Organico
Ingresos Netos Consolidados	948,3	915,8	-44,8	77,3
Costes	-786,2	-748,2		
EBITDA Normalizado	169,9	166,0	-9,2	13,1
EBIT	30,9	60,9		
EBIT (ajustado) **	148,8	126,9		

* Pro forma incluye Francia

** Incluye en 2008 amortización de los intangibles afectados por el PPA (€117,9 mil) y en 2007 el impairment del fondo de comercio (€39.3 mil) y 26,7 LTIP..





Back Up slides



RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	VAR %
Ingresos Brutos de Publicidad	703,7	750,5	-6,2%
- Television	691,0	739,9	-6,6%
- Otros	12,6	10,6	18,7%
Descuentos	-32,9	-32,6	0,8%
Ingresos Netos de Publicidad	670,8	717,9	-6,6%
Otros Ingresos	64,1	53,0	20,8%
TOTAL INGRESOS NETOS	734,9	771,0	-4,7%
Personal	63,3	59,6	6,1%
Consumo Derechos	104,1	115,8	-10,2%
Otros Costes Operativos	238,1	229,3	3,8%
Total Costes	405,5	404,8	0,2%
EBITDA adj*	329,4	366,2	-10,0%

* Después de consumo de derechos



Cuenta de Perdidas y Ganancias
Consolidada (I)

RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	VAR %
EBITDA adj*	329,4	366,2	-10,0%
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-5,1	-4,6	11,6%
EBIT	324,3	361,6	-10,3%
Resultado de Participadas	-30,0	2,6	n.a.
Resultados Financieros	-1,9	6,9	n.a.
EBT	292,4	371,0	-21,2%
Impuestos de Sociedades	-73,3	-108,7	-32,6%
Intereses Minoritarios	9,3	0,6	n.a.
Beneficio Neto	228,4	262,8	-13,1%
Beneficio Neto Ajustado**	242,4	262,8	-7,8%

*Después de consumo de derechos

**Excluyendo impacto neto de amortización resultante del PPA de Endemol



Cuenta de Perdidas y Ganancias
Consolidada (II)

RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	2007
Inmovilizado	521,7	531,0	532,8
-Financiero	464,4	475,6	472,3
-No Financiero	57,3	55,4	60,6
Derechos Audiovisuales y Anticipos	236,3	214,0	186,1
-Derechos de Terceros	116,3	132,9	104,7
-Ficcion	33,3	27,9	29,3
-Co-produccion / distribucion	86,7	53,3	52,1
Impuesto Anticipado	16,2	16,1	19,6
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	774,1	761,2	738,5
Activo Corriente	175,4	174,8	269,1
Activo Financiero y Tesoreria	10,7	72,5	74,8
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	186,0	247,3	344,0
TOTAL ACTIVO	960,1	1.008,5	1.082,5
Fondos Propios	564,7	574,1	662,5
Provisiones	73,4	89,8	90,1
Acreedores no corrientes	1,0	0,8	0,7
Pasivo Financiero no corriente	60,7	59,7	60,6
TOTAL PASIVO CORRIENTE	135,1	150,3	151,4
Acreedores Corrientes	259,2	283,0	267,5
Pasivo Financiero Corriente	1,1	1,1	1,1
TOTAL PASIVO CORRIENTE	260,3	284,1	268,6
TOTAL PASIVO	960,1	1.008,5	1.082,5



**Balance de Situación
consolidado**

(€ millones)

TELEVISIÓN

1 de Enero – 28 de Octubre de 2008: 302 días

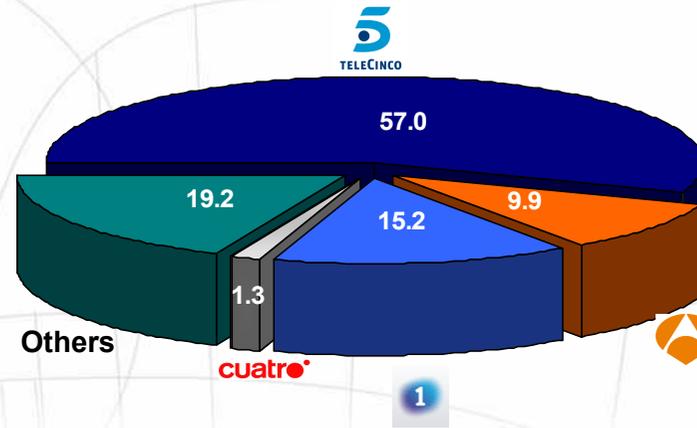


Días Disputados

172	30	46	0	4	0	58
64	4	15	0	3	0	6
145	15	27	0	12	0	4

Días en que se supera el 20% audiencia en Total Day

Días en que se supera el 20% audiencia en Prime Time



Audiencia 24h, Todos Individuos



TL5 es líder un 57% de los días disputados en 2008

TELEVISIÓN

Audiencias por franjas: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

								Temáticas	Locales
Total Day	18.4	16.0	16.8	14.1	4.6	8.7	5.4	13.1	2.9
Morning	16.0	17.3	17.0	13.0	5.3	7.8	4.1	16.7	2.8
Afternoon	15.9	17.8	19.0	16.0	5.2	7.5	6.2	10.2	2.2
Evening	18.5	14.2	18.1	14.1	4.9	7.5	5.5	14.3	2.9
PT 20:30	20.2	15.3	15.9	14.4	3.9	9.7	5.2	12.5	2.8
Late night	22.6	17.4	11.9	10.9	3.7	10.8	5.9	12.8	4.0
Daytime	17.5	16.3	17.2	13.9	5.0	8.2	5.4	13.5	2.9

Audiencia, Todos Individuos



Con la excepción de la mañana y de la tarde, TL5 es capaz de ganar en todas las franjas del día.

TELEVISIÓN

Ranking de programas*: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Ranking de Programas (Audiencia, cuota % y miles)

		CHANNEL	THOUSAND	SHARE	Nº
1	POST FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	8,824	62.6	3
2	PRORROGA FUTBOL:EUROCOP	CUATRO	7,551	48.0	3
3	2008 DEBATE	TVE1	7,469	34.5	2
4	FUTBOL:COPA DEL REY	TELECINCO	7,136	37.1	2
5	PRORROGA FUTBOL:L.CAMPEO	ANTENA 3	6,141	30.9	2
6	FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	5,807	40.4	19
7	AIDA	TELECINCO	5,749	31.0	22
8	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	ANTENA 3	5,301	32.7	10
9	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1	5,209	34.3	4
10	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA	TELECINCO	4,770	29.1	4
11	C.S.I.MIAMI	TELECINCO	4,611	23.4	14
12	C.S.I. LAS VEGAS	TELECINCO	4,577	25.4	24
13	FUTBOL:COPA UEFA	ANTENA 3	4,533	28.2	3
14	FUTBOL:SUPERCOPA	TELECINCO	4,172	32.4	2
15	PREVIO FUTBOL:COPA DEL REY	TELECINCO	4,107	23.1	2
16	FORMULA 1	TELECINCO	4,029	42.4	17
17	CUENTAME COMO PASO	TVE1	3,930	22.3	13
18	SIN TETAS NO HAY PARAISO	TELECINCO	3,901	23.1	19
19	OPERACION TRIUNFO - GALAS	TELECINCO	3,862	26.2	12
20	C.S.I.NUEVA YORK	TELECINCO	3,839	23.2	13

Telecinco
sitúa 11
programas
entre los 20
mas vistos
del 2008



TL5 ofrece la mejor programación
del periodo con amplia
variedad de productos

*Ranking de programas:
únicamente programas
que hayan tenido como
mínimo 2 emisiones

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@telecinco.es

WEB: <http://www.inversores.telecinco.es/en/home.htm>

DISCLAIMER

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 buy or sell any stock.



TELECINCO

October 30th 2008

www.inversores.telecinco.es