



MEDIASET **españa.**



**FY2011 Presentación
de resultados**
(Enero – Diciembre)



Madrid, 22 de febrero de 2012

El margen EBITDA recurrente crece hasta el **19.1%** gracias a la capacidad de gestión de costes de **Mediaset *españa.***

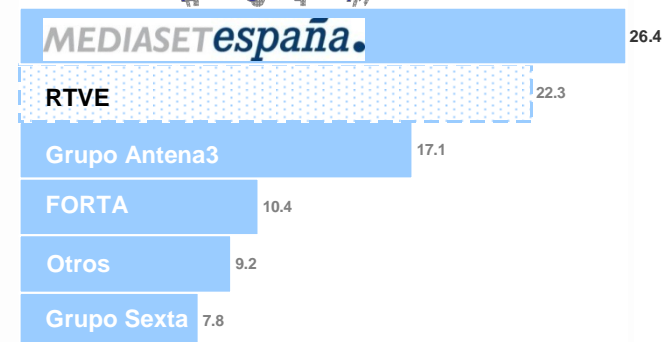
(€millones)	FY11	FY10 Pro-forma*	Var %	FY10 Reported
Total ingresos netos	1,009.3	1,171.9	-13.9%	855.1
Total costes operativos	816.5	962.6	-15.2%	624.4
EBITDA recurrente adj**	192.9	209.3	-7.9%	230.7
Margen EBITDA recurrente	19.1%	17.9%		27.0%
EBIT	164.5	199.9	-17.7%	219.4
Margen EBIT	16.3%	17.1%		25.7%
Beneficio neto	110.5	66.6	65.8%	70.5
BPA	0.272 €			
Beneficio neto adj***	143.4	160.5	-10.6%	164.4
Posicion financiera	26.5			-28.0

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogcuatro

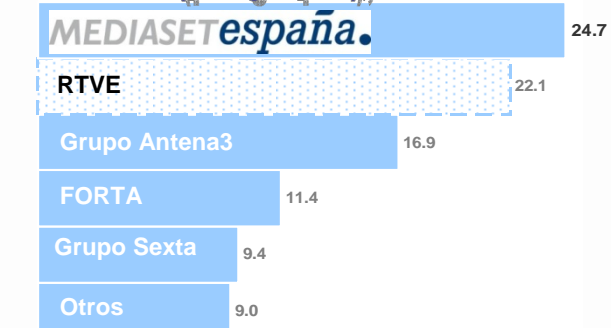
**EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV y excluye : los elementos de costes no recurrentes

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

Audiencia (per grupos), 24h tot individuos



Audiencia (per grupos), PT tot individuos



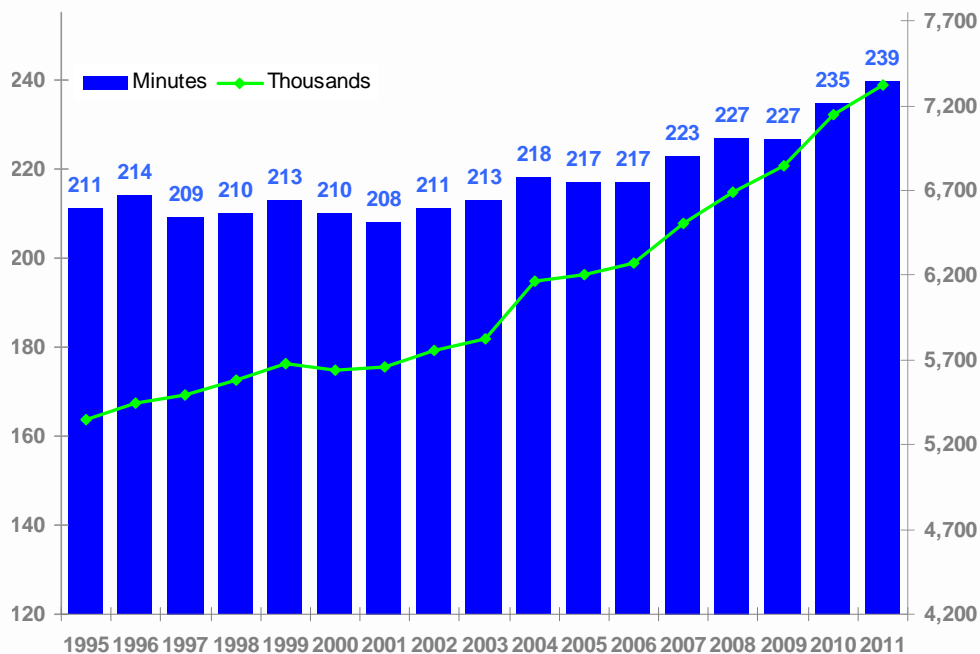
FY11 principales magnitudes

Fuente: Kantar Media
Datos: 1 de enero – 31 de diciembre de 2011



Consumo TTV en España

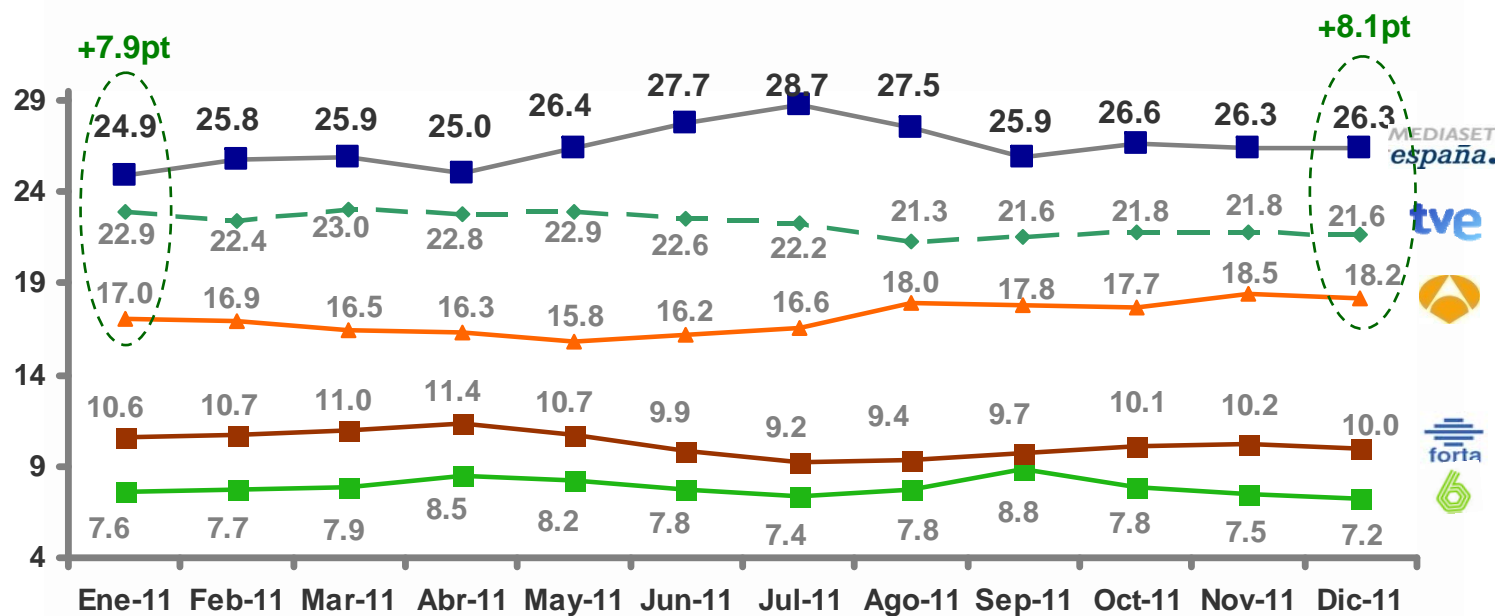
Enero 2012: 264 minutos de consumo es el nuevo máximo histórico



Años	Minutos	Miles
Years	Minutes	Thousands
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

2011 un año record de consumo TTV

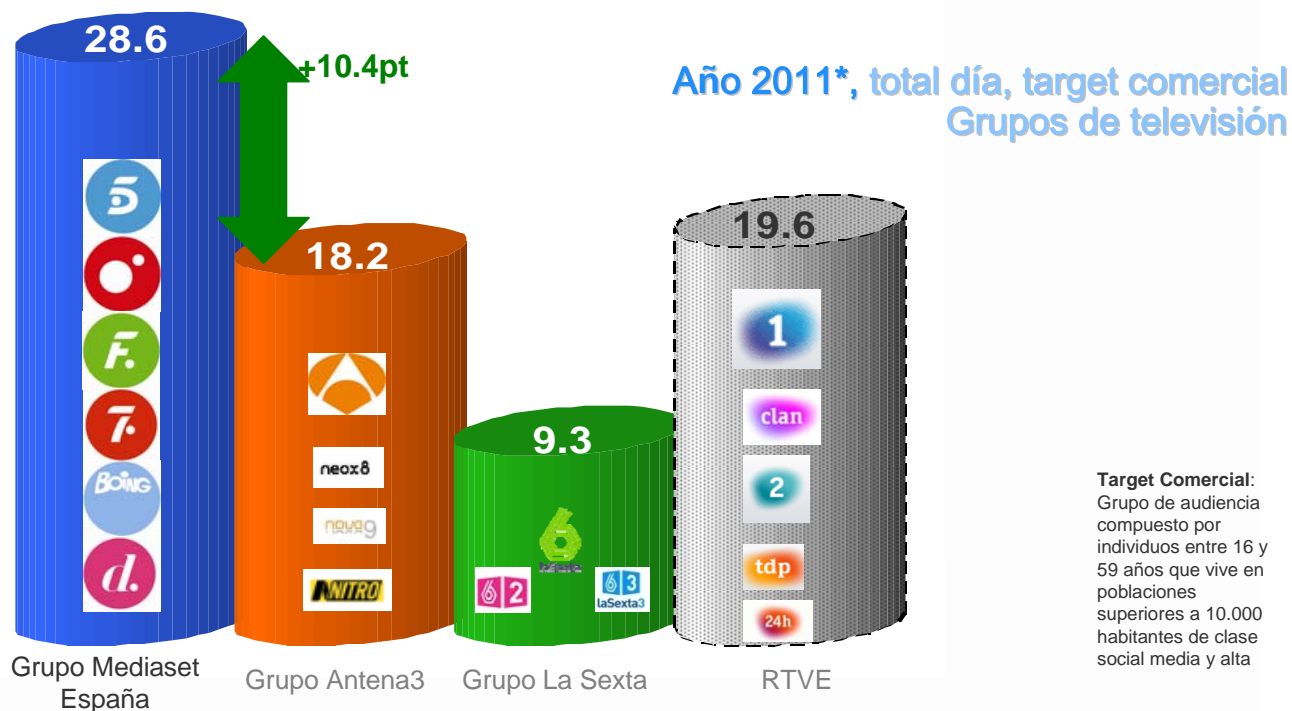
En 2011 Mediaset *españa.* incrementó el diferencial de audiencia con su principal competidor



Mediaset España: grupo líder con una amplia oferta de audiencia comercial

Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos

Mediaset España ha consolidado su liderazgo en target comercial. Mejora por 2.2 puntos los datos de total individuos alcanzando el 28.6% de audiencia. Amplía la distancia respecto a Antena3.

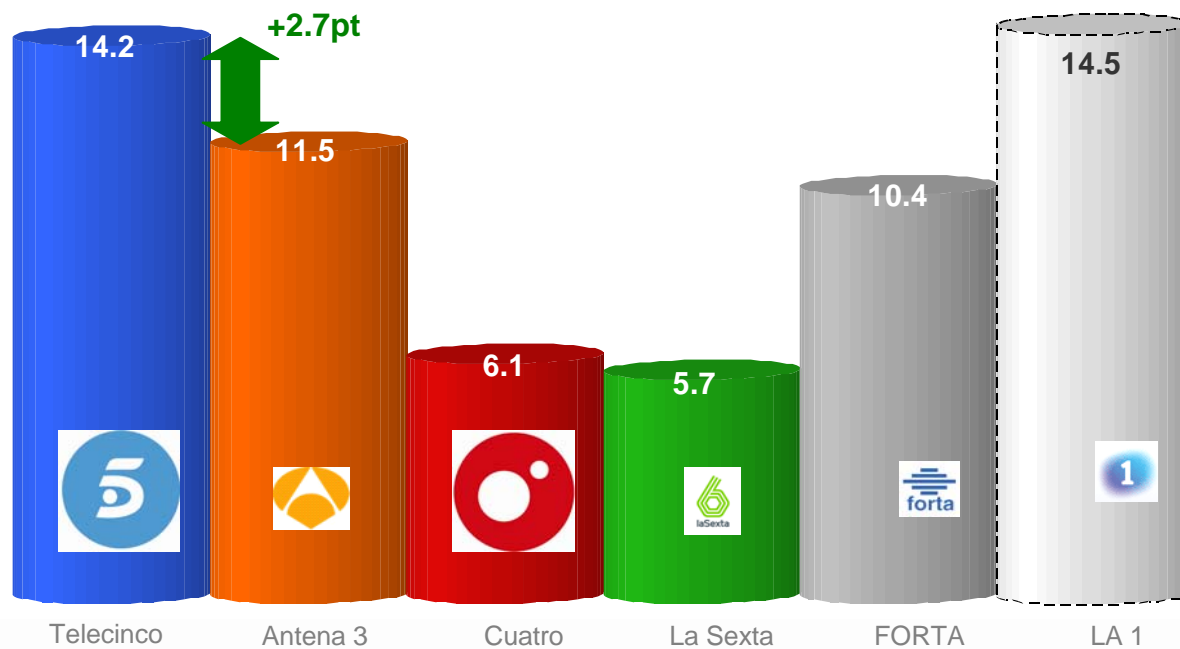


Mediaset españa es el grupo líder en target comercial

Fuente: Kantar Media
* Promedio audiencia 1/1-31/12/11

Telecinco es la cadena comercial líder en 2011 con un 14.2% de cuota, casi tres puntos por encima de Antena3. Cuatro también supera a La Sexta.

Año 2011*, total día.
Total individuos

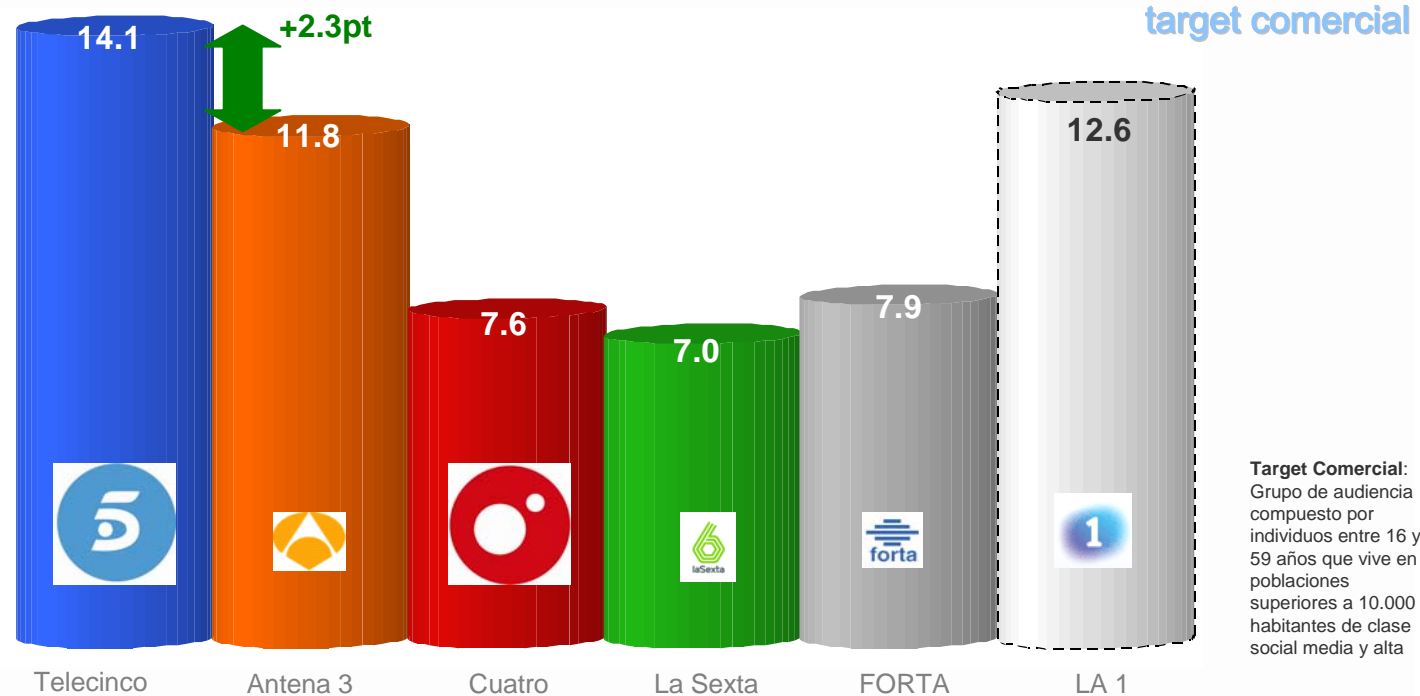


Telecinco y Cuatro ganan a sus competidores

Fuente: Kantar Media
* Promedio audiencia 1/1-31/12/11

Telecinco es la cadena líder en el Target Comercial con un 14.1% de cuota. Supera a Antena3 por 2.3 puntos y a La1 por 1,5 puntos. Cuatro aumenta su ventaja sobre La Sexta a más de medio punto.

Año 2011*, total día, target comercial

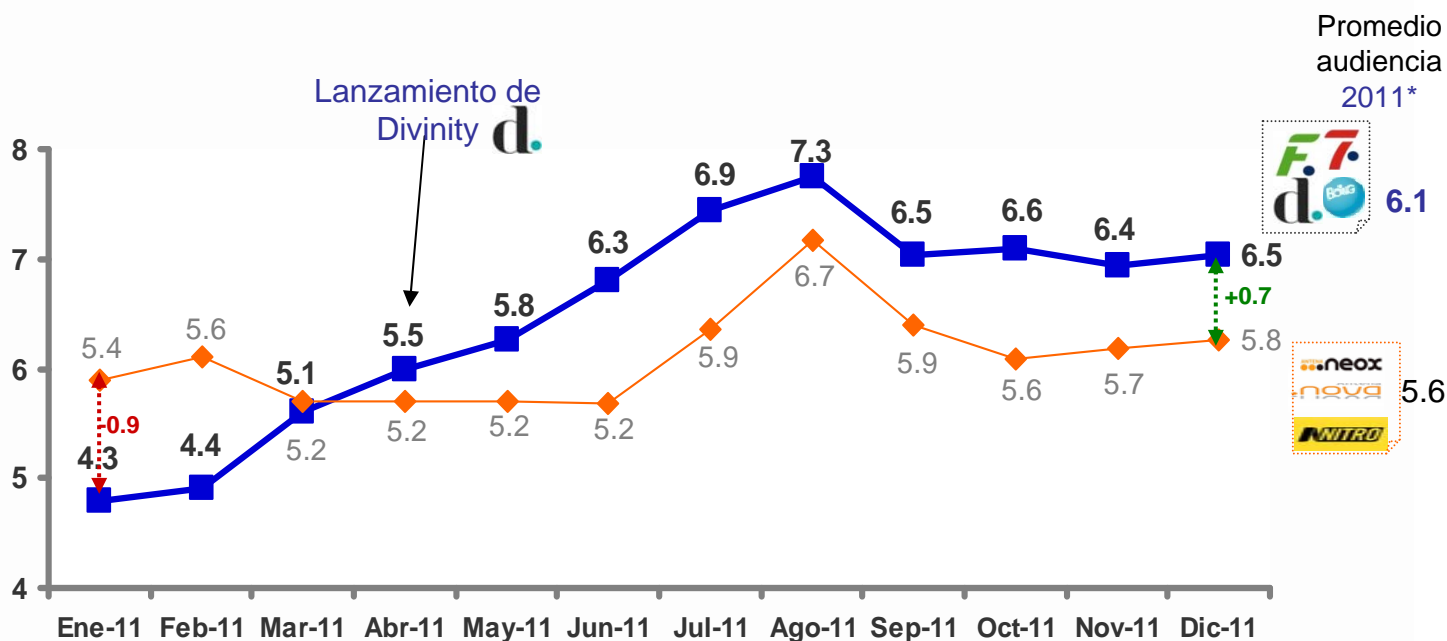


Target Comercial:
Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes de clase social media y alta

Telecinco y Cuatro son líderes en target comercial respecto a sus competidores

Fuente: Kantar Media
* Promedio audiencia 1/1-31/12/11

La suma de audiencia de los canales de segunda generación de Mediaset españa consigue el 6.5% de cuota en diciembre 2011

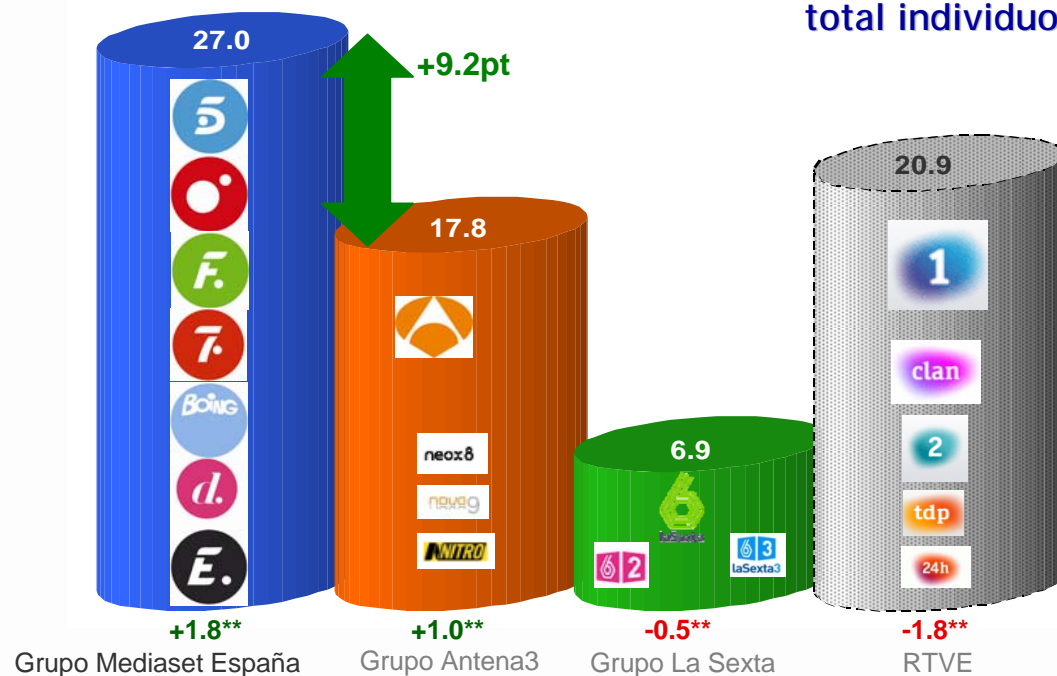


Los canales de segunda generación de Mediaset españa lideran con una clara evolución positiva

Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos
 * Promedio audiencia 1/1-31/12/11

La oferta de Mediaset España acumula un 27% de audiencia en 2012 (con una mejora de 2 puntos respecto a 2011). Es el grupo líder con 6.1 puntos sobre RTVE y 9.2 respecto a Antena3 (la segunda oferta comercial).

AÑO 2012*, total día, total individuos, por grupos de TV



Mediaset españa es el grupo líder en 2012

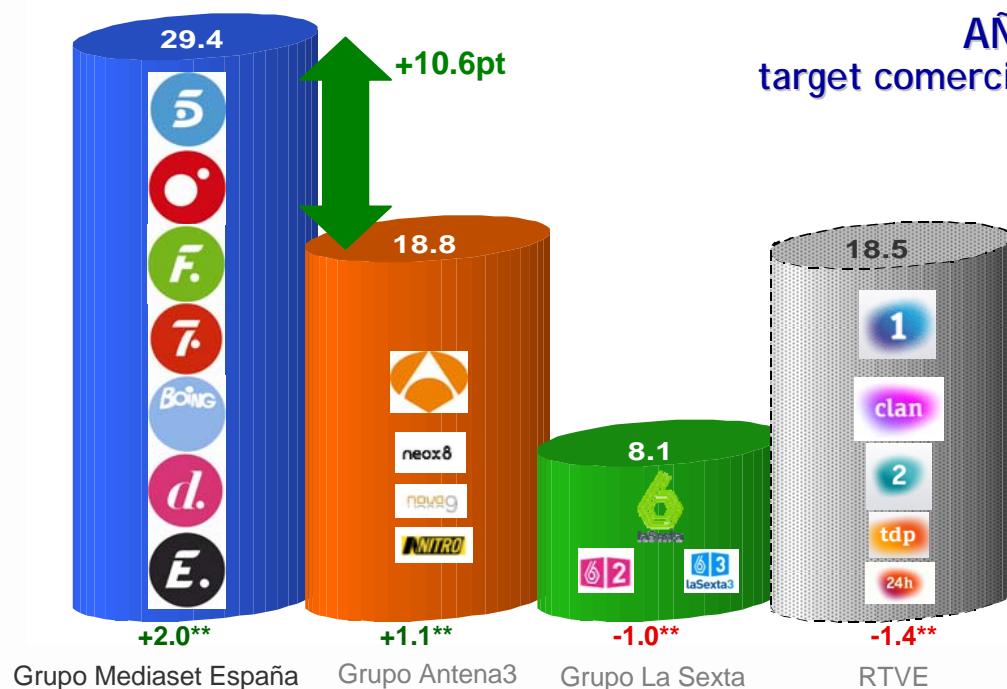
Fuente: Kantar Media

*Datos: promedio 1/1-19/2/12

** Respecto al mismo periodo 2011

Mediaset España con el 29,4% de la audiencia en target comercial, consolida su liderazgo. Mejora sus registros en 2 puntos respecto a 2011

El grupo gana de casi 11 puntos tanto a RTVE como a Antena3.



AÑO 2012*, total día, target comercial, por grupos de TV

Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes de clase social media y alta.

Mediaset españa es el grupo líder en target comercial

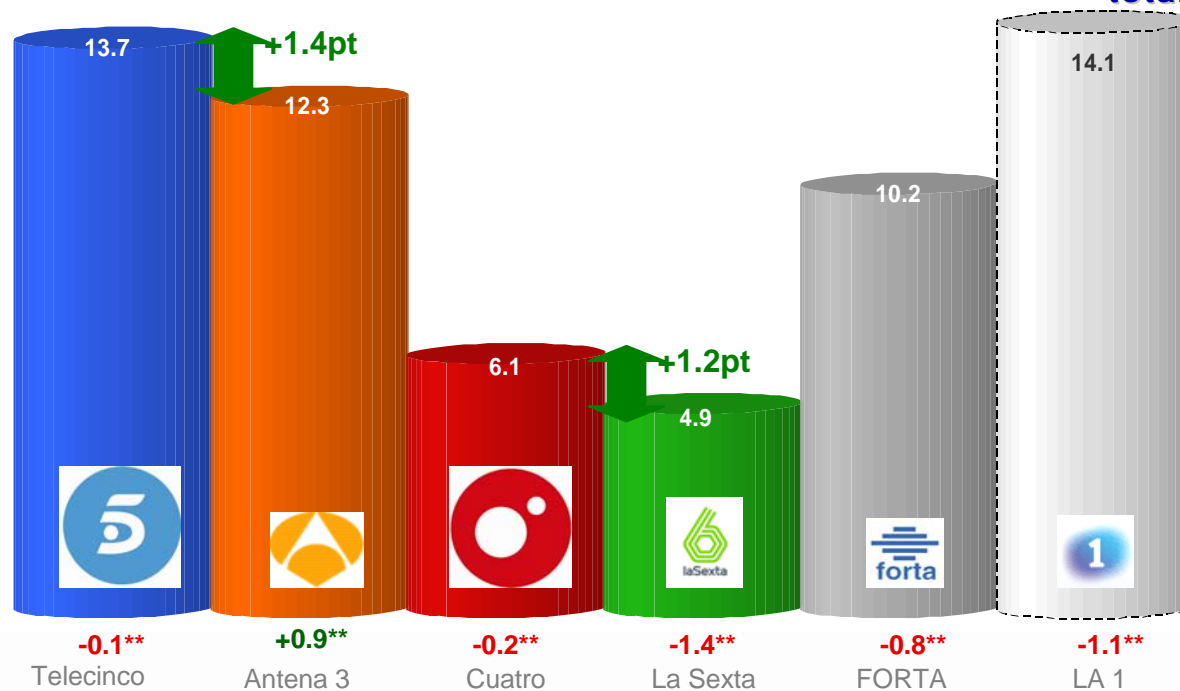
Fuente: Kantar Media

*Datos: promedio 1/1-19/2/12

** Respecto al mismo periodo 2011

Telecinco es el canal comercial líder en audiencia con 13,7% de audiencia. El canal aventaja a A3 por mas de un punto. Cuatro empieza el 2012 incrementando el diferencial de audiencia con su principal competidor.

AÑO 2012*, total día, total individuos



Telecinco y Cuatro ganan a sus competidores

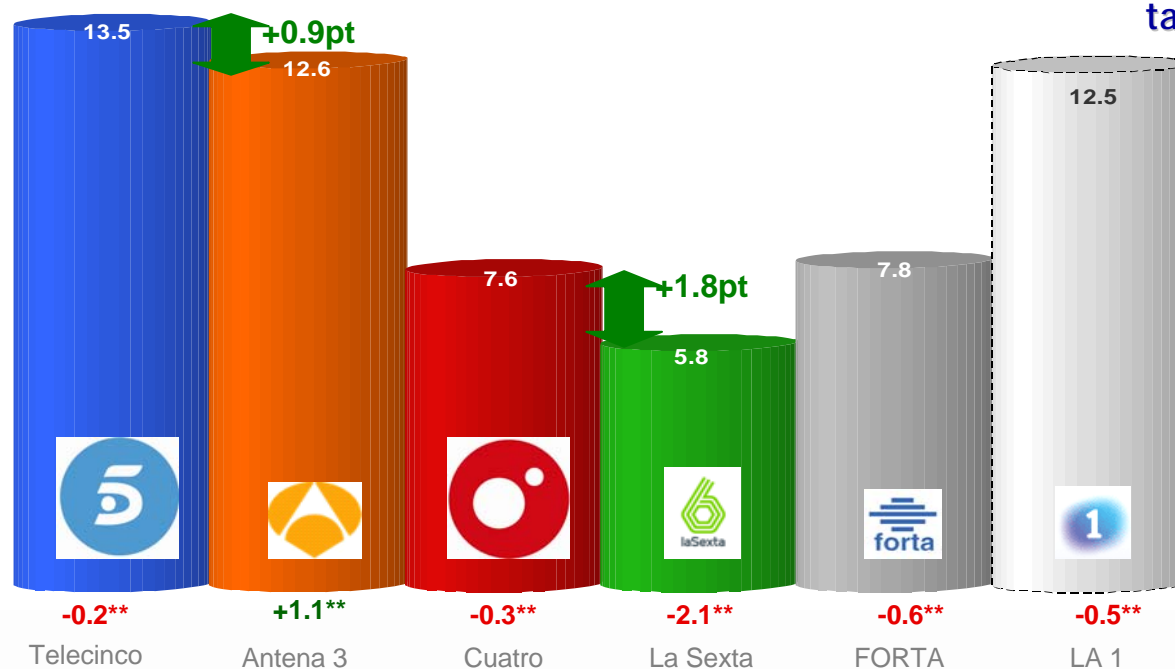
Fuente: Kantar Media

*Datos: promedio 1/1-19/2/12

** Respecto al mismo periodo 2011

Telecinco es la cadena líder en target comercial con 13,5% de cuota, superando de casi 1 punto a Antena3. Cuatro, con 7,6% de cuota, incrementa su diferencial con respecto a su principal competidor a casi 2 puntos.

AÑO 2012*, total día,
target comercial



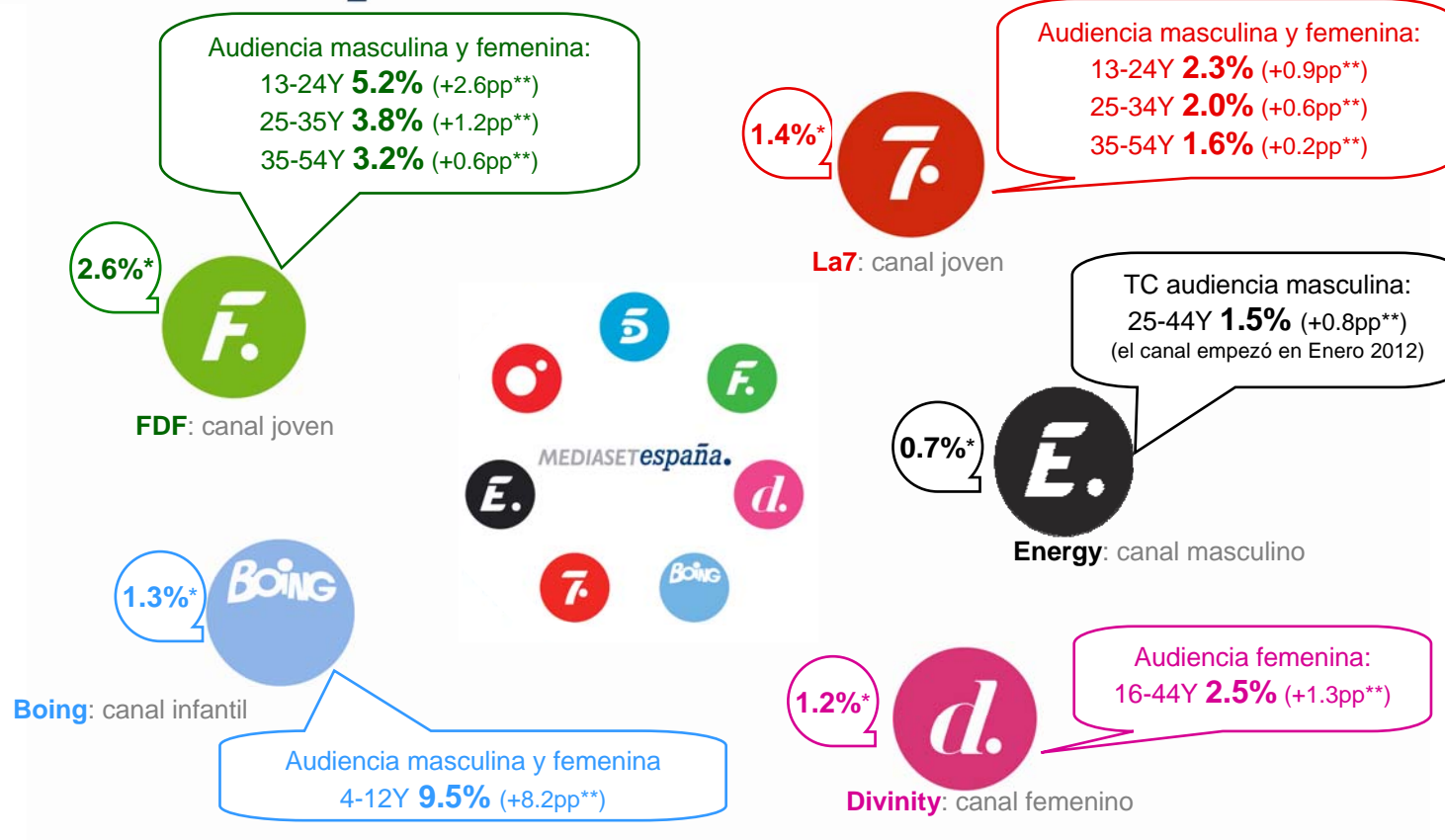
Target Comercial:
Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes de clase social media y alta.

Telecinco y Cuatro son líderes en target comercial respecto a sus competidores

Fuente: Kantar Media

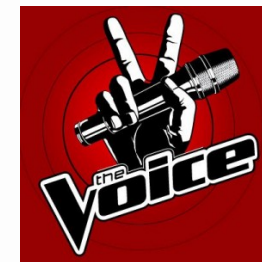
*Datos: promedio 1/1-19/2/12

** Respecto al mismo periodo 2011



Excelentes resultados de la estrategia multicanal de MES

Fuente: Kantar Media
 Datos: promedio 1/1-19/2/12
 * Audiencia 24h total individuos
 ** Respecto a la audiencia 24h TI

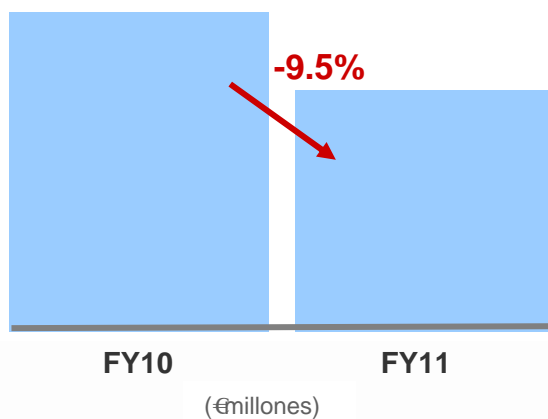


2012

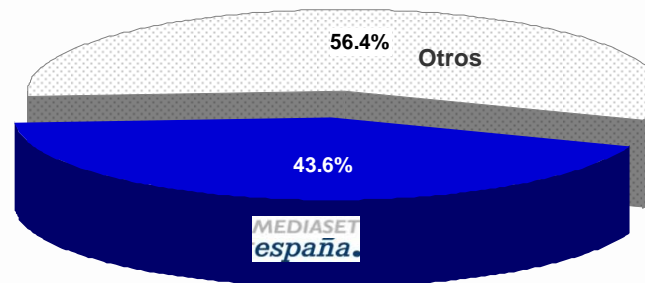




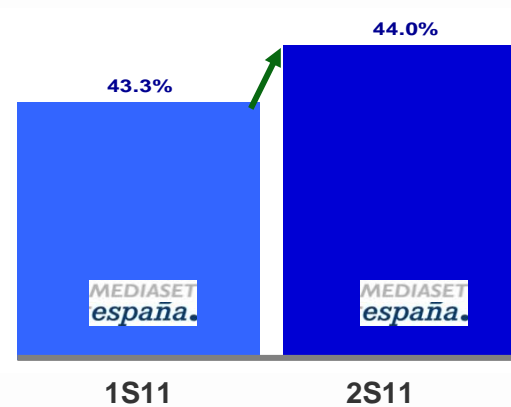
Mercado publicitario TV

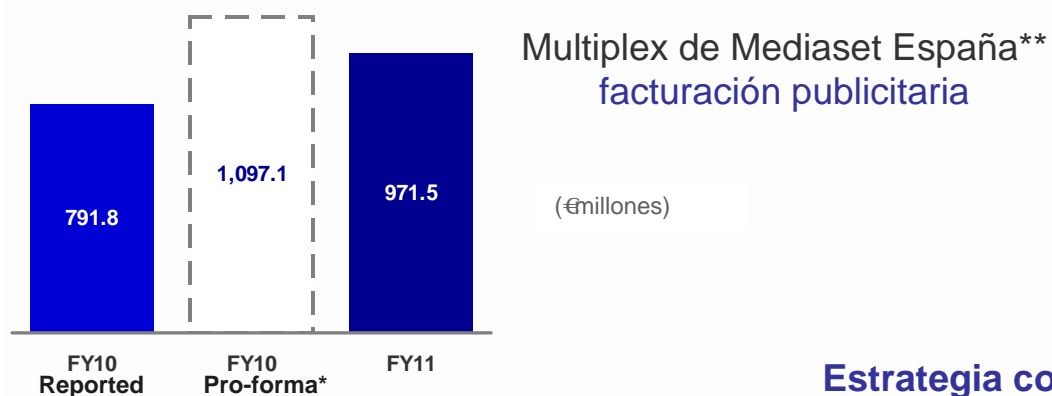


Cuota de mercado de Mediaset españa



FY11





		Audiencia	Segundos	GRP (20'')	C/GRP's	Ingresos	
	Telecinco + NSF	19.1% + 6.1%	+9.0%	+2.7%	-	-	-
	Cuatro	6.1% -13.3%	-3.0%	-17.6%	-	-	-
	Boing	1.1% +100%	+100%	+100%	-	-	-
	Grupo	26.4% +4.2%	+10.0%	-1.6%	-9.7%	€971.5m	-11.5%

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

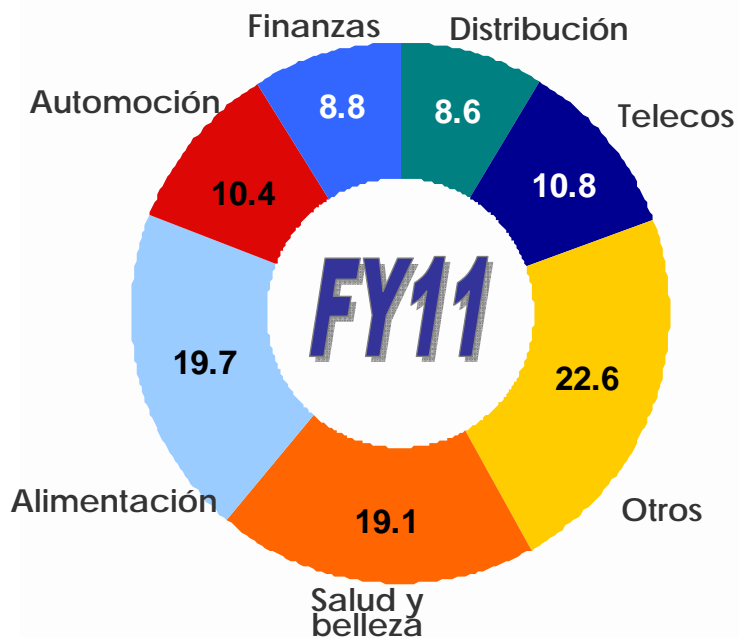
**Datos: Telecinco, Cuatro, Boing y NSF (Factoría de Ficción, La Siete, Divinity y Gran Hermano 24h)

FY11 facturación publicitaria

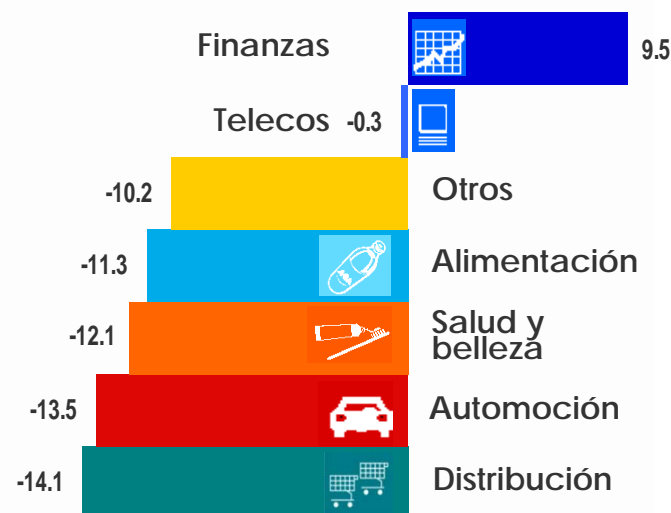
Fuente: Publiespaña y Kantar Media

Inversión de mercado publicitario TV por sectores

Cuota de sectores de anunciantes
(% sobre total)



Evolución sectores
(FY11 vs. FY10)





RESULTADOS FINANCIEROS

MEDIASET *españa.*



MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	FY11	FY10 Pro-forma*	VAR %	FY10 Reported
Total ingresos netos	1,009.3	1,171.9	-13.9%	855.1
Total costes recurrentes	816.5	962.6	-15.2%	624.4
Personal	103.9	125.6	-17.2%	89.9
Consumo derechos TV	227.7	223.3	2.0%	144.5
Otros costes operativos	484.9	613.8	-21.0%	389.9
EBITDA ajustado recurrente (1)	192.9	209.3	-7.9%	230.7
Costes no recurrentes	12.7	2.6	n.a.	2.6
EBITDA adj (1)	180.2	206.7	-12.8%	228.1
Amortización PPA	8.0	-	n.a.	-
Amortización y Depreciación	7.7	6.8	12.6%	8.6
EBIT	164.5	199.9	-17.7%	219.4
Beneficio Antes de Impuestos	151.1	16.4	820.1%	36.5
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	110.5	66.6	65.8%	70.5
BPA	0.272 €			
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	143.4	160.5	-10.6%	164.4
EBITDA recurrente adj/ Ingresos netos	19.1%	17.9%		27.0%
EBITDA/ Ingresos netos	17.9%	17.6%		26.7%
EBIT/ Ingresos netos	16.3%	17.1%		25.7%
Beneficio neto/ Ingresos netos	10.9%	5.7%		8.3%
Beneficio neto ajustado/ ingresos netos	14.2%	13.7%		19.2%

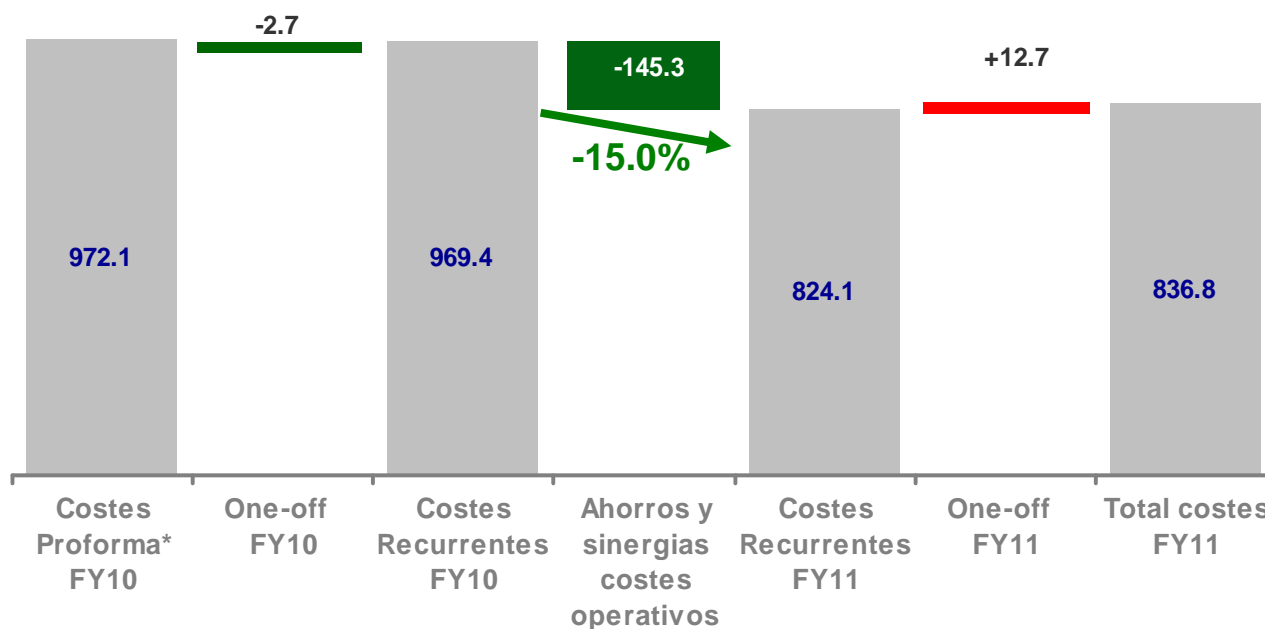
*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

(1) Después de consumos de derechos TV

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

MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

La integración de Cuatro genera beneficios en FY11
 Importante reducción de los costes recurrentes**, un 15.0% hasta los €824m



(€millones)

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro
 ** Costes: excluidas amortizaciones de PPA y otras amortizaciones y depreciaciones.

Reducción de costes en FY11

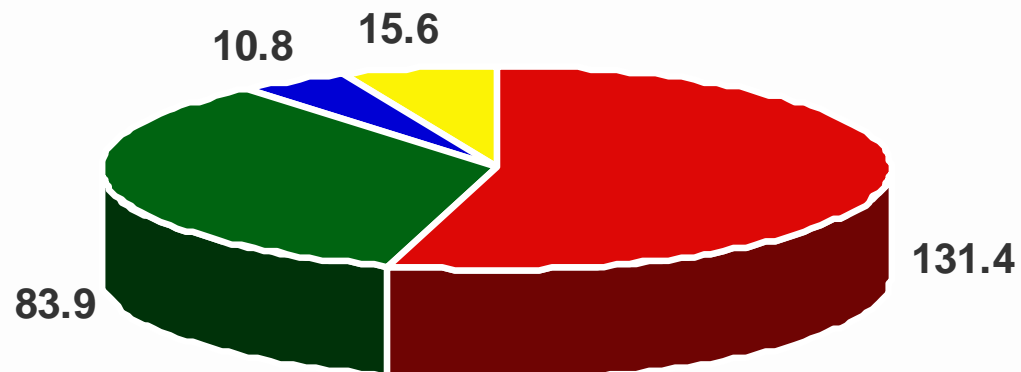
MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	FY11	FY10 Reported
Posición Financiera Neta Inicial	-28.0	-156.0
Cash Flow Libre	117.8	201.1
Cash Flow Operativo	377.6	390.6
Inversiones Netas	-241.7	-155.0
Variación Fondo de Maniobra	-18.1	-34.5
Movimiento Patrimonio	46.8	1,075.9
Inversiones Financieras	28.1	-1,101.6
Dividendos cobrados	1.9	1.0
Dividendos pagados	-140.2	-48.4
Incremento Neto de Posición Financiera	54.5	128.0
Posición Financiera Neta Final	26.5	-28.0
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	11.7%	23.5%

Cash flow consolidado FY11


MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

Total inversion neta
FY11 €241,7m



 Derechos TV

 Derechos TV Fiction

 Co-producción distribución

 Activos fijos Tngibles y intangibles

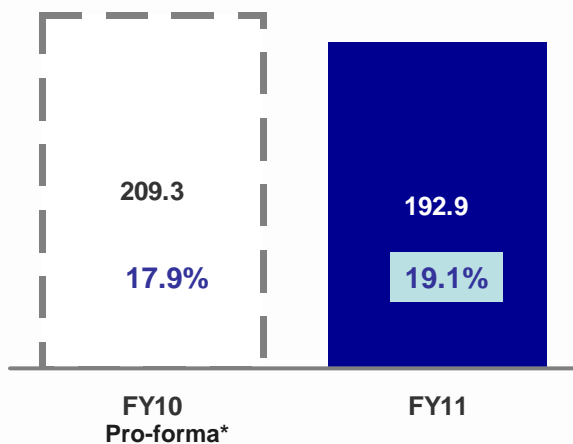
Inversiones netas FY11

(€millones)

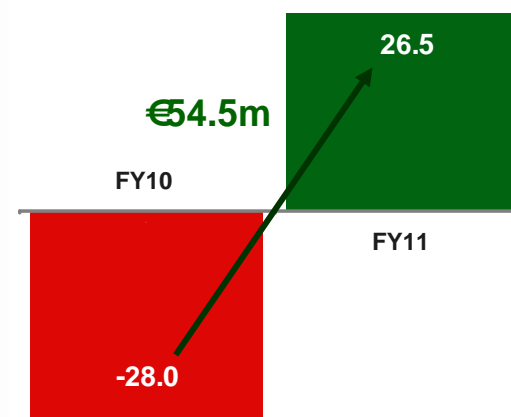
24

MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

EBITDA recurrente adj**
EBITDA recurrente adj*/Total ingresos netos



Posición financiera neta:



(€millones)

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro
 **EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV y excluye : los elementos de costes no recurrentes

FY 2011

- Comienzo de la integración de Cuatro el 1 de enero de 2011.
- Consolidación de las fuerzas de venta de publicidad desde el 3 de enero
- A finales de enero comenzó a emitirse la señal de Cuatro conjuntamente con Telecinco
- A finales de abril los informativos de Cuatro empezaron a emitirse desde los estudios de Telecinco y se integró la base de datos de las noticias
- A finales de abril se finalizó la reestructuración de la fuerza laboral
- El total de sinergias de costes esperadas en un año normalizado es de €50m
 - Noticias
 - Personal
 - Contrato de servicios
- No todas las sinergias de costes fueron materializadas en 2011 (€35m en 2011)
- Los costes de reestructuración del personal en 2011 fueron €12,7m. El resto de los costes de reestructuración fueron contabilizados ya en 2010
- La evolución de Digital+ progresa según los planes

Highlights:

Mediaset*españa* ahorra €145m en costes en el año 2011 (-15% vs 2010)

Mediaset*españa* se confirma líder en márgenes operativos, gracias a la gran capacidad de control de costes

Mediaset*españa* un grupo sin deuda y con una fuerte estructura de balance

Mediaset*españa* apunta una evolución muy positiva de la audiencia que coloca el grupo como líder indiscutible en España (26,4% en el año 2011)

Mediaset*españa* es el grupo español líder del mercado publicitario (43,6%* de cuota de mercado publicitario TV en 2011)



BACK UP

MEDIASETespaña.

MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)

	FY11	FY10 <i>Pro-forma*</i>	Var %	FY10 Reported
Ingresos brutos de publicidad	1,006.3	1,156.6	-13.0%	834.9
- Multiplex Mediaset España	971.5	1,097.1	-11.5%	791.8
- Otros	34.9	59.4	-41.4%	43.1
Descuentos	-58.9	-59.6	-1.3%	-40.3
Ingresos netos de publicidad	947.5	1,097.0	-13.6%	794.6
Otros ingresos	61.9	75.0	-17.5%	60.5
TOTAL INGRESOS NETOS	1,009.3	1,171.9	-13.9%	855.1
Personal	103.9	125.6	-17.2%	89.9
Consumo de derechos TV	227.7	223.3	2.0%	144.5
Otros costes operativos	484.9	613.8	-21.0%	389.9
<i>Total costes (1)</i>	<i>816.5</i>	<i>962.6</i>	<i>-15.2%</i>	<i>624.4</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	192.9	209.3	-7.9%	230.7
EBITDA adj/Total ingresos netos	19.1%	17.9%		27.0%
Costes no recurrentes (2)	12.7	2.6	n.a.	2.6
EBITDA adj**	180.2	206.7	-12.8%	228.1

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	FY11	FY10 Pro-forma*	Var %	FY10 Reported
EBITDA adj**	180.2	206.7	-12.8%	228.1
Amortización de PPA (3)	8.0	0.0	n.a.	0.0
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	7.7	6.8	12.6%	8.6
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>844.8</i>	<i>972.1</i>	<i>-13.1%</i>	<i>635.6</i>
EBIT	164.5	199.9	-17.7%	219.4
EBIT/Total ingresos netos	16.3%	17.1%		25.7%
Res. Participadas y depr. Activos financieros	-18.4	-186.0	n.a.	-186.0
Resultados financieros	5.0	2.6	94.7%	3.1
BAI	151.1	16.4	820.1%	36.5
Impuestos de sociedades	-38.5	16.2	n.a.	0.0
Intereses minoritarios	-2.1	34.0	n.a.	34.0
Beneficio neto	110.5	66.6	65.8%	70.5
Beneficio neto ajustado***	143.4	160.5	-10.6%	164.4
BPA	0.272 €			
BPA ajustado***	0.353 €			
Beneficio neto/Total ingresos netos	10.9%	5.7%		8.3%
Beneficio neto adj/Total ingresos netos	14.2%	13.7%		19.2%

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

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

MEDIASET *españa.* RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)

	FY11	2010
Inmovilizado	1,123.1	1,149.8
-Financiero	825.9	1,094.9
-No Financiero	297.2	54.9
Derechos Audiovisuales y Anticipos	261.0	264.9
-Derechos de Terceros	186.5	190.4
-Ficción	29.3	32.1
-Co-producción / distribución	45.1	42.4
Impuesto Anticipado	158.1	154.1
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1,542.2	1,568.7
Activo Corriente	302.9	295.8
Activo Financiero y Tesorería	114.4	116.4
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	417.3	412.2
TOTAL ACTIVO	1,959.4	1,980.9
Fondos Propios	1,425.8	1,376.1
Provisiones	29.3	32.0
Acreedores no corrientes	5.5	0.8
Pasivo Financiero no corriente	0.1	73.1
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	34.9	105.8
Acreedores Corrientes	410.9	427.6
Pasivo Financiero Corriente	87.8	71.3
TOTAL PASIVO CORRIENTE	498.7	498.9
TOTAL PASIVO	1,959.4	1,980.9

Balance de situación consolidado FY11

MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	4T11	4T10 Pro-forma*	Var %	4T10 Reported
Ingresos brutos de publicidad	275.9	320.8	-14.0%	233.0
- Multiplex Mediaset España	264.8	300.9	-12.0%	218.9
- Otros	11.1	19.9	-44.1%	14.1
Descuentos	-16.3	-17.6	-7.4%	-12.3
Ingresos netos de publicidad	259.6	303.2	-14.4%	220.7
Otros ingresos	18.1	17.5	3.5%	12.0
TOTAL INGRESOS NETOS	277.7	320.7	-13.4%	232.6
Personal	27.4	41.9	-34.6%	31.1
Consumo de derechos TV	67.7	64.5	4.8%	43.1
Otros costes operativos	134.1	153.7	-12.8%	96.8
<i>Total costes (1)</i>	<i>229.1</i>	<i>260.1</i>	<i>-11.9%</i>	<i>171.1</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	48.6	60.6	-19.8%	61.6
EBITDA adj/Total ingresos netos	17.5%	18.9%		26.5%
Costes no recurrentes (2)	0.0	7.7	0.0%	7.7
EBITDA adj**	48.6	52.9	-8.2%	53.9

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

MEDIASET *españa*. RESULTADOS FINANCIEROS





(€millones)	4T11	4T10 Pro-forma*	Var %	4T10 Reported
EBITDA adj**	48.6	52.9	-8.2%	53.9
Amortización de PPA (3)	2.0	0.0	n.a.	0.0
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	2.2	-1.3	n.a.	1.4
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>233.3</i>	<i>266.5</i>	<i>-12.5%</i>	<i>180.1</i>
EBIT	44.5	54.2	-18.0%	52.6
EBIT/Total ingresos netos	16.0%	16.9%		22.6%
Res. Participadas y depr. Activos financieros	-24.2	-17.2	n.a.	-17.2
Resultados financieros	0.5	-0.2	n.a.	-0.2
BAI	20.7	36.8	n.a.	35.2
Impuestos de sociedades	-15.7	9.7	n.a.	0.1
Intereses minoritarios	-2.2	3.1	n.a.	3.1
Beneficio neto	2.9	49.7	n.a.	38.4
Beneficio neto ajustado***	29.8	54.5	n.a.	43.2
BPA	0.007 €			
BPA ajustado***	0.073 €			
Beneficio neto/Total ingresos netos	1.0%	15.5%		16.5%
Beneficio neto ajd/Total ingresos netos	10.7%	17.0%		18.6%

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

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

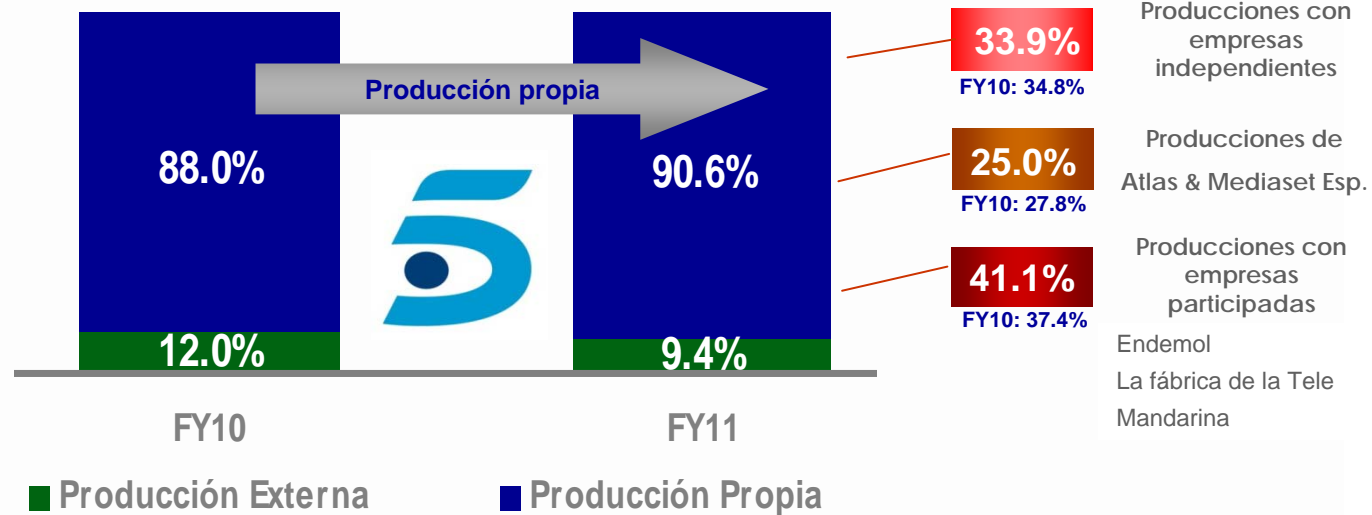
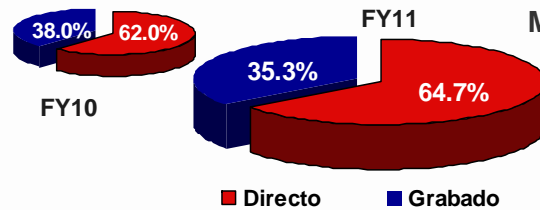
Estrategia comercial*, 4T2011

		Segundos	GRP (20'')	C/GRP's	Ingresos	
	Telecinco + NSF	+19.8%	+13.6%	-	-	
	Cuatro	+8.0%	-21.1%	-	-	
	Boing	+100%	+100%	-	-	
	Grupo	+19.3%	+5.1%	-14.0%	€264.8m	-12.0%

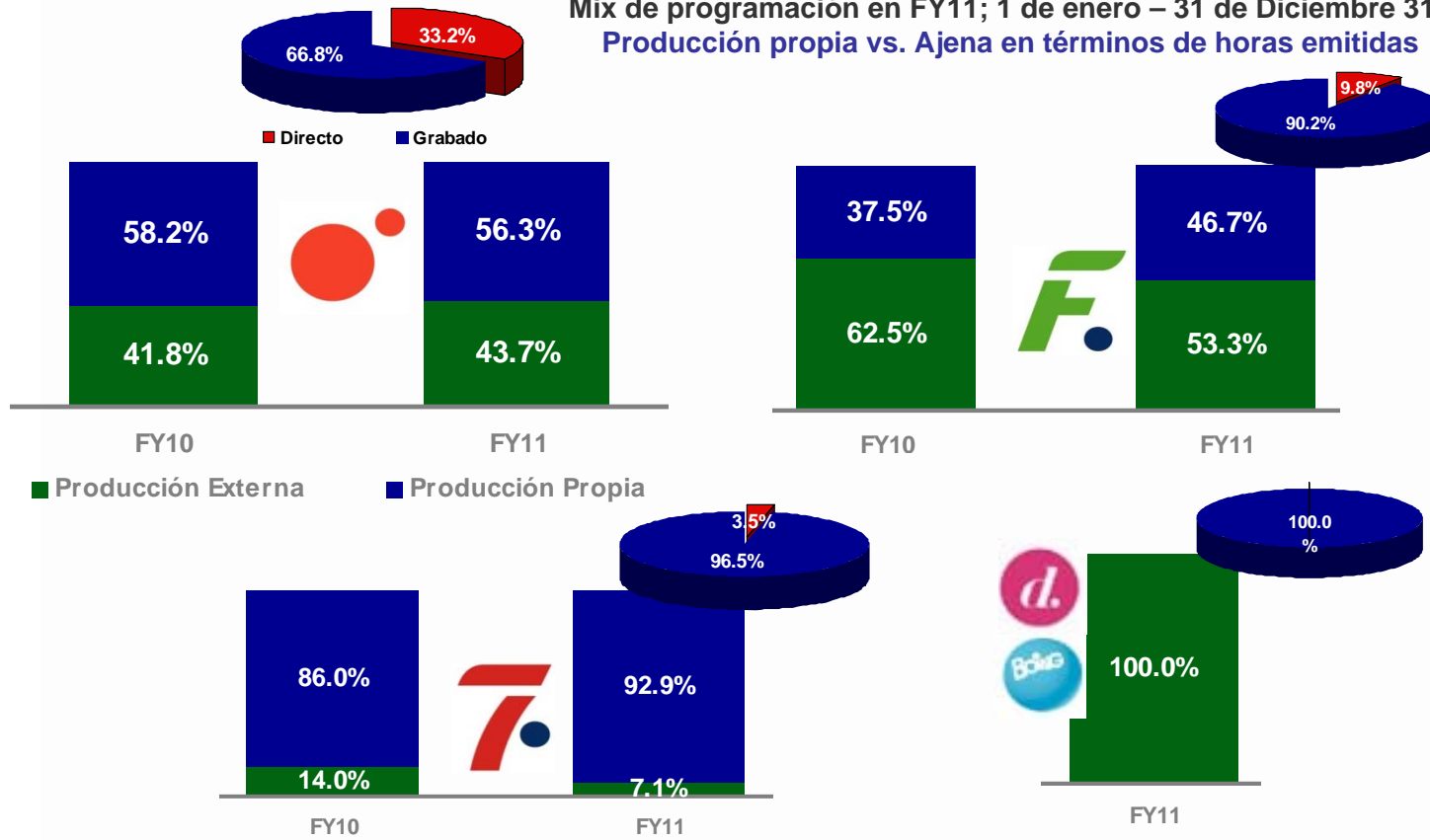
*Datos: Telecinco, Cuatro, Boing y NSF (Factoría de Ficción, La Siete, Divinity y Gran Hermano 24h)

TELECINCO

Mix de programación en FY11; 1 de enero – 31 de Diciembre 31st
 Producción propia vs. Ajena en términos de horas emitidas

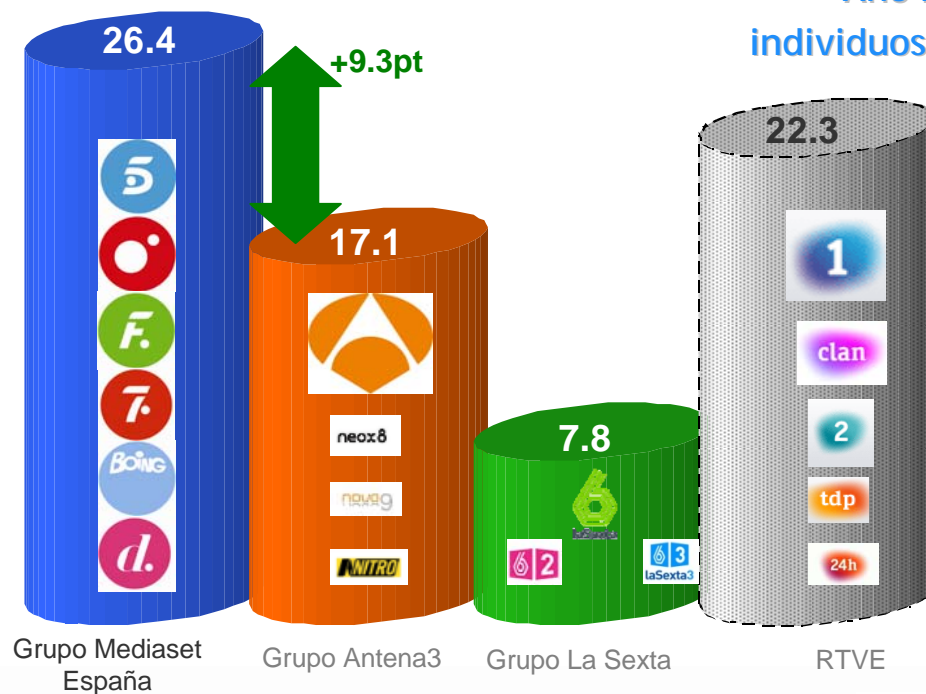


Mix de programación en FY11; 1 de enero – 31 de Diciembre 31st
 Producción propia vs. Ajena en términos de horas emitidas



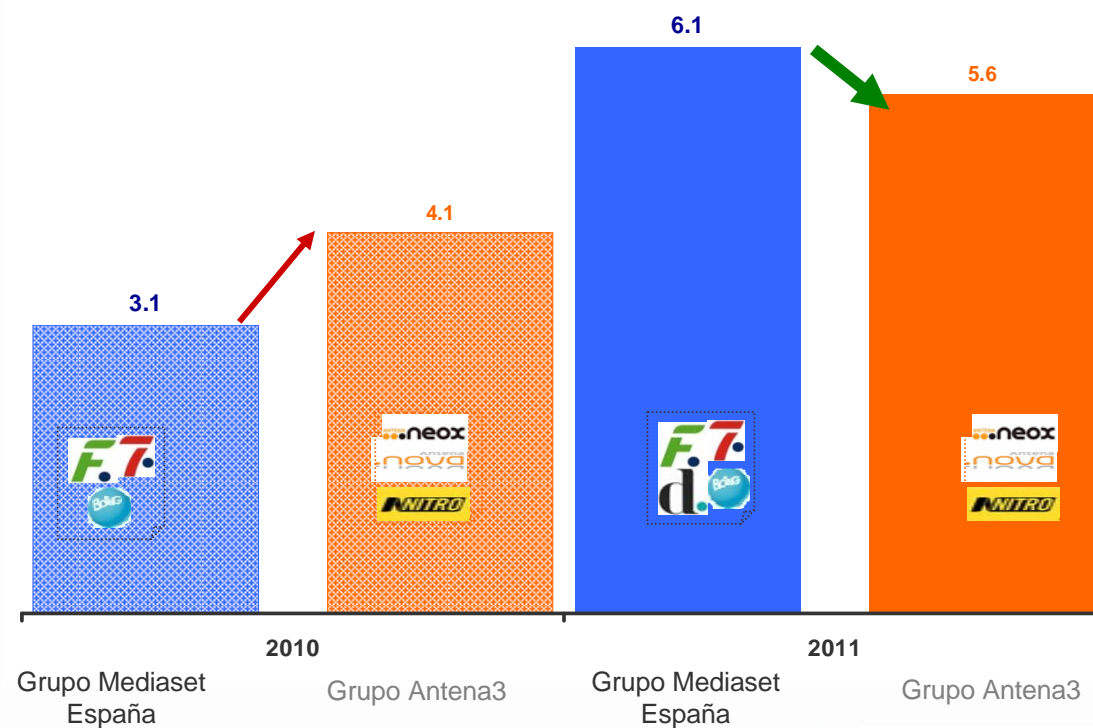
La oferta de Mediaset España acumula un 26.4% de la audiencia en 2011. Es el grupo líder con 4.1 puntos sobre RTVE y 9.3 respecto a Antena3 (la segunda oferta comercial).

Año 2011*, total día, total individuos; grupos de televisión



Fuente: Kantar Media
* Promedio audiencia 1/1-31/12/11

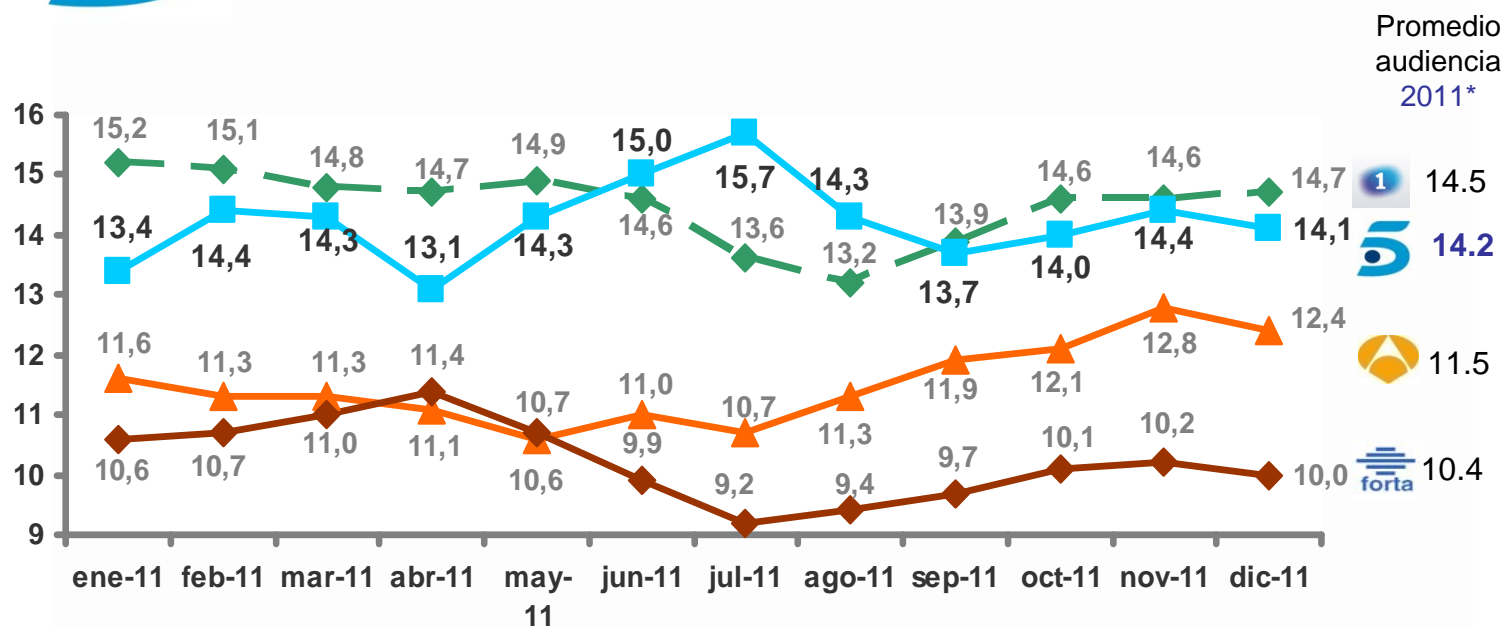
En 2011 los canales de segunda generación de Mediaset España casi doblaron su audiencia agregada



Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos
 * Promedio FY10 y FY11



Telecinco es el canal comercial líder en audiencia masculina y femenina en las franjas más interesantes.

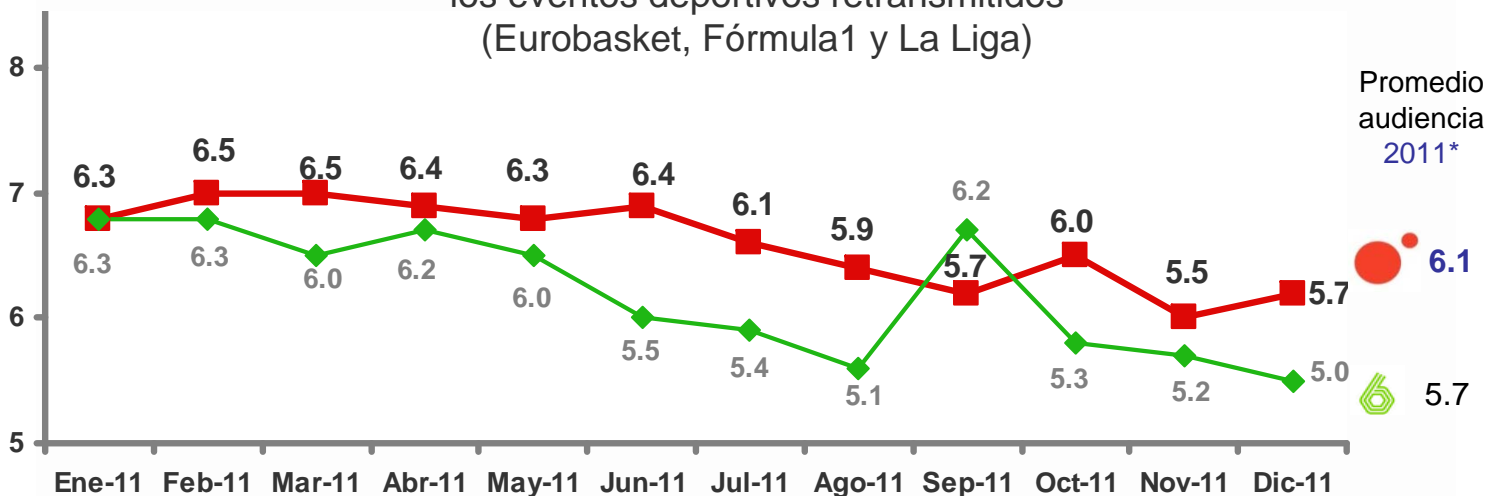


TL5 es el canal comercial líder

Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos
 * Promedio audiencia 1/1-31/12/11



Cuatro es uno de los canales líder entre la audiencia joven y masculina. En septiembre La Sexta lidera gracias a los eventos deportivos retransmitidos (Eurobasket, Fórmula1 y La Liga)

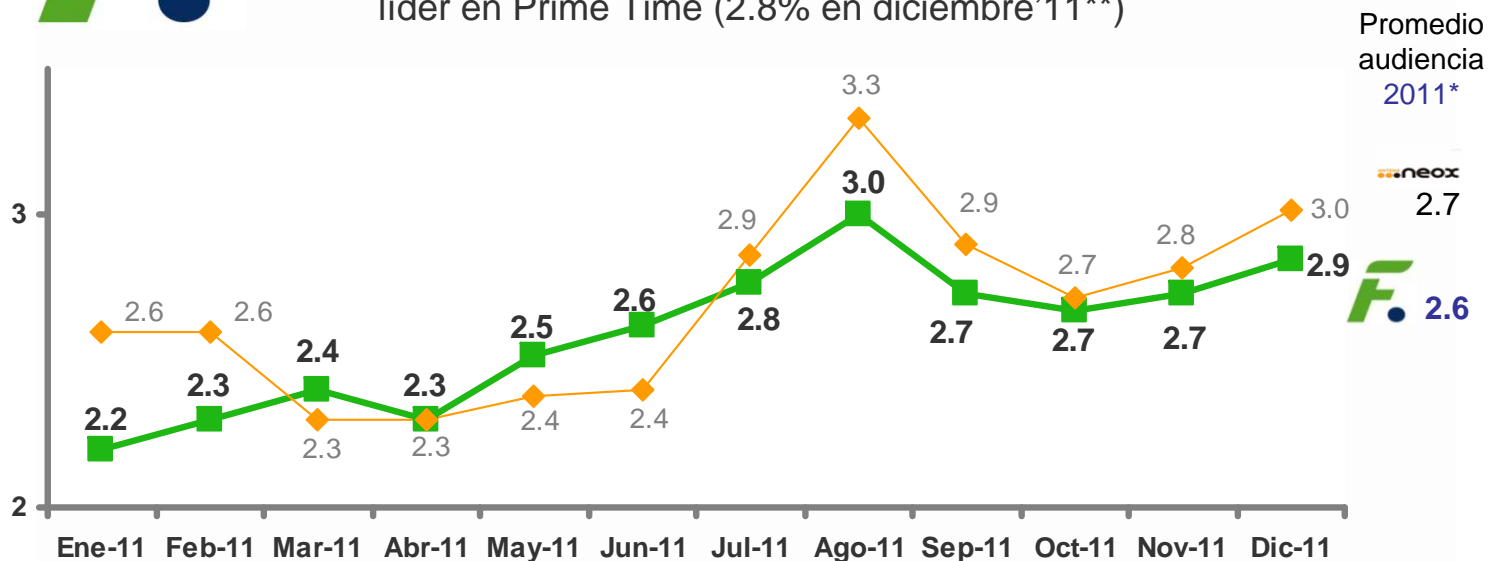


Cuatro supera a sus competidores en audiencia joven (13-34 años)

Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos
 * Promedio audiencia 1/1-31/12/11



En menos de un año **Factoria de Ficción** anula el diferencial de audiencia con su principal competidor, y es, un mes más, el canal de “segunda generación” líder en Prime Time (2.8% en diciembre’11**)

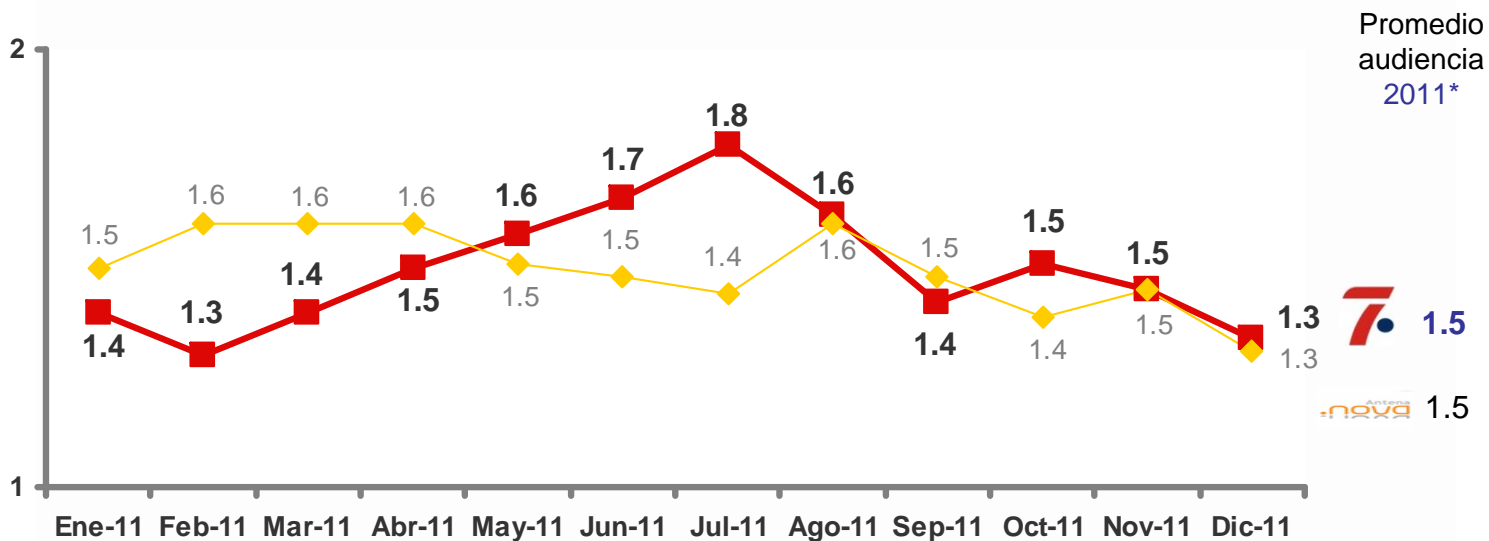


FDF ha incrementado su audiencia un +69% en 2011 respecto al año 2010

Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos
 * Promedio audiencia 1/1-31/12/11



La7 crece un 10% en audiencia en 2011 respecto al dato de 2010

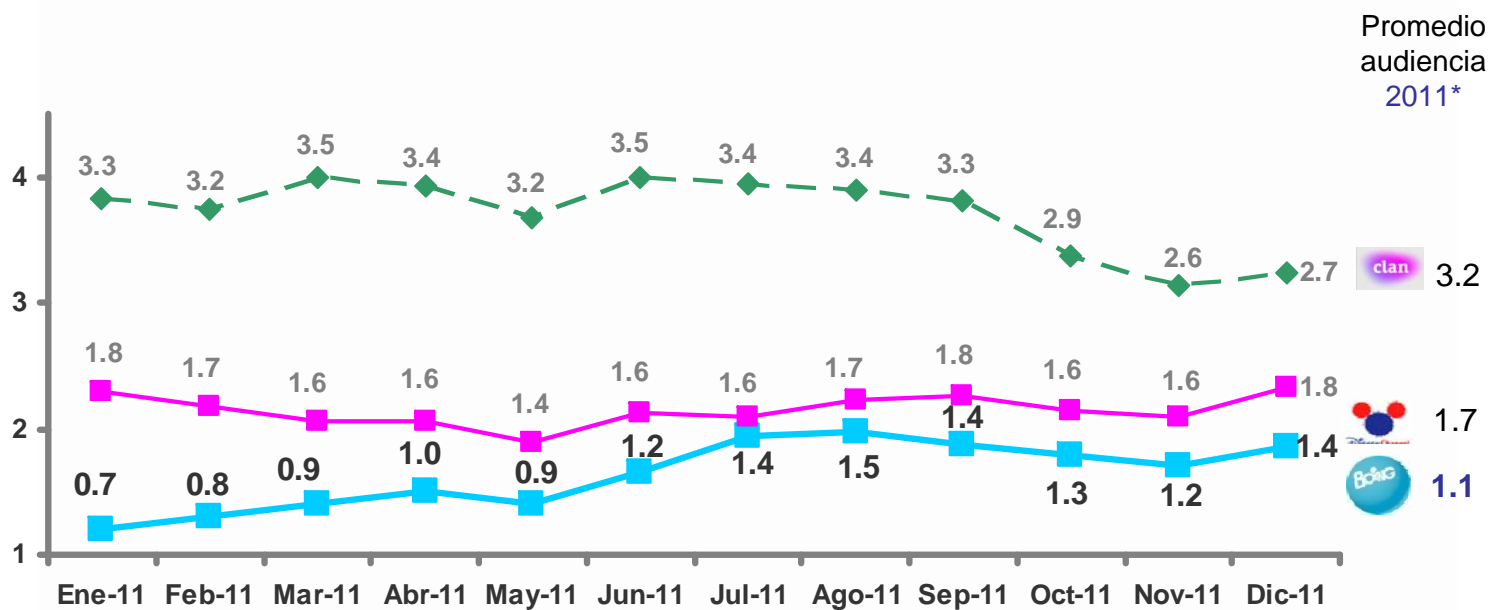


Durante los últimos 12 meses La7 incrementa su audiencia

Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos
 * Promedio audiencia 1/1-31/12/11



Desde el lanzamiento en octubre de 2010, **Boing** consigue reducir sensiblemente el gap de audiencia respecto a su principal competidor comercial



Boing, ha reducido en el año a mitad el diferencial de audiencia con su principal competidores

Fuente: Kantar Media
 Datos: audiencia 24h, Total individuos
 * Promedio audiencia 1/1-31/12/11

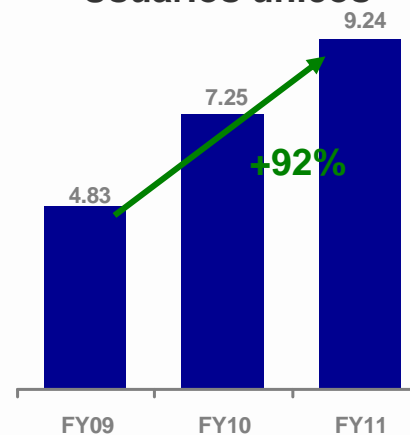
Ranking por medio

2011*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
Marca.com	32.50	734.85
Elmundo.es	28.83	356.76
20Minutos.es	13.49	84.55
ABC.es	11.78	87.77
RTVE.es	11.47	202.87
Telecinco.es	9.24	142.95

Ranking por cadena

2011*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
RTVE.es	11.47	202.87
Telecinco.es	9.24	142.95
Antena3TV.com	8.93	182.07
Cuatro.com	2.95	19.65
Lasexta.com	2.70	15.78

Usuarios únicos



Páginas vistas



Fuente: datos Nielsen Online (obtenidos por la herramienta Country Market Intelligence), auditados para OJD.

*promedio de datos del año 2011, en millones

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/en>

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





MEDIASET*españa.*



**FY2011 Presentación
de resultados**
(Enero – Diciembre)



Madrid, 22 de febrero de 2012