

GESTEVISION TELECINCO S.A.



TELECINCO

**RESULTADOS 1er TRIMESTRE 2010
(Enero – Marzo)**

6 de Mayo de 2010

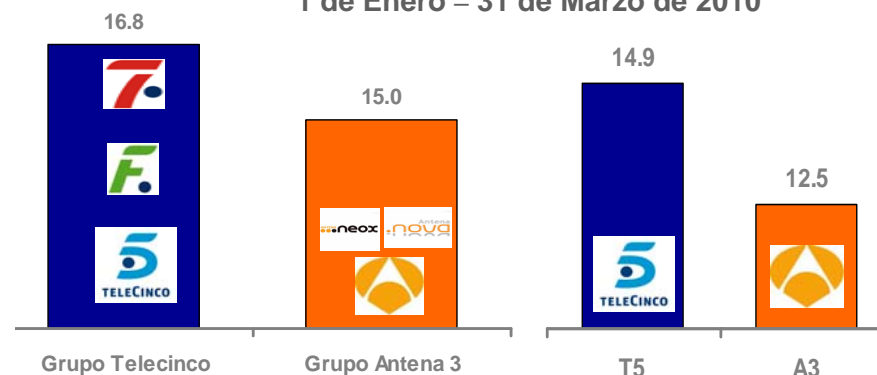


(€millones)	1T10	1T09	VAR. %
Total Ingresos Netos (€mill)	212.0	159.7	32.8%
Total Costes Operativos	134.5	113.7	18.3%
EBITDA adj.* (€mill)	77.5	46.0	68.5%
EBITDA adj./Ingresos Netos	36.5%	28.8%	
EBIT (€mill)	76.1	43.7	74.3%
EBIT/Ingresos Netos	35.9%	27.3%	
Beneficio Neto (€mill)	58.9	29.3	101.2%
Beneficio Neto Ajustado** (€m)	62.4	33.4	87.1%
FCF (€mill)	75.5	55.8	35.3%
FCF/Total Ingresos Netos	35.6%	35.0%	
Posición Neta de Caja	-151.5	24.4	n.a.

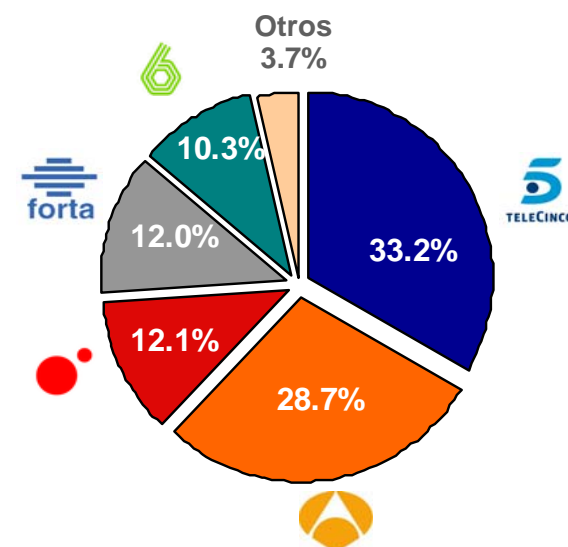
* Después de consumo de derechos

** Excluyendo impacto neto del PPA de Endemol

Audiencia 24h Total Individuos
1 de Enero – 31 de Marzo de 2010



Mercado publicitario TV 1T2010



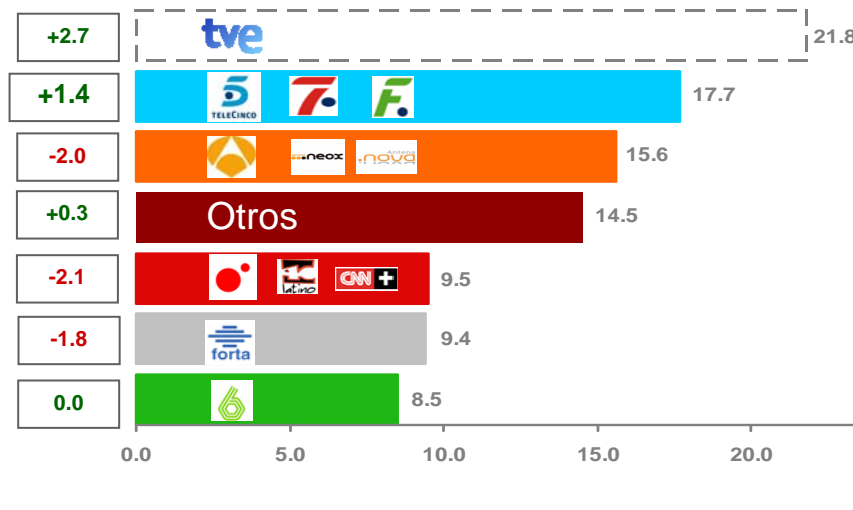
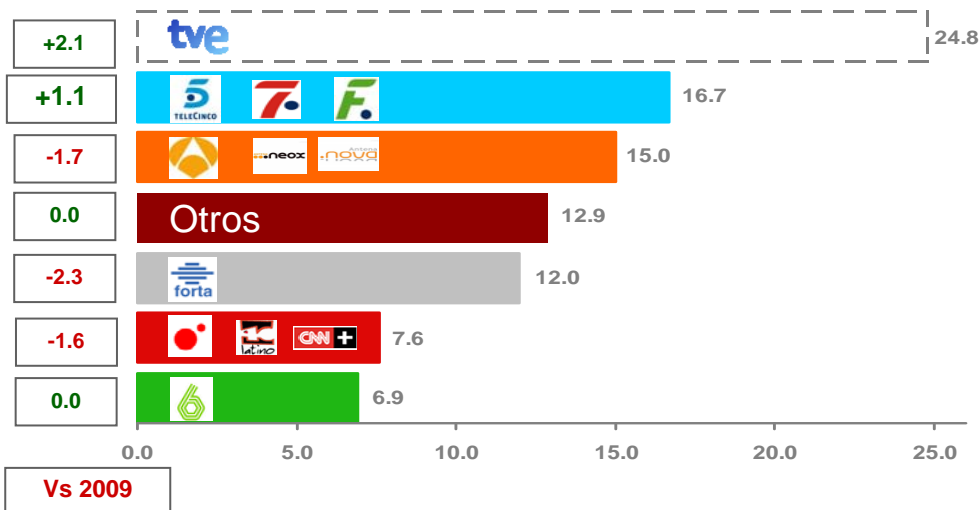
Fuentes: SOFRES y INFOADDEX

TELEVISION



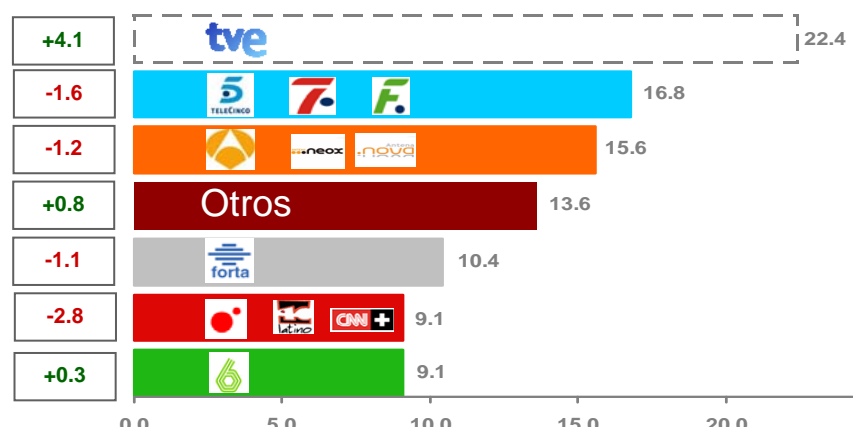
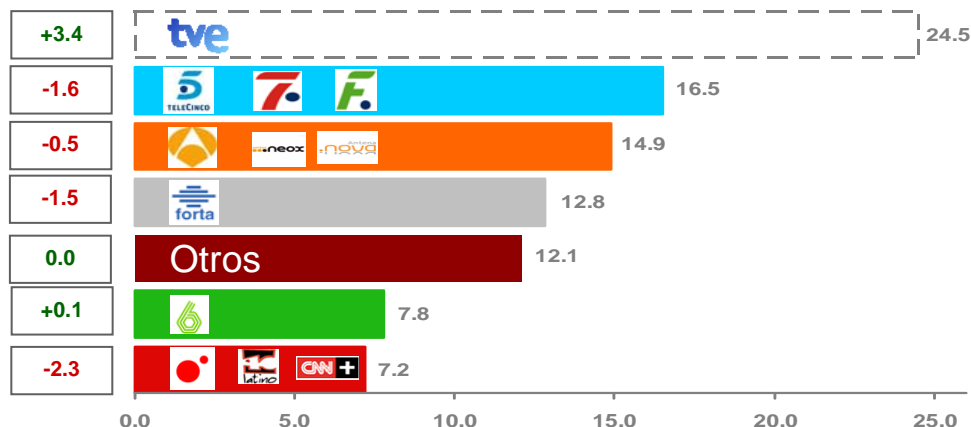
Audiencia 24h Total Individuos por Grupos

Audiencia 24h Target Comercial* por Grupos



Audiencia Prime Time Total Individuos por Grupos

Audiencia Prime Target Comercial* por Grupos

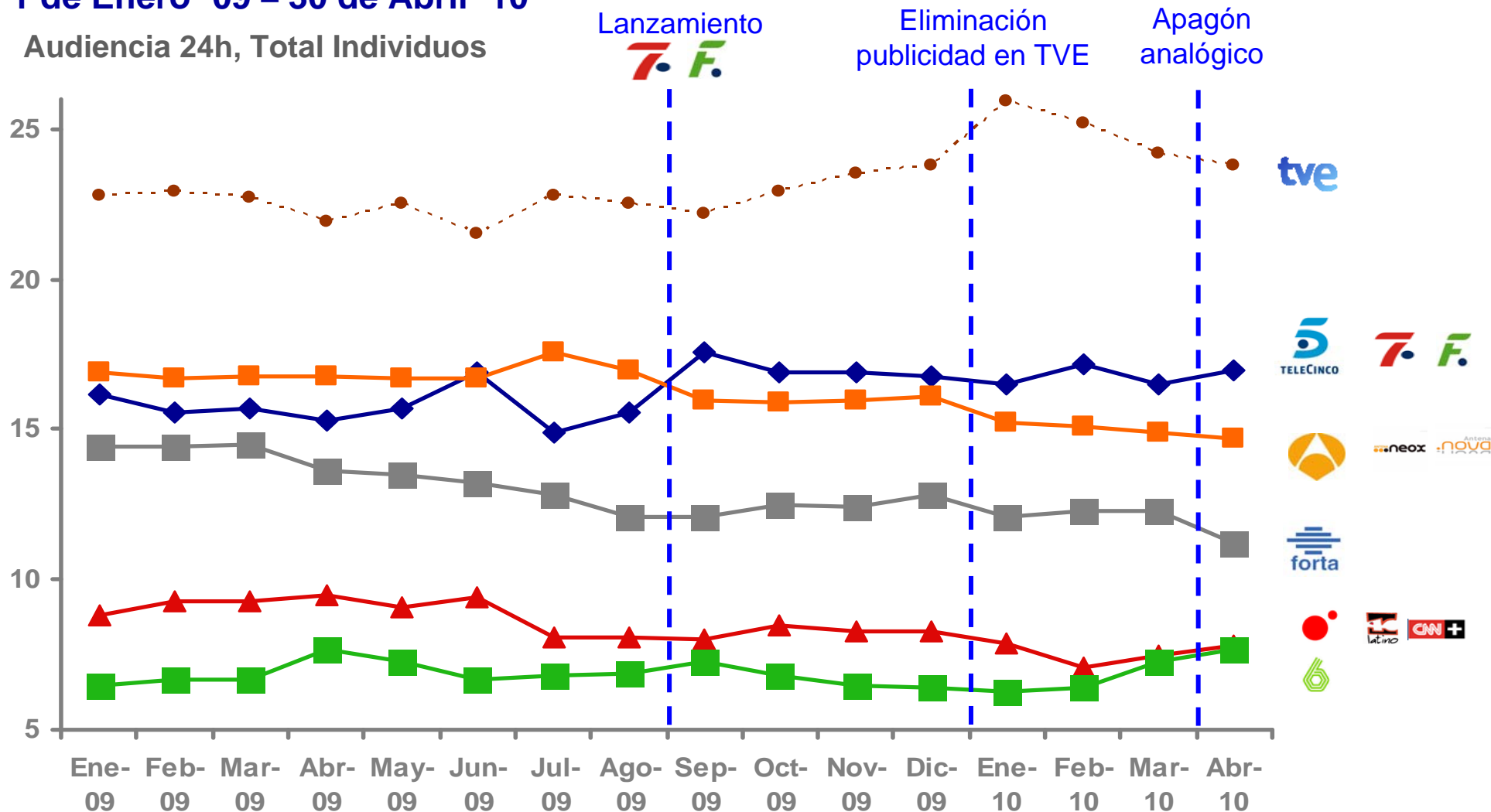


El Grupo de canales de Telecinco es líder entre los grupos de TV comercial

* 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.

1 de Enero '09 – 30 de Abril '10

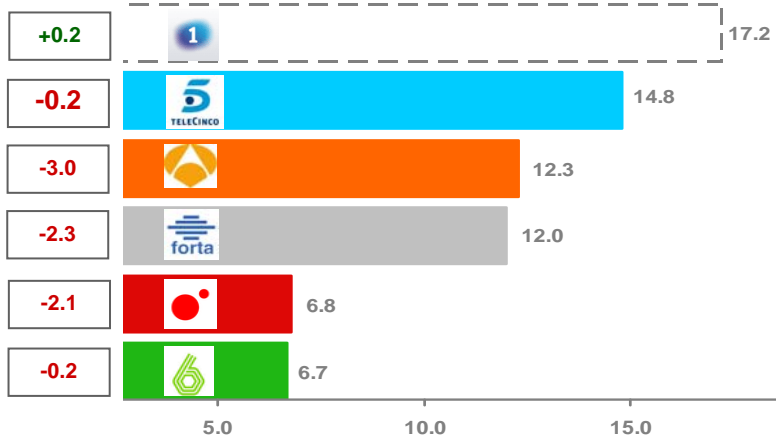
Audiencia 24h, Total Individuos



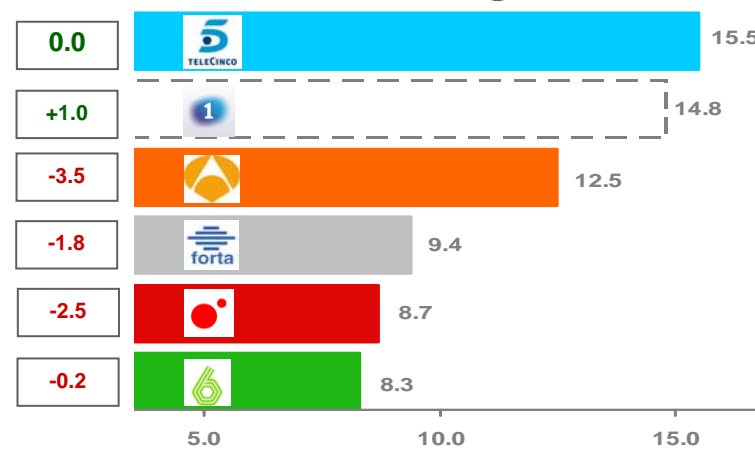
5 TELECINCO Desde Septiembre 2009 el Grupo de canales de Telecinco es líder en audiencia entre los Grupos de TV comerciales

Fuente: SOFRES

Audiencia 24h Total Individuos por Canales

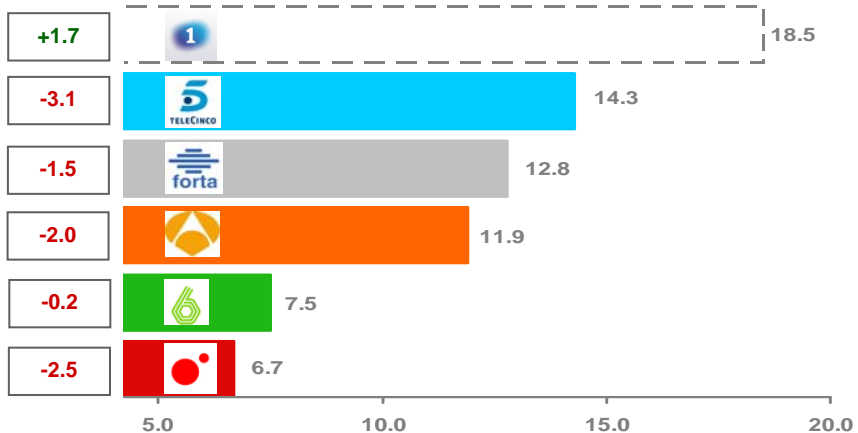


Audiencia 24h Target Comercial* por Canales

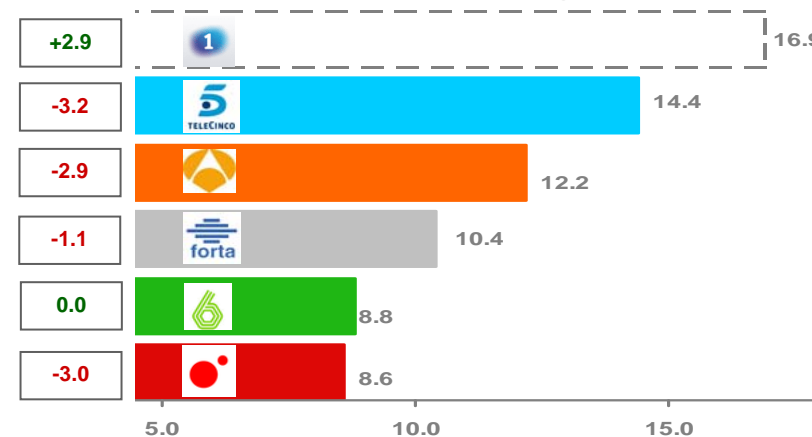


Vs 2009

Audiencia Prime Time Total Individuos por Canales



Audiencia Prime Time Target Comercial* por Canales



El Canal Telecinco es también líder entre los canales comerciales

* 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.

TELEVISION

1 de Enero – 30 de Abril de 2010

Audiencia Prime Time Total Individuos por Canales

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
 							
  							
							
							
							
							
  							
	15.0	15.0	15.4	15.3	13.0	14.6	13.4
	14.4	13.9	11.5	9.1	11.4	12.3	9.8
	12.5	11.1	14.2	10.6	12.7	12.4	13.6
	8.8	8.3	7.8	6.9	9.2	6.7	6.9
	5.9	7.2	8.6	8.3	6.4	17.6	8.0
	15.5	19.6	17.3	23.7	18.7	9.1	21.0



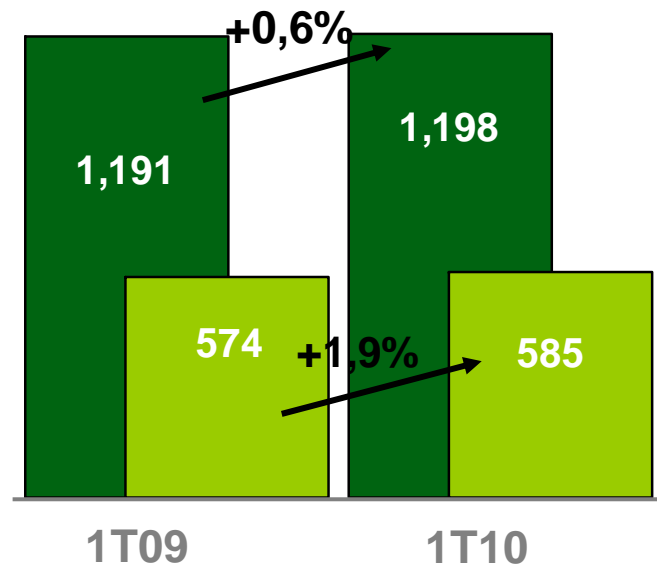
Telecinco es líder, entre las TV comerciales, cinco de las siete noches de la semana y segunda opción en los otros días

Fuente: SOFRES

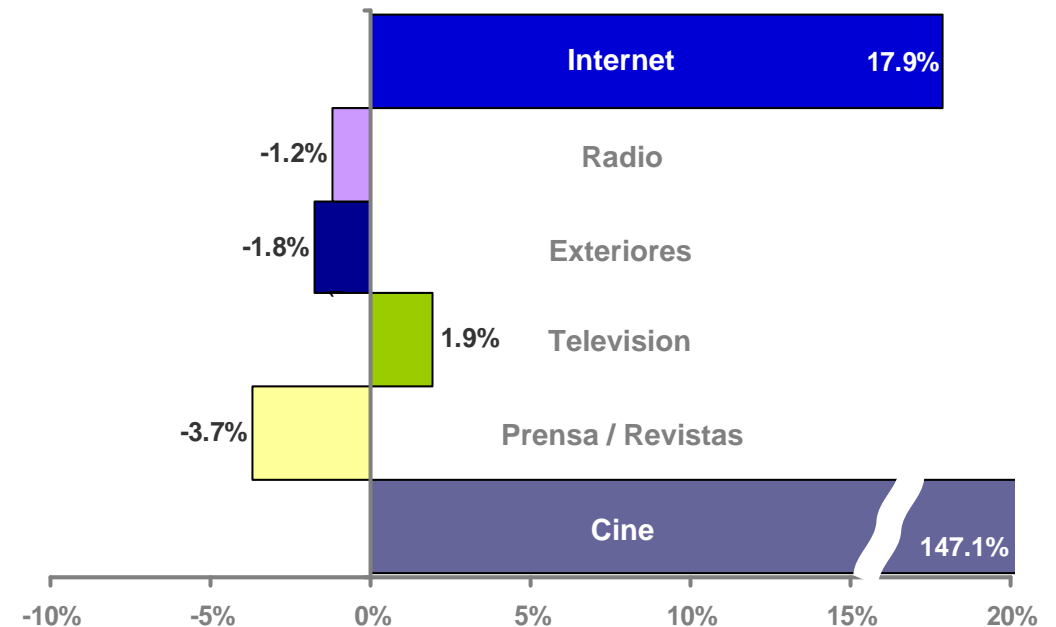
PUBLICIDAD



Mercado publicitario



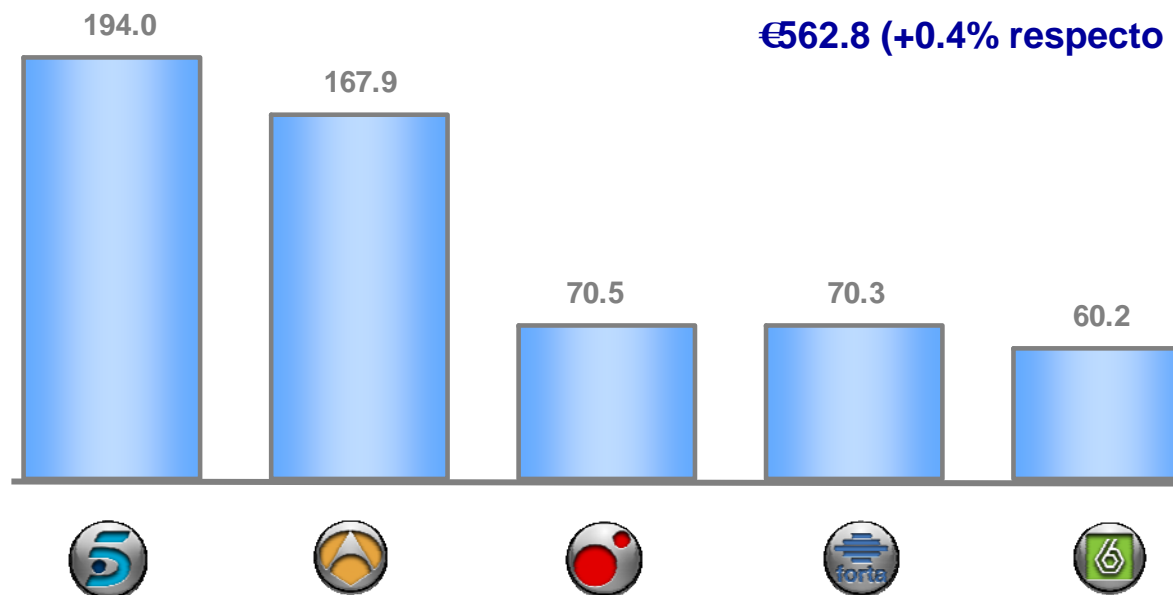
1T 2009/2010 evolución por medio



- Total Mercado Publicitario
- Total Mercado Publicitario TV

TELECINCO ES LÍDER EN FACTURACIÓN, PRECIOS, CUOTA DE MERCADO Y POWER RATIO

Total Mercado Free TV 1T2010:
€562.8 (+0.4% respecto a 1T2009)



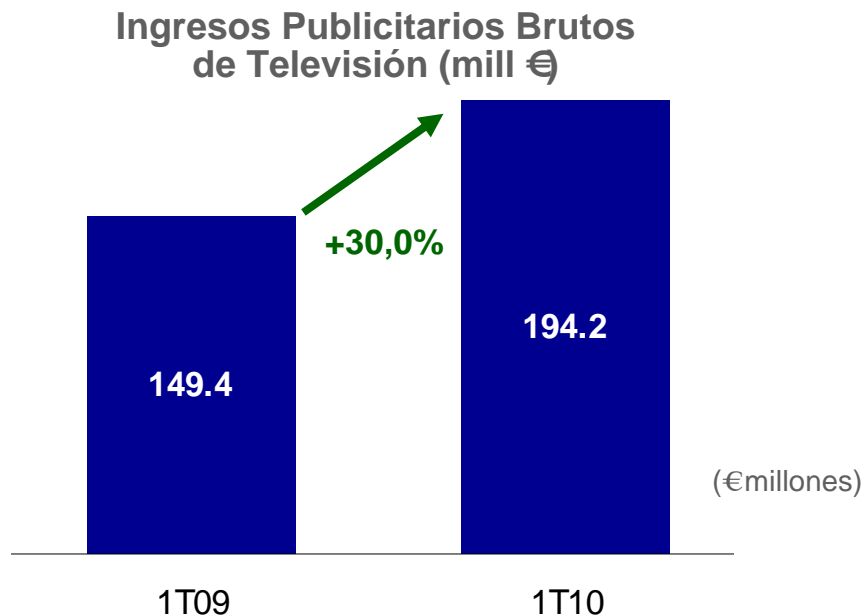
	Telecinco	Antena3	Cuatro	Forta	La Sexta
Audiencia Grupo (%)	16.8%	15.0%	7.6%	12.2%	6.7%
Cuota mercado (%)	33.2%	28.7%	12.1%	12.0%	10.3%
Power ratio	1.98	1.91	1.60	0.99	1.55



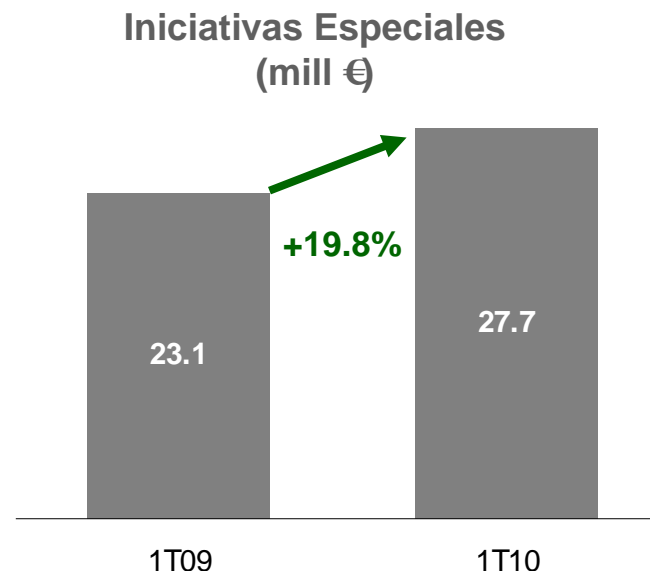
Telecinco es líder en todas las variables relevantes

Fuente: INFOADEX y Sofres

Ingresos publicitarios en el 1T2010



Cuota de las Iniciativas Especiales sobre el Total Ingresos Publicitarios de TL5 en 1T10 14,3%



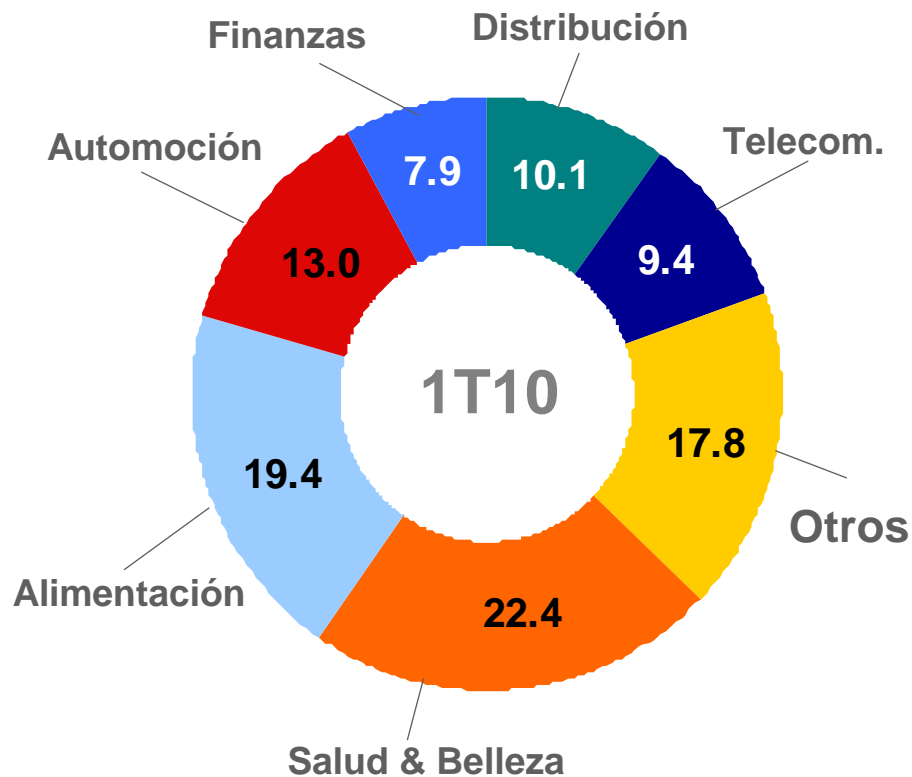
Estrategia Comercial, 1T2010

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△%	△%	△%	△%	€Mill.	△%
16,8%	+6,0%	+4,6%	+14,0%	+14,0%	194,2	+30,0%

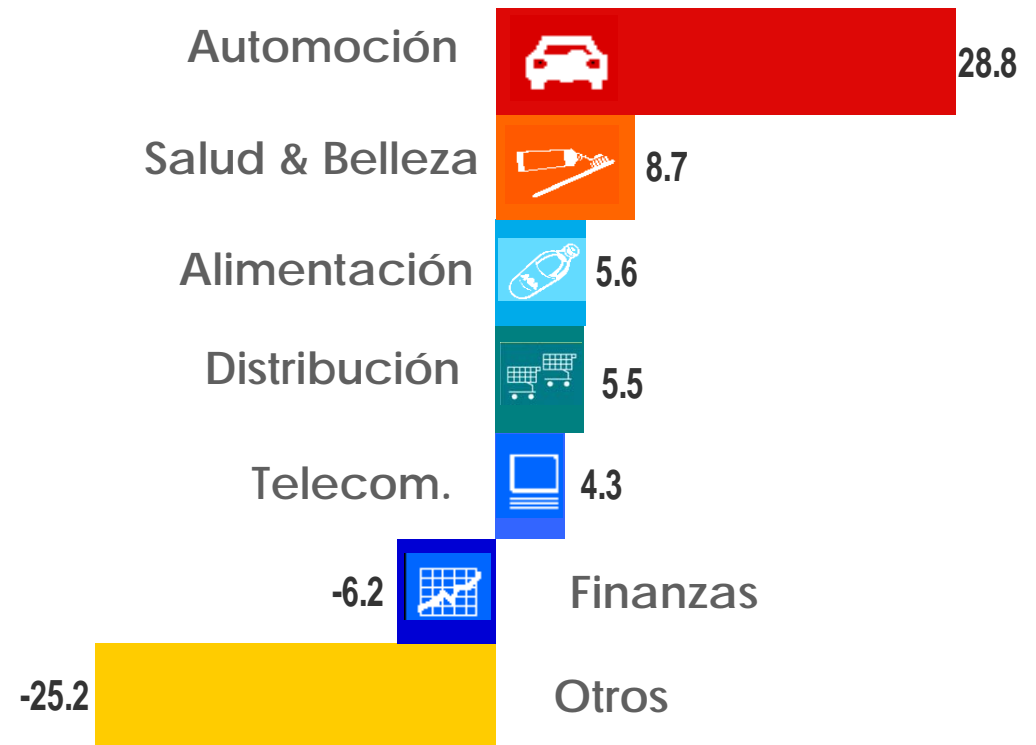
Fuente: TNS y Publiespaña
 Datos: Telecinco, Factoría de Ficción, La Siete y Cincoshop

Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

Sectores Anunciantes (% sobre total)



Crecimiento sectores (1T10 vs. 1T09)



RESULTADOS FINANCIEROS



RESULTADOS FINANCIEROS

	1T10	1T09	VAR %
Total Ingresos Netos	212.0	159.7	32.8%
Total Costes	135.9*	116.0**	17.1%
Personal	19.2	20.4	-6.2%
Costes Operativos	80.2	53.0	51.2%
Amortización y Depreciación	36.5	42.5	-14.2%
EBITDA (1)	77.5	46.0	68.5%
EBIT	76.1	43.7	74.3%
Beneficio Antes de Impuestos	66.4	32.1	106.9%
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	58.9	29.3	101.2%
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	62.4	33.4	87.1%
EBITDA/ INGRESOS NETOS	36.5%	28.8%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	35.9%	27.3%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	27.8%	18.3%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	29.4%	20.9%	

* Incluye la reversión de una provisión por 8 millones de Euros

** Incluye la reversión de una provisión por 5 millones de Euros

(1) Después consumo de derechos

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



RESULTADOS FINANCIEROS

<u>€millones</u>	1T10	1T09	Efecto Cambio en €	Crecimiento Orgánico en €
Ingresos Netos Consolidados	276.9	277.2	-2.2	1.9
EBITDA	33.1	41.3	-0.3	-7.9
Beneficio Neto*	-35.9	-32.8	-0.8	-2.3

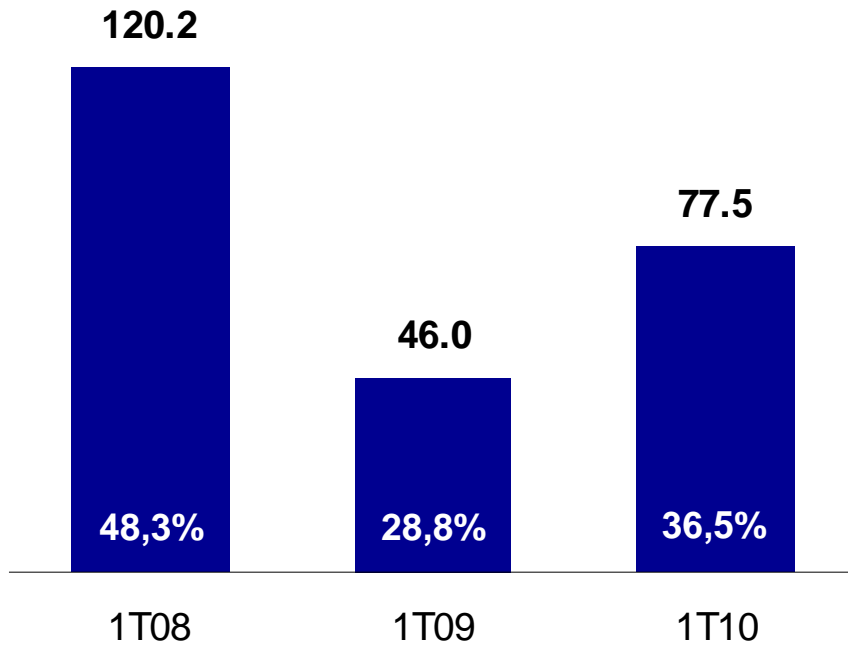
* **Beneficio Neto** incluye un impacto neto por amortización de PPA por €-20 m

RESULTADOS FINANCIEROS

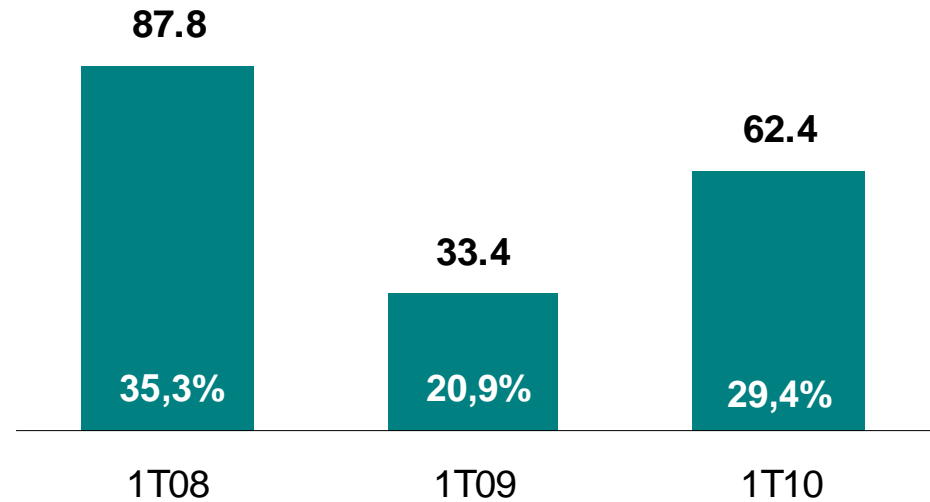
	1T10	1T09	Dif. en € millones
Posición Financiera Neta Inicial	-156.0	-25.9	-130.2
Cash Flow Libre	75.5	55.8	19.7
Cash Flow Operativo	105.5	79.3	26.2
Inversiones Netas	-57.8	-57.1	-0.7
Variación Fondo de Maniobra	27.9	33.6	-5.8
Movimiento Patrimonio	0.1	-2.6	2.7
Inversiones Financieras	-22.6	-2.9	-19.7
Dividendos cobrados	0.0	0.0	0.0
Dividendos pagados	-48.4	0.0	-48.4
Incremento Neto de Posición Financiera	4.5	50.3	-45.8
Posición Financiera Neta Final	-151.5	24.4	-175.9
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	35.6%	35.0%	

RESULTADOS FINANCIEROS

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



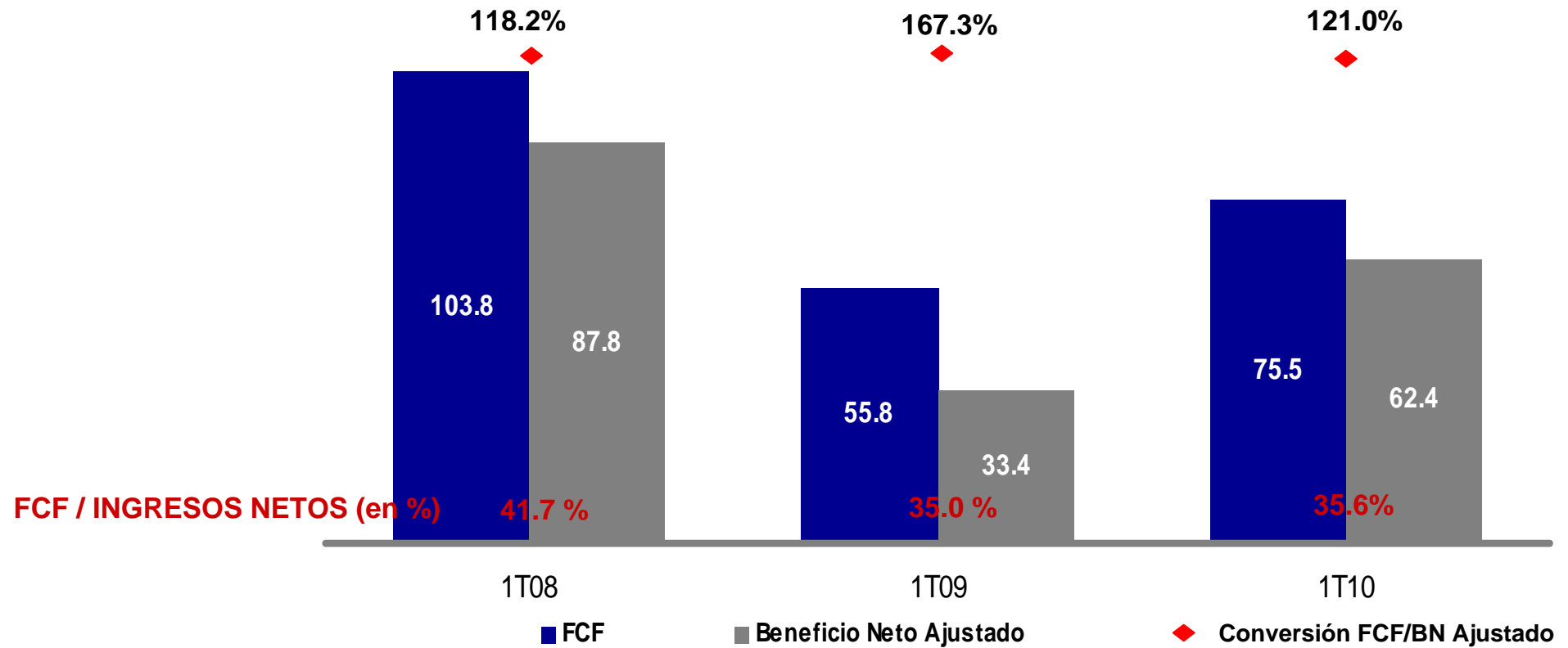
BENEFICIO NETO Ajustado* (en mill €)
BENEFICIO NETO Ajustado*/INGRESOS NETOS (en %)



* Beneficio 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.

RESULTADOS FINANCIEROS

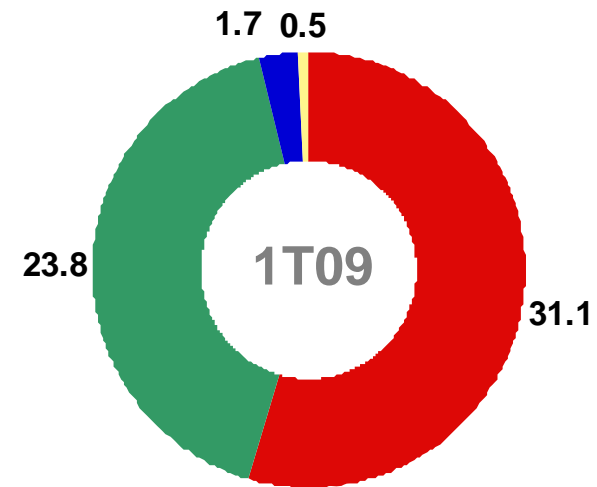
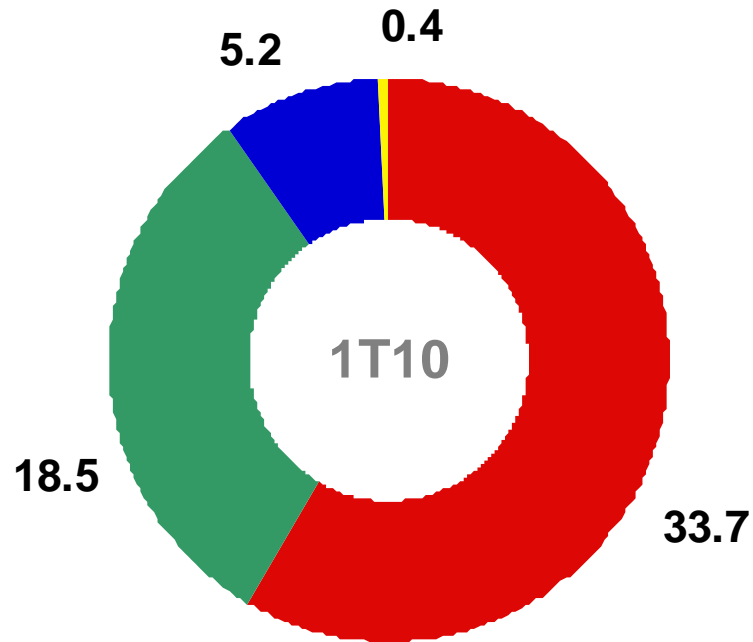
CASH FLOW LIBRE (€mill)



RESULTADOS FINANCIEROS

€57.8 millones

€57.1 millones



- Derechos TV no-Ficción
- Derechos TV Ficción
- Co-producción Distribución
- Activos Fijos Tangibles e Intangibles

CALENDARIO DE LA ADQUISICION

1T 2010

- ✦ Due Diligence
 - ✦ Firma del Acuerdo de Compra definitivo
 - ✦ Arranque del procedimiento con la CNMV
 - ✦ Arranque del procedimiento de antitrust
- } Hecho

2T 2010

- ✦ Aprobación por parte de los accionistas de Telecinco
- ✦ Condiciones del cierre:
 - ✦ Aprobaciones por parte de las autoridades reglamentarias y de competencia
 - ✦ Acuerdo de los acreedores bancarios del Grupo Prisa
 - ✦ Ejecución de los rights issue de Telecinco
- ✦ Finalización de la transacción

3T 2010

Back Up slides



RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	1T10	1T09	VAR %
Ingresos Brutos de Publicidad	200,8	151,9	32,2%
- Multiplex Telecinco	194,2	149,4	30,0%
- Otros	6,6	2,5	n.a.
Descuentos	-9,6	-6,7	43,1%
Ingresos Netos de Publicidad	191,2	145,2	31,7%
Otros Ingresos	20,8	14,5	43,8%
TOTAL INGRESOS NETOS	212,0	159,7	32,8%
Personal	19,2	20,4	-6,2%
Consumo Derechos	35,1	40,2	-12,7%
Otros Costes Operativos	80,2	53,0	51,2%
Total Costes	134,5 **	113,7 ***	18,3%
EBITDA adj*	77,5	46,0	68,5%

** Incluye la reversión de una provisión por 8 millones de Euros

*** Incluye la reversión de una provisión por 5 millones de Euros

* Después de consumo de derechos

RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	1T10	1T09	VAR %
EBITDA adj*	77.5	46.0	68.5%
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-1.4	-2.3	-40.0%
EBIT	76.1	43.7	74.3%
Resultado de Participadas	-11.3	-11.6	-2.4%
Resultados Financieros	1.6	0.0	n.a.
EBT	66.4	32.1	106.9%
Impuestos de Sociedades	-10.0	-5.2	n.a.
Intereses Minoritarios	2.4	2.3	2.2%
Beneficio Neto	58.9	29.3	101.2%
Beneficio Neto Ajustado**	62.4	33.4	87.1%

*Después de consumo de derechos

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

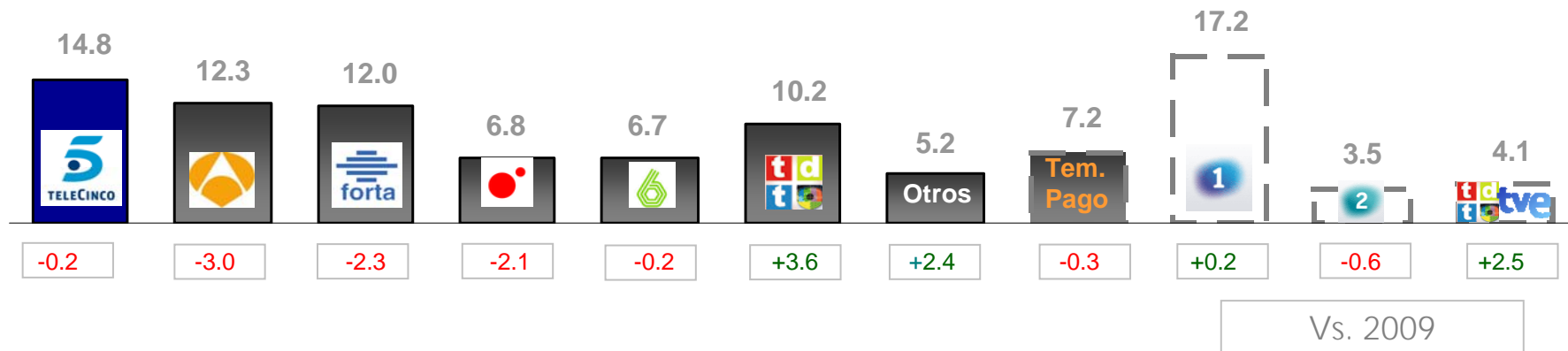
RESULTADOS FINANCIEROS

	1T10	1T09	2009
Inmovilizado	234.7	306.1	221.7
-Financiero	183.7	249.2	168.7
-No Financiero	51.0	56.9	53.0
Derechos Audiovisuales y Anticipos	214.0	207.1	194.0
-Derechos de Terceros	140.3	117.9	121.3
-Ficción	42.9	23.3	37.1
-Co-producción / distribución	30.8	65.9	35.6
Impuesto Anticipado	100.5	26.2	108.2
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	549.1	539.5	523.9
Activo Corriente	174.6	203.7	199.5
Activo Financiero y Tesorería	45.9	131.5	10.7
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	220.5	335.2	210.2
TOTAL ACTIVO	769.6	874.7	734.1
Fondos Propios	302.0	479.1	291.6
Provisiones	21.4	41.3	21.3
Acreedores no corrientes	1.8	1.5	0.3
Pasivo Financiero no corriente	121.1	60.3	90.7
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	144.2	103.1	112.3
Acreedores Corrientes	247.1	245.9	254.2
Pasivo Financiero Corriente	76.3	46.6	76.0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	323.4	292.5	330.2
TOTAL PASIVO	769.6	874.7	734.1

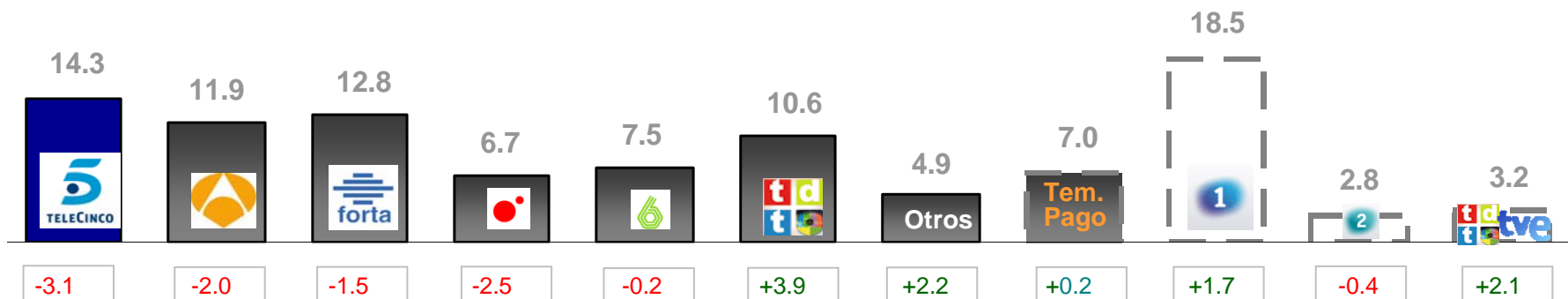
TELEVISIÓN

1 de Enero – 30 de Abril de 2010

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos



Fuente: SOFRES

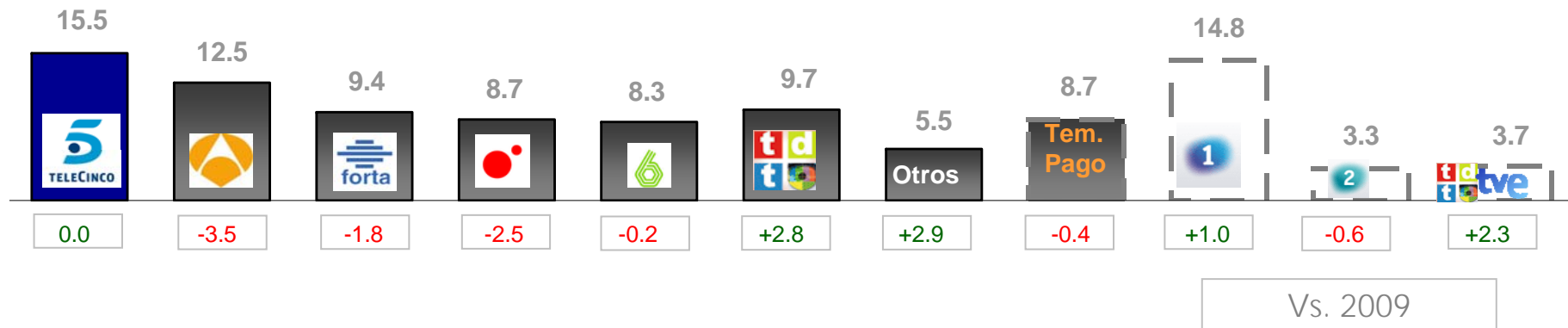


En 2010 TL5, tras la eliminación de publicidad en la TV pública, mantiene el liderazgo entre los operadores comerciales.

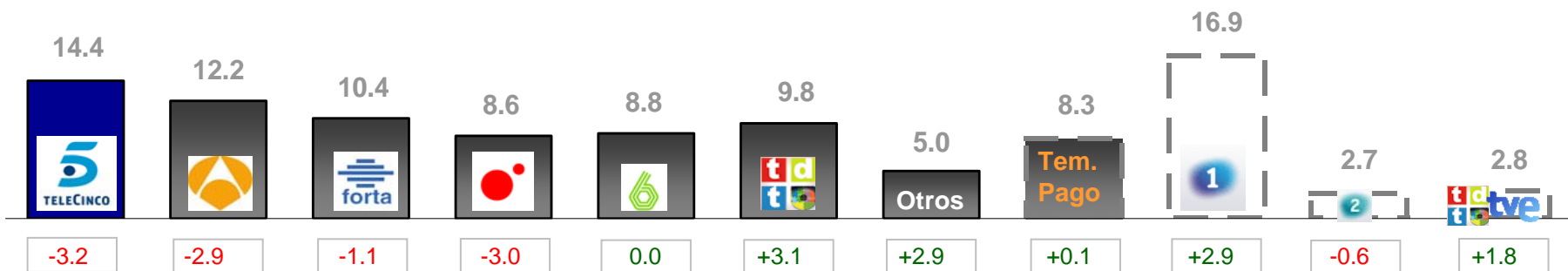
TELEVISIÓN

1 de Enero – 30 de Abril de 2010

Audiencia 24h, Target Comercial*



Prime Time (20:30), Target Comercial*



* **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.

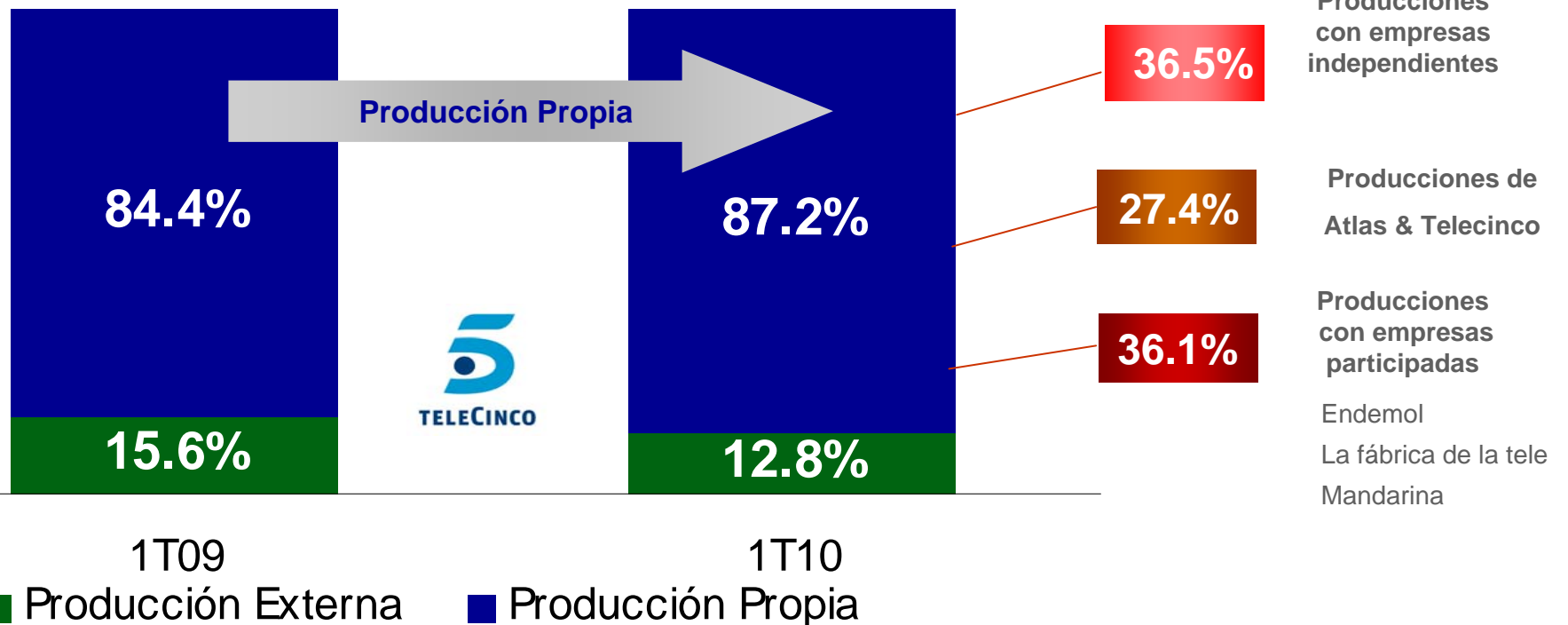
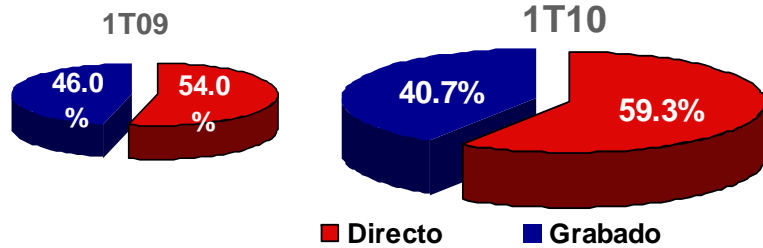
Fuente: SOFRES



También en Target Comercial TL5 continúa siendo líder

Mix de programación en el 1T2010

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas



Nº2 entre las páginas WEB de operadores TV

2010*	Usuarios Unicos	Paginas vistas
RTVE.es	7.77	191.34
Telecinco.es	7.01	156.93
Antena3TV.com	4.71	76.96

Nº5 entre las páginas WEB de compañías media

2010*	Usuarios Unicos	Paginas vistas
EIMundo.es	23.99	371.51
Marca.com	21.38	592.28
20Minutos.es	10.43	94.56
RTVE.es	7.77	191.34
Telecinco.es	7.01	156.93

En el primer trimestre 2010, Telecinco consigue mejorar sus registros de usuarios y de páginas vistas.



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

*Promedio primer trimestre 2010 y 2009; datos 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/es/>

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.

GESTEVISION TELECINCO S.A.



TELECINCO

**RESULTADOS 1er TRIMESTRE 2010
(Enero – Marzo)**

6 de Mayo de 2010

www.telecinco.es/inversores/es/

