

GESTEVISION TELECINCO S.A.



**En el buen y en el mal
tiempo, el líder destaca**

**31 de julio de 2008
RESULTADOS
PRIMER SEMESTRE 2008
(Enero – Junio)**

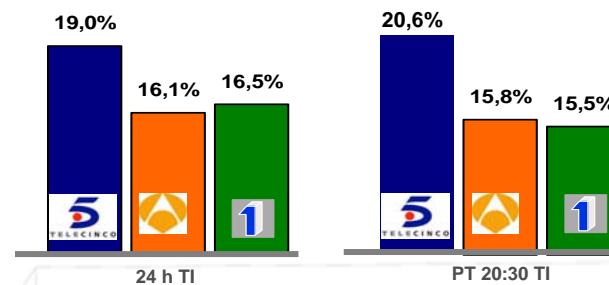
GRUPO

	1S 08	1S 07	VAR. %
Total Ingresos	563,0	571,9	-1,6%
Total Costes Operativos	275,8	278,9	-1,1%
EBITDA adj.* (€mill)	291,0	295,5	-1,5%
EBITDA adj./Ingresos Netos	51,7%	51,7%	
EBIT (€mill)	287,2	293,0	-2,0%
EBIT/Ingresos Netos	51,0%	51,2%	
Beneficio Neto (€ mill)	198,9	211,6	-6,0%
Beneficio Neto Ajustado** (€ mill)	210,7	211,6	-0,4%
FCF (€ mill)	215,3	227,3	-5,3%
FCF/Total Ingresos Netos	38,2%	39,7%	
Posición Neta de Caja	-117,4	372,5	n.a.

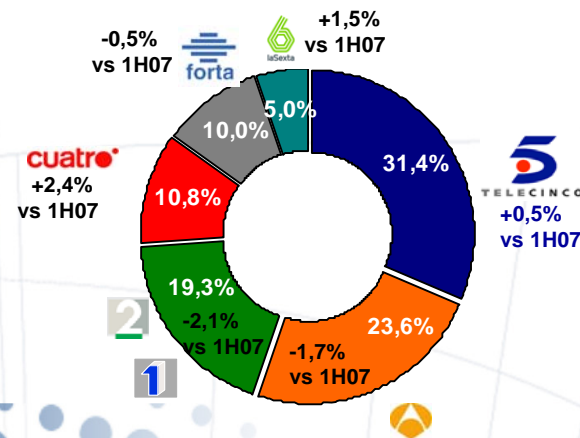
* Después de consumo de derechos

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

Audiencia, 1 de Enero – 29 de Julio 2008



Mercado Publicitario 1S08



Fuente: INFOADEX



1S08 TL5 Líder en Rentabilidad, Audiencia y Publicidad



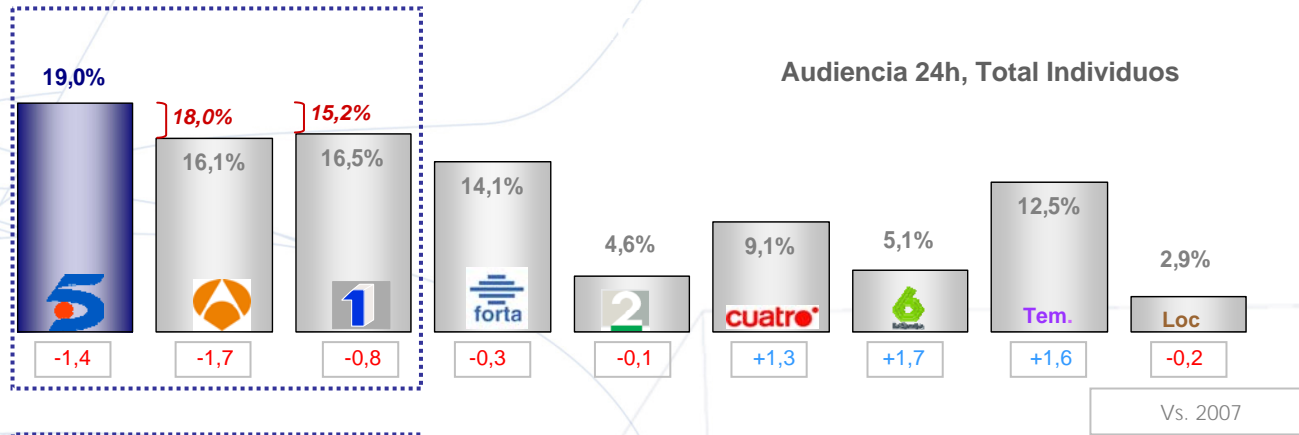
TELEVISION



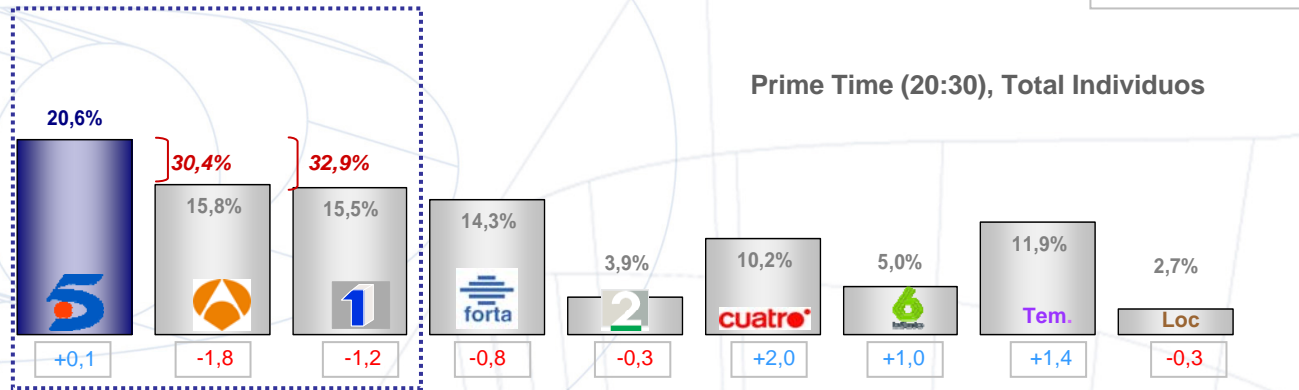
TELEVISION

1 de Enero – 29 de Julio de 2008

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos

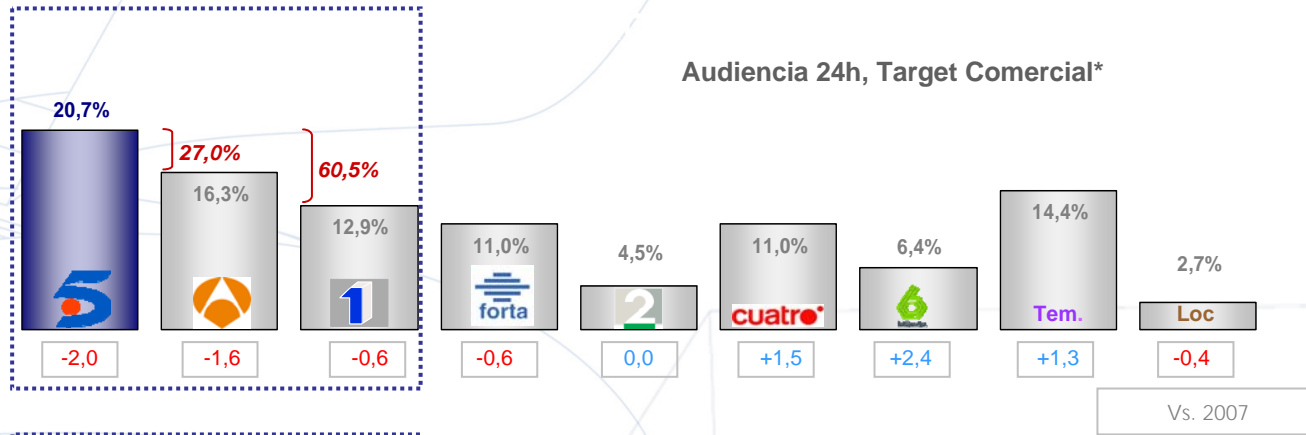


TL5 mejora en Prime Time el nivel de audiencia respecto al año anterior, distanciándose aún más de los competidores.

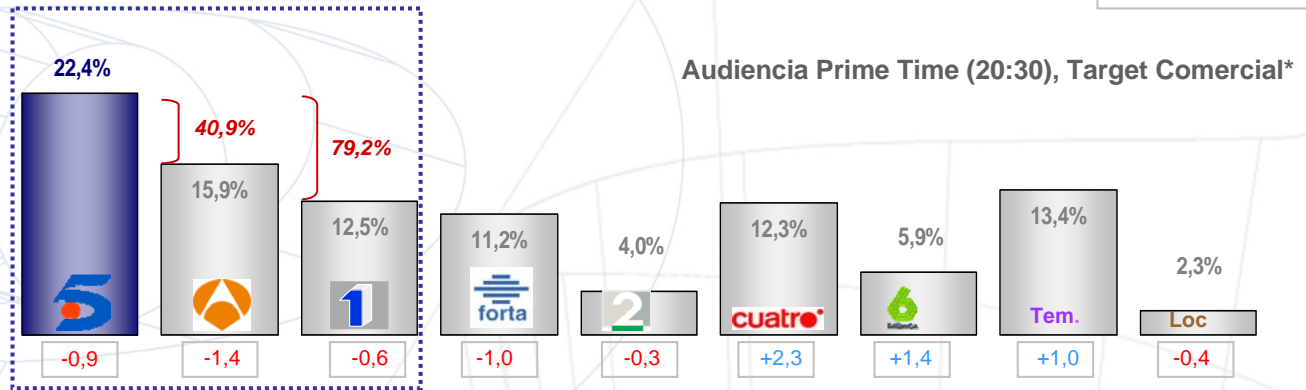
TELEVISION

1 de Enero – 29 de Julio de 2008

Audiencia 24h, Target Comercial*



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



TL5 mantiene su liderazgo en target comercial desde 1998 y aumenta la distancia con el resto de 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.

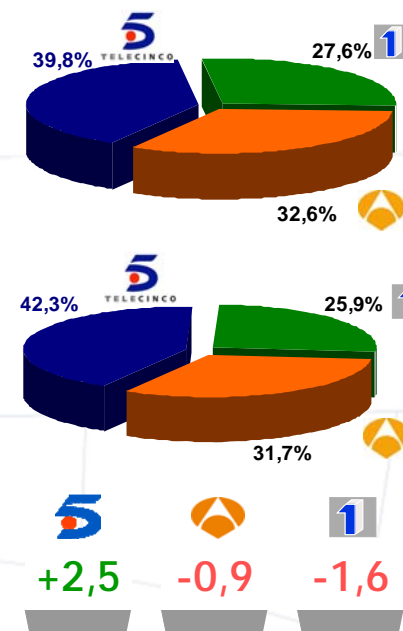
TELEVISION

Posición competitiva relativa: 1 de Enero – 30 de Junio de 2008

Cuota de mercado, Audiencia 24h, Total individuos

Cuota de mercado publicitaria

			
2007*	36,6	32,2	31,2
2008*	36,9	31,1	32,0
Dif.	+0,3	-1,1	+0,8



TL5, con un 36,9% en audiencia y un 42,3% en publicidad, incrementa su posición relativa respecto a los principales competidores

TL5+A3TV+TVE1 = 100

*Desde 1 de Enero hasta 30 de junio

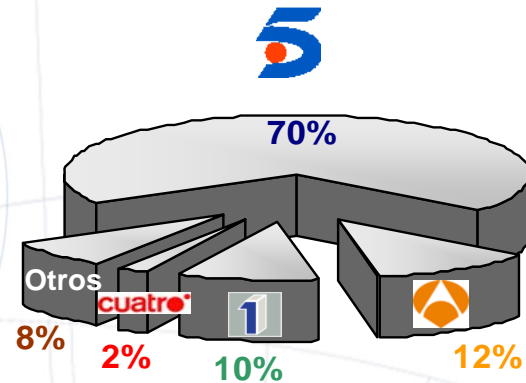
TELEVISION

1 de Enero – 30 de Junio de 2008: 182 días



	5	9	13	for	cuatro	6	Others
Días Disputados	128	21	18	0	4	0	14
Días en que se supera el 20% audiencia en Total Day	56	4	4	0	3	0	0
Días en que se supera el 20% audiencia en Prime Time	95	13	11	0	11	0	1

Porcentaje de días que TL5 ha sido líder



TL5 es líder en el 70% de los días disputados en 2008

Audiencia 24h, Todos Individuos

TELEVISION

Audiencia en Prime Time: 1 de Enero – 30 de Junio de 2008

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
							
	24,5	20,4	23,3	20,8	18,7	18,6	26,4
	15,5	19,3	16,0	15,3	16,4	16,2	12,4
	15,0	11,9	14,7	16,4	11,2	14,1	14,8
	13,5	13,4	12,7	14,5	17,2	14,4	13,4
	9,8	13,9	11,1	10,7	11,3	8,4	13,0
	5,1	4,2	4,2	5,5	5,0	9,8	3,4




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

Franja: 22:00-0:00 Todos individuos

TELEVISION

Audiencias por franjas: 1 de Enero – 30 de Junio de 2008

								Temáticas	Locales
Total Día	19,1	16,1	16,6	14,1	4,5	9,3	5,1	12,3	2,9
Mañana	17,3	17,2	16,2	13,2	5,3	8,1	4,0	15,6	3,0
Sobremesa	16,7	17,3	18,7	16,2	5,0	8,4	5,8	9,5	2,2
Tarde	19,3	14,7	18,4	14,0	4,5	7,7	5,1	13,4	2,9
PT 20:30	20,5	15,9	15,5	14,2	3,9	10,5	5,0	11,7	2,7
Late night	23,0	17,4	12,2	10,9	3,6	11,0	5,8	12,0	4,0
Daytime	18,4	16,3	17,1	14,0	4,8	8,6	5,2	12,6	2,9



Con la única excepción de la tarde, TL5 es capaz de ganar, un trimestre más, en todas las franjas del día

Audiencia, Todos Individuos

TELEVISION

Ranking de programas*: 1 de Enero – 30 de Junio de 2008

Ranking de Programas (Audiencia, cuota % y miles)

		CADENA	MILES	AUDIENCIA	Nº
1	POST FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	8.824	62,6	3
2	PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	7.551	48,0	3
3	2008 DEBATE	TVE1	7.469	34,5	2
4	FÚTBOL: COPA DEL REY	T5	7.136	37,1	2
5	PRORROGA FUTBOL:L.CAMPEONES	A3	6.141	30,9	2
6	FÚTBOL:EUROCOPA	CUATRO	5.807	40,4	19
7	AIDA	T5	5.749	31,0	22
8	FÚTBOL: LIGA DE CAMPEONES	A3	5.548	32,5	7
9	C.S.I.MIAMI	T5	4.787	23,9	8
10	FÚTBOL: LIGA ESPAÑOLA	T5	4.770	29,1	4
11	C.S.I. LAS VEGAS	T5	4.691	25,4	19
12	FÚTBOL AMISTOSO ESPAÑA	TVE1	4.587	28,0	5
13	FÚTBOL: COPA UEFA	A3	4.533	28,2	3
14	FÓRMULA 1: CARRERA	T5	4.278	43,9	8
15	FÚTBOL: PREVIO COPA DEL REY	T5	4.107	23,1	2
16	SIN TETAS NO HAY PARAÍSO	T5	4.011	23,4	12
17	OPERACIÓN TRIUNFO: GALAS	T5	3.862	26,2	12
18	C.S.I.NUEVA YORK	T5	3.841	23,2	8
19	CAMERA CAFÉ (L-D)	T5	3.558	20,1	55
20	EL INTERNADO	A3	3.556	21,0	10

Telecinco
sitúa 11
programas
entre los 20
mas vistos
del 2008



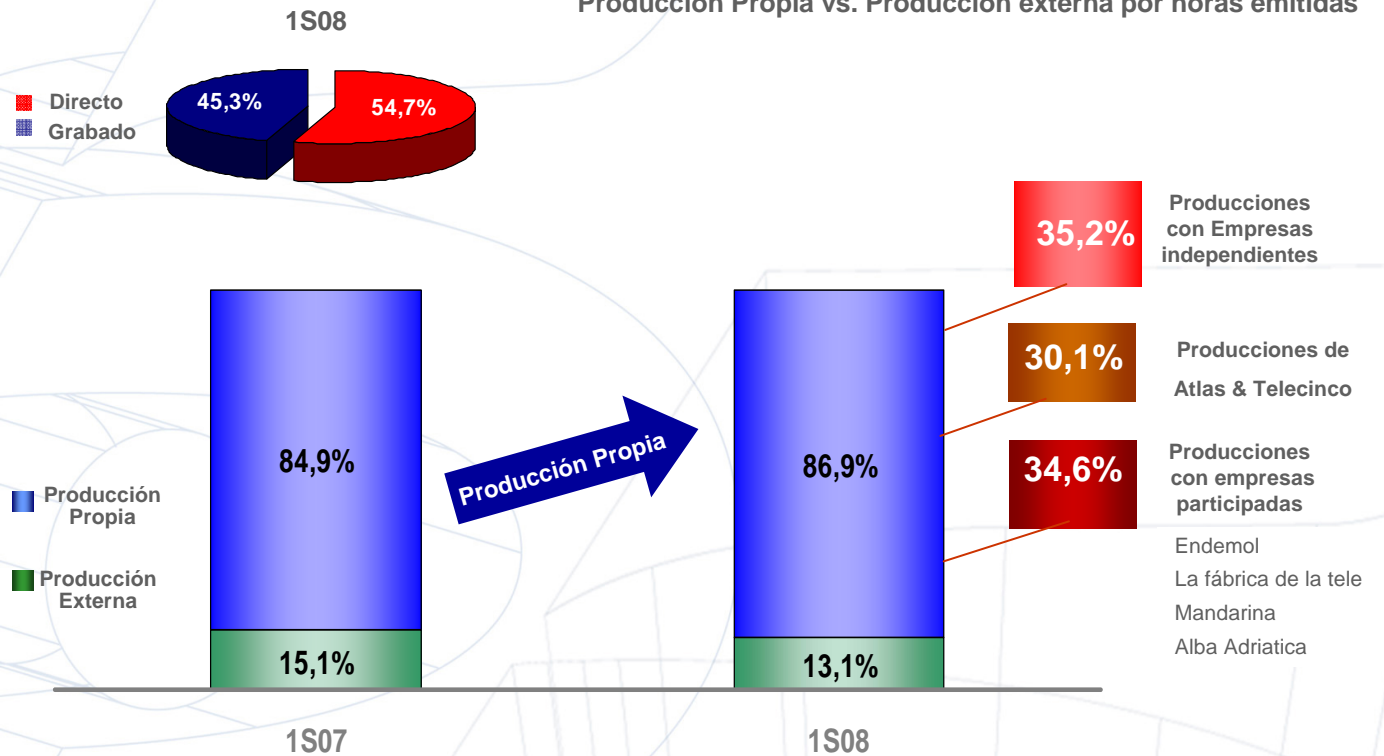
TL5 ofrece la mejor
programación del 1S08
con productos variados

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

TELEVISION

Mix de programación en el primer semestre 2008

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas

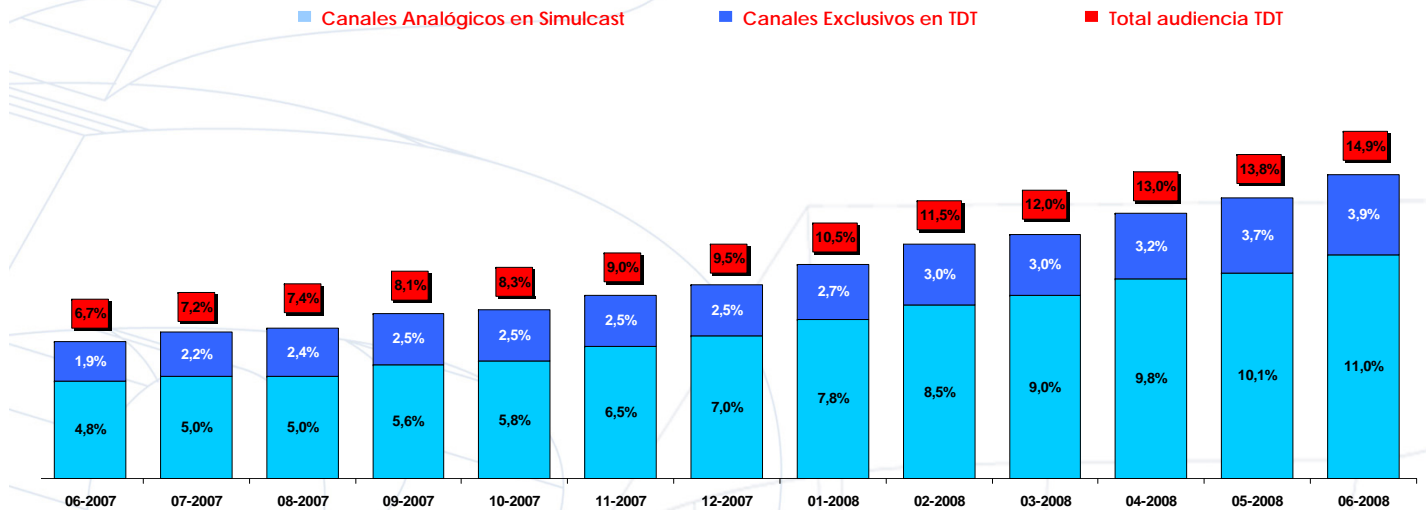


El mix de programación de TL5 muestra un incremento de producción propia en 1S08

TELEVISION DIGITAL

Penetración de la TDT

Audiencia 24h, Todos Individuos (%)

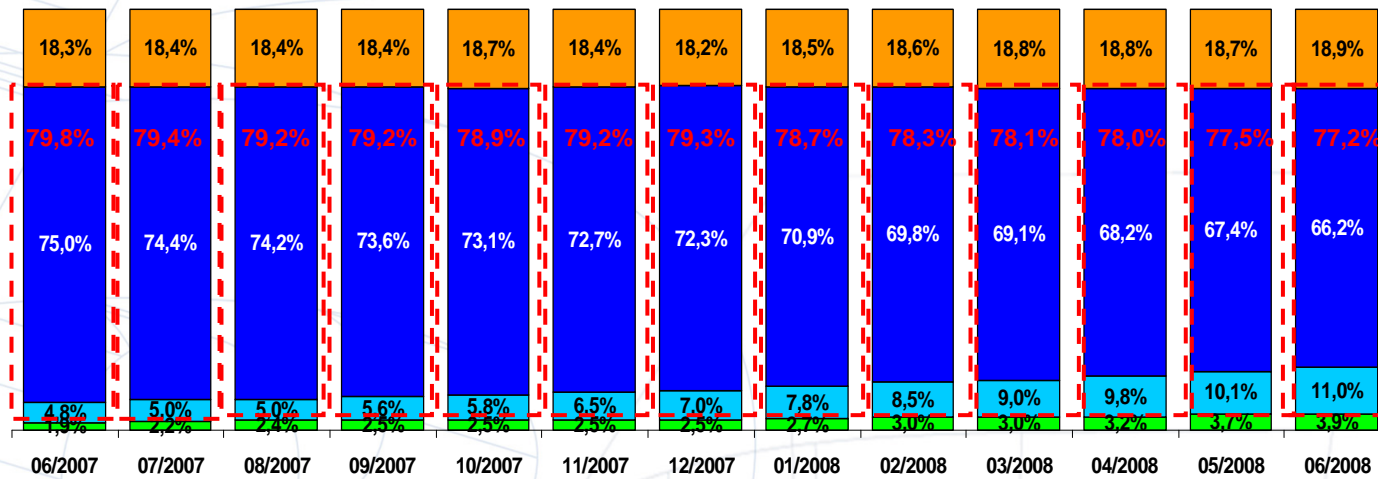


Cobertura técnica: 85.38%
Penetración por Hogares: 34.8% (Fuente: SOFRES)
Sintonizadores vendidos: 10.805.153 (Unidades)

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

TELEVISION DIGITAL

Reparto de audiencia por medios de distribución



■ Exclusivo en TDT ■ Analogico en TDT ■ Analogico Terrestre ■ Satelite - Cable - IPTV



La Televisión Digital no cambia las decisiones de consumo de TV ni las de inversiones publicitarias

Fuente: Sofres

INTERNET



2007*

Visitantes Únicos 2.8 millones
Videos Descargados 2.7 millones
Paginas Vistas 79 millones

2008*

Visitantes Únicos: 5.2 millones +86%
Videos Descargados: 6.5 millones +143%
Paginas Vistas: 108 millones +36%



Nº1 entre las paginas WEB de operadores TV



Contenidos de la WEB de TL5 disponibles en formato iPhone



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

TELECINCO.ES
Promoción e información de Telecinco



Rebranding, contenido de la cadena y contenido propio



Lanzamiento en mayo con contenido informativo



Series, programas, etc

2007

2008



Objetivo: Una WEB con personalidad propia

*30 de junio

PUBLICIDAD



PUBLICIDAD

Ingresos publicitarios primer semestre 2008

Cuota de las Iniciativas Especiales sobre el Total Ingresos Publicitarios de TL5 en el primer semestre 2008: **16,2%**

Ingresos Publicitarios Brutos (mill €)

-2.3%

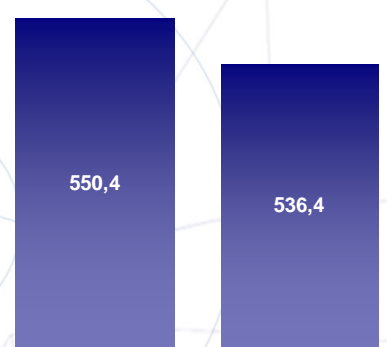


1S07

1S08

Ingresos Publicitarios Brutos de Televisión (mill €)

-2.5%

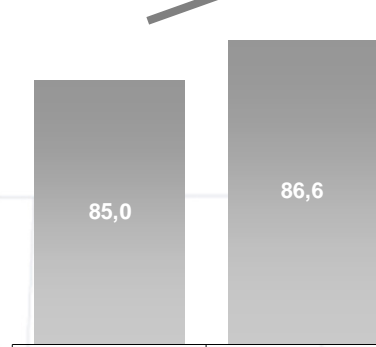


1S07

1S08

Iniciativas Especiales (mill €)

+1,8%



1S07

1S08



TL5 consigue mejorar el resultado del mercado publicitario de TV que cae un 4%

PUBLICIDAD

Estrategia Comercial primer semestre 2008

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△ (%)	△ (%)	△ (%)	△ (%)	€mill	△ (%)
19,1%	- 6,4%	-3,3%	- 7,3%	+5,1%	536,4	-2,5%

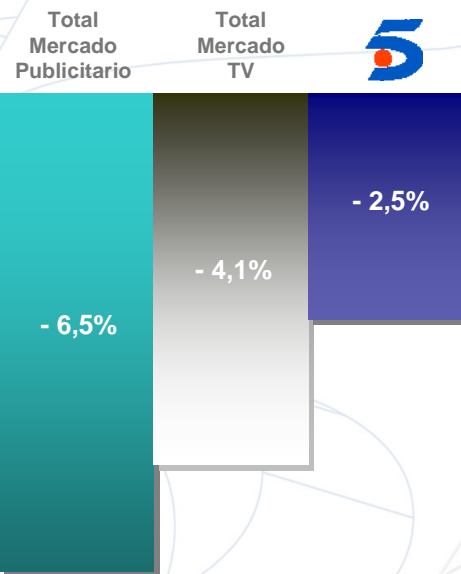


TL5 consigue un resultado satisfactorio en el semestre gracias a la política de precios

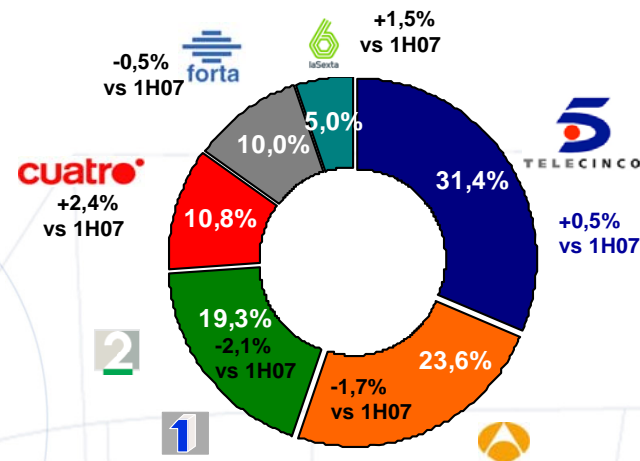
Fuente: TNS y Publiespaña

PUBLICIDAD

Mercado publicitario en el primer semestre de 2008



Mercado Publicitario 1S08



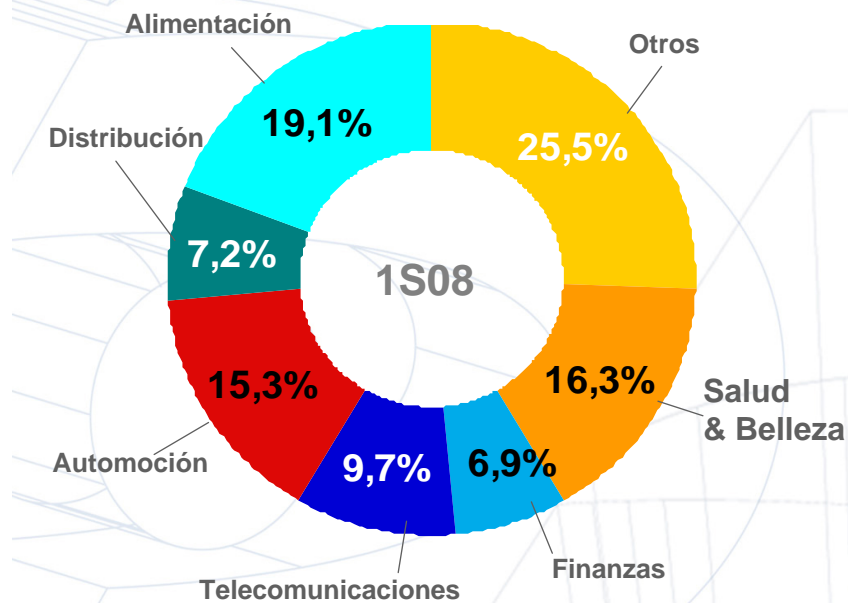
TL5 mejora el resultado del mercado publicitario y de las otras TV

Fuente: Infoadex
Total Nacional, TTV excluidas locales y temáticas

PUBLICIDAD

Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

Sectores Anunciantes (% sobre total)



Crecimiento sectores (1S08 vs. 1S07)



SITUACION DEL
MERCADO PUBLICITARIO TV.

Fuente: Publiespaña

RESULTADOS FINANCIEROS



RESULTADOS FINANCIEROS

	1S08	1S07	VAR %
Total Ingresos Netos	563,0	571,9	-1,6%
Total Costes	275,8	278,9	-1,1%
Personal	42,2	39,6	6,5%
Costes Operativos	164,8	157,3	4,7%
Amortizacion y Depreciacion	68,9	82,0	-16,0%
EBITDA (1)	291,0	295,5	-1,5%
EBIT	287,2	293,0	-2,0%
Beneficio Antes de Impuestos	266,2	302,0	-11,9%
BENEFICIO NETO desp. de Minoritarios	198,9	211,6	-6,0%
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	210,7	211,6	-0,4%
EBITDA/ INGRESOS NETOS	51,7%	51,7%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	51,0%	51,2%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	35,3%	37,0%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	37,4%	37,0%	



Cuenta de Perdidas y
Ganancias Consolidada

(1) Después consumo de derechos

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

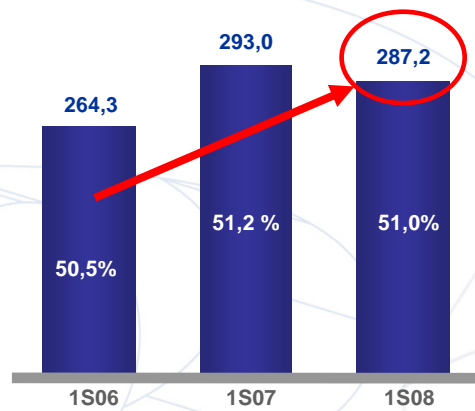
RESULTADOS FINANCIEROS

	1S08	1S07	Dif. en € millones
Posicion Financiera Neta Inicial	13,2	396,1	-383,0
Cash Flow Libre	215,2	227,3	-12,0
Cash Flow Operativo	272,4	303,6	-31,2
Inversiones Netas	-127,1	-90,7	-36,4
Variacion Fondo de Maniobra	69,9	14,3	55,6
Movimiento Patrimonio	-6,8	60,7	-67,5
Inversiones Financieras	-23,1	1,5	-24,5
Dividendos cobrados	1,6	1,2	0,4
Dividendos pagados	-317,6	-314,3	-3,3
Incremento Neto de Posicion Financiera	-130,6	-23,7	-106,9
Posicion Financiera Neta Final	-117,4	372,5	-489,9
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	38,2%	39,7%	

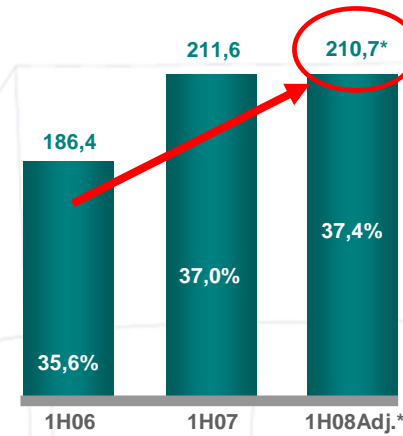


RESULTADOS FINANCIEROS

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



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



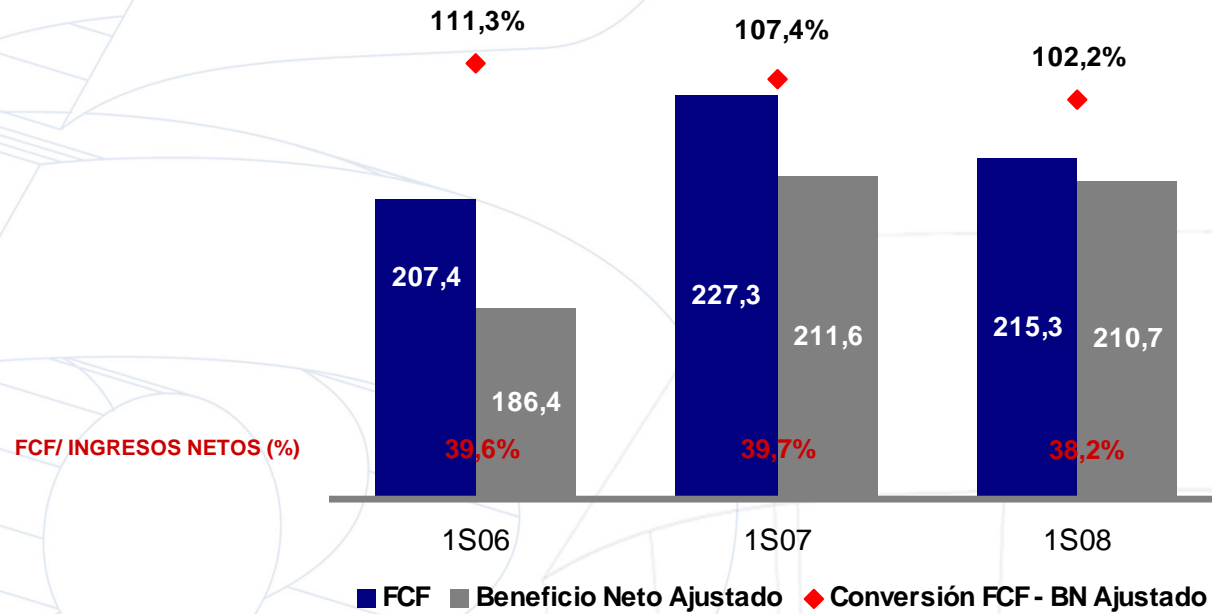
* Beneficio al neto Ajustado excluye el impacto contable (al neto de los impuestos) de la amortización de los intangibles resultante del PPA en la adquisición de Endemol.



Los Márgenes:

RESULTADOS FINANCIEROS

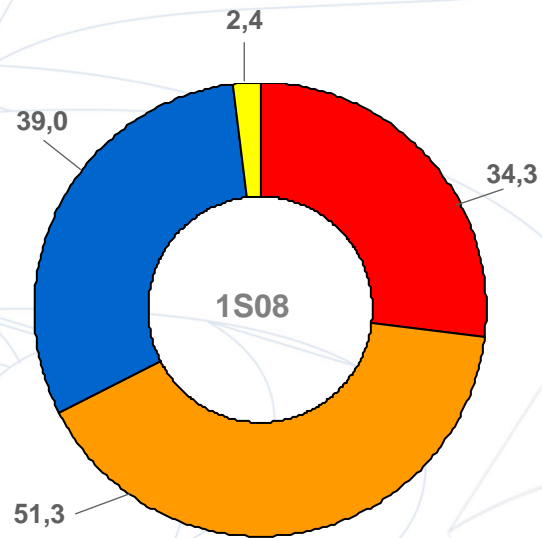
CASH FLOW LIBRE (€mill)



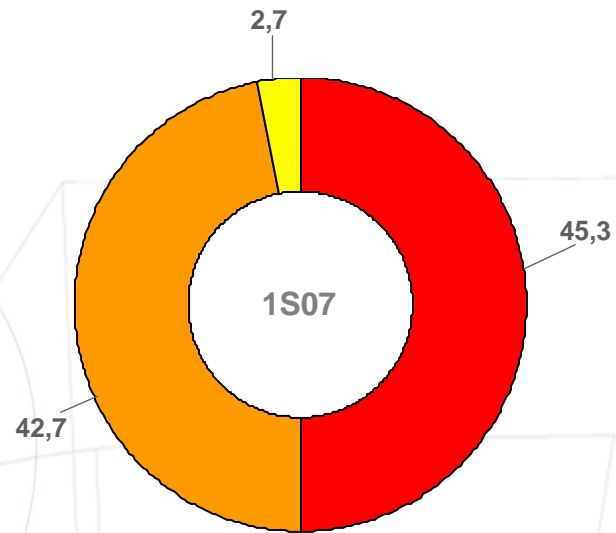
La generación de FCF
siempre mejora el
Beneficio Neto

RESULTADOS FINANCIEROS

€127,0 millones




€90,7 millones



 Derechos TV no-Ficción

 Derechos TV Ficción

 Co-producción Distribución

 Activos Fijos Tangibles e Intangibles



Inversiones Netas



RESULTADOS FINANCIEROS

	1S08	1S07*	Efecto Cambio	Crecimiento Orgánico
Ingresos Netos Consolidados	637,7	642,8	-29,7	24,5
Costes	-533,5	-534,4		
EBITDA	104,2	108,4	-5,5	1,3
EBIT (ajustado) **	95,7	74,2		
EBIT	17,1	34,9		

* Pro forma incluye Francia

** Incluye en 2008 amortización de los intangibles afectados por el PPA (€78.6 mil) y en 2007 el impairment del fondo de comercio (€39.3 mil).



EDAM GROUP 1S08, Resumen de Cuenta de Perdidas y Ganancias

The background features a complex pattern of thin, light blue lines forming various geometric shapes and curves. At the top and bottom, there are horizontal bands with a gradient of blue circles of varying sizes, transitioning from a solid dark blue to a lighter blue.

Back Up slides



RESULTADOS FINANCIEROS

	1S08	1S07	VAR %
Ingresos Brutos de Publicidad	545,15	558,12	-2,3%
- Television	536,41	550,39	-2,5%
- Otros	8,74	7,73	13,1%
Descuentos	-25,46	-24,28	4,8%
Ingresos Netos de Publicidad	519,69	533,84	-2,6%
Otros Ingresos	43,32	38,08	13,8%
TOTAL INGRESOS NETOS	563,01	571,91	-1,6%
Personal	42,17	39,61	6,5%
Consumo Derechos	65,11	79,55	-18,2%
Otros Costes Operativos	164,75	157,29	4,7%
Total Costes	272,03	276,45	-1,6%
EBITDA adj*	290,98	295,47	-1,5%



RESULTADOS FINANCIEROS

	1S08	1S07	VAR %
EBITDA adj*	290,98	295,47	-1,5%
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-3,78	-2,45	54,4%
EBIT	287,20	293,02	-2,0%
Resultado de Participadas	-20,67	1,20	n.a.
Resultados Financieros	-0,34	7,80	n.a.
EBT	266,20	302,02	-11,9%
Impuestos de Sociedades	-73,99	-90,86	-18,6%
Intereses Minoritarios	6,67	0,41	n.a.
Beneficio Neto	198,87	211,58	-6,0%
Beneficio Neto Ajustado**	210,67	211,58	-0,4%

*Después consumo derechos

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



Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada (II)

RESULTADOS FINANCIEROS

	1S08	1S07	2007
Inmovilizado	545,90	71,41	532,80
-Financiero	487,86	14,79	472,25
-No Financiero	58,04	56,62	60,55
Derechos Audiovisuales y Anticipos	245,20	209,38	186,12
-Derechos de Terceros	124,37	149,56	104,67
-Ficcion	32,74	21,30	29,34
-Co-produccion / distribucion	88,09	38,52	52,11
Impuesto Anticipado	14,01	15,10	19,56
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	805,11	295,89	738,48
Activo Corriente	243,29	281,46	269,14
Activo Financiero y Tesoreria	28,35	409,52	74,84
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	271,64	690,98	343,98
TOTAL ACTIVO	1.076,74	986,87	1.082,46
Fondos Propios	551,81	556,96	662,49
Provisiones	71,26	87,12	90,09
Acreedores no corrientes	1,58	0,87	0,67
Pasivo Financiero no corriente	62,08	35,91	60,60
TOTAL PASIVO CORRIENTE	134,91	123,90	151,36
Acreedores Corrientes	306,31	304,88	267,51
Pasivo Financiero Corriente	83,71	1,13	1,10
TOTAL PASIVO CORRIENTE	390,02	306,01	268,61
TOTAL PASIVO	1.076,74	986,87	1.082,46



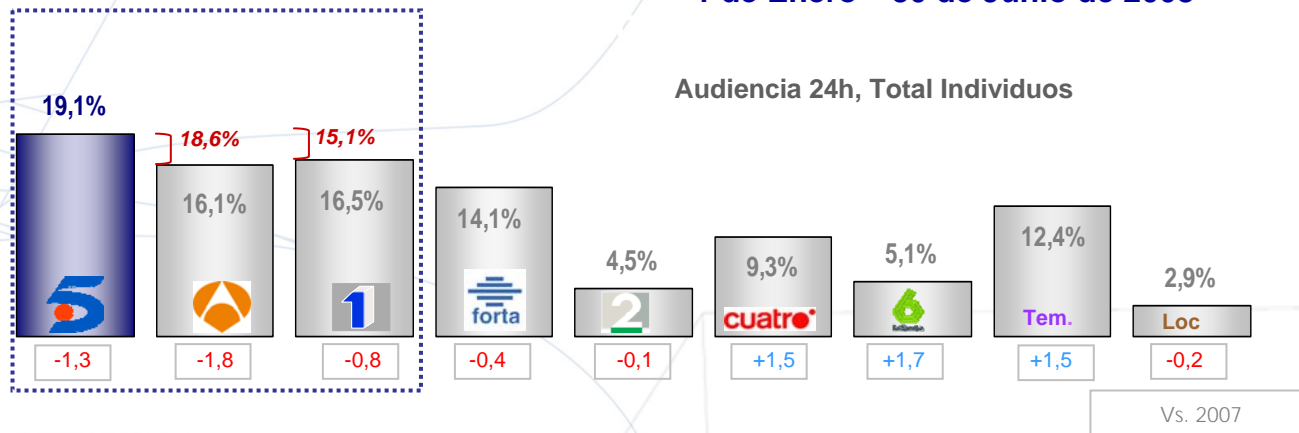
**Balance de Situación
Consolidado**

(€millones)

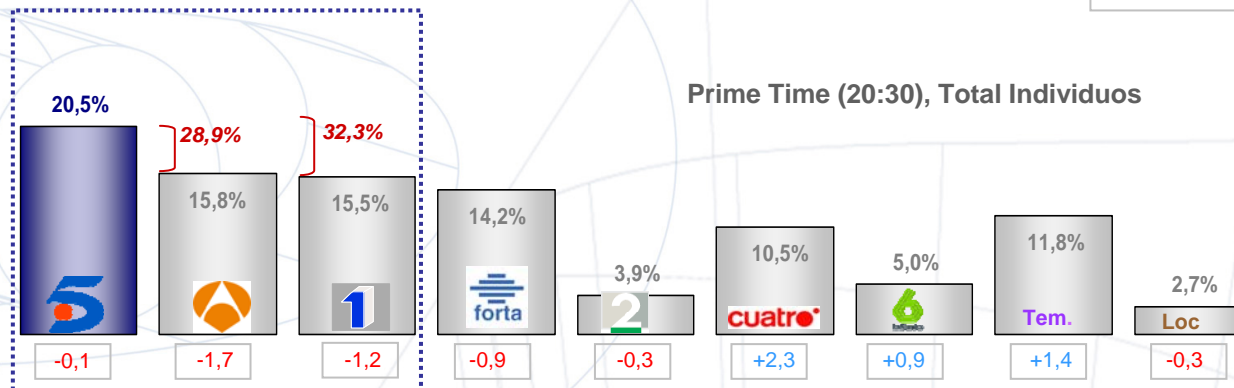
TELEVISION

1 de Enero – 30 de Junio de 2008

Audiencia 24h, Total Individuos



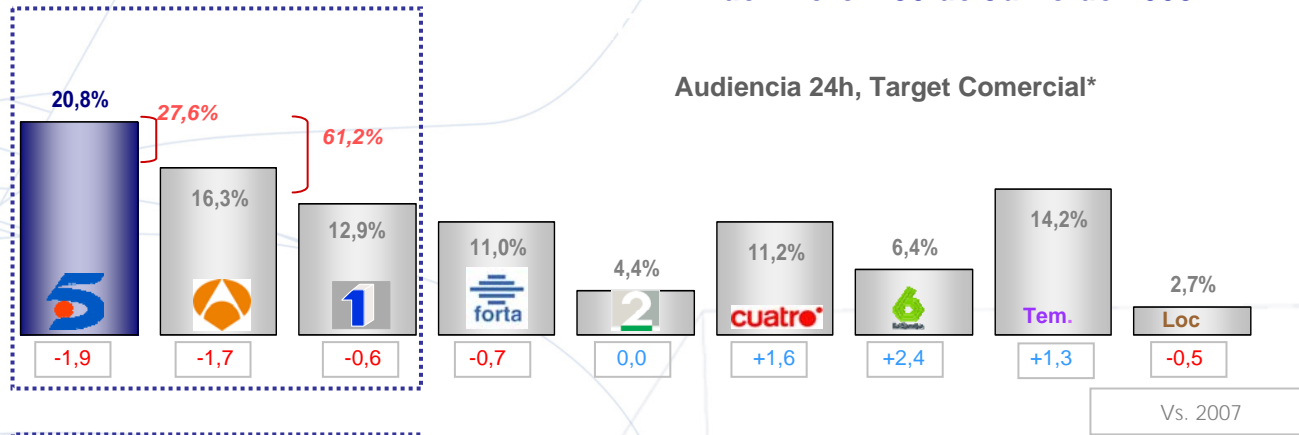
Prime Time (20:30), Total Individuos



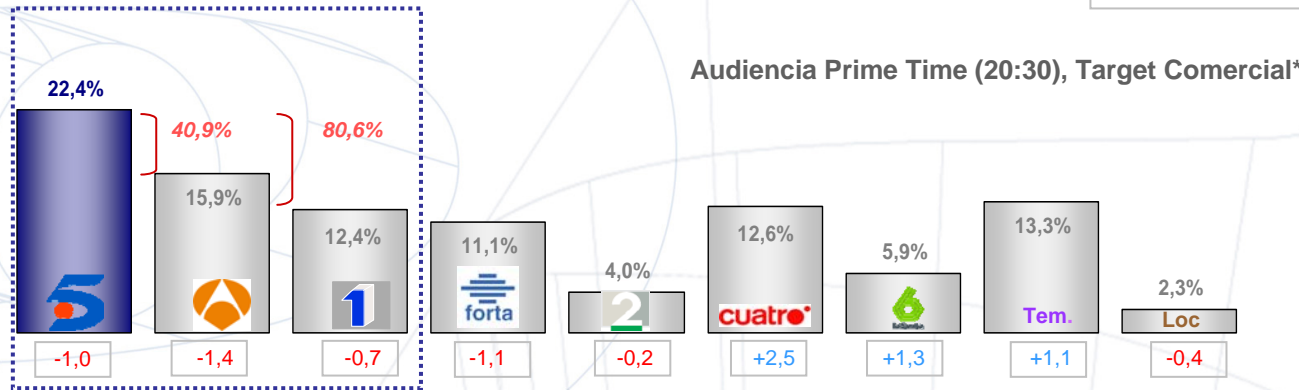
TELEVISION

1 de Enero – 30 de Junio de 2008

Audiencia 24h, Target Comercial*



Audiencia 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.



Departamento de Relacion con Inversores

Telefono: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@telecinco.es

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



GESTEVISION TELECINCO S.A.



31 de julio de 2008
RESULTADOS PRIMER SEMESTRE 2008
(Enero – Junio)

www.inversores.telecinco.es