

GESTEVISION TELECINCO S.A.



TELECINCO

**RESULTADOS PRIMER SEMESTRE 2009
(Enero – Junio)**

30 de Julio de 2009

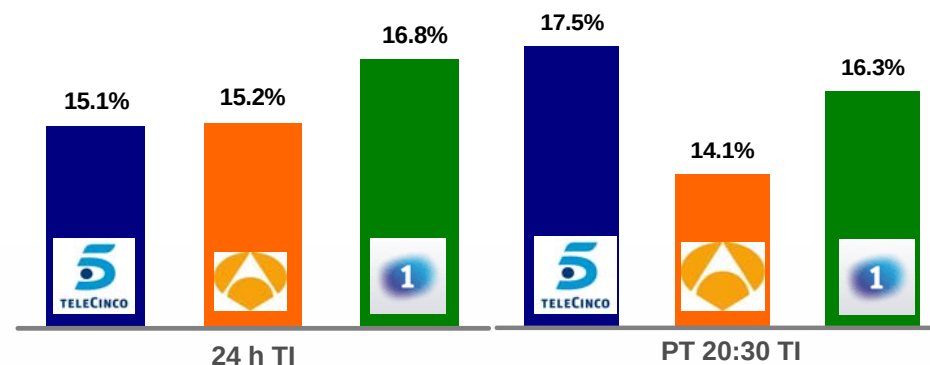
(€ millones)

	1S09	1S08	VAR. %
Total Ingresos	320.8	563.0	-43.0%
Total Costes Operativos	222.7	272.0	-18.1%
EBITDA adj.* (€mill)	98.1	291.0	-66.3%
EBITDA adj./Ingresos Netos	30.6%	51.7%	
EBIT (€mill)	93.9	287.2	-67.3%
EBIT/Ingresos Netos	29.3%	51.0%	
Beneficio Neto (€ mill)	62.2	198.9	-68.7%
Beneficio Neto Ajustado** (€m)	74.1	210.7	-64.8%
FCF (€ mill)	33.8	215.2	-84.3%
FCF/Total Ingresos Netos	10.5%	38.2%	
Posición Neta de Caja	-204.0	-117.4	n.a.

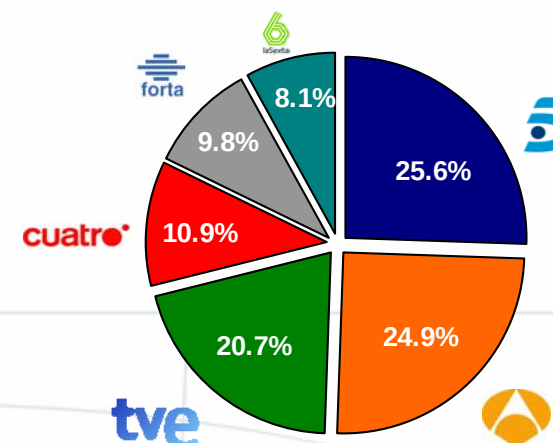
* Después de consumo de derechos

** Excluyendo impacto neto del test de deterioro y del PPA de Endemol

Audiencia, 1 de Enero – 30 de Junio de 2009



Mercado Publicitario TV 1S09



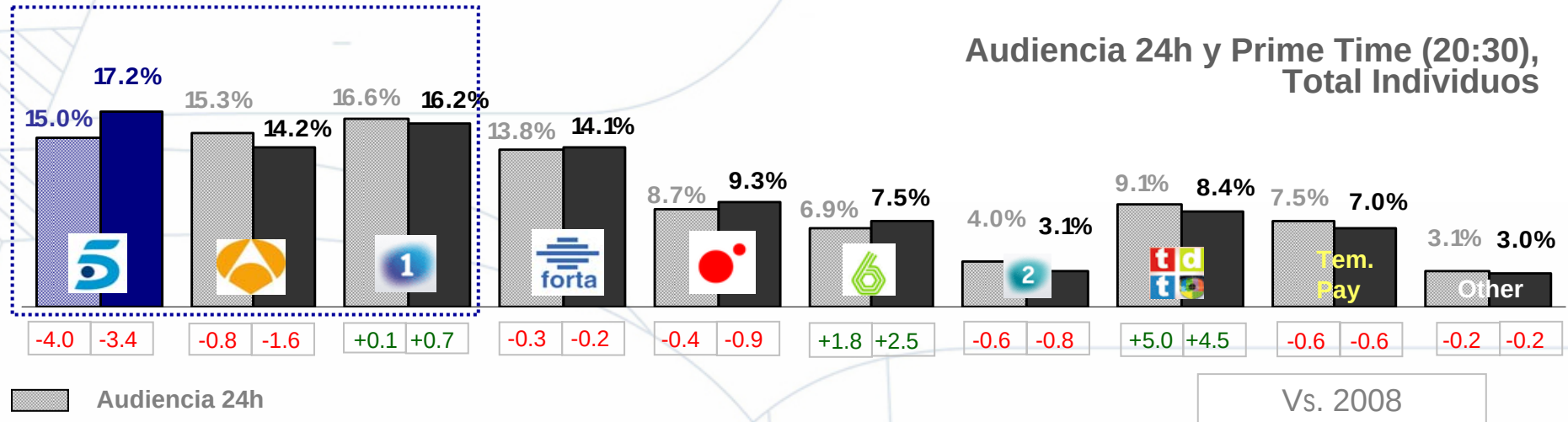
TELEVISION AÑO 2009



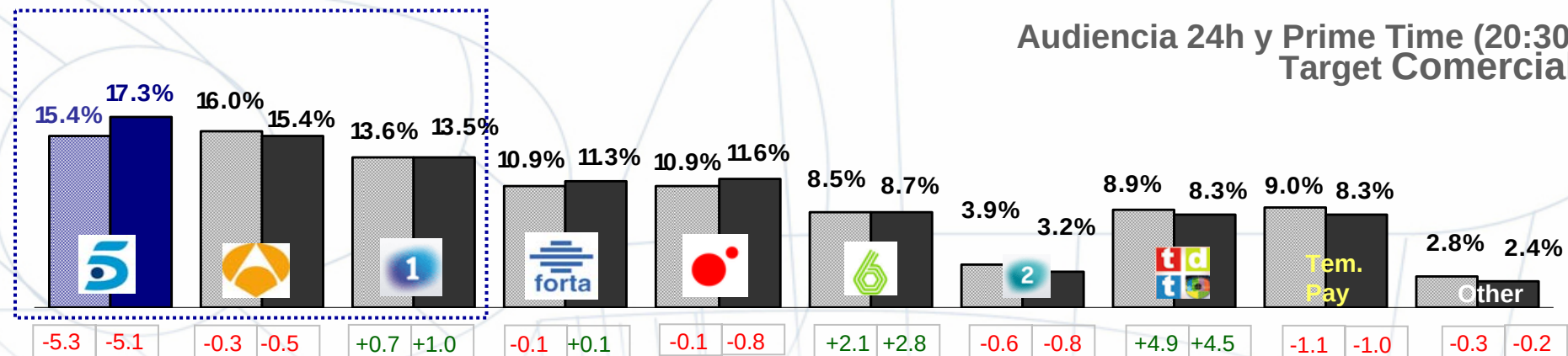
TELEVISIÓN

1 de Enero – 28 de Julio de 2009

Audiencia 24h y Prime Time (20:30),
Total Individuos



Audiencia 24h y Prime Time (20:30),
Target Comercial*



TL5 mantiene el liderazgo en Prime Time a pesar del fuerte impacto de la fragmentación en las audiencias.

* **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

Audiencia en Prime Time: 1 de Enero – 30 de Junio de 2009



Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo

20.2	17.0	16.4	18.4	12.2	16.4	17.8
13.0	15.7	15.2	12.1	16.9	13.6	14.8
16.4	15.2	15.3	19.6	13.7	11.7	16.6
15.4	12.3	14.3	13.7	15.4	13.9	14.5
10.3	14.8	8.5	9.6	13.3	7.8	10.9
5.6	5.8	8.7	7.6	5.6	14.8	4.9

5
TELECINCO



1

forta

cuatro

laSexta

5
TELECINCO

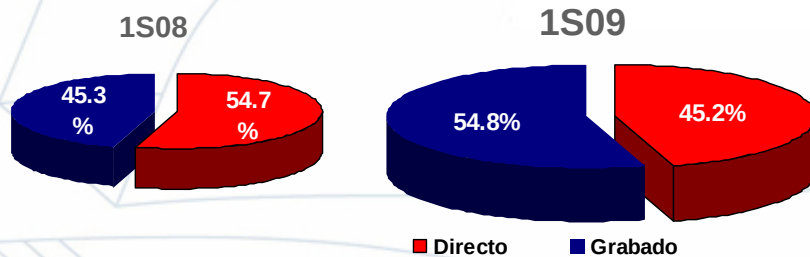
Solidez del Prime Time de TL5, líder cinco de siete noches de la semana

Franja: 22:00-0:00 Todos individuos

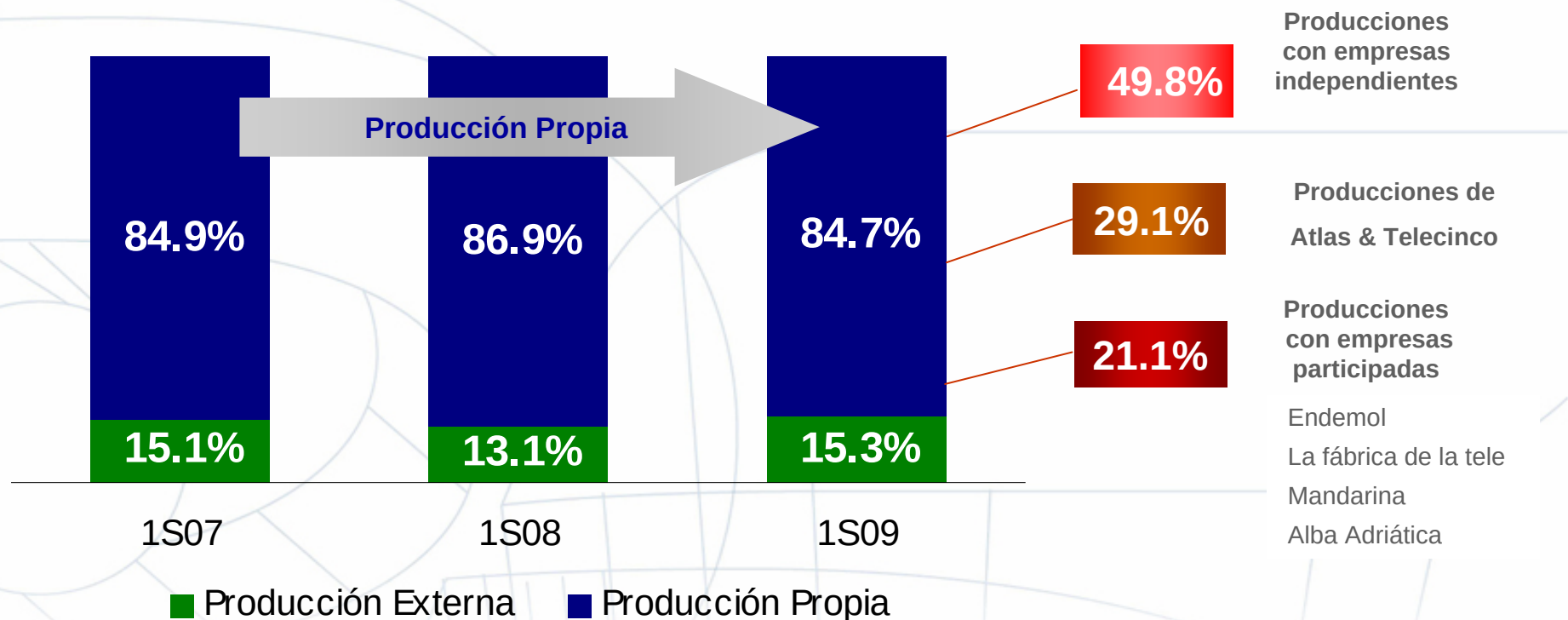
TELEVISIÓN

Mix de programación en el primer semestre 2009

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas



■ Directo ■ Grabado



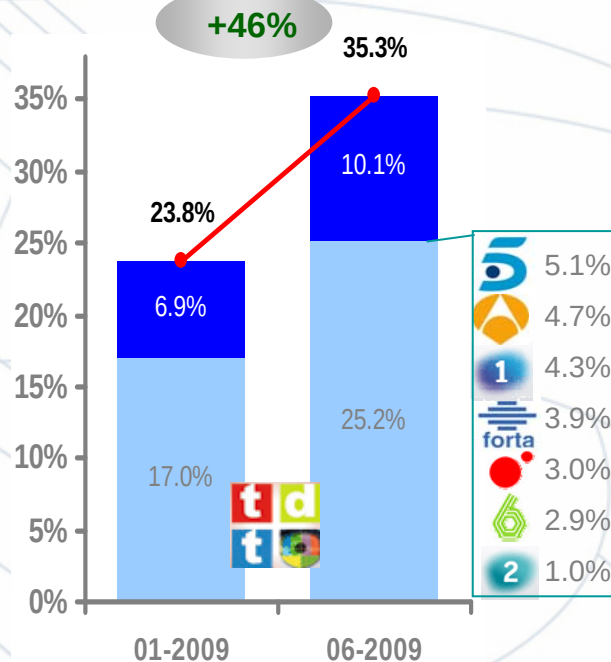


TELEVISION DIGITAL

CANALES EXCLUSIVOS EN TDT

Audiencia 24h, Total Individuos (%)

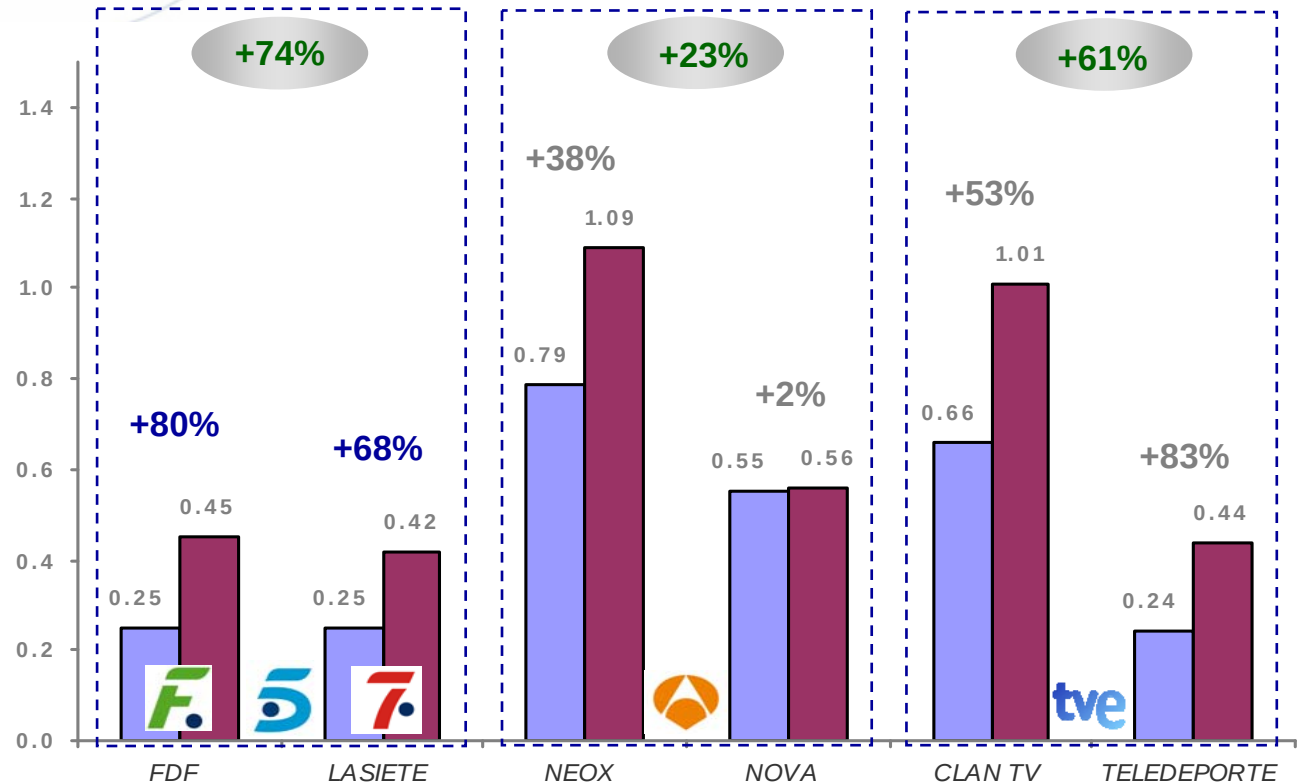
- Total Audiencia TDT
- Canales exclusivos en TDT
- Canales analógicos en simulcast



Cobertura técnica: 90%

Penetración por Hogares: 61,5% (Fuente: SOFRES)

Sintonizadores vendidos: 19.044.754 (Unidades)



■ Enero 2009
■ Junio 2009



La audiencia de los canales digitales de TL5 crece un 74% en el 1S09



TELEVISION DIGITAL

Estrategia familias de canales

El 3 de abril de 2010, con el apagón analógico, TL5 tendrá un multiplex digital entero:



La familia de canales de Telecinco será:



TELECINCO



Factoría de Ficción



LA SIETE

Franja de edad:

4+ - <59

Jóvenes adultos

Jóvenes

Clase social:

Media y alta

Media y alta

Con alta vinculación a las nuevas tecnologías



La familia de canales de TL5

Nº1 entre las páginas WEB de operadores TV

	Junio 09	Usuarios unicos	Paginas Vistas	Minutos de navegacion
1	Telecinco.es	5.396.765	88.354.195	06:16
2	RTVE.es	4.074.800	55.857.067	11:36
3	Antena3tv.com	3.331.596	70.966.313	08:23

Nº5 entre las páginas WEB de compañías media

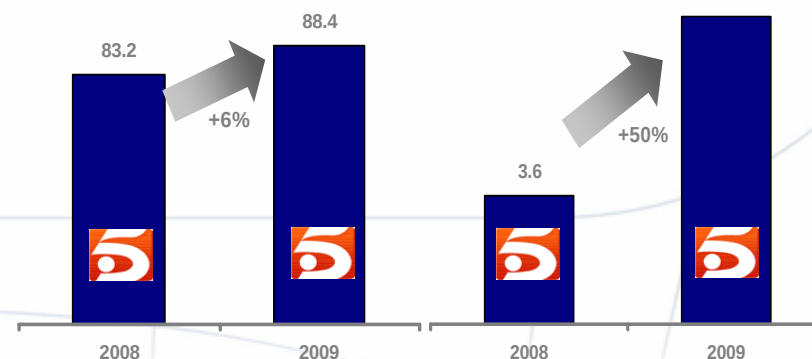
	Junio 09	Usuarios únicos	Paginas vistas	Minutos de navegación
1	El Mundo	21.627.935	368.473.480	08:05
2	Marca.com	19.208.711	451.043.727	07:35
3	20Minutos.es	8.702.298	106.418.185	06:51
4	Sport.es	5.405.536	113.424.281	04:43
5	Telecinco.es	5.396.765	88.354.195	06:16



Telecinco consigue mejorar sus registros de usuarios y de páginas vistas en 2009.

Paginas Vistas

Usuarios Unicos



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



Series,
programas, etc

Informativostelecinco.com



Contenidos de la WEB
de TL5 disponibles en
formato iPhone



Contenido exclusivo de
Internet como
"Becari@s" y "Sexo en
Chueca"

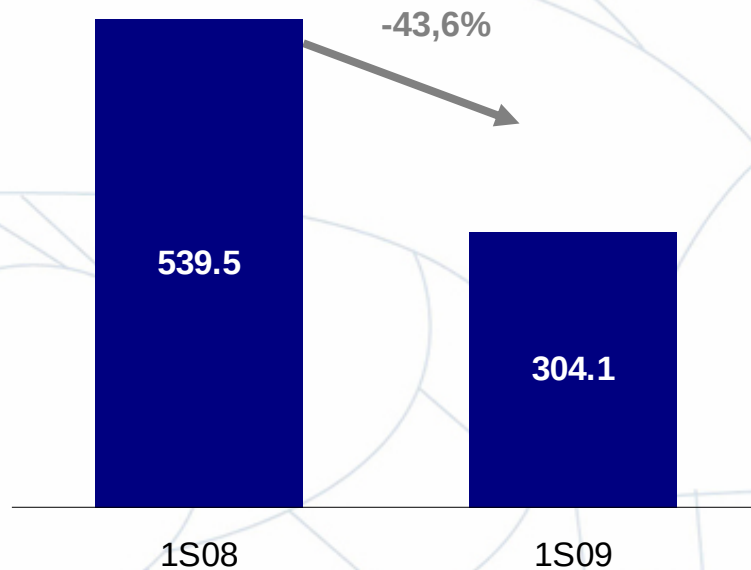
PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

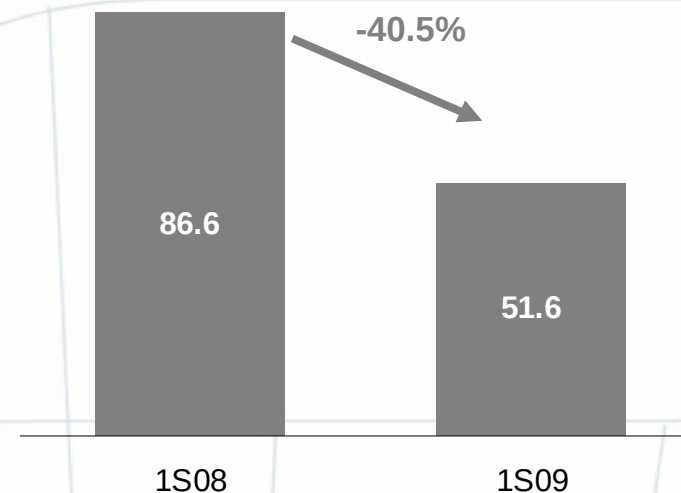
Ingresos publicitarios en el 1S2009

Cuota de las Iniciativas Especiales
sobre el Total Ingresos Publicitarios de
TL5 en 1S09 17%

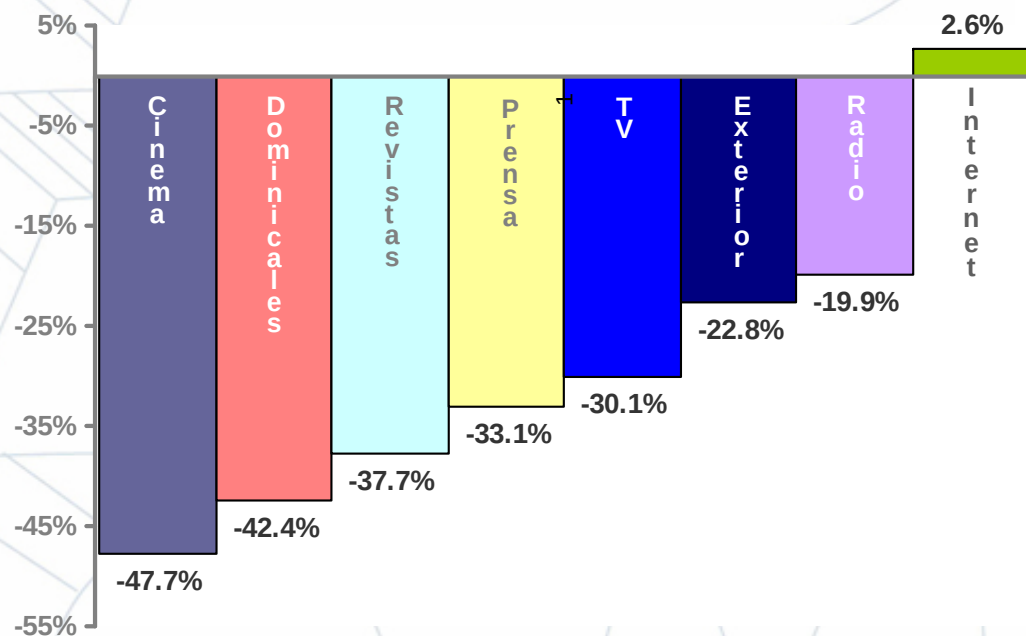
Ingresos Publicitarios Brutos
de Televisión (mill €)



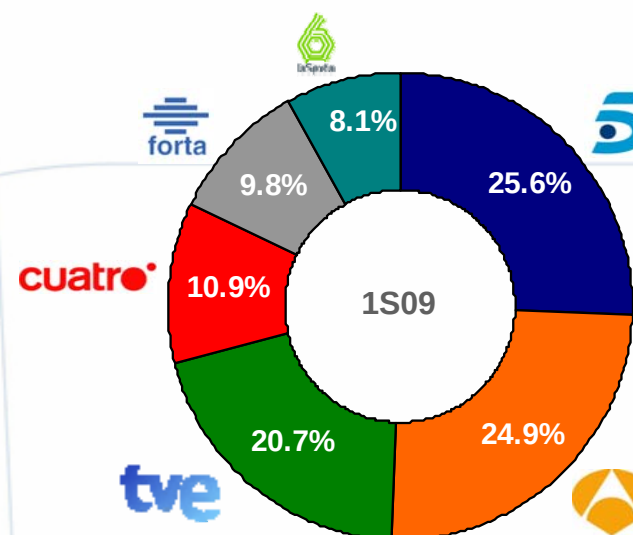
Iniciativas Especiales
(mill €)



Total Mercado Publicitario España 1S09: -29,2%



Mercado Publicitario TV 1S09: -30.1%



Fuente: INFOADEx

PUBLICIDAD

Estrategia Comercial, 1S2009

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△ (%)	△ (%)	△ (%)	△ (%)	€ mill	△ (%)
15,1%	-20,9%	+3,4%	-20,3%	-29,4%	304,1	-43,6%

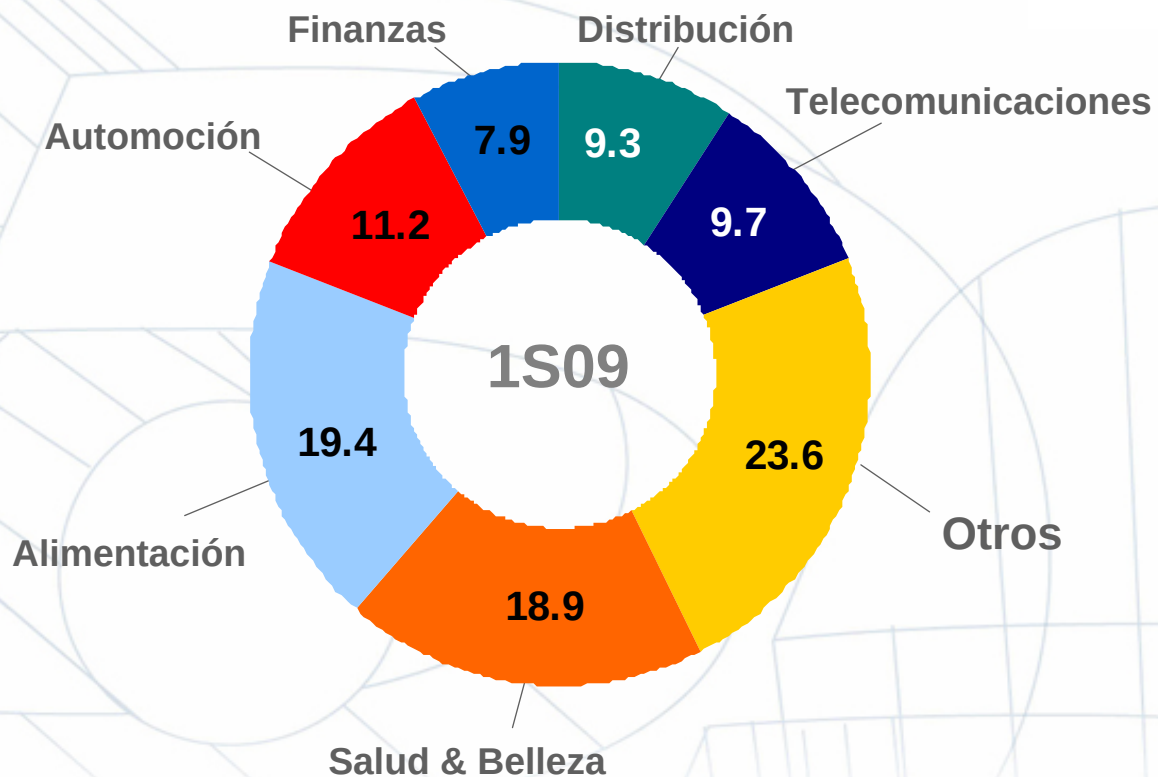
Fuente: TNS y Publiespaña



TL5 conserva, a pesar de la reducción de ingresos, el liderazgo en facturación en el mercado publicitario español

Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

Sectores Anunciantes (% sobre total)



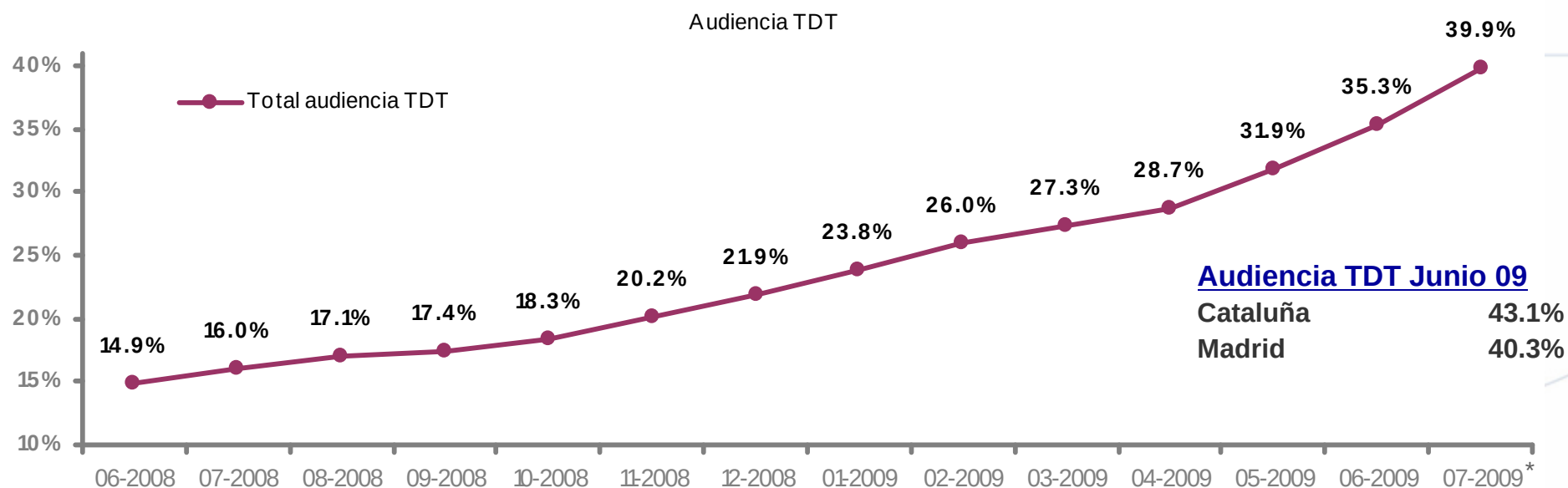
Crecimiento sectores (1S09 vs. 1S08)

	Distribución	-11,3%
	Salud & Belleza	- 20,0%
	Finanzas	- 21,6%
	Alimentación	- 29,9%
	Telecom.	- 31,5%
	Otros	- 36,5%
	Automoción	- 49,4%



¿POR QUÉ AHORA?

Ahora es el momento de invertir en Digital y podemos empezar a vender la publicidad con una estrategia de venta por módulos

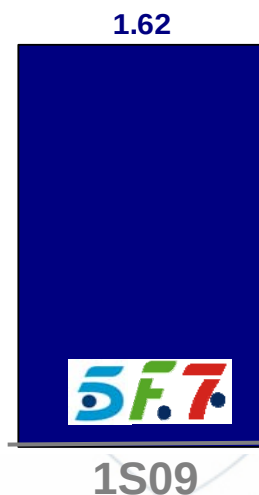




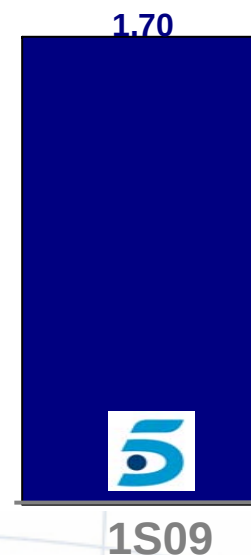
Venta de publicidad por módulos, ¿por qué ahora?

Con la creciente fragmentación, los mayores ratings del mercado adquieren más valor.

Power ratio
incluyendo los
canales Digitales



Power Ratio de Telecinco



Fuente: TNS y INFOADEX
Datos TDT fuente INFOADEX



**Telecinco consigue
incrementar su power ratio**



PUBLICIDAD TDT

TELECINCO

4+ <59
Clases altas y medianas

Factoría de Ficción

Jóvenes adultos
Clases medianas y altas

LA SIETE

Jóvenes
Altamente vinculados a las nuevas tecnologías

La oferta multicanal de TL5:



Transformar el
producto
televisivo en
oferta comercial

Oferta publicitaria:

Niños



Jóvenes



Amas



Mujeres



Adultos



Estrategia comercial
Multicanal



¿Cómo vamos a vender la publicidad en un entorno multicanal?



Jóvenes

	LUNES 13	MARTES 14	MIÉRCOLES 15	JUEVES 16	VIERNES 17	SÁBADO 18	DOMINGO 19
06:30							
06:45							
07:00							
07:15							
07:30							
07:45							
08:00							
08:15							
08:30							
08:45							
09:00							
09:15							
09:30							
09:45							
10:00							
10:15							
10:30							
10:45							
11:00							
11:15							
11:30							
11:45							
12:00							
12:15							
12:30							
12:45							
13:00							
13:15							
13:30							
13:45							
14:00							
14:15							
14:30							
14:45							
15:00							
15:15							
15:30							
15:45							
16:00							
16:15							
16:30							
16:45							
17:00							
17:15							
17:30							
17:45							
18:00							
18:15							
18:30							
18:45							
19:00							
19:15							
19:30							
19:45							
20:00							
20:15							
20:30							
20:45							
21:00							
21:15							
21:30							
21:45							
22:00							
22:15							
22:30							
22:45							
23:00							
23:15							
23:30							
23:45							
00:00							
00:15							
00:30							
00:45							
01:00							
01:15							
01:30							
01:45							
02:00							
02:15							
02:30							
02:45							
03:00							

	LUNES 13	MARTES 14	MIÉRCOLES 15	JUEVES 16	VIERNES 17	SÁBADO 18	DOMINGO 19
06:30							
06:45							
07:00							
07:15							
07:30							
07:45							
08:00							
08:15							
08:30							
08:45							
09:00							
09:15							
09:30							
09:45							
10:00							
10:15							
10:30							
10:45							
11:00							
11:15							
11:30							
11:45							
12:00							
12:15							
12:30							
12:45							
13:00							
13:15							
13:30							
13:45							
14:00							
14:15							
14:30							
14:45							
15:00							
15:15							
15:30							
15:45							
16:00							
16:15							
16:30							
16:45							
17:00							
17:15							
17:30							
17:45							
18:00							
18:15							
18:30							
18:45							
19:00							
19:15							
19:30							
19:45							
20:00							
20:15							
20:30							
20:45							
21:00							
21:15							
21:30							
21:45							
22:00							
22:15							
22:30							
22:45							
23:00							
23:15							
23:30							
23:45							
00:00							
00:15							
00:30							
00:45							
01:00							
01:15							
01:30							
01:45							
02:00							
02:15							
02:30							
02:45							
03:00							

	LUNES 13	MARTES 14	MIÉRCOLES 15	JUEVES 16	VIERNES 17	SÁBADO 18	DOMINGO 19
06:30							
06:45							
07:00							
07:15							
07:30							
07:45							
08:00							
08:15							
08:30							
08:45							
09:00							
09:15							
09:30							
09:45							
10:00							
10:15							
10:30							
10:45							
11:00							
11:15							
11:30							
11:45							
12:00							
12:15							
12:30							
12:45							
13:00							
13:15							
13:30							
13:45							
14:00							
14:15							
14:30							
14:45							
15:00							
15:15							
15:30							
15:45							
16:00							
16:15							
16:30							
16:45							
17:00							
17:15							
17:30							
17:45							
18:00							
18:15							
18:30							
18:45							
19:00							
19:15							
19:30							
19:45							
20:00							
20:15							
20:30							
20:45							
21:00							
21:15							
21:30							
21:45							
22:00							
22:15							
22:30							
22:45							
23:00							
23:15							
23:30							
23:45							
00:00							
00:15							
00:30							
00:45							
01:00							
01:15							
01:30							
01:45							
02:00							
02:15							
02:30							
02:45							
03:00							

Con una estrategia comercial a módulos podemos vender transversalmente los targets comerciales de la Familia de canales de Telecinco y en las diferentes franjas diarias.



Ejemplo de venta de módulos de target joven en programación multicanal

Parrillas multicanales de TL5 de la semana 13-19 de julio de 2009

RESULTADOS FINANCIEROS

RESULTADOS FINANCIEROS

	1S09	1S08	VAR %
Total Ingresos Netos	320.8	563.0	-43.0%
Total Costes	226.9	275.8	-17.7%
Personal	39.4	42.2	-6.5%
Costes Operativos	113.9	164.8	-30.8%
Amortización y Depreciación	73.5	68.9	6.7%
EBITDA (1)	98.1	291.0	-66.3%
EBIT	93.9	287.2	-67.3%
Beneficio Antes de Impuestos	55.9	266.2	-79.0%
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	62.2	198.9	-68.7%
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	74.1	210.7	-64.8%
EBITDA/ INGRESOS NETOS	30.6%	51.7%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	29.3%	51.0%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	19.4%	35.3%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	23.1%	37.4%	

(1) Después consumo de derechos

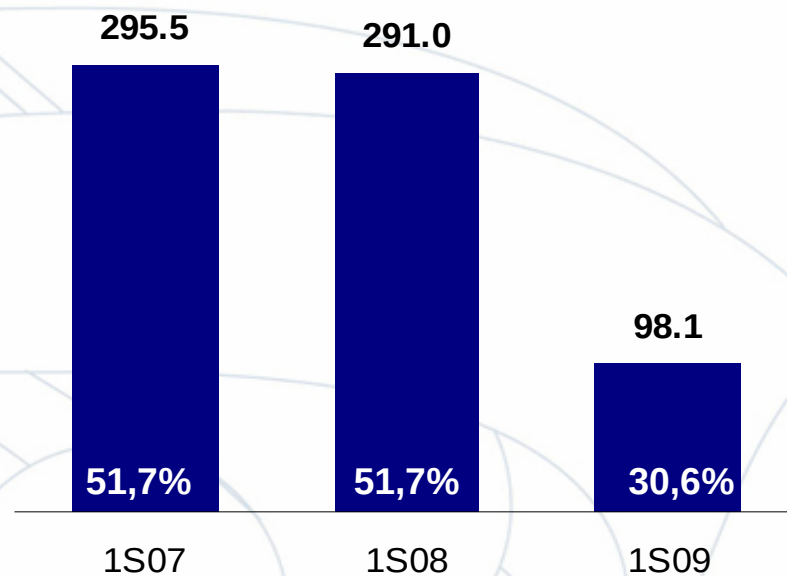
(2) Excluyendo impacto neto de la amortización resultante del PPA de Endemol

RESULTADOS FINANCIEROS

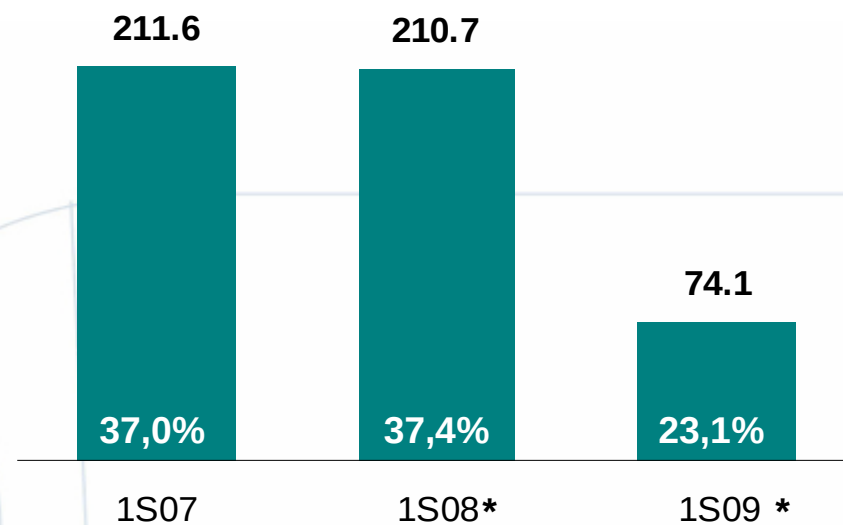
	1S09	1S08	Dif. en € millones
Posición Financiera Neta Inicial	-25.9	13.2	-39.0
Cash Flow Libre	33.8	215.2	-181.4
Cash Flow Operativo	166.6	272.4	-105.9
Inversiones Netas	-92.4	-127.1	34.7
Variación Fondo de Maniobra	-40.3	69.9	-110.2
Movimiento Patrimonio	-2.8	-6.8	4.1
Inversiones Financieras	-0.4	-23.1	22.7
Dividendos cobrados	1.4	1.6	-0.2
Dividendos pagados	-210.3	-317.6	107.3
Incremento Neto de Posición Financiera	-178.2	-130.6	-47.6
Posición Financiera Neta Final	-204.0	-117.4	-86.6
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	10.5%	38.2%	

RESULTADOS FINANCIEROS

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



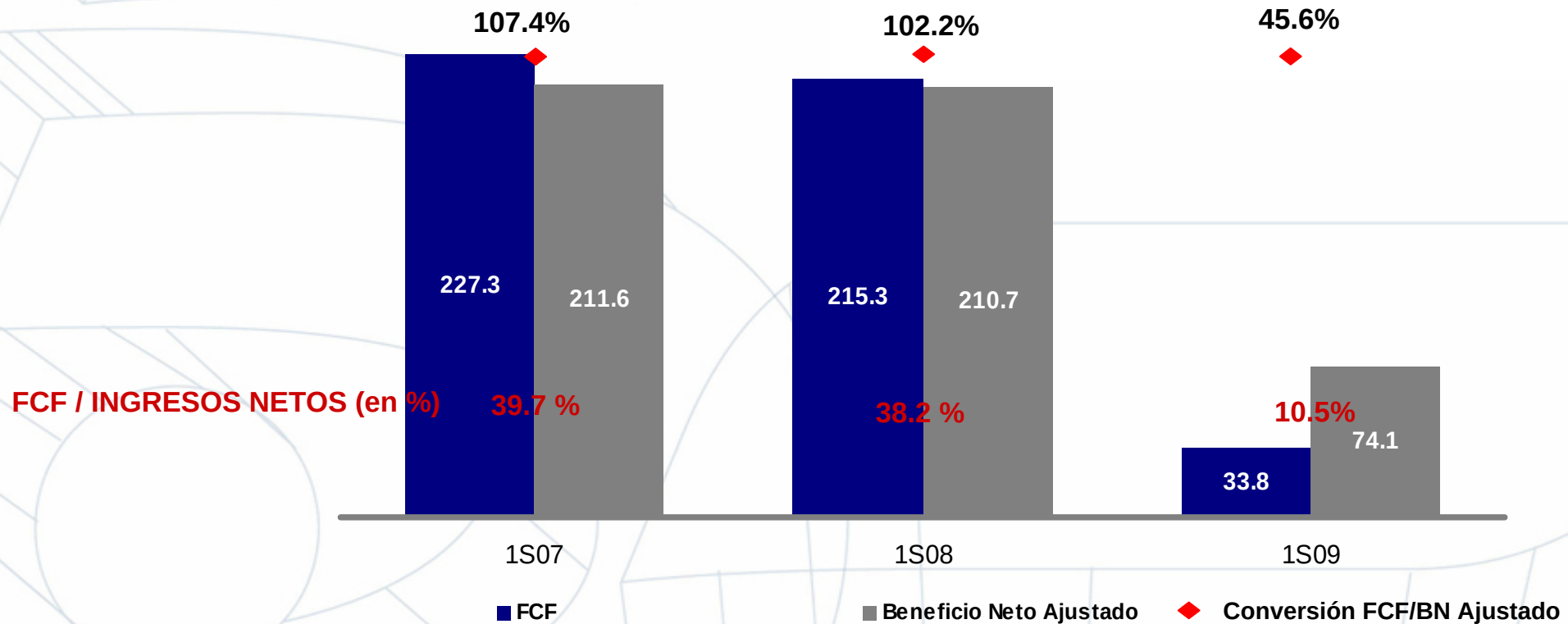
BENEFICIO NETO (en mill €)
BENEFICIO NETO/INGRESOS NETOS (en %)



* 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

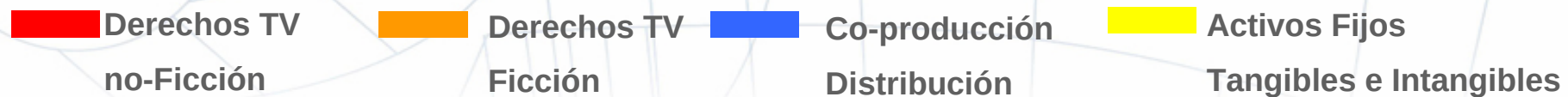
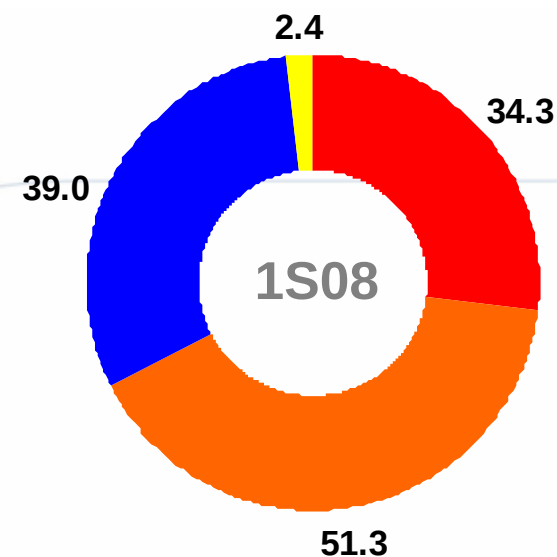
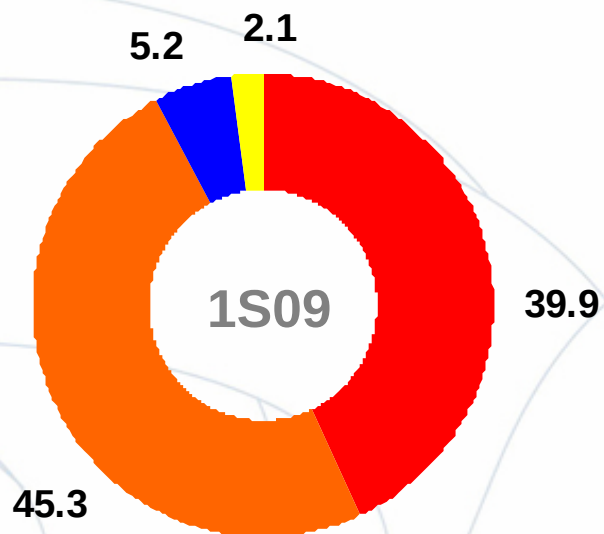
CASH FLOW LIBRE (€ mill)



RESULTADOS FINANCIEROS

€ 92.4 millones

€ 127.0 millones





RESULTADOS FINANCIEROS

<u>€ millones</u>	1S09	1S08	Efecto Cambio en €	Crecimiento Orgánico en €
Ingresos Netos Consolidados	583.1	637.7	-4.0	-50.6
Costes	-486.2	-533.5	-1.6	-45.7
EBITDA	96.9	104.2	-2.4	-4.9
Beneficio Neto	-68.7	-65.2	-2.3	-1.2

Back Up slides

RESULTADOS FINANCIEROS

	1S09	1S08	VAR %
Ingresos Brutos de Publicidad	309.5	545.2	-43.2%
- Televisión	304.1	539.5	-43.6%
- Otros	5.3	5.6	-5.3%
Descuentos	-14.6	-25.5	-42.6%
Ingresos Netos de Publicidad	294.9	519.7	-43.3%
Otros Ingresos	25.9	43.3	-40.2%
TOTAL INGRESOS NETOS	320.8	563.0	-43.0%
Personal	39.4	42.2	-6.5%
Consumo Derechos	69.3	65.1	6.4%
Otros Costes Operativos	113.9	164.8	-30.8%
Total Costes	222.7	272.0	-18.1%
EBITDA adj*	98.1	291.0	-66.3%

* Después de consumo de derechos

RESULTADOS FINANCIEROS

	1S09	1S08	VAR %
EBITDA adj*	98.1	291.0	-66.3%
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-4.2	-3.8	11.5%
EBIT	93.9	287.2	-67.3%
Resultado de Participadas	-39.0	-20.7	n.a.
Resultados Financieros	1.0	-0.3	n.a.
EBT	55.9	266.2	-79.0%
Impuestos de Sociedades	0.0	-74.0	n.a.
Intereses Minoritarios	6.3	6.7	-5.2%
Beneficio Neto	62.2	198.9	-68.7%
Beneficio Neto Ajustado**	74.1	210.7	-64.8%

*Después de consumo de derechos

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

RESULTADOS FINANCIEROS

	1S09	1S08	2008
Inmovilizado	284.3	545.9	323.6
-Financiero	228.7	487.9	264.5
-No Financiero	55.6	58.0	59.1
Derechos Audiovisuales y Anticipos	211.6	245.2	190.7
-Derechos de Terceros	118.1	124.4	96.6
-Ficción	24.8	32.7	27.3
-Co-producción / distribución	68.7	88.1	66.9
Impuesto Anticipado	80.7	14.0	26.3
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	576.6	805.1	540.7
Activo Corriente	172.8	243.3	251.8
Activo Financiero y Tesorería	9.3	28.4	35.1
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	182.1	271.6	286.9
TOTAL ACTIVO	758.7	1,076.7	827.6
Fondos Propios	306.7	551.8	461.5
Provisiones	42.1	71.3	43.8
Acreedores no corrientes	1.5	1.6	0.2
Pasivo Financiero no corriente	70.6	62.1	59.8
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	114.2	134.9	103.8
Acreedores Corrientes	195.1	306.3	261.1
Pasivo Financiero Corriente	142.7	83.7	1.2
TOTAL PASIVO CORRIENTE	337.8	390.0	262.3
TOTAL PASIVO	758.7	1,076.7	827.6

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.



TELECINCO

**RESULTADOS PRIMER SEMESTRE 2009
(Enero – Junio)**

30 de Julio de 2009

www.telecinco.es/inversores/es/