

**GESTEVISION TELECINCO S.A.**



**TELECINCO**

**ESPAÑA GANA EN  
TELECINCO**

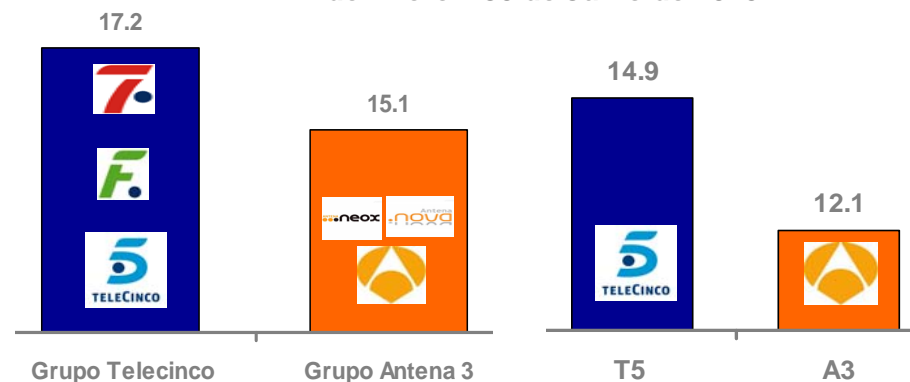


**RESULTADOS 1er SEMESTRE 2010  
(Enero – Junio)**

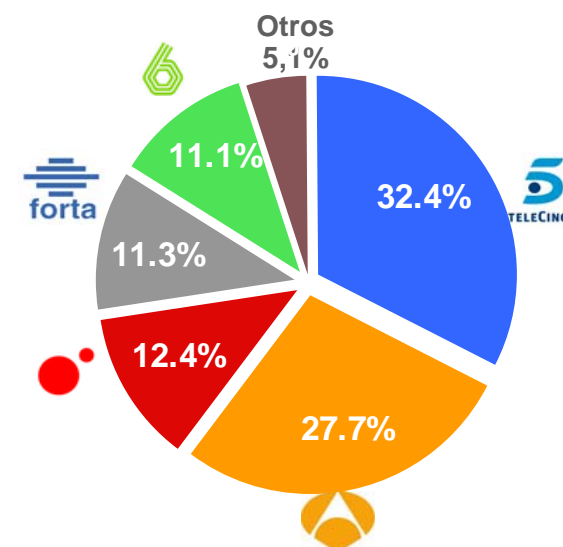
**28 de Julio de 2010**



Audiencia 24h Total Individuos  
1 de Enero – 30 de Junio de 2010



Mercado publicitario TV 1S2010



(€millones)	1S10	1S09	VAR. %
Total Ingresos Netos (€mill)	461.0	320.8	43.7%
Total Costes Operativos	310.0 <sup>***</sup>	222.7 <sup>****</sup>	39.2%
EBITDA adj.* (€mill)	151.0	98.1	54.0%
EBITDA adj./Ingresos Netos	32.8%	30.6%	
EBIT (€mill)	146.3	93.9	55.8%
EBIT/Ingresos Netos	31.7%	29.3%	
<b>Beneficio Neto (€mill)</b>	<b>107.4</b>	<b>62.2</b>	<b>72.7%</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado** (€m)</b>	<b>114.4</b>	<b>74.1</b>	<b>54.4%</b>
<b>FCF (€mill)</b>	<b>130.6</b>	<b>33.8</b>	<b>286.2%</b>
FCF/Total Ingresos Netos	28.3%	10.5%	
Posición Neta de Caja	-99.8	-204.0	-51.1%

\* Después de consumo de derechos

\*\* Excluyendo impacto neto del PPA de Endemol

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

\*\*\*\* Incluye la reversión de una provisión por 35 millones de Euros



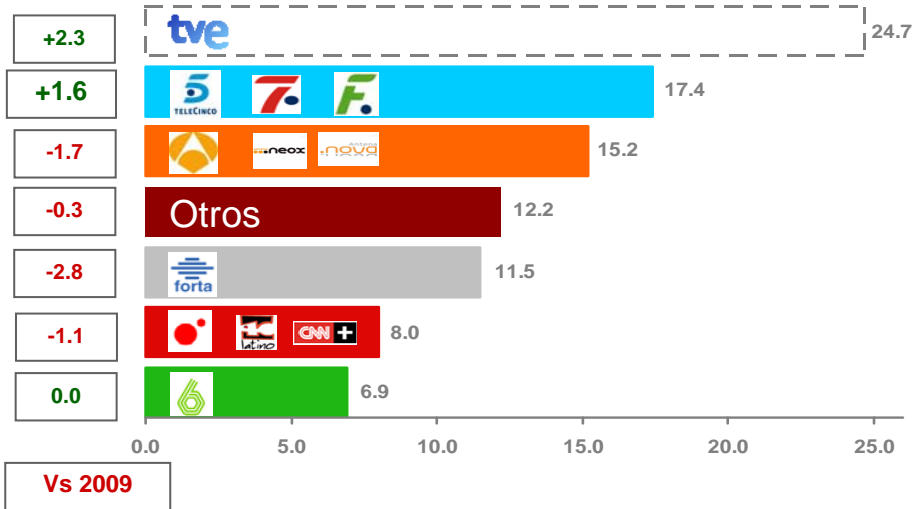
## 1S10 PRINCIPALES MAGNITUDES

Fuentes: SOFRES y INFOADEX

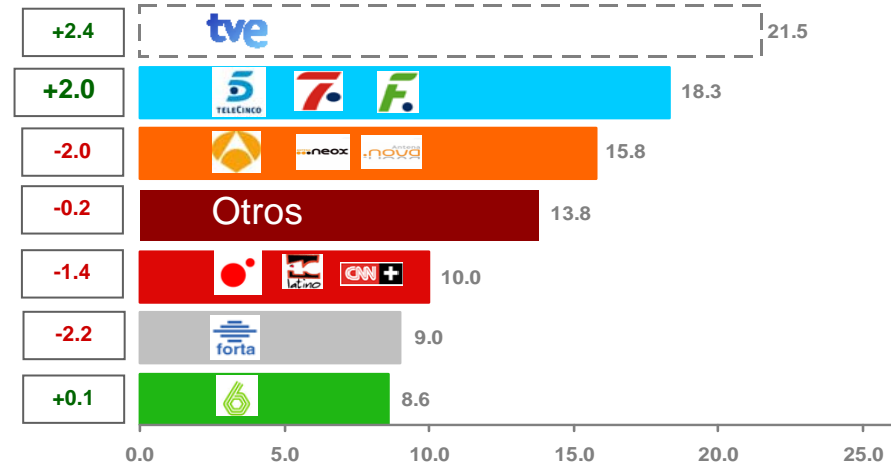
# TELEVISION



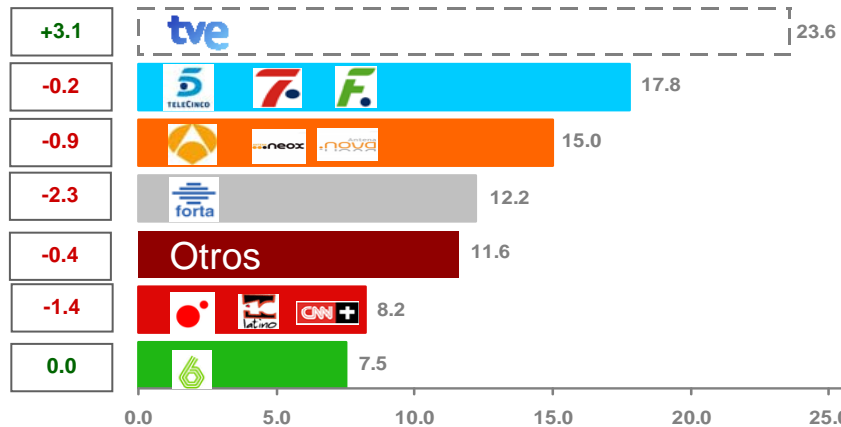
Audiencia 24h Total Individuos por Grupos



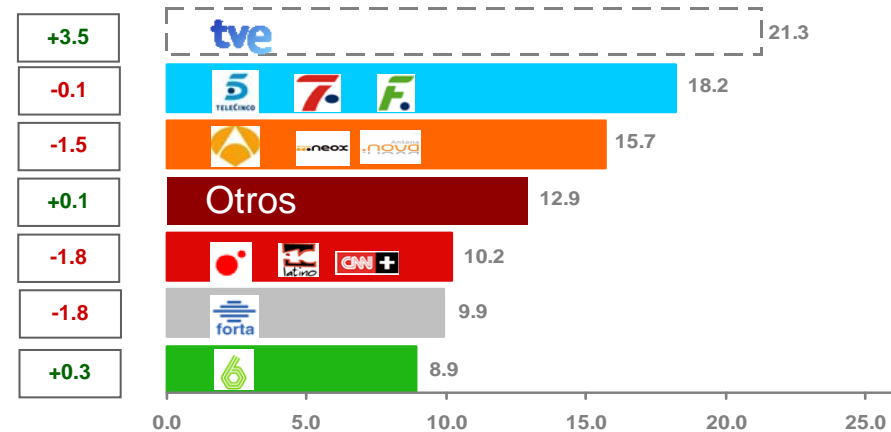
Audiencia 24h Target Comercial\* por Grupos



Audiencia Prime Time Total Individuos por Grupos



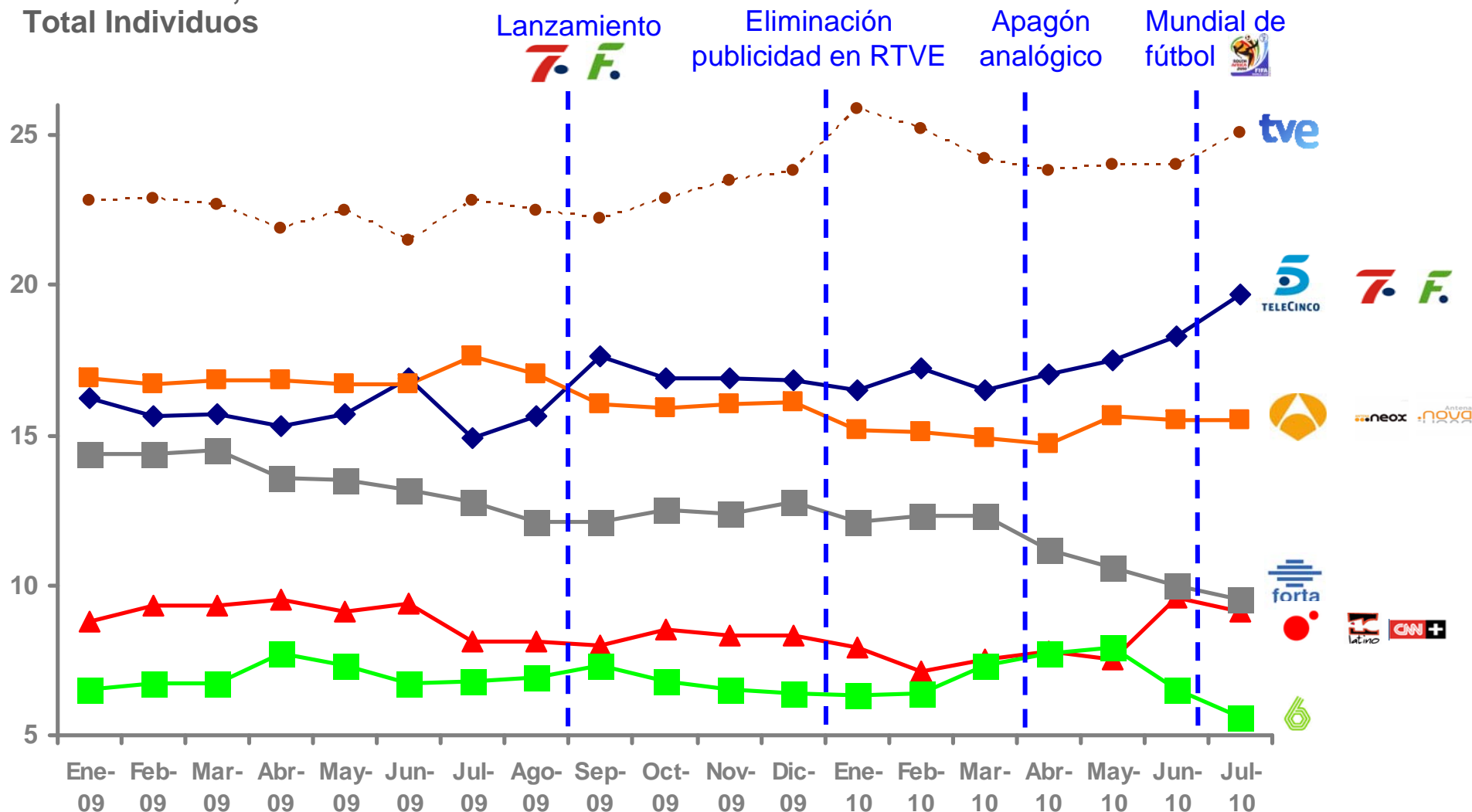
Audiencia Prime Target Comercial\* por Grupos



El conjunto 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.

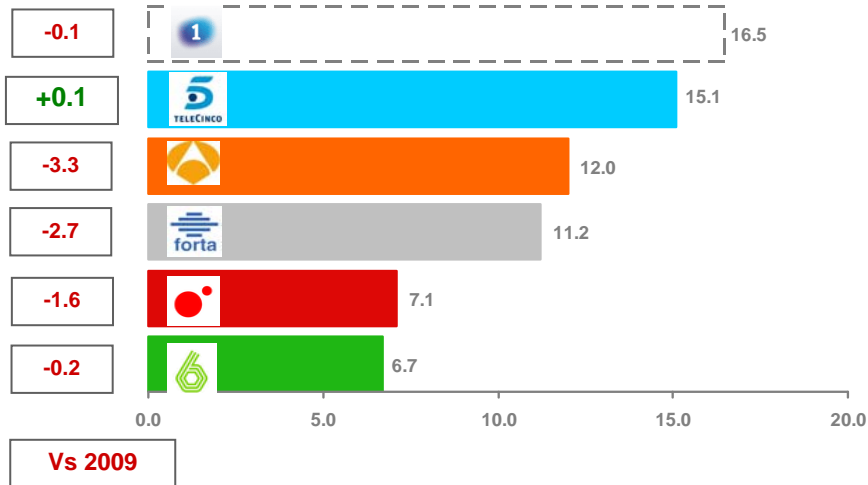
Audiencia 24h,  
Total Individuos



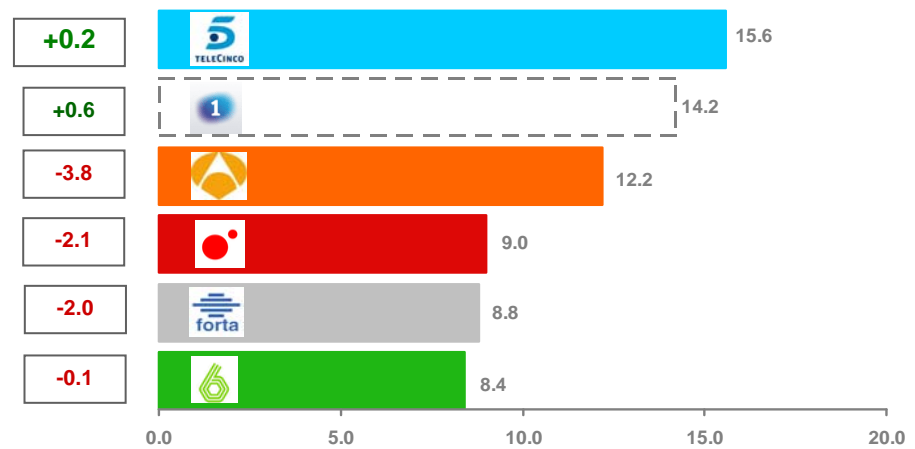
Desde septiembre 2009 el conjunto de canales de Telecinco es líder de audiencia entre los Grupos de TV comerciales

Fuente: SOFRES

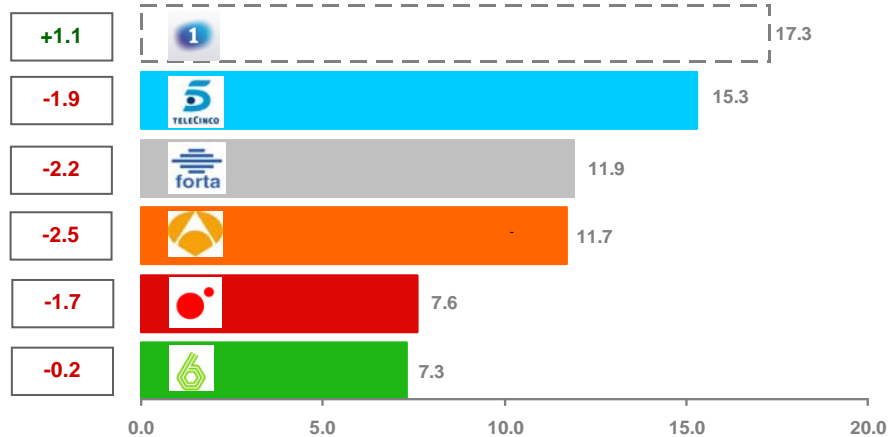
Audiencia 24h Total Individuos por Canales



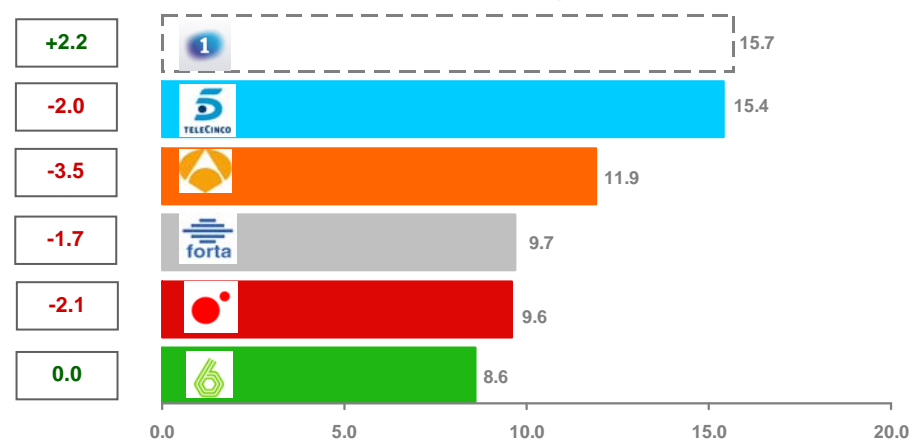
Audiencia 24h Target Comercial\* por Canales



Audiencia Prime Time Total Individuos por Canales



Audiencia Prime Time Target Comercial\* por Canales



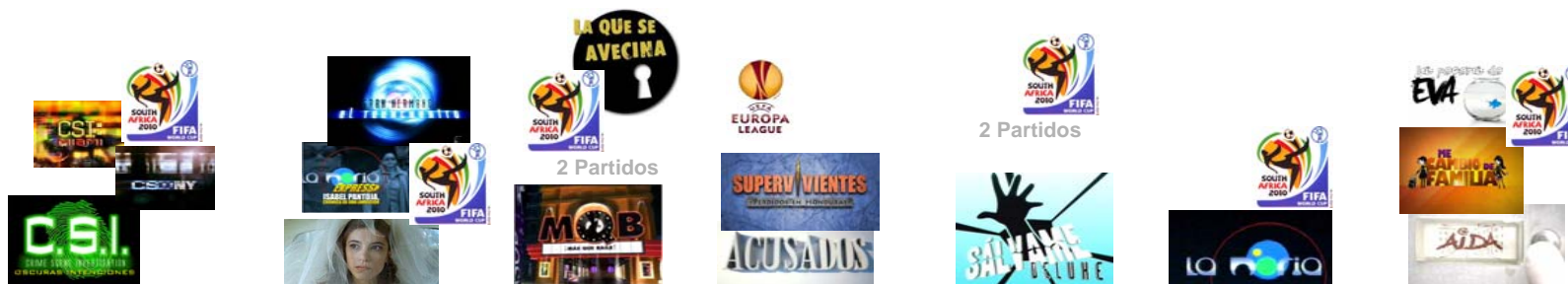
El canal Telecinco también es líder entre las televisiones comerciales

\* 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 – 23 de Julio de 2010

Audiencia Prime Time Total Individuos por Canales



Lunes      Martes      Miércoles      Jueves      Viernes      Sábado      Domingo

	15.6	15.1	16.5	15.5	14.6	14.8	14.8
	13.0	13.0	11.5	10.6	11.7	11.9	9.9
	12.2	10.6	13.5	11.0	12.2	11.3	12.4
	8.5	8.5	6.5	6.9	7.9	7.4	7.2
	6.1	6.4	7.9	6.9	6.2	11.1	7.1
	15.1	19.2	17.0	19.9	16.6	13.1	19.4



**5**  
TELECINCO

Telecinco es líder entre las TV comerciales todas las noches de la semana

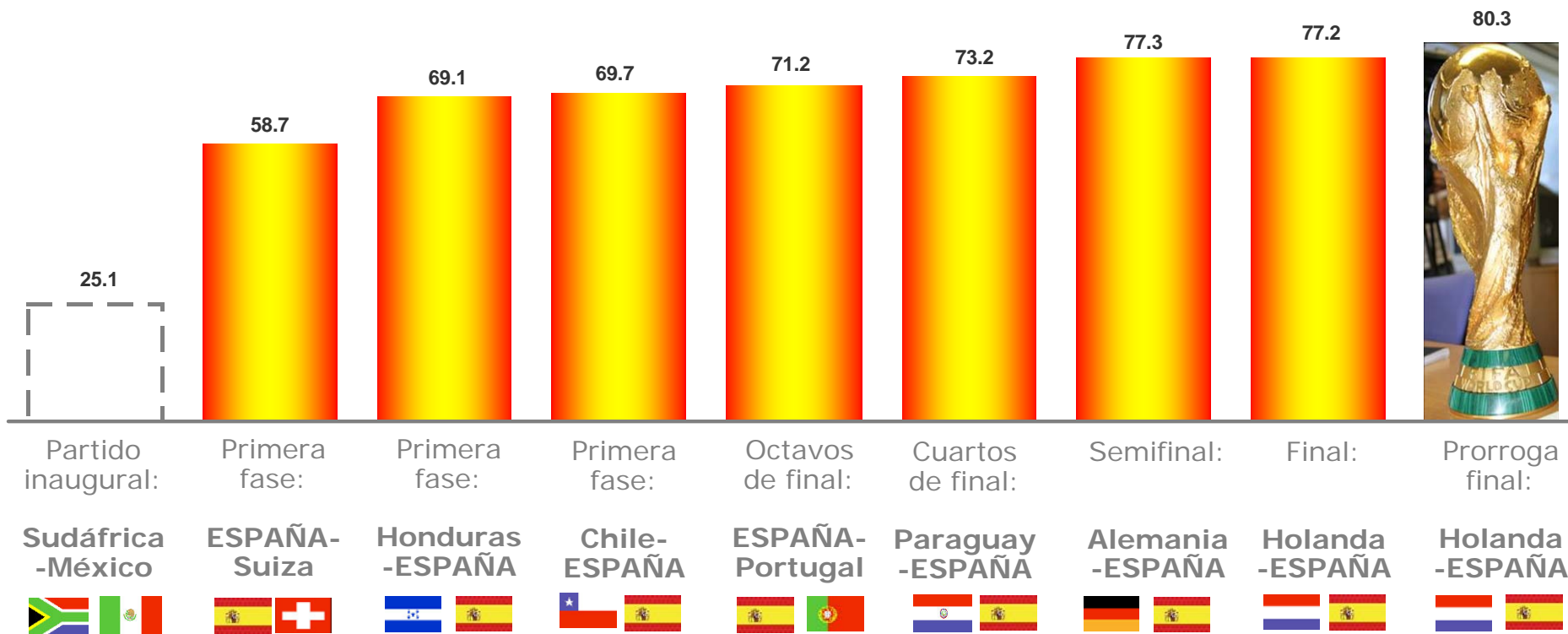
Fuente: SOFRES



# TELEVISION

11 de Junio – 11 Julio de 2010

Audiencia de los partidos emitidos por Telecinco



La audiencia de los partidos retransmitidos por Telecinco subió en paralelo con los progresos del equipo nacional

Fuente: SOFRES

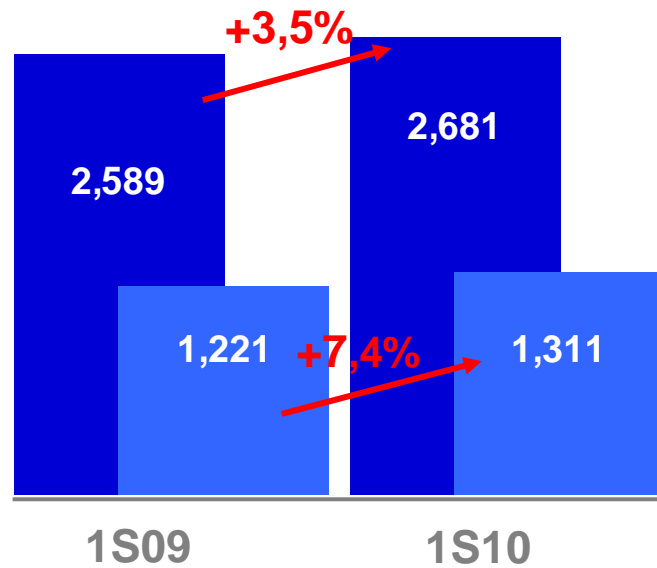


# ***PUBLICIDAD***

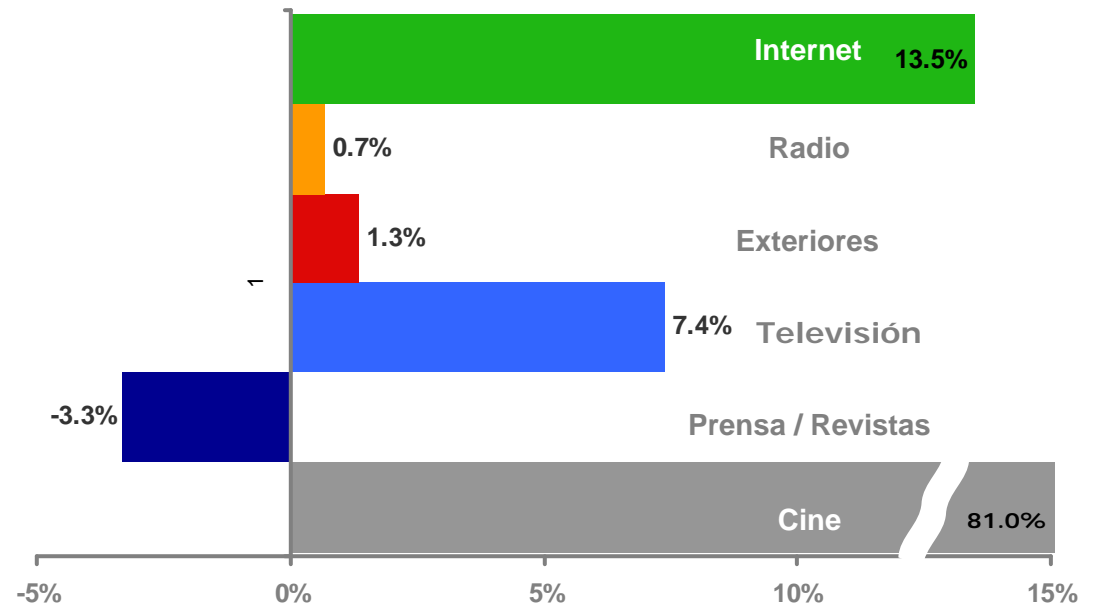
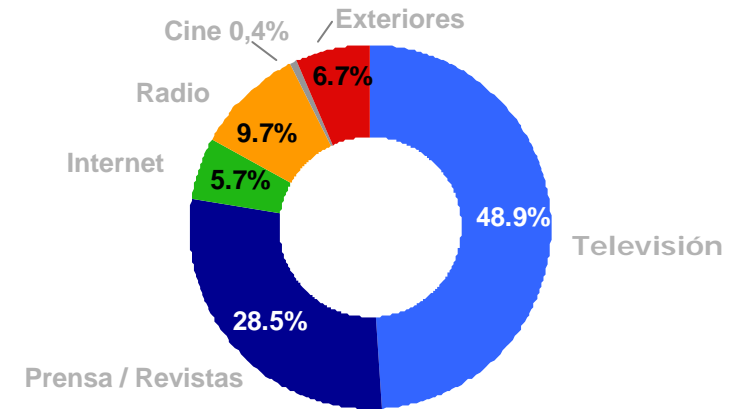


## 1S 2009/2010 evolución por medio

### Mercado publicitario



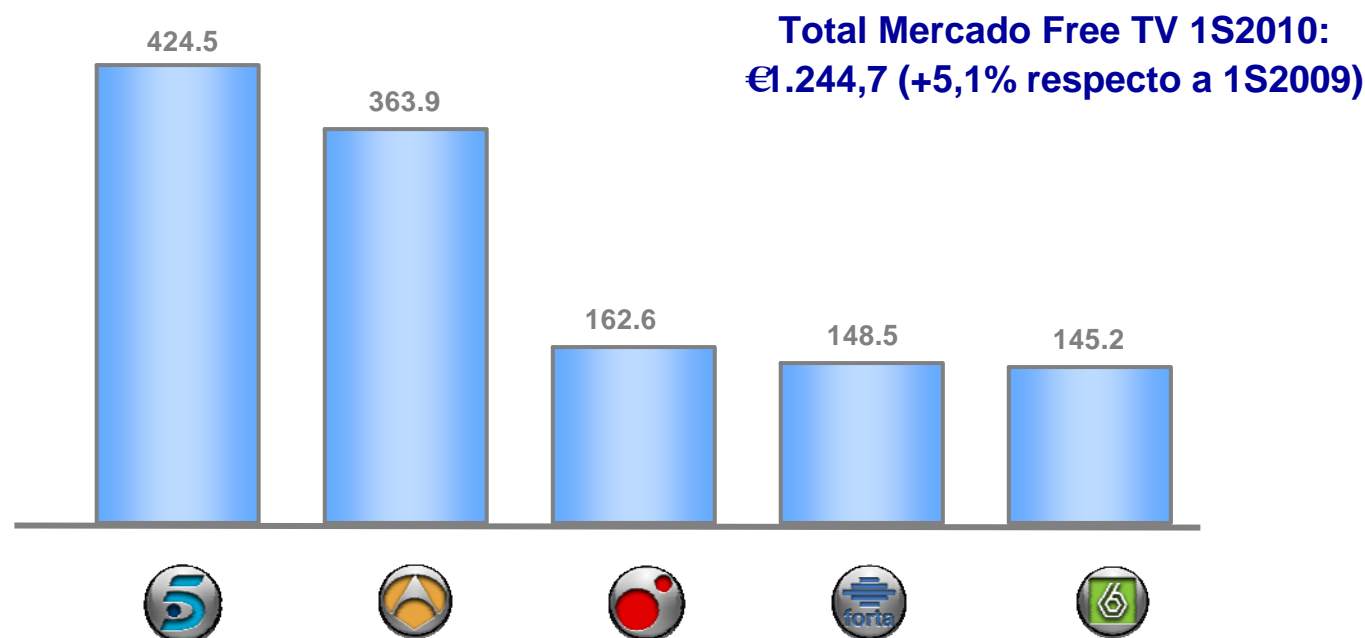
- Total Mercado Publicitario
- Total Mercado Publicitario TV



Fuente: INFOADEX



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



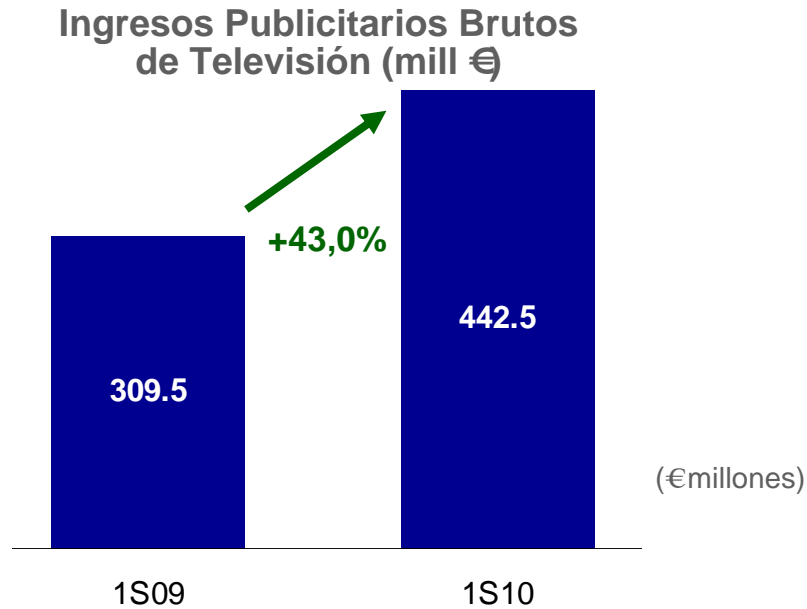
	Telecinco	Antena3	Cuatro	Forta	La Sexta
<b>Audiencia Grupo (%)</b>	17.2%	15.1%	7.9%	11.5%	7.0%
<b>Cuota mercado (%)</b>	32.4%	27.7%	12.4%	11.3%	11.1%
<b>Power ratio</b>	1.89	1.83	1.57	0.99	1.58



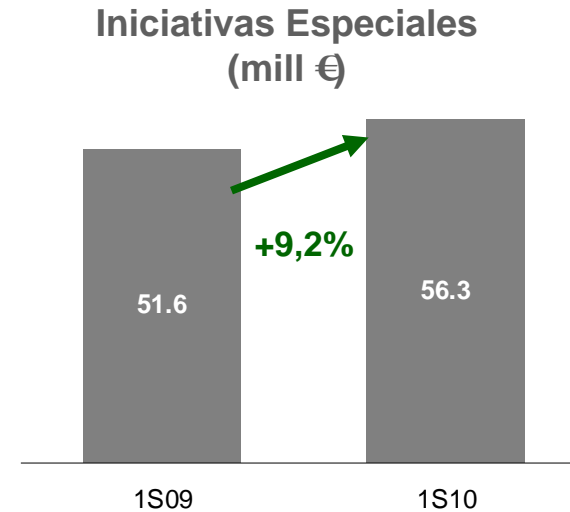
Telecinco es líder en todas las variables relevantes

Fuente: INFOADEX y Sofres

## Ingresos publicitarios en el 1S2010



Las Iniciativas Especiales representan el 13,3% del Total Ingresos Publicitarios de TL5 en 1S10



## Estrategia Comercial, 1S2010

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△%	△%	△%	△%	€Mill.	△%
17,2%	+8,3%	+1,3%	+8,3%	+28,4%	423,3	+39,2%

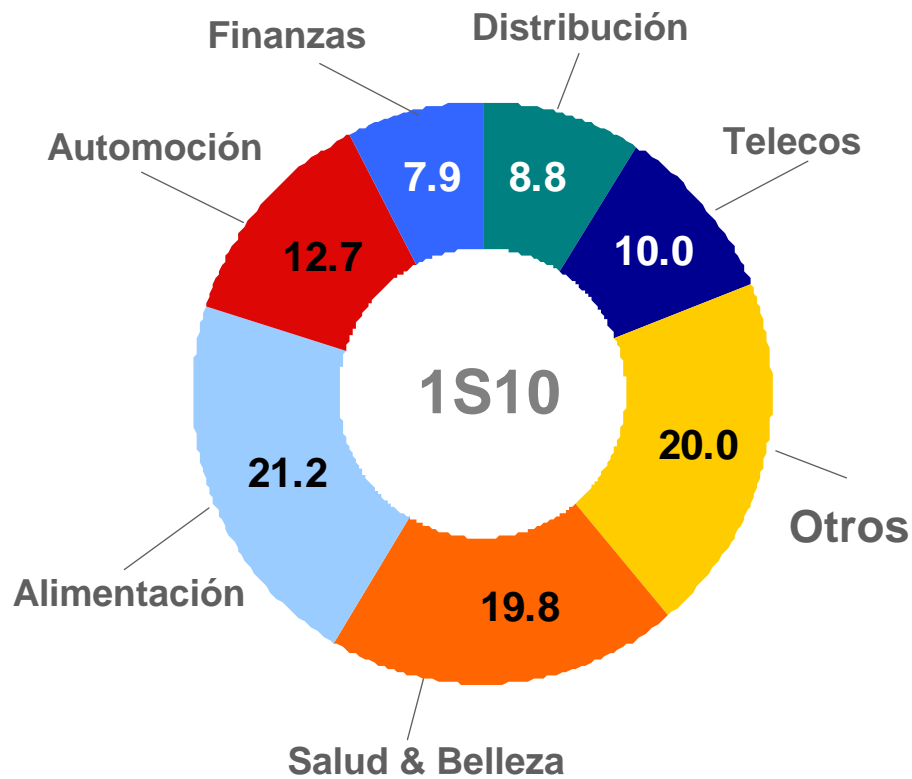


Facturación publicitaria de TL5: el incremento es superior al crecimiento del mercado

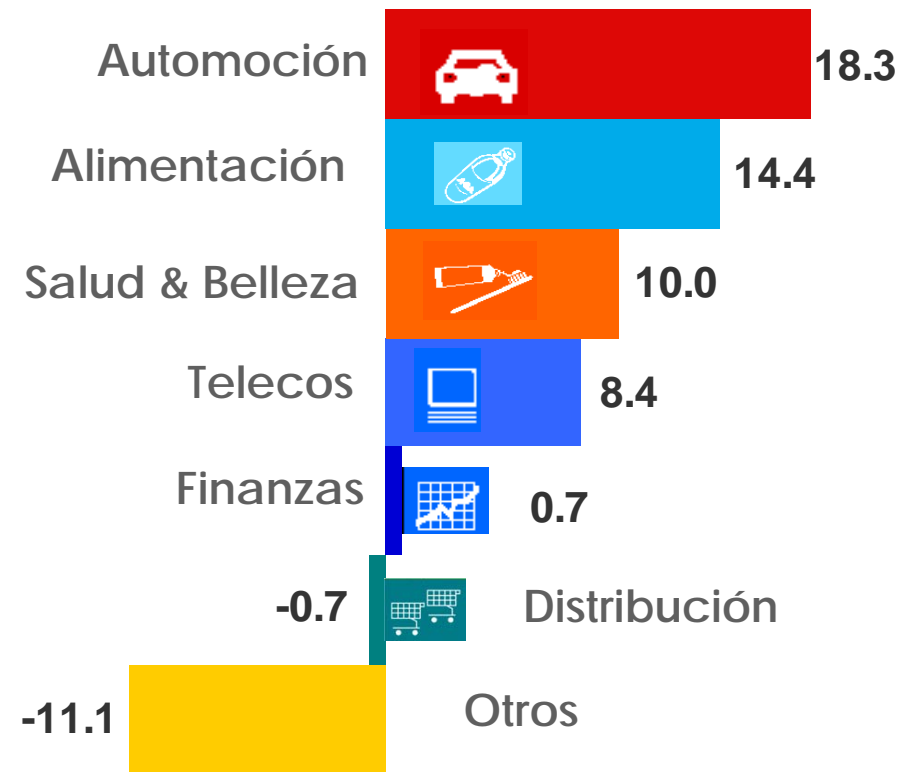
Fuente: Kantar Media y Publiespaña  
 Datos: Telecinco, Factoría de Ficción, La Siete y Cincoshop

## Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

### Sectores Anunciantes (% sobre total)



### Crecimiento sectores (1S10 vs. 1S09)



# RESULTADOS FINANCIEROS



# RESULTADOS FINANCIEROS

	1S10	1S09	VAR %
Total Ingresos Netos	461.0	320.8	43.7%
Total Costes	314.7*	226.9**	38.7%
Personal	39.0	39.4	-1.1%
Costes Operativos	198.7	113.9	74.4%
Amortización y Depreciación	77.1	73.5	4.8%
<b>EBITDA (1)</b>	<b>151.0</b>	<b>98.1</b>	<b>54.0%</b>
<b>EBIT</b>	<b>146.3</b>	<b>93.9</b>	<b>55.8%</b>
Beneficio Antes de Impuestos	130.6	55.9	133.8%
<b>BENEFICIO NETO después de Minoritarios</b>	<b>107.4</b>	<b>62.2</b>	<b>72.7%</b>
<b>BENEFICIO NETO Ajustado (2)</b>	<b>114.4</b>	<b>74.1</b>	<b>54.4%</b>
EBITDA/ INGRESOS NETOS	32.8%	30.6%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	31.7%	29.3%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	23.3%	19.4%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	24.8%	23.1%	

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

\*\* Incluye la reversión de una provisión por 35 millones de Euros

(1) Después consumo de derechos

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



**5**  
TELECINCO

**Cuenta de Pérdidas  
y Ganancias Consolidada**

(€millones)

15



# RESULTADOS FINANCIEROS

<u>€millones</u>	1S10	1S09	Efecto Cambio en €	Crecimiento Orgánico en €
Ingresos Netos Consolidados	549.2	583.1	7.0	-40.9
EBITDA	80.7	102.6	1.7	-23.6
Beneficio Neto*	-62.0	-68.7	0.2	6.5

\* **Beneficio Neto** incluye un impacto neto por amortización de PPA por €-40 m





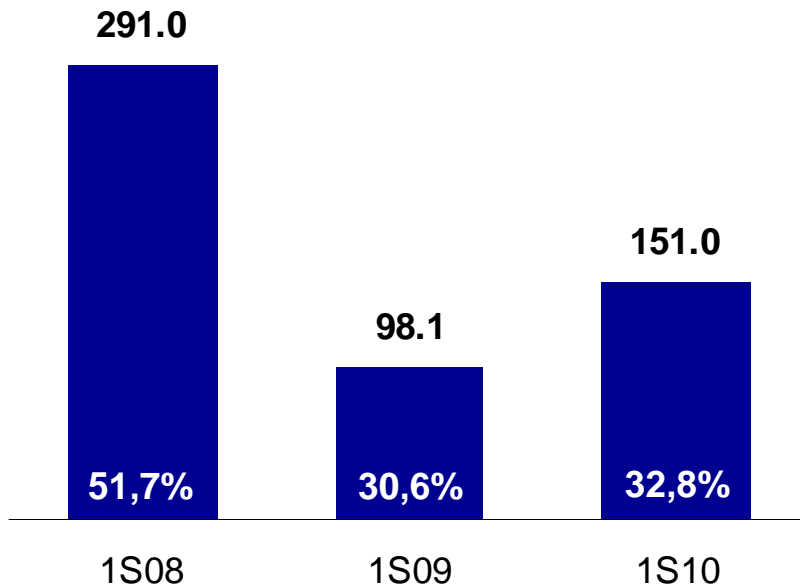
# RESULTADOS FINANCIEROS

	1S10	1S09	Dif. en €millones
Posición Financiera Neta Inicial	-156.0	-25.9	-130.2
Cash Flow Libre	130.6	33.8	96.8
Cash Flow Operativo	199.4	166.6	32.8
Inversiones Netas	-82.6	-92.4	9.9
Variación Fondo de Maniobra	13.8	-40.3	54.1
Movimiento Patrimonio	1.0	-2.8	3.8
Inversiones Financieras	-27.9	-0.4	-27.6
Dividendos cobrados	1.0	1.4	-0.4
Dividendos pagados	-48.4	-210.3	161.8
Incremento Neto de Posición Financiera	56.3	-178.2	234.4
Posición Financiera Neta Final	-99.8	-204.0	104.3
<b>Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos</b>	<b>28.3%</b>	<b>10.5%</b>	

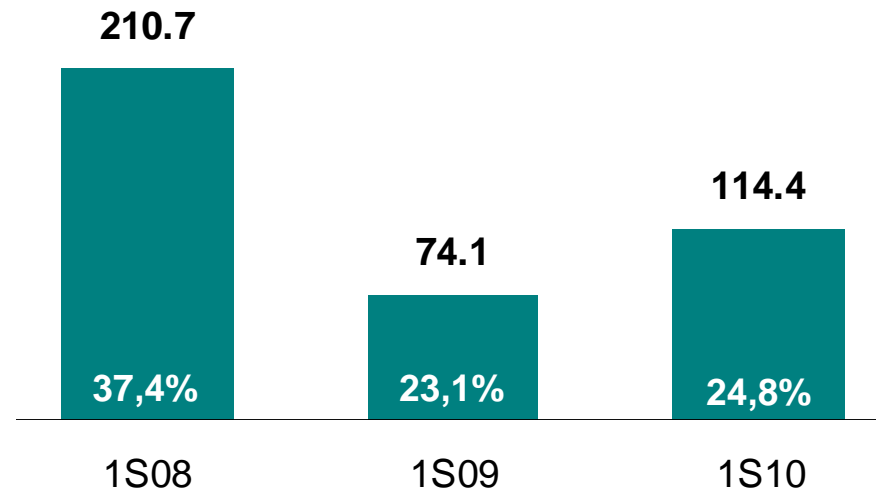


# RESULTADOS FINANCIEROS

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



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



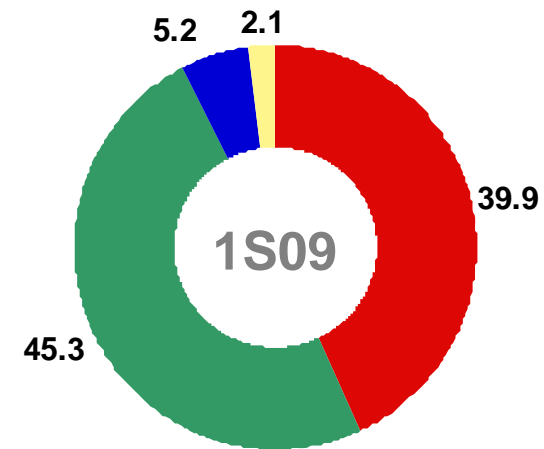
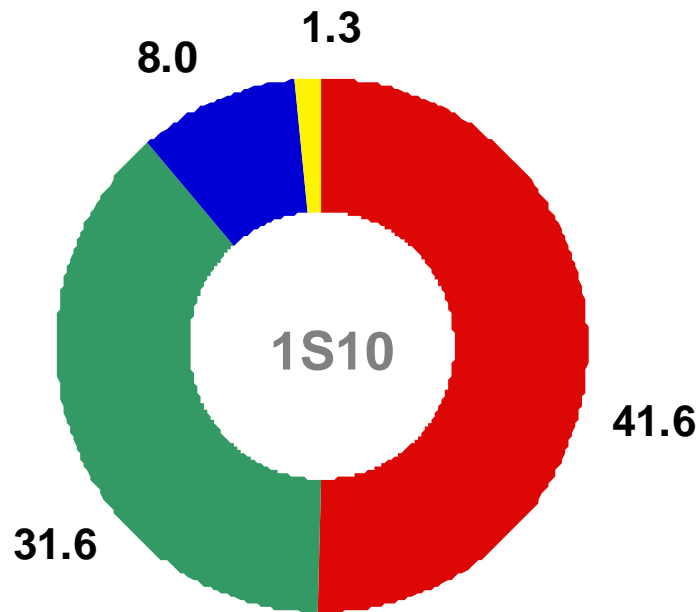
\* Beneficio Neto Ajustado excluye el impacto contable (al neto de los impuestos) de la amortización de los intangibles resultante del PPA en la adquisición de Endemol.



# RESULTADOS FINANCIEROS

€82,6 millones

€92,4 millones



Inversiones Netas

# CALENDARIO DE LA ADQUISICION

1T 2010

2T 2010

- ✦ Due Diligence
- ✦ Firma del Acuerdo de Compra definitivo
- ✦ Arranque del procedimiento con la CNMV
- ✦ Arranque del procedimiento de antitrust
- ✦ Aprobación por parte de los accionistas de Telecinco
- ✦ Cierre de la Fase 1 por parte de la autoridad de antitrust española

Hecho

3T 2010

4T 2010

- ✦ Arranque de la Fase 2 de antitrust
- ✦ 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
  - ✦ Ampliación de capital reservada a Prisa
- ✦ Finalización de la transacción



**5**  
TELECINCO

El proceso se podría completar  
en el cuarto trimestre 2010

**Back Up slides**



# RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	1S10	1S09	VAR %
<b>Ingresos Brutos de Publicidad</b>	<b>442.5</b>	<b>309.5</b>	<b>43.0%</b>
- Multiplex Telecinco	423.3	304.1	39.2%
- Otros	19.2	5.3	n.a.
<b>Descuentos</b>	<b>-20.5</b>	<b>-14.6</b>	<b>40.1%</b>
<b>Ingresos Netos de Publicidad</b>	<b>422.0</b>	<b>294.9</b>	<b>43.1%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>39.0</b>	<b>25.9</b>	<b>50.5%</b>
<b>TOTAL INGRESOS NETOS</b>	<b>461.0</b>	<b>320.8</b>	<b>43.7%</b>
<b>Personal</b>	<b>39.0</b>	<b>39.4</b>	<b>-1.1%</b>
<b>Consumo Derechos</b>	<b>72.3</b>	<b>69.3</b>	<b>4.3%</b>
<b>Otros Costes Operativos</b>	<b>198.7</b>	<b>113.9</b>	<b>74.4%</b>
<b>Total Costes</b>	<b>310.0**</b>	<b>222.7***</b>	<b>39.2%</b>
<b>EBITDA adj*</b>	<b>151.0</b>	<b>98.1</b>	<b>54.0%</b>

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

\*\*\* Incluye la reversión de una provisión por 35 millones de Euros

\* Después de consumo de derechos



**5**  
TELECINCO

**Cuenta de Pérdidas y Ganancias  
Consolidada (I)**

# RESULTADOS FINANCIEROS

(€millones)	1S10	1S09	VAR %
<b>EBITDA adj*</b>	<b>151.0</b>	<b>98.1</b>	<b>54.0%</b>
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-4.8	-4.2	13.1%
<b>EBIT</b>	<b>146.3</b>	<b>93.9</b>	<b>55.8%</b>
Resultado de Participadas	-20.5	-39.0	-47.4%
Resultados Financieros	4.9	1.0	n.a.
<b>EBT</b>	<b>130.6</b>	<b>55.9</b>	<b>133.8%</b>
Impuestos de Sociedades	-28.1	0.0	n.a.
Intereses Minoritarios	4.8	6.3	-23.3%
<b>Beneficio Neto</b>	<b>107.4</b>	<b>62.2</b>	<b>72.7%</b>
<b>Beneficio Neto Ajustado**</b>	<b>114.4</b>	<b>74.1</b>	<b>54.4%</b>

\*Después de consumo de derechos

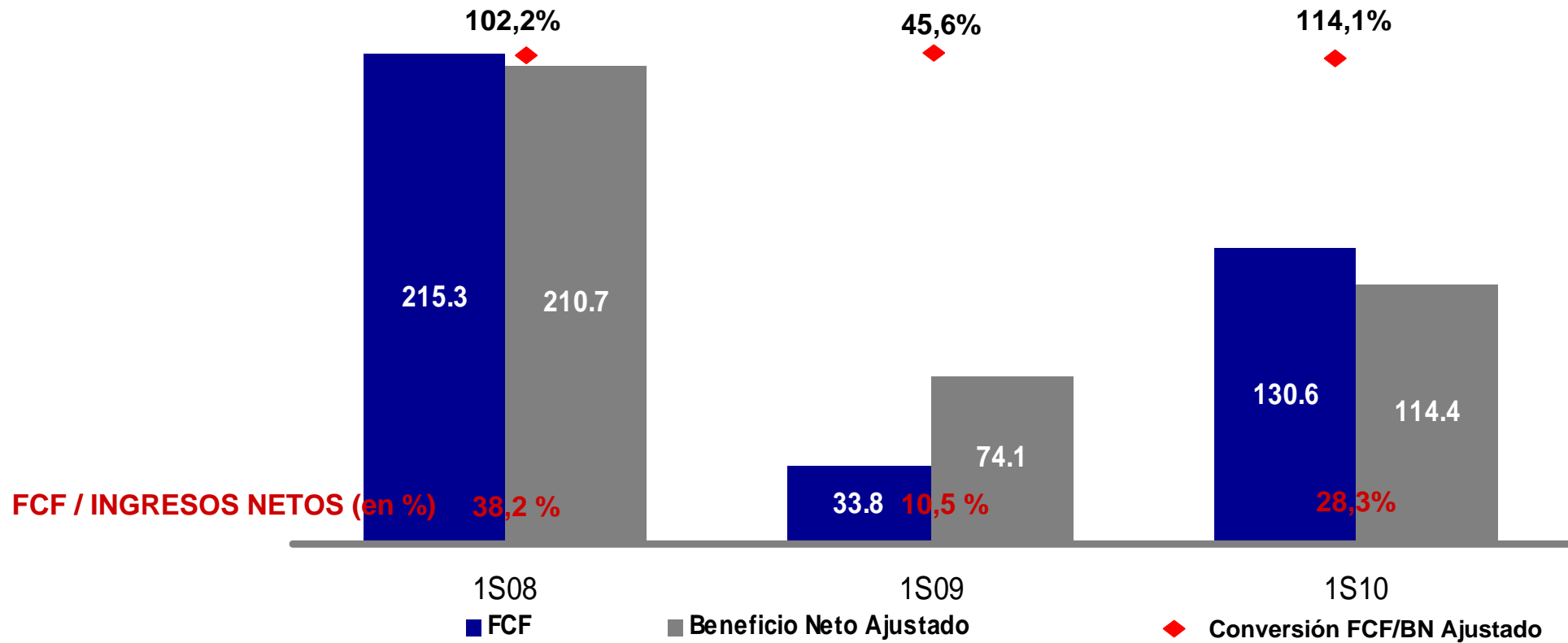
\*\*Excluyendo impacto neto de la amortización resultante del PPA de Endemol



Cuenta de Pérdidas y Ganancias  
Consolidada (II)

# RESULTADOS FINANCIEROS

## CASH FLOW LIBRE (€mill)





# RESULTADOS FINANCIEROS

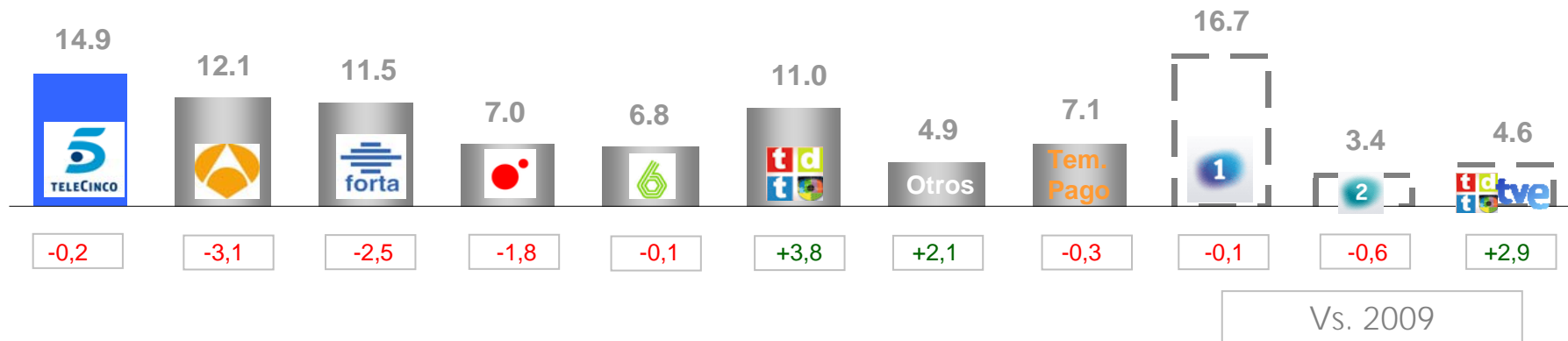
	1S10	1S09	2009
<b>Inmovilizado</b>	<b>241.3</b>	<b>284.3</b>	<b>221.7</b>
-Financiero	192.0	228.7	168.7
-No Financiero	49.4	55.6	53.0
<b>Derechos Audiovisuales y Anticipos</b>	<b>200.1</b>	<b>211.6</b>	<b>194.0</b>
-Derechos de Terceros	132.3	118.1	121.3
-Ficción	38.4	24.8	37.1
-Co-producción / distribución	29.4	68.7	35.6
<b>Impuesto Anticipado</b>	<b>92.4</b>	<b>80.7</b>	<b>108.2</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>533.9</b>	<b>576.6</b>	<b>523.9</b>
<b>Activo Corriente</b>	<b>218.4</b>	<b>172.8</b>	<b>199.5</b>
<b>Activo Financiero y Tesorería</b>	<b>71.7</b>	<b>9.3</b>	<b>10.7</b>
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>290.1</b>	<b>182.1</b>	<b>210.2</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>824.0</b>	<b>758.7</b>	<b>734.1</b>
<b>Fondos Propios</b>	<b>359.4</b>	<b>306.7</b>	<b>291.6</b>
<b>Provisiones</b>	<b>21.5</b>	<b>42.1</b>	<b>21.3</b>
<b>Acreeedores no corrientes</b>	<b>1.8</b>	<b>1.5</b>	<b>0.3</b>
<b>Pasivo Financiero no corriente</b>	<b>85.9</b>	<b>70.6</b>	<b>90.7</b>
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>109.2</b>	<b>114.2</b>	<b>112.3</b>
<b>Acreeedores Corrientes</b>	<b>269.9</b>	<b>195.1</b>	<b>254.2</b>
<b>Pasivo Financiero Corriente</b>	<b>85.5</b>	<b>142.7</b>	<b>76.0</b>
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>355.4</b>	<b>337.8</b>	<b>330.2</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>824.0</b>	<b>758.7</b>	<b>734.1</b>



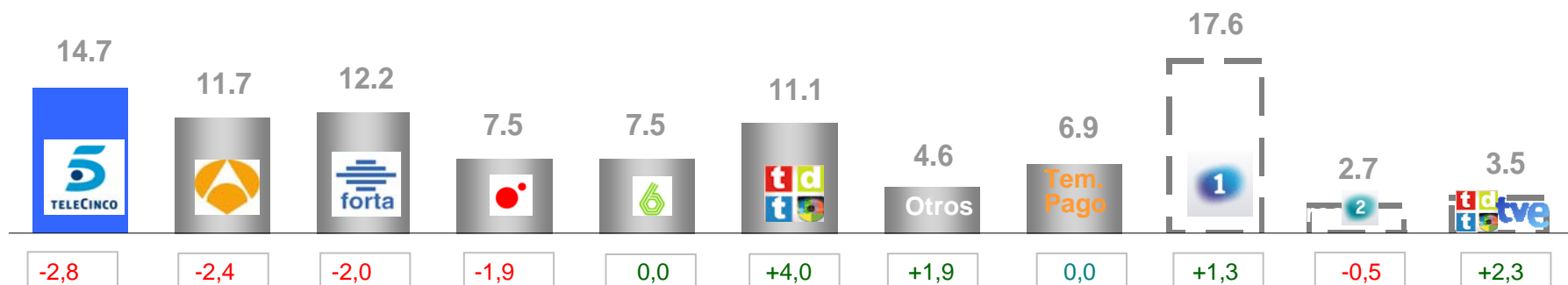
# TELEVISIÓN

1 de Enero – 30 de Junio de 2010

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos



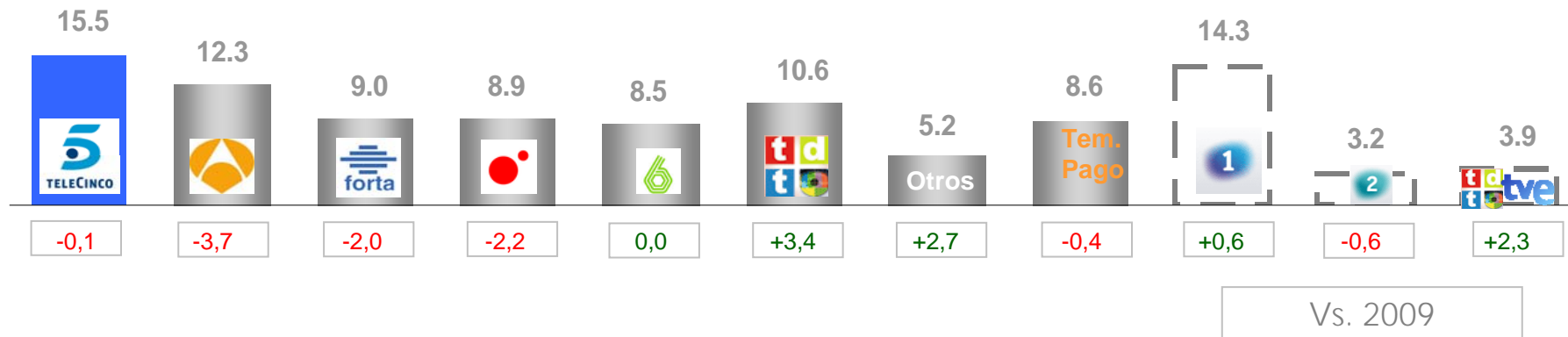
En 1S2010, tras la supresión de anuncios en la TV pública, TL5 mantiene el liderazgo entre los operadores comerciales

Fuente: SOFRES

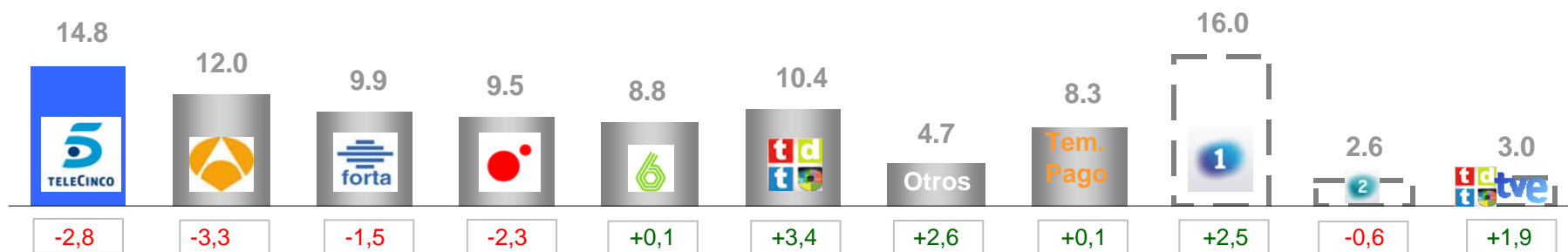
# TELEVISIÓN

1 de Enero – 30 de Junio 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.



TL5 continua siendo líder también en Target Comercial

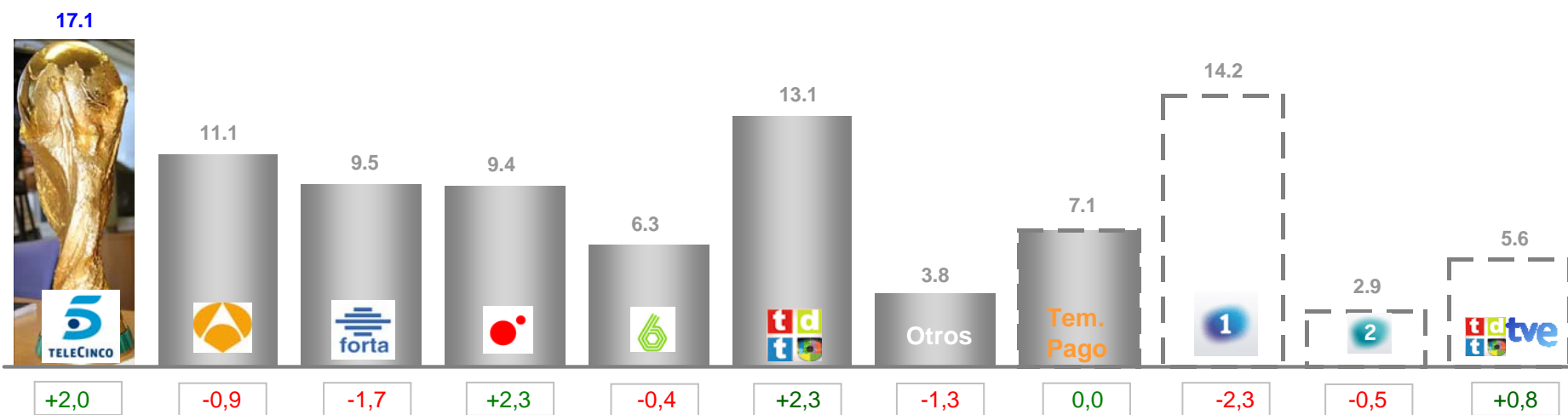
Fuente: SOFRES



# TELEVISION

11 de Junio – 11 Julio de 2010

Audiencia 24h Total Individuos por Canales



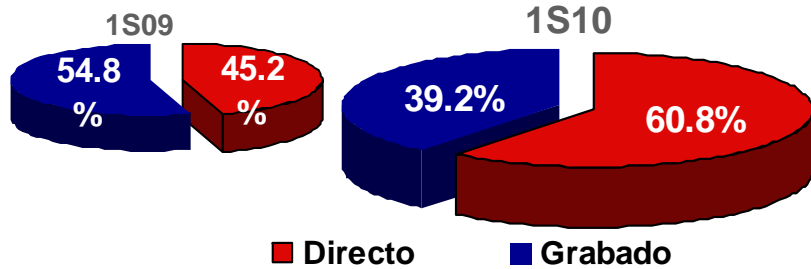
Vs. Promedio 1/1/10 – 23/7/10



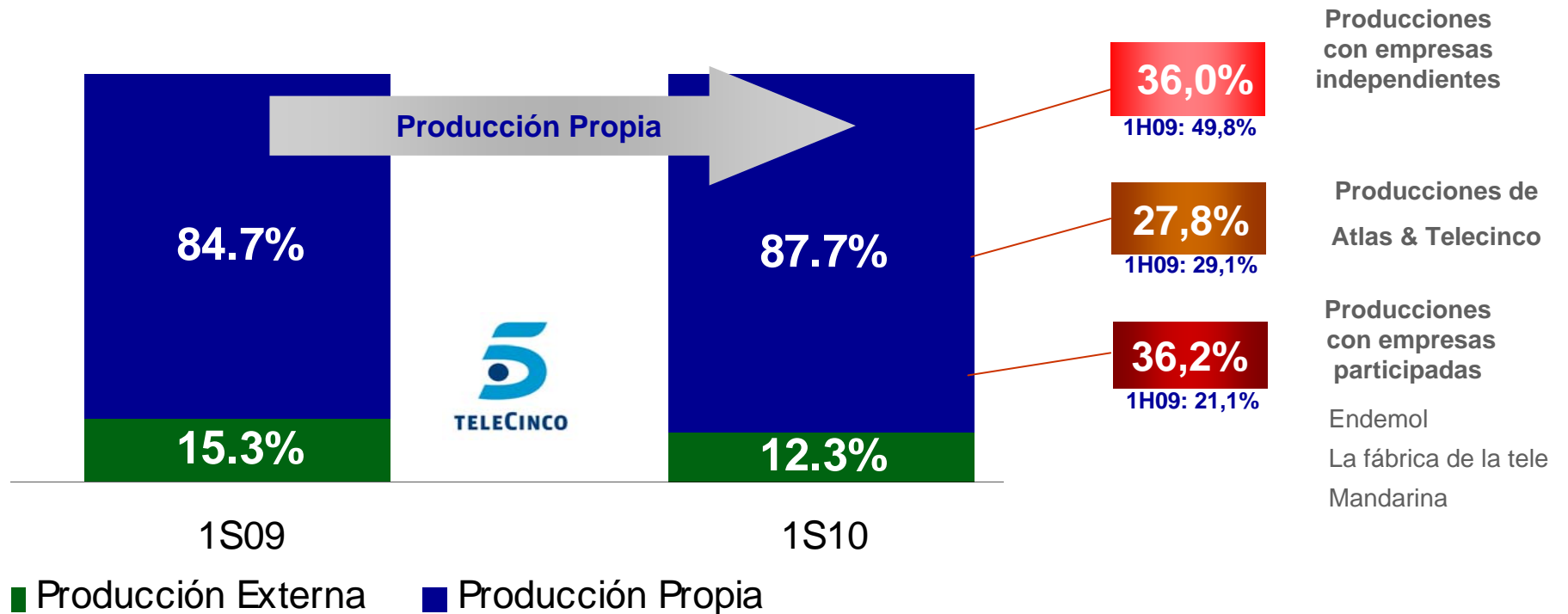
Durante el mes del mundial de Sudáfrica, Telecinco es líder de audiencia

## Mix de programación en el 1S2010

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas



■ Directo ■ Grabado



TL5 mantiene estable el mix de programación

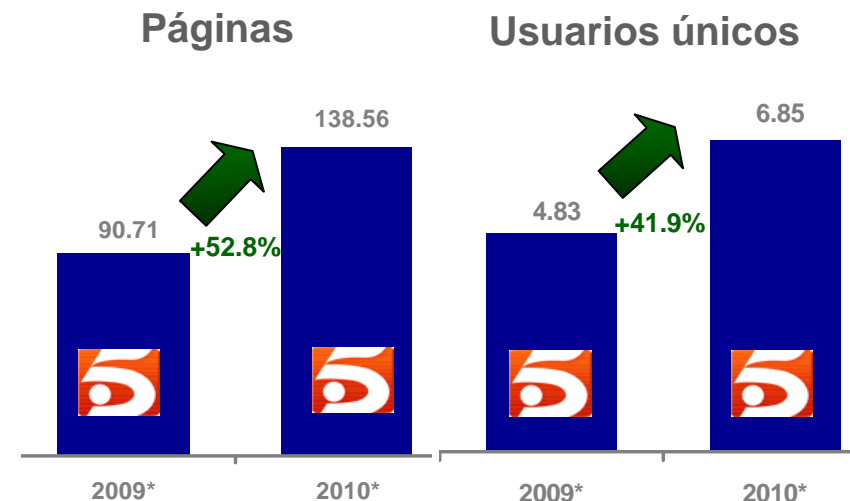
**Nº2** entre las páginas WEB de operadores TV

2010*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
RTVE.es	7.88	204.22
<b>Telecinco.es</b>	<b>6.85</b>	<b>138.56</b>
Antena3TV.com	5.67	101.71

**Nº5** entre las páginas WEB de compañías media

2010*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
Marca.com	26.93	680.02
EIMundo.es	25.16	384.17
20Minutos.es	11.50	98.72
RTVE.es	7.88	204.22
<b>Telecinco.es</b>	<b>6.85</b>	<b>138.56</b>

En el primer semestre 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 semestre 2010 y 2009; datos en millones



Objetivo conseguido: una WEB líder y con personalidad propia

## Investor Relations Department

*Phone: +34 91 396 67 83*

*Fax: + 34 91 396 66 92*

*Email: [inversores@telecinco.es](mailto: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 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*



**GESTEVISION TELECINCO S.A.**



**TELECINCO**

**RESULTADOS 1er SEMESTRE 2010  
(Enero – Junio)**

**28 de Julio de 2010**

**[www.telecinco.es/inversores/es/](http://www.telecinco.es/inversores/es/)**

