



TELECINCO

**RESULTADOS
TERCER TRIMESTRE 2006
(Enero – Septiembre)**

Madrid, 24 de Octubre de 2006

ÍNDICE:

1. Principales magnitudes y hechos destacados
2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
3. Generación de Cash-Flow
4. Balance de Situación
5. Evolución de la audiencia



1. Principales magnitudes y hechos destacados

En los resultados consolidados¹ acumulados a septiembre, destacamos:

1. Los **ingresos publicitarios netos** aumentan un 4,4% comparado con el mismo periodo del año anterior, alcanzando 655,69 millones de euros. Ello se debe, fundamentalmente, al incremento en los ingresos publicitarios brutos de Telecinco (676,70 millones de euros) que han crecido un 3,9%. Los **ingresos totales netos de explotación**, de 700,87 millones de euros, aumentan un 4,4%.

En los primeros nueve meses del 2006 Telecinco ha vuelto a superar la cifra récord de facturación alcanzada en el mismo periodo del año anterior a pesar del incremento de la competencia debido a la entrada de nuevos operadores en el mercado de televisión en abierto. La política comercial de Publiespaña ha conseguido aprovechar la positiva evolución del mercado publicitario en España incluso en un entorno de mercado más difícil con la emisión de los partidos del Mundial de fútbol por las nuevas cadenas Cuatro y La Sexta.

La **audiencia** media de los nueve primeros meses del año en total individuos (total día), de 21,3% sitúa a Telecinco como primera cadena en audiencia a 1,5 puntos de diferencia con Antena 3TV (19,8%), mientras que TVE-1 mantiene el tercer puesto del ranking (18,2%). Telecinco ha consolidado su liderazgo en los segmentos de audiencia más atractivos para los anunciantes. La audiencia total individuos "prime time"² alcanza el 21,5% y en "target comercial"³ Telecinco consolida su histórico liderazgo con el 23,1% en total día y el 23,8% en prime time.

La **parrilla de programación** continúa demostrando su fortaleza y estabilidad, con audiencias elevadas en todas sus franjas horarias. Destacamos las audiencias⁴ de las series de ficción Hospital Central (28,5%), Aída (27,6%), Los Serrano (25,8%) y El Comisario (25,1%), Yo Soy Bea (27,0%), así como el "reality" Gran Hermano (27,3%), la serie CSI (26,8%), Dolce Vita (26,0%), El Programa de Ana Rosa (25,8%) y Camera Café (23,2%). El campeonato de Gran Premio de Formula 1 ha conseguido en estos nueve meses superar las audiencias alcanzadas en el año anterior con una audiencia media de 46,6%.

2. Los **costes operativos**, de 383,56 millones de euros crecen en un +4,7%, incluyendo los costes de la TDT (9,15 millones €) y confirman la capacidad de control de costes de la Compañía.
3. El **EBITDA ajustado⁵**, de 321,96 millones de euros aumenta en un 3,0% y el margen operativo **EBIT** se sitúa en 317,31 millones de euros (+4,0%). Los márgenes operativos resultantes son para el EBITDA (aj.)/total ingresos netos

¹ Resultados presentados según Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).

² Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h

³ 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

⁴ Audiencia media de los programas para el periodo enero-septiembre

⁵ EBITDA ajustado es después de consumo de derechos.



de 45,9% y para EBIT/total ingresos netos de 45,3%. Una vez más, Telecinco se sitúa entre las compañías más rentables de su sector.

4. El **resultado neto** después de impuestos alcanza los 229,30 millones de euros, aumentando en un 7,8 % respecto a los primeros nueve meses de 2005.
5. El **flujo libre de caja**, alcanza 305,47 millones de euros, destacando la aportación del **cash-flow operativo** de 351,60 millones de euros (incremento de 24,18 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior) y la positiva aportación de la variación del fondo de maniobra.
6. La **posición financiera neta** a 30 de septiembre 2006, se sitúa en 363,84 millones de euros después de la distribución - el día 25 de abril - del dividendo de 290,31 millones de euros con cargo a los resultados de 2005.

2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	9M06	9M05	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	700,87	671,54	4,4%
Costes de personal	(56,73)	(54,05)	5,0 %
Consumo de derechos	(111,46)	(101,01)	10,3%
Otros costes operativos	(210,72)	(203,76)	3,4 %
EBITDA ajustado	321,96	312,72	3,0 %
Otras amortizaciones, provisiones	(4,65)	(7,49)	(38,0%)
EBIT	317,31	305,23	4,0 %
Resultado de participadas	0,49	0,66	(26,3%)
Resultado Financiero	6,82	3,99	71,1%
Beneficio antes de impuestos	324,62	309,88	4,8 %
Impuesto de Sociedades	(95,07)	(97,22)	(2,2%)
Minoritarios	(0,25)	(0,03)	--
Beneficio Neto	229,30	212,63	7,8 %



2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

Millones de €	9M06	9M05	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	685,08	657,30	4,2 %
- <i>Telecinco</i>	676,70	651,23	3,9 %
- <i>Otros medios</i>	8,38	6,07	38,0 %
Comisiones y descuentos	(29,38)	(29,48)	(0,3%)
Ingresos netos de publicidad	655,69	627,82	4,4 %
Otros Ingresos	45,17	43,72	3,3%
TOTAL INGRESOS NETOS	700,87	671,54	4,4 %

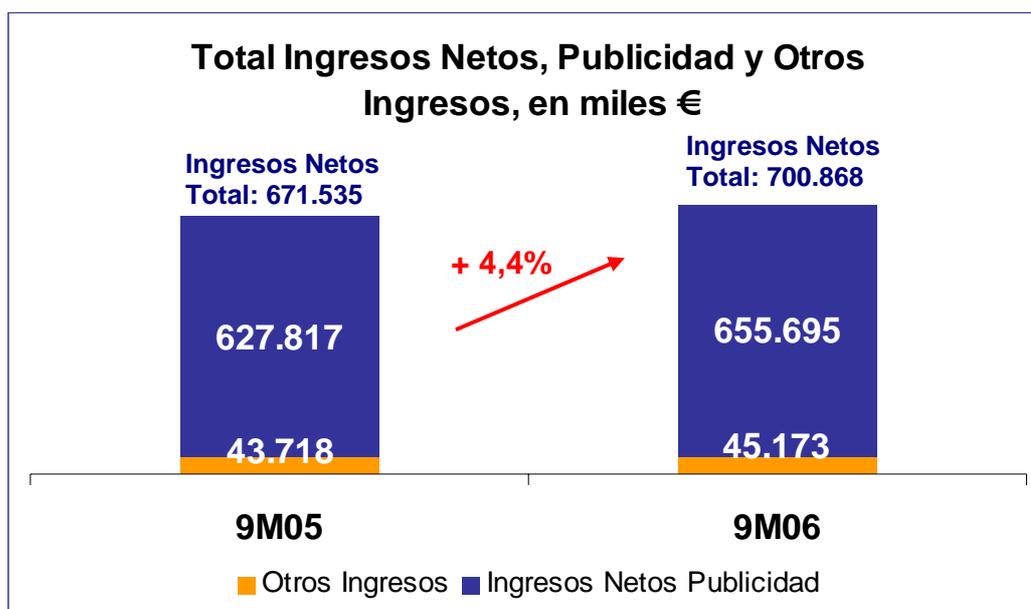
Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes a los primeros nueve meses de 2006 se han incrementado un 4,2%, alcanzando los 685,08 millones de euros.

Los **ingresos brutos de publicidad** del canal Telecinco aumentan en un 3,9% situándose en 676,70 millones de euros y los **otros ingresos publicitarios** alcanzan los 8,38 millones de euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes televisivos como canales temáticos y digitales, e Internet y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad**, después de comisiones y descuentos, aumentan en un 4,4% situándose en 655,69 millones de euros.

Los “**otros ingresos**” se sitúan en 45,17 millones de euros, incrementando su aportación al margen bruto operativo de la Compañía.

Finalmente los **ingresos netos totales** de 700,87 millones de euros representan un aumento del 4,4% respecto al mismo periodo del año anterior.



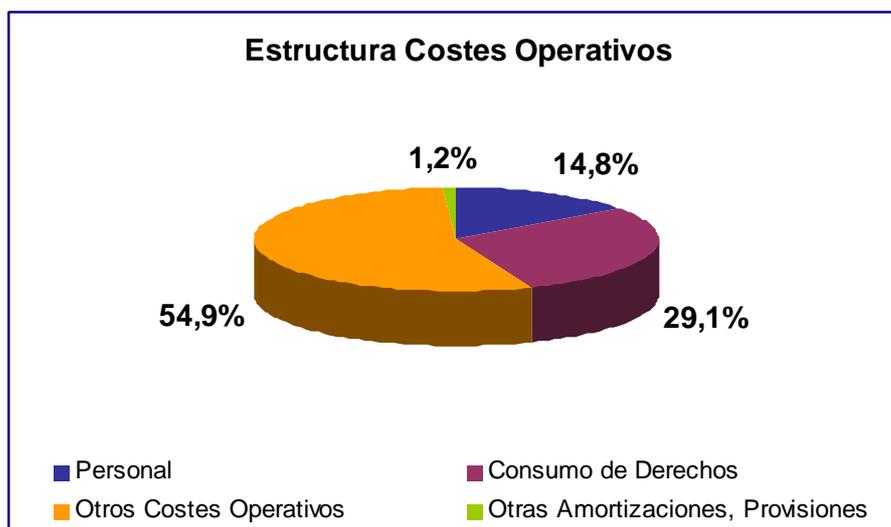


2.2. Costes operativos

Los **costes totales**, de 383,56 millones de euros, incluyendo consumo de derechos de emisión y amortización de inmovilizado, se han incrementado en un 4,7% en 9M06 (incluyendo costes asociados a los canales digitales de 9,15 millones de euros).

Tabla 3: Costes operativos

Millones de €	9M06	9M05	Variación %
Costes de personal	56,73	54,05	5,0%
Consumo de derechos	111,46	101,01	10,3%
Otros costes operativos	210,72	203,76	3,4 %
Otras amortizaciones y provisiones	4,65	7,49	(38,0%)
TOTAL COSTES	383,56	366,31	4,7 %



Los costes operativos de los primeros nueve meses del año crecen por debajo del objetivo fijado para el ejercicio 2006, ya que se prevé una mayor aportación a los costes operativos en el último trimestre del año por el fortalecimiento de la parrilla de programación y la contribución de las producciones cinematográficas. El objetivo para el año 2006 prevé que los costes asociados al negocio de televisión tradicional evolucionen en línea con la inflación. Adicionalmente se ha fijado un objetivo de costes asociados a los nuevos canales de TDT (aprox. 12-15 millones de euros) y a la producción cinematográfica (incremento del consumo de derechos en 8-12 millones de euros asociada a la consecución de ingresos por explotación cinematográfica en cantidad similar).

En términos de horas de emisión, continúa dominando en la parrilla la producción propia frente a los derechos de terceros. En los primeros nueve meses del año 2006, el 79,6% de la programación corresponde a producción propia y el 20,4 % restante a producción ajena (vs. 81,1% y 18,9% respectivamente en el 9M05).



2.3 Resultado de Explotación y Márgenes operativos

El **EBITDA ajustado** (EBITDA después de consumo de derechos) alcanzó 321,96 millones de euros, aumentando 9,24 millones de euros, es decir un 3,0%.

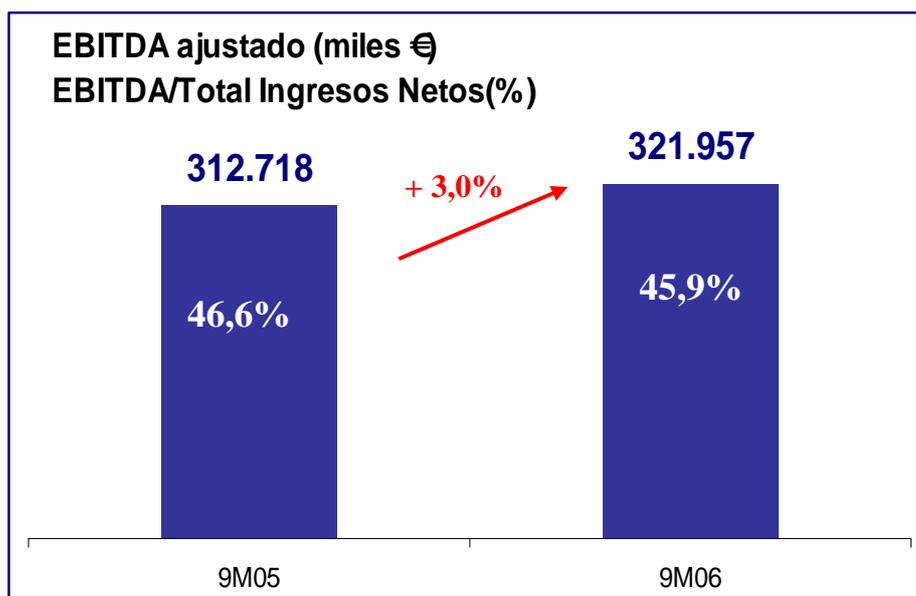
El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 317,31 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 12,08 millones de euros en los primeros nueve meses (+ 4,0%).

Los márgenes operativos que resultan son los siguientes:

Tabla 4: Márgenes operativos

Millones de €	9M06	9M05	Variación %
Total ingresos netos	700,87	671,54	4,4 %
EBITDA ajustado	321,96	312,72	3,0 %
EBIT	317,31	305,23	4,0 %
Beneficio neto	229,30	212,63	7,8 %
EBITDA aj./ Total ingresos netos	45,9 %	46,6 %	-
EBIT/ Total ingresos netos	45,3 %	45,5 %	-
Beneficio Neto /Total ingresos netos	32,7 %	31,7 %	-

El mantenimiento de altos márgenes operativos demuestra una vez más la efectividad del modelo de negocio, que permite altos márgenes operativos gracias a un estricto control de los costes y a una política comercial efectiva en captación de inversión publicitaria. Ello ha permitido a la Compañía mantener una rentabilidad operativa excelente y hacer frente a un entorno de mercado más difícil y competitivo.





2.4. Financieros, Resultado de Participadas y Extraordinarios

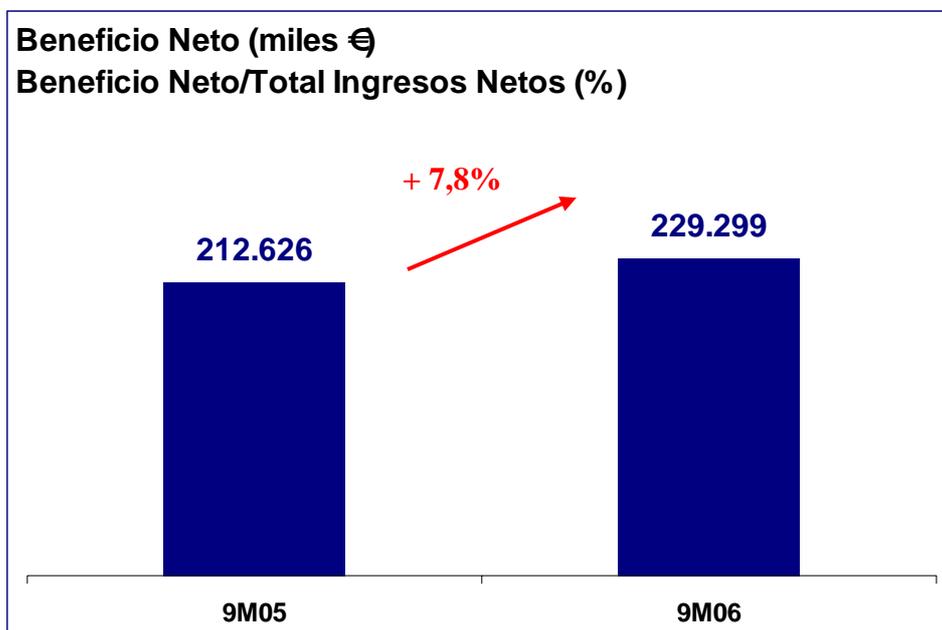
Dada la ausencia casi total de deuda financiera, se ha obtenido un **resultado financiero** positivo de 6,82 millones de euros resultante en su mayoría de los rendimientos obtenidos por la inversión de la tesorería.

Se ha registrado un resultado positivo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁶ de 0,49 millones de euros.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos** correspondiente a los primeros nueve meses 2006 alcanza los 324,62 millones de euros frente a los 309,88 millones de euros del mismo periodo de 2005, lo que representa una mejora de 14,74 millones de euros (+4,8%).

Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades (aplicando las correcciones y deducciones que proceden), de 95,07 millones de euros (frente a 97,22 millones de euros en 9M05), el **beneficio neto** del ejercicio después de minoritarios asciende a 229,30 millones de euros, lo que supone un incremento de 16,67 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior (+7,8%).



⁶ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Canal Factoría Ficción S.A. (40%), Europortal Jumpy España S.A. (50%), Aprok Imagen S.L. (40% participación indirecta) y Publici Televisión S.A. (50% part. Indirecta), Producciones Mandarina S.L. (30%), Hormigas Blancas Producciones S.L. (30%)



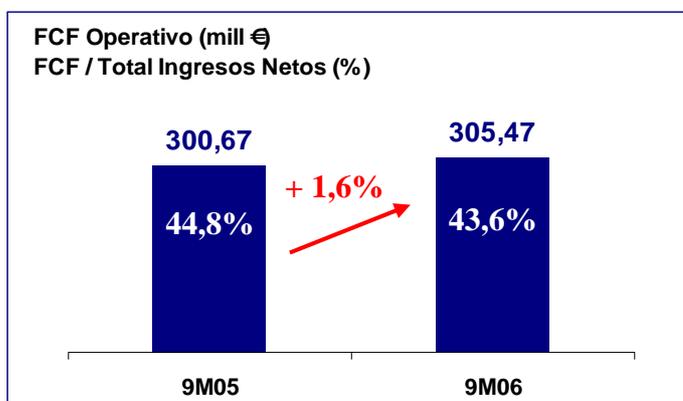
3. Generación de Cash Flow

La generación de flujo de caja se ha visto impulsada una vez más por la positiva evolución de los márgenes operativos y la significativa aportación de la variación del Fondo de Maniobra. La generación de **flujo libre de caja operativo** asciende en los primeros nueve meses de 2006 a 305,47 millones de euros, lo que supone un aumento de 4,80 millones de euros respecto al mismo periodo del año anterior.

Tabla 5: Cash Flow

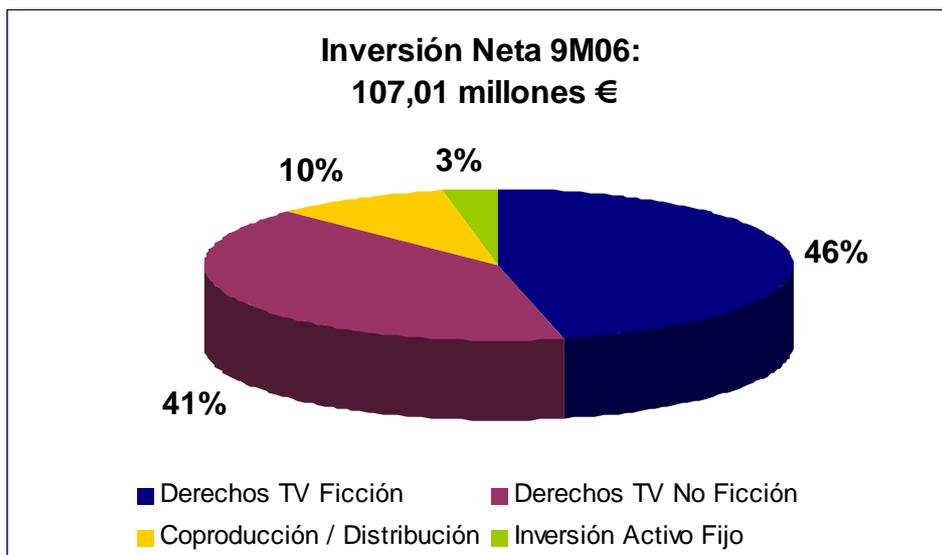
Millones de €	9M06	9M05	Variación en € millones
Beneficio Neto	229,30	212,63	16,67
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	116,08	107,69	8,39
- Consumo Derechos	111,46	101,00	10,46
- Amortizaciones	4,62	6,69	(2,07)
Provisiones	0,02	0,80	(0,78)
Otros	6,20	6,30	(0,10)
CASH FLOW OPERATIVO	351,60	327,42	24,18
Inversión en Derechos	(103,76)	(124,21)	20,45
Inversiones, otras	(3,25)	(3,29)	0,04
Variación Fondo de Maniobra	60,88	100,75	(39,87)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	305,47	300,67	4,80
Movimientos Patrimonio	3,31	(9,71)	13,02
Inversiones financieras	(11,59)	(1,98)	(9,61)
Dividendos cobrados	1,15	1,07	0,08
Pago de Dividendos	(290,31)	(172,64)	(117,67)
Incremento Neto de Tesorería	8,03	117,42	(109,39)
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	355,82	244,35	111,47
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	363,84	361,77	2,07

La generación de **flujo libre de caja operativo** ha permitido conseguir un alto ratio de conversión de ingresos (total ingresos netos) en flujo libre de caja, alcanzando un nivel del 43,6%.





La **inversión neta total** se ha visto reducida en un 16,1% principalmente por el menor desembolso de la inversión correspondiente a la obligación de invertir el 5% de los ingresos en cine español y europeo. Este desfase tiene carácter temporal y tenderá a recuperarse en el futuro. La inversión está constituida en su mayoría por la inversión en derechos, que en los primeros nueve meses 2006 alcanzó los 103,76 millones de euros (-16,5%). Ésta incluye la inversión en derechos de ficción española de 49,71 millones de euros (-5,8%), la adquisición de derechos de terceros por 43,69 millones de euros (+6,5%) y la inversión en coproducción y distribución por 10,36 millones de euros (-65,9%).





4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Septiembre 2006	Diciembre 2005
Inmovilizado	71,71	65,21
Derechos y Anticipos	224,59	233,94
- Terceros	153,52	160,28
- Ficción	16,91	23,44
- Coproducción/Distribución	54,15	50,22
Impuesto Anticipado	17,50	19,36
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	313,81	318,51
Activo corriente	164,25	214,54
Activo financiero y tesorería	366,83	360,28
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	531,07	574,82
TOTAL ACTIVO	844,88	893,33
Fondos Propios	513,44	571,14
Provisiones	73,26	71,25
Acreedores no corrientes	1,50	1,45
Pasivo financiero no corriente	1,97	3,31
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	76,73	76,01
Acreedores corrientes	253,69	245,02
Pasivo financiero corrientes	1,02	1,16
TOTAL PASIVO CORRIENTE	254,71	246,18
TOTAL PASIVO	844,88	893,33

La evolución de la **librería** está en línea con la evolución mostrada en los últimos periodos.

El **total activo corriente** refleja la estacionalidad del saldo de clientes. El **pasivo corriente** aumenta por mayor saldo con Hacienda Pública debido al calendario de pago del impuesto de sociedades.

Destaca la **posición financiera neta** de 363,84 millones de euros que se ha alcanzado en los primeros nueve meses 2006 después de la distribución de dividendo con cargo a los resultados del año 2005 de 290,31 millones de euros, que ha tenido lugar el día 25 de abril 2006.

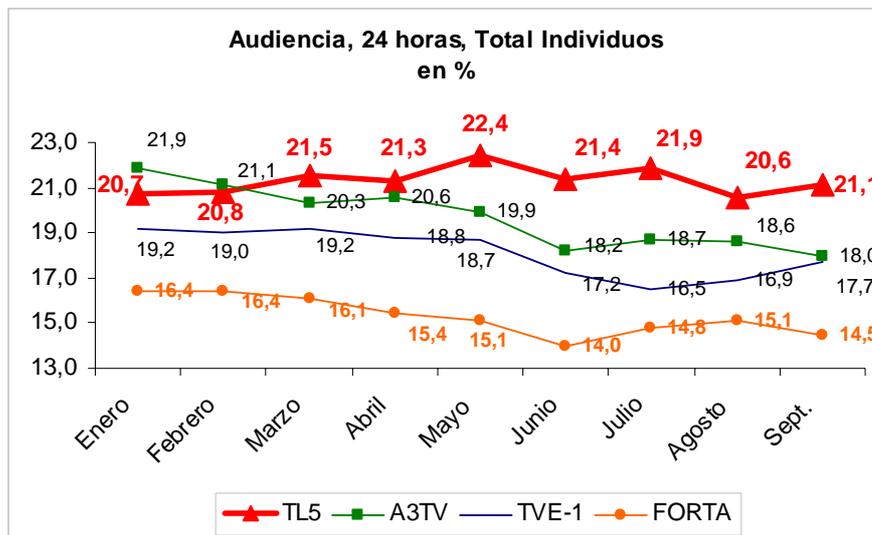


5. Evolución de la audiencia

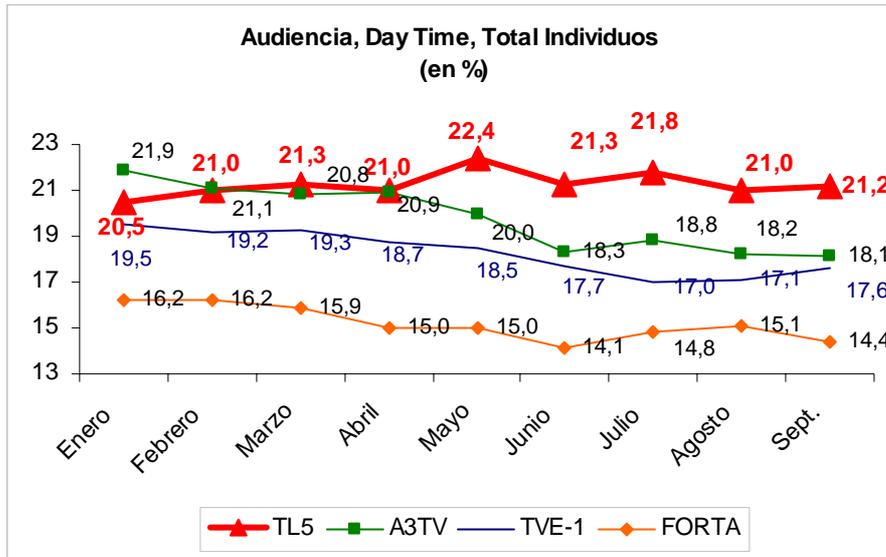
Tabla 7: Audiencia media periodo Enero-Septiembre

Share	9M06	9M05
Total día	21,3 %	22,5 %
Day Time	21,3 %	22,0 %
Prime Time (20:30h-24:00h)	21,5 %	23,1 %
Total día, Target Comercial	23,1 %	24,9 %
Day Time, Target Comercial	22,8 %	24,3 %
Prime Time (20:30), Target Comercial	23,8 %	25,7 %

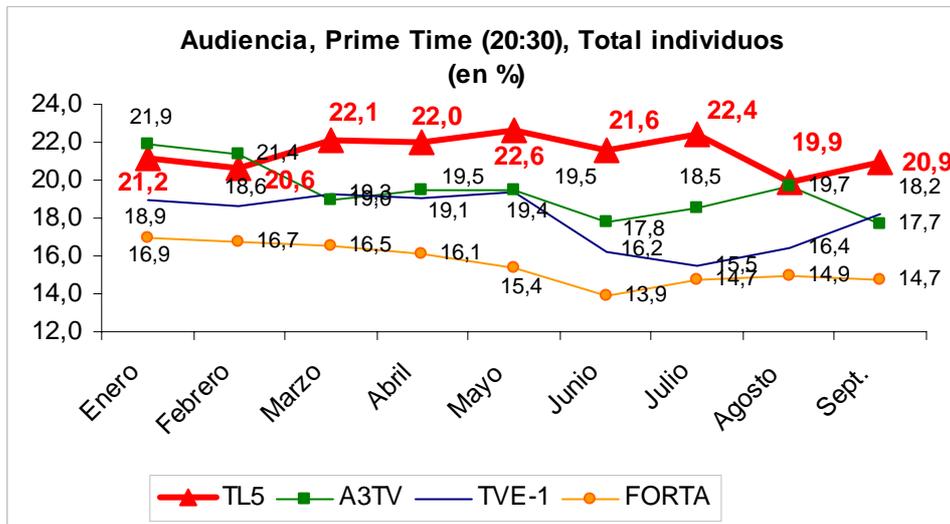
Telecinco ha cerrado los primeros nueve meses del año liderando la audiencia total individuos con 21,3% de “share”, con significativa ventaja por delante de Antena 3TV (19,9%) y TVE (18,3%). Telecinco ha ido recuperando audiencia de forma progresiva a partir del mes de febrero, consolidando un sólido liderazgo que se refleja en los datos de audiencia de los últimos meses.



Con respecto a la cuota de audiencia en “day time”, total individuos, Telecinco ha ido recuperando progresivamente buenos niveles de audiencia y cierra el mes de septiembre con una audiencia de 21,2%, muy por delante de sus competidores.



Telecinco continúa liderando en prime time, total individuos a gran distancia de sus competidores.



En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time, Telecinco mantiene su liderazgo.

