

GESTEVISION TELECINCO S.A.



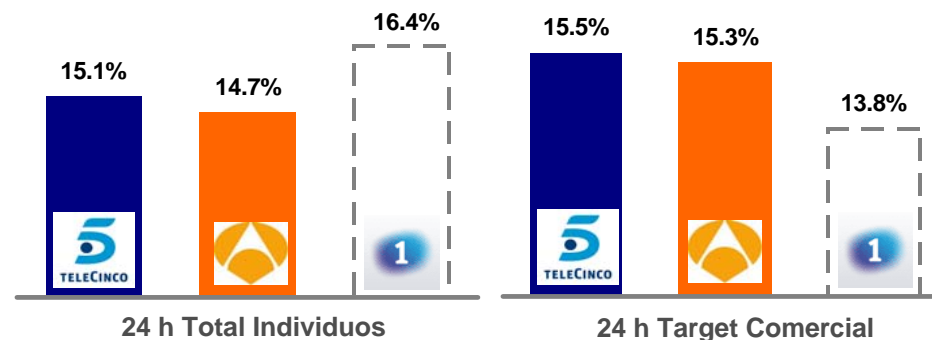
TELECINCO

**RESULTADOS AÑO 2009
(Enero – Diciembre)**

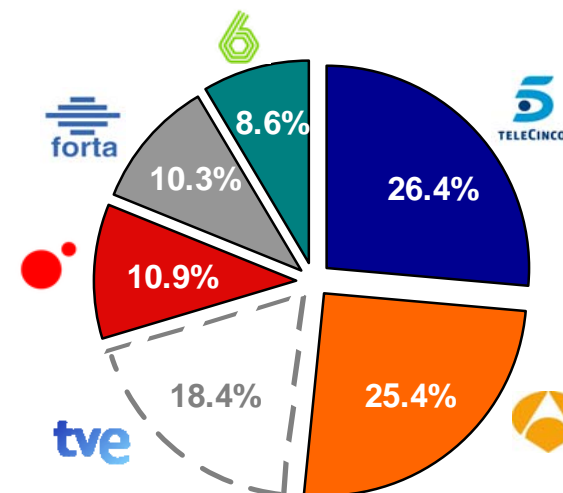
25 de Febrero de 2010



Audiencia, 1 de Enero – 31 de Diciembre de 2009



Mercado publicitario TV 2009



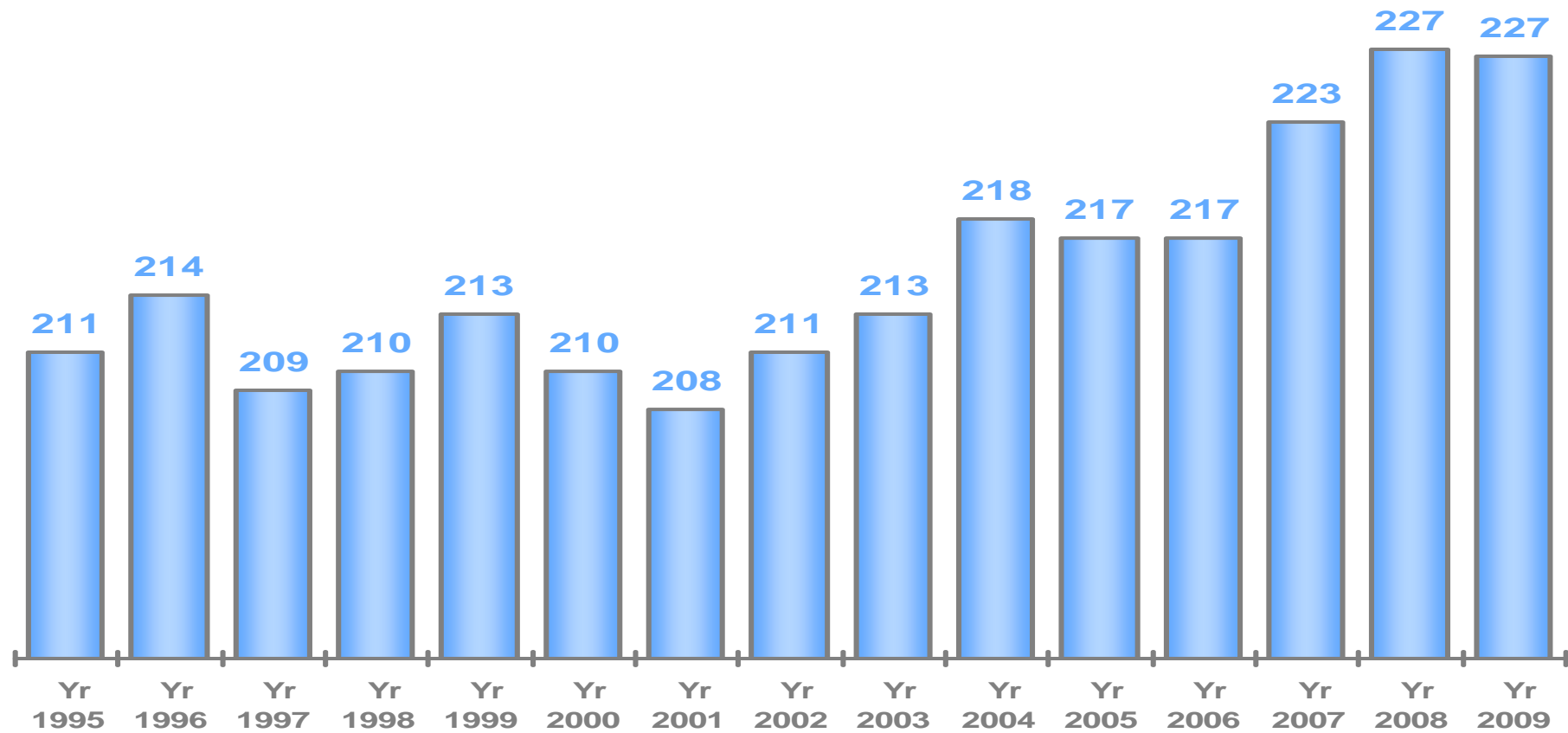
(€millones)	FY09	FY08	VAR. %
Total Ingresos Netos (€mill)	656.3	981.9	-33.2%
Total Costes Operativos	525.9	587.0	-10.4%
EBITDA adj.* (€mill)	130.4	394.8	-67.0%
EBITDA adj./Ingresos Netos	19.9%	40.2%	
EBIT (€mill)	122.8	386.9	-68.3%
EBIT/Ingresos Netos	18.7%	39.4%	
Beneficio Neto (€mill)	48.4	211.3	-77.1%
Beneficio Neto Ajustado** (€m)	112.6	282.6	-60.1%
FCF (€mill)	94.4	315.1	-70.0%
FCF/Total Ingresos Netos	14.4%	32.1%	
Posición Neta de Caja	-156.0	-25.8	n.a.

* Después de consumo de derechos

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



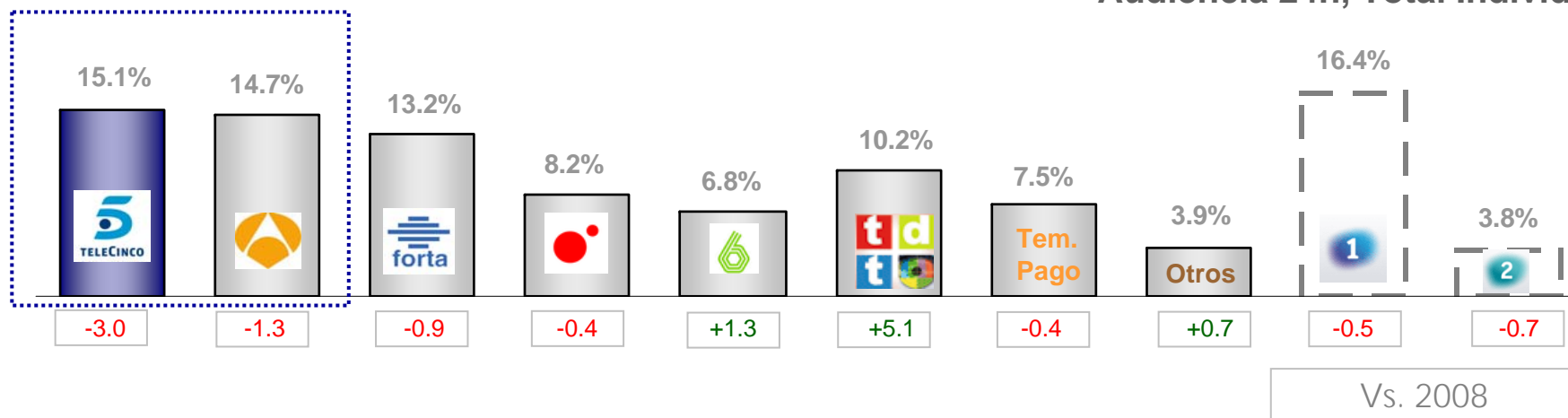
TELEVISION 2009



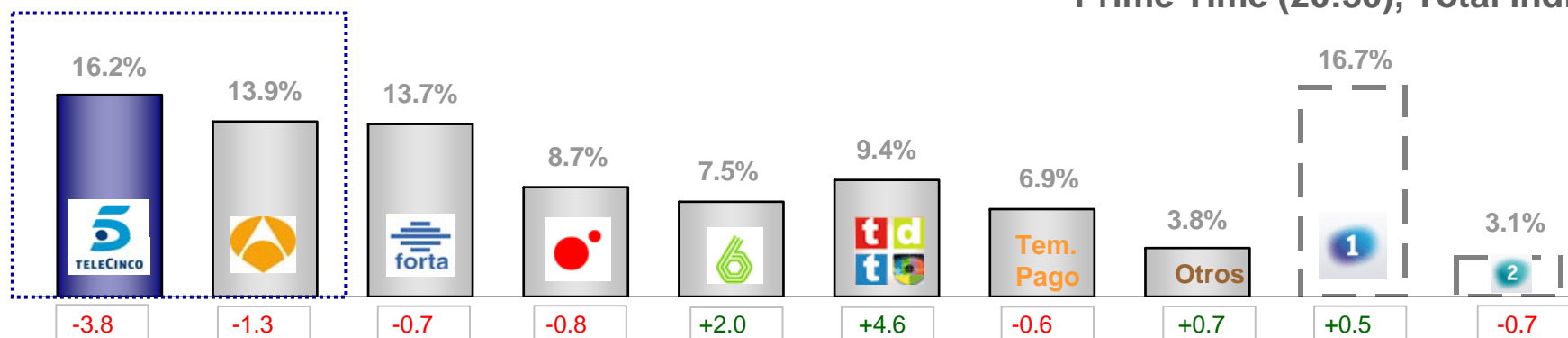
TELEVISIÓN

1 de Enero – 31 de Diciembre de 2009

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos

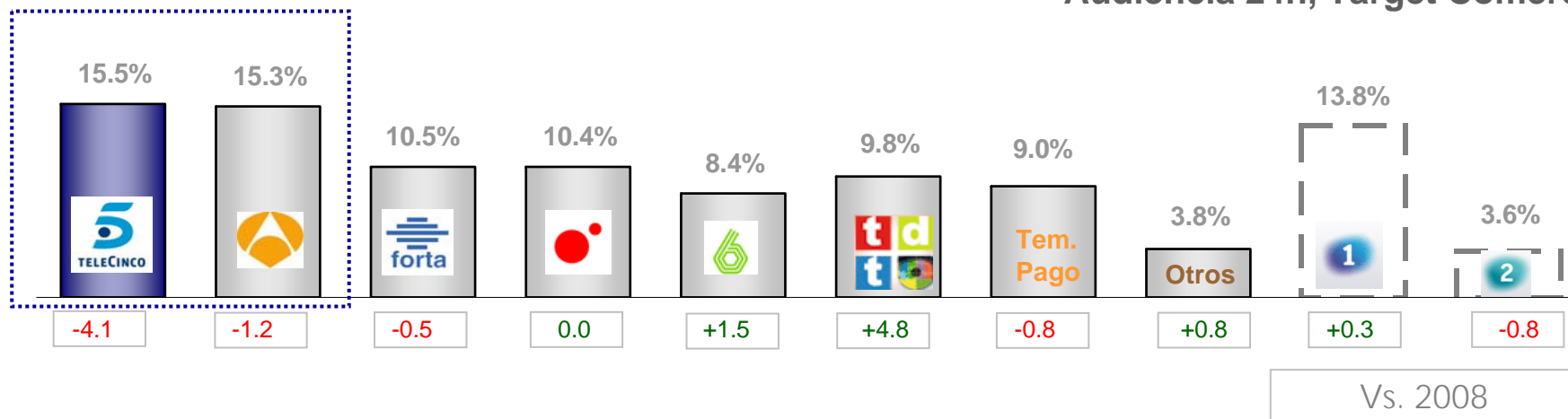


En el año 2009 Telecinco es líder entre los canales comerciales

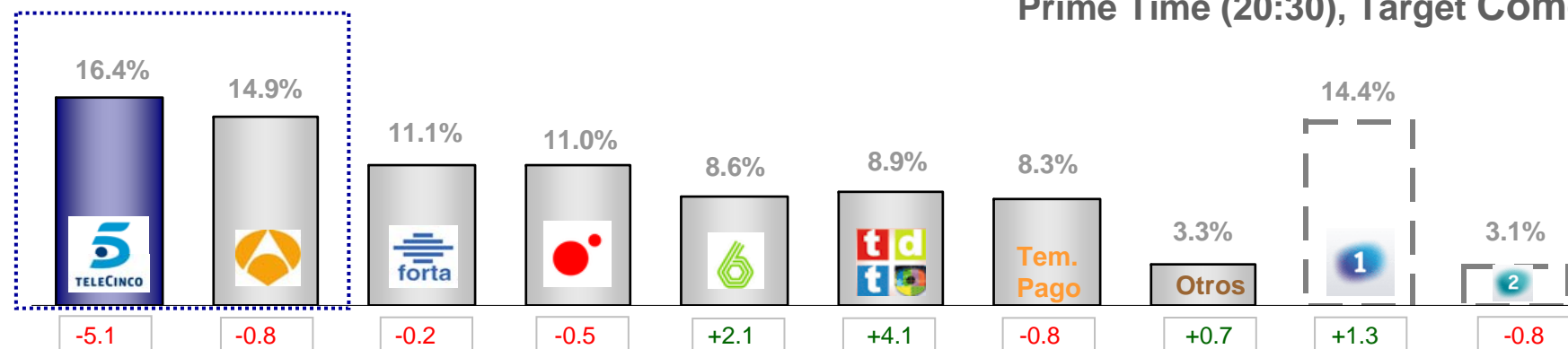
TELEVISIÓN

1 de Enero – 31 de Diciembre de 2009

Audiencia 24h, Target Comercial*



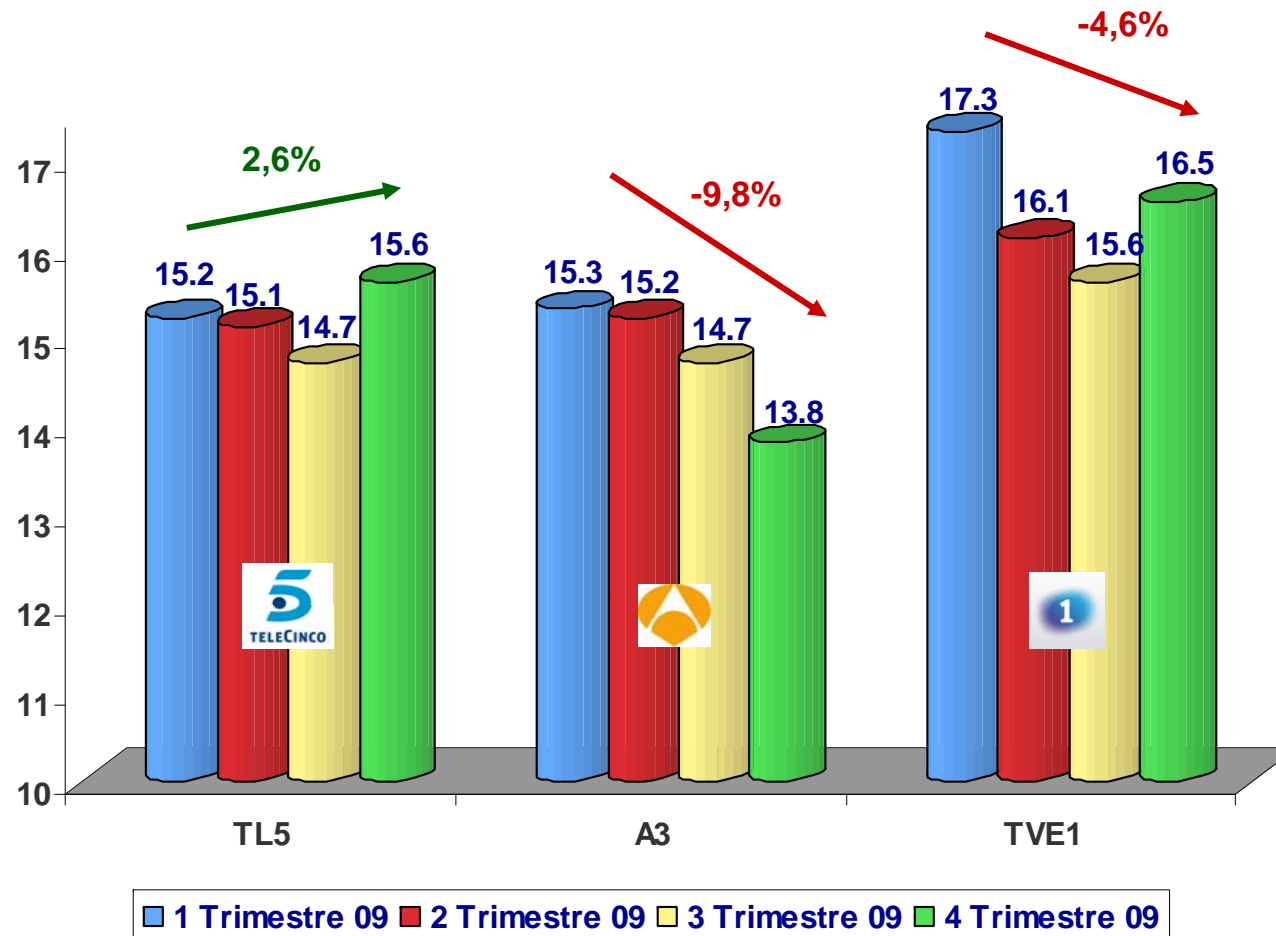
Prime Time (20:30), Target Comercial*



Desde 1998, Telecinco es líder en 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

Audiencia 24h Total individuos por trimestres 1 de Enero – 31 de Diciembre de 2009



Telecinco cambia tendencia en el cuarto trimestre y es la única gran cadena que mejora su audiencia desde el principio del año

Fuente: SOFRES

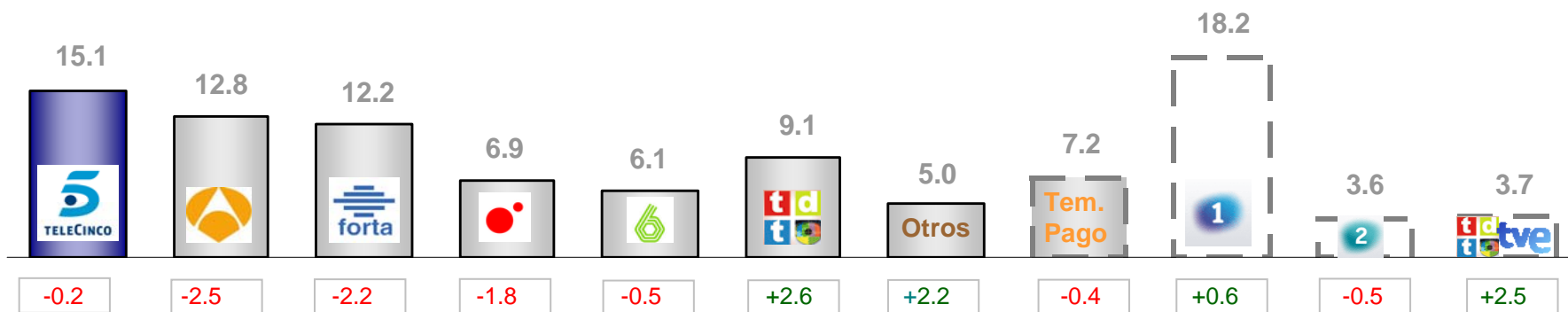


**TELEVISION
2010**

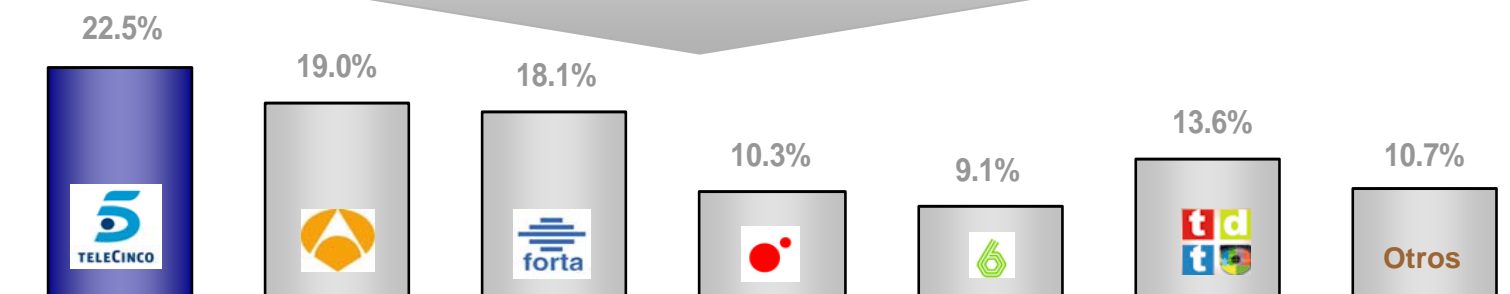
TELEVISIÓN

1 de Enero – 22 de Febrero de 2010

Audiencia 24h, Total Individuos



Vs. 2008



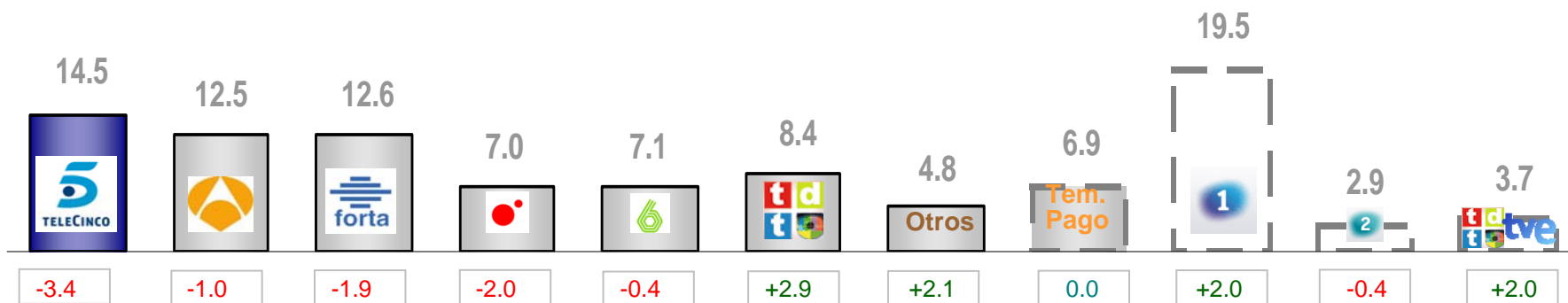
En el nuevo año TL5 continúa, incrementando el diferencial, y mantiene el liderazgo entre los operadores comerciales.

Fuente: SOFRES

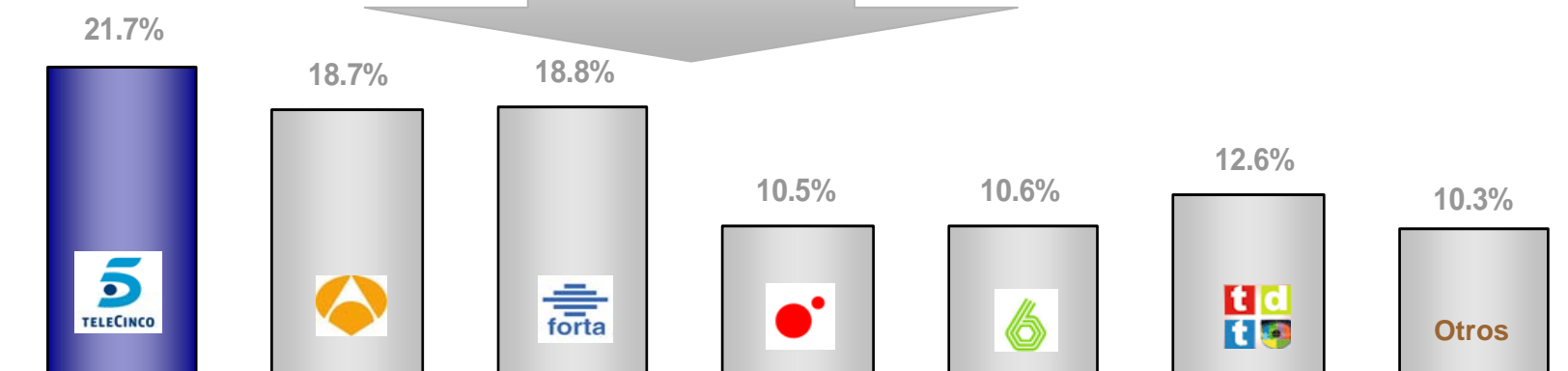
TELEVISIÓN

1 de Enero – 22 de Febrero de 2010

Prime Time (20:30), Total Individuos



Vs. 2008



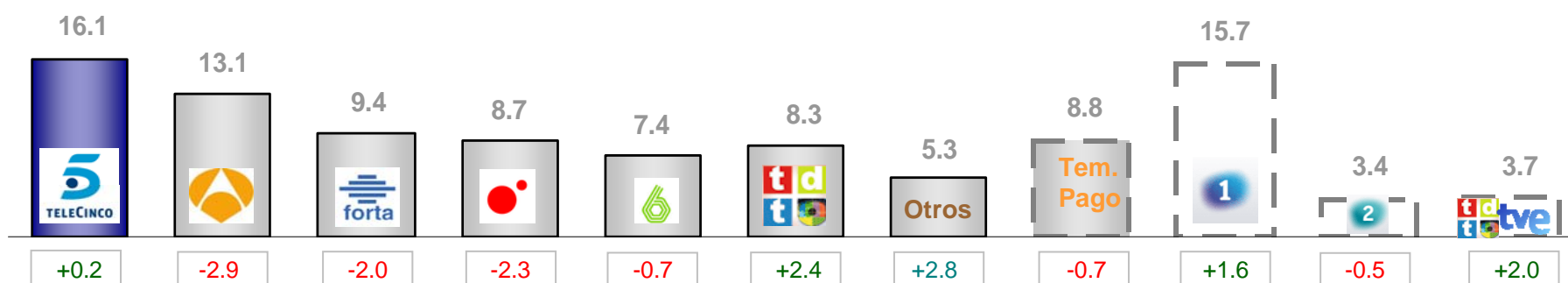
En el nuevo año TL5 continúa, incrementando el diferencial, y mantiene el liderazgo entre los operadores comerciales.

Fuente: SOFRES

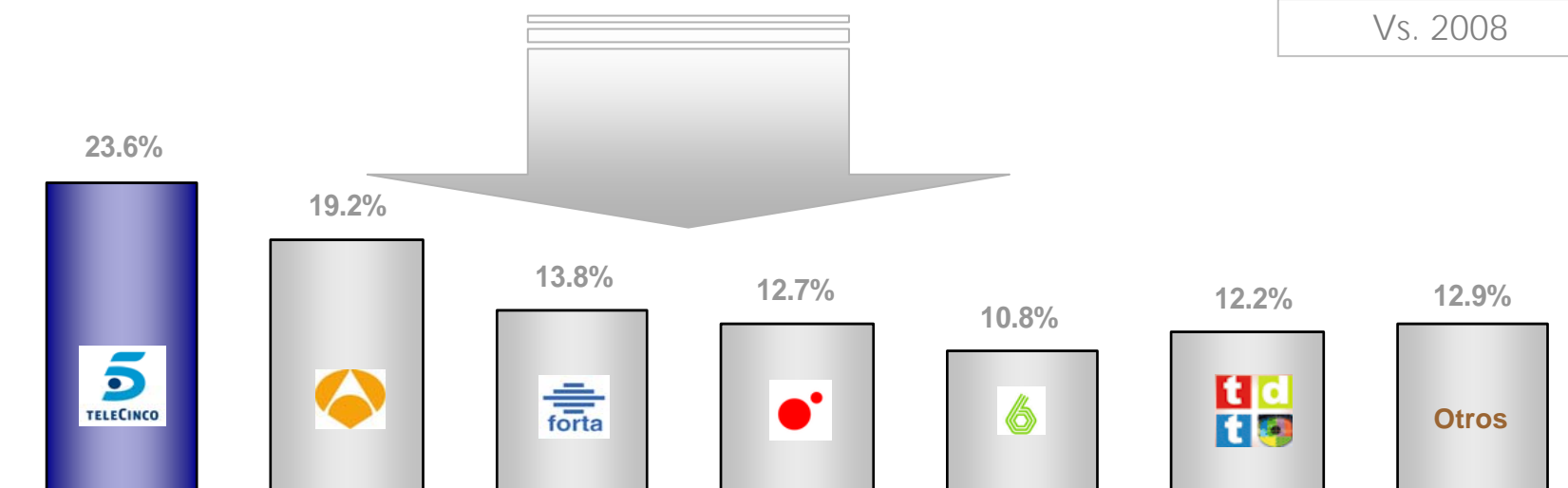
TELEVISIÓN

1 de Enero – 22 de Febrero de 2010

Audiencia 24h, Target Comercial*



Vs. 2008



* **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.

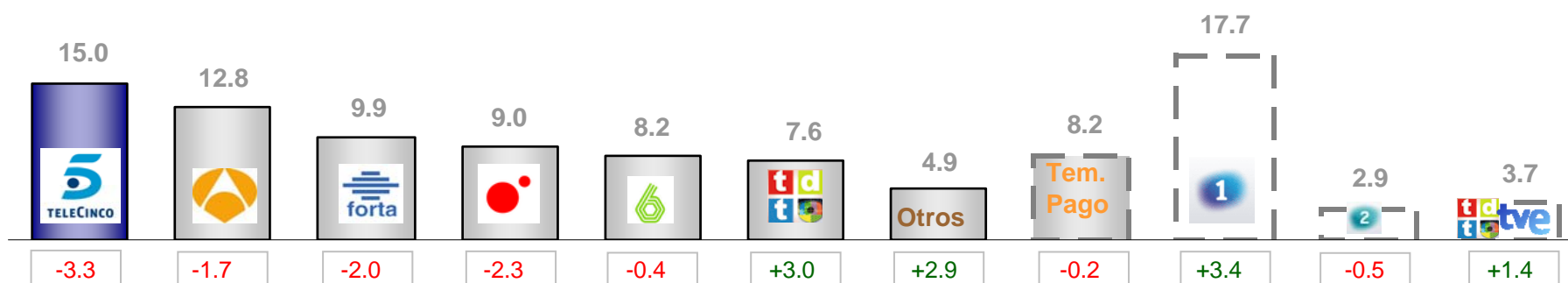


Tambi9n en Target Comercial TL5
continúa siendo l9der

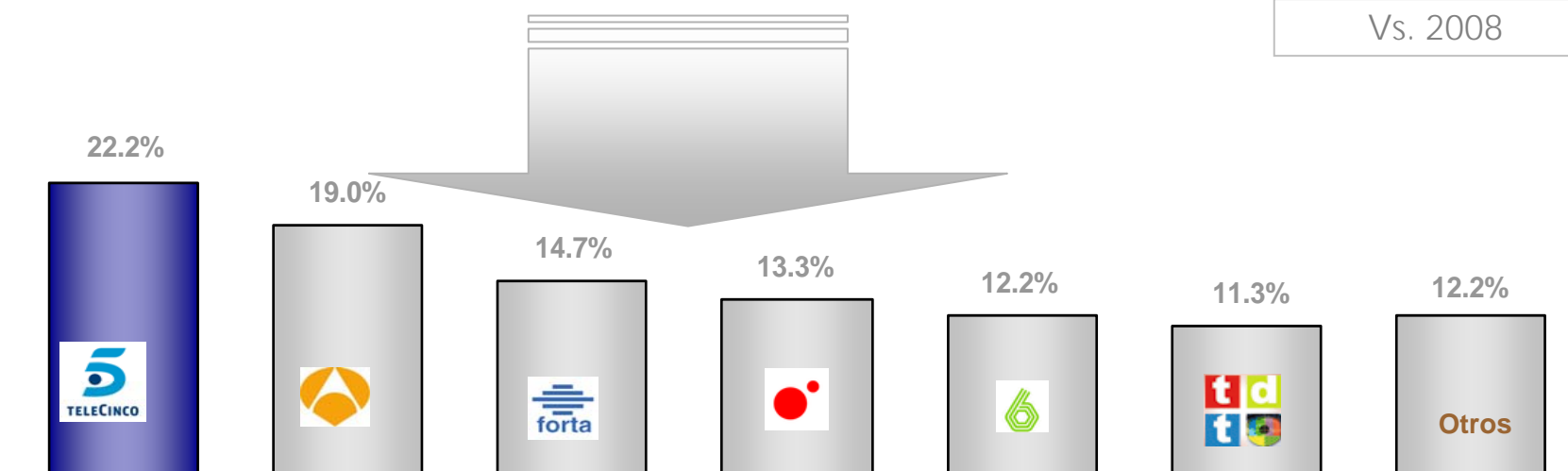
TELEVISIÓN

1 de Enero – 22 de Febrero de 2010

Prime Time (20:30), Target Comercial*



Vs. 2008



* **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

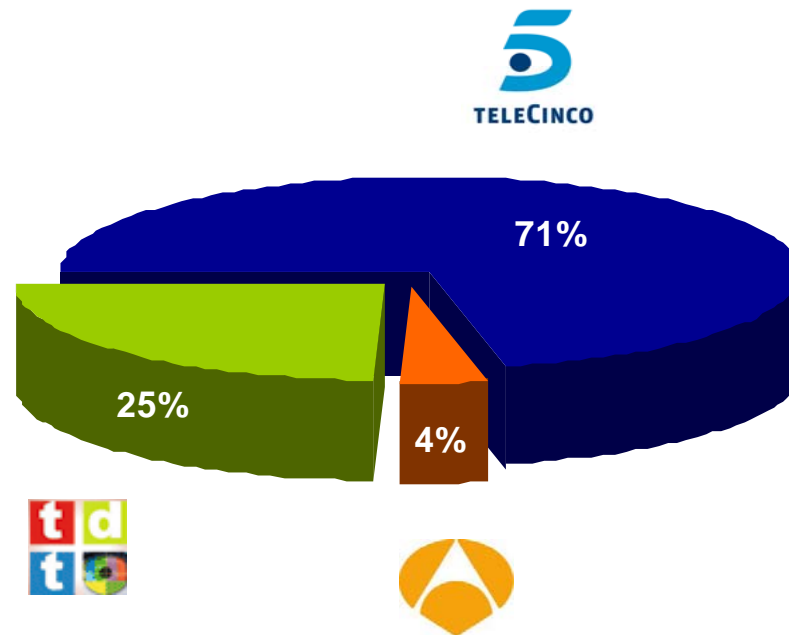


También en Target Comercial TL5 continúa siendo líder

TELEVISION DIGITAL

Días ganados en el periodo: 1 de Enero – 22 de Febrero de 2010

Audiencia 24h, Total Individuos



Telecinco gana el 71% de los días disputados entre los operadores comerciales

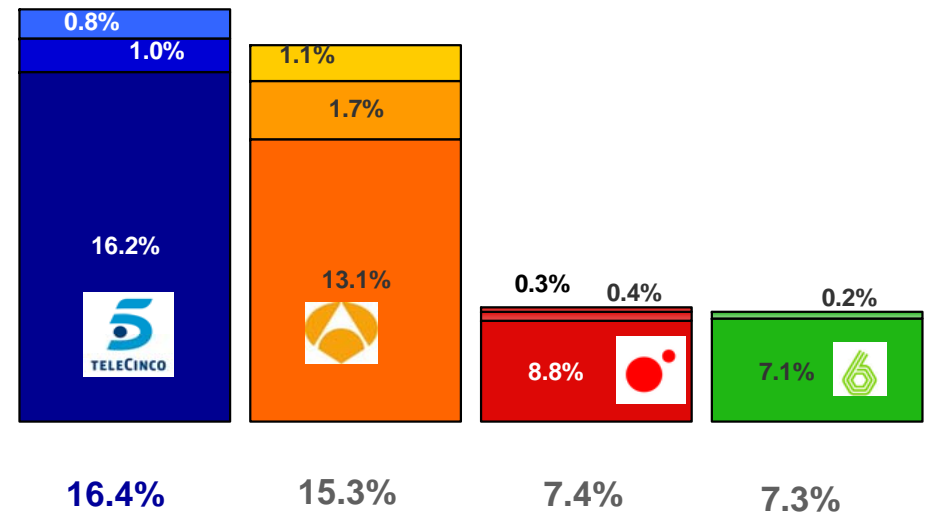
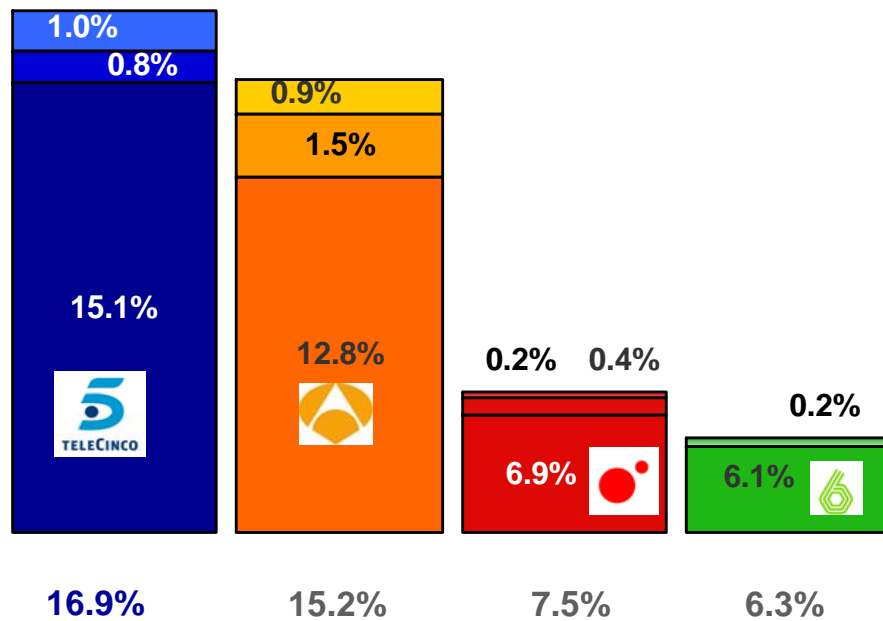
Fuente: SOFRES

TELEVISION DIGITAL

1 de Enero – 22 de Febrero de 2010

Audiencia 24h Total Individuos

Prime Time (20:30), Total Individuos



Telecinco es líder en el entorno multicanal tanto en 24 horas como en Prime Time

Fuente: SOFRES

Nº1 entre las páginas WEB de operadores TV

2009*	Usuarios Unicos	Paginas vistas
Telecinco.es	5.32	101.95
RTVE.es	4.36	67.42
Antena3TV.com	2.97	46.54

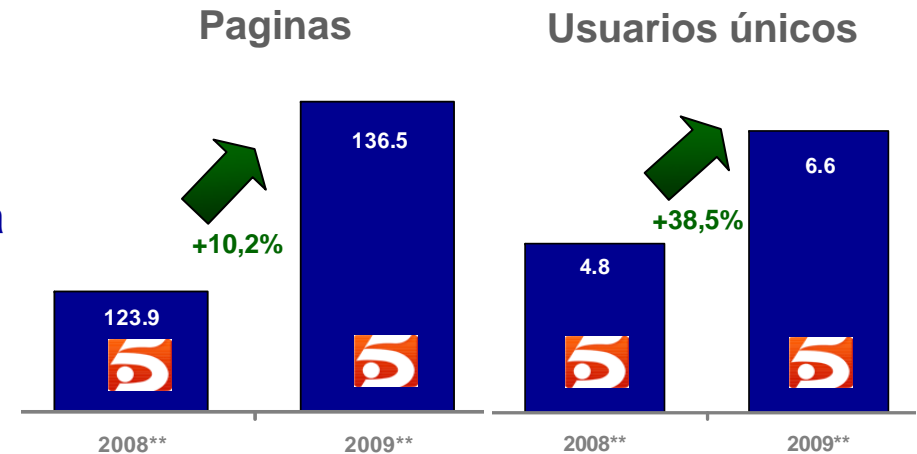


Nº4 entre las páginas WEB de compañías media

2009*	Usuarios Unicos	Paginas vistas
EIMundo.es	20.79	352.82
Marca.com	17.11	431.00
20Minutos.es	8.34	97.55
Telecinco.es	5.32	101.95
Sport.es	4.61	88.58



En Diciembre 2009, 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 año 2009; datos en millones

** Datos relativos al mes de Diciembre en millones

Ranking* 2009 películas españolas

Pelicula	Recaudacion	Espectadores
1 Ágora	20,976,753	3,386,578
2 Planet 51	10,513,309	1,733,247
3 Celda 211	9,048,060	1,448,469
4 Spanish Movie	7,303,083	1,174,466
5 Fuga de Cerebros	6,777,996	1,141,580

* Datos a 31 de diciembre de 2009

Ranking histórico películas de Telecinco Cinema**

Pelicula	Recaudacion	Espectadores
1 El Orfanato	25,061,143	4,420,357
2 Ágora	21,254,851	3,437,809
3 Alatriste	16,715,741	3,182,491
4 El otro lado de la cama	12,610,725	2,825,194
5 Dias de futbol	12,212,123	2,562,132
6 Celda 211	12,112,667	1,927,631
7 El laberinto del fauno	8,895,489	1,681,631
8 Los crímenes de oxford	8,206,091	1,422,799
9 Los dos lados de la cama	7,868,697	1,540,361
10 Spanish Movie	7,613,929	1,228,153

** Datos a 22 de febrero de 2010

Entre el 9 de Octubre y el 31 de Diciembre de 2009 1 de cada 5 espectadores ha visto películas de Telecinco Cinema



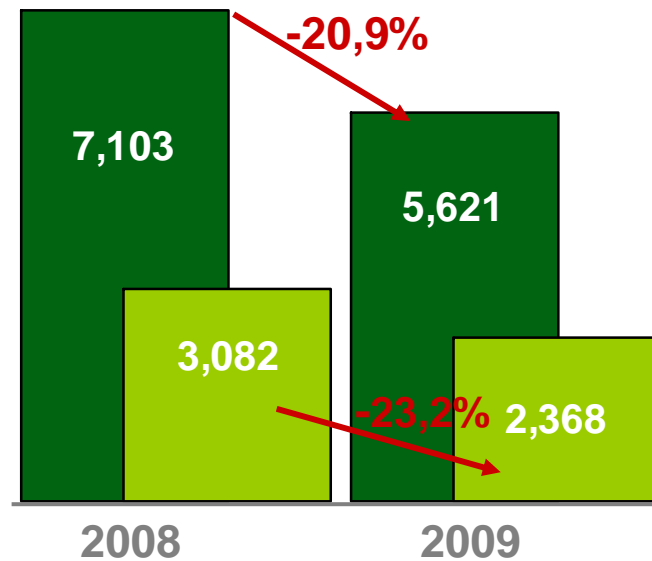
Las películas de Telecinco Cinema ganaron 15 premios Goya en 2009 (incluyendo Mejor película, Director, Guión original y adaptado, Actor protagonista, Actriz de reparto y Actor revelación.



PUBLICIDAD

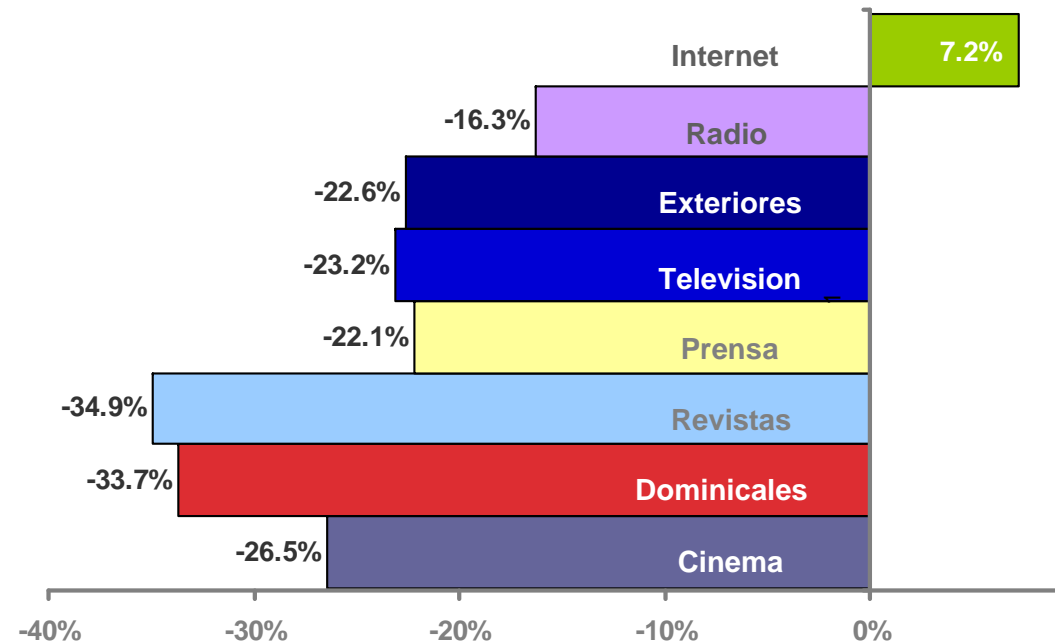


Mercado publicitario



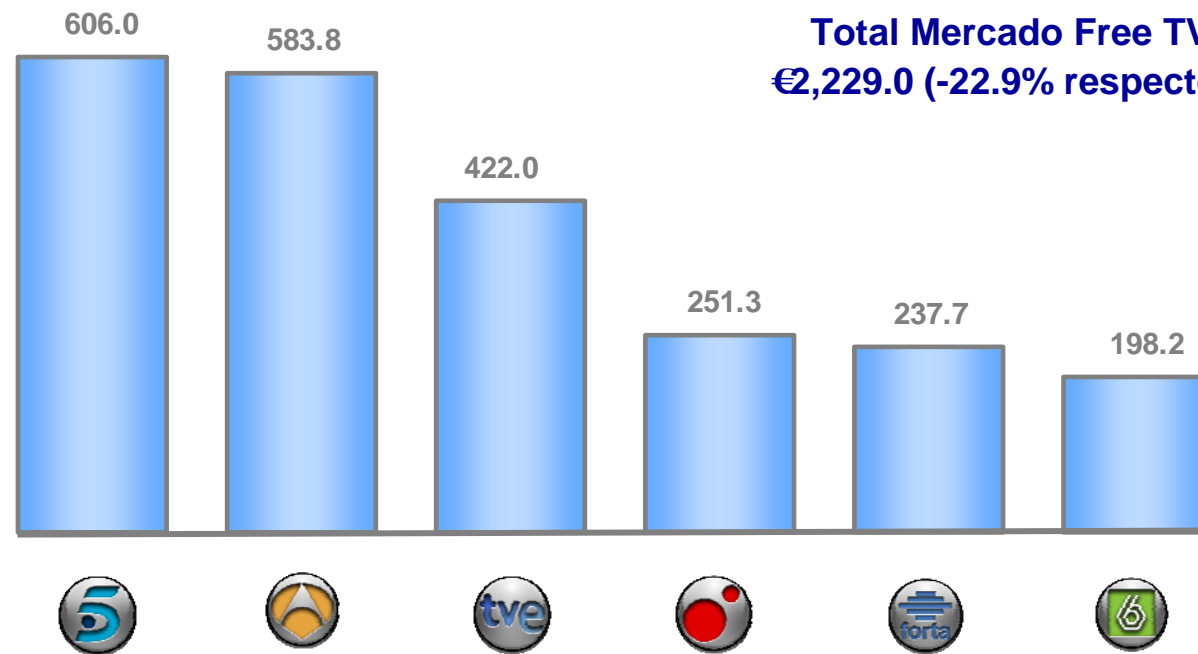
■ Total Mercado Publicitario
 ■ Total Mercado Publicitario TV

2008/2009 evolución por medio



Fuente: INFOADEX

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



	Telecinco	Antena3	TVE	Cuatro	Forta	La Sexta
Audiencia Grupo (%)	16.2%	16.6%	22.7%	8.6%	13.6%	6.8%
Cuota mercado (%)	26.4%	25.4%	18.4%	10.9%	10.3%	8.6%
Power ratio	1.63	1.53	0.81	1.28	0.76	1.26

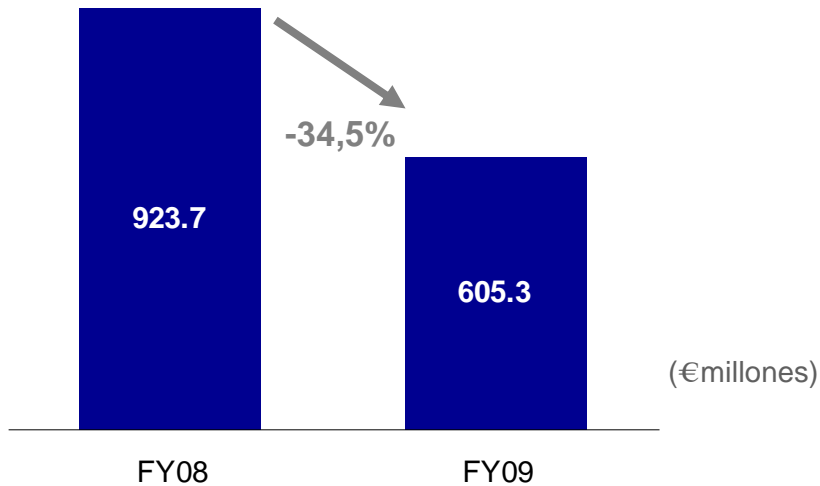


Telecinco es líder en todas las variables relevantes

Fuente: INFOADEX

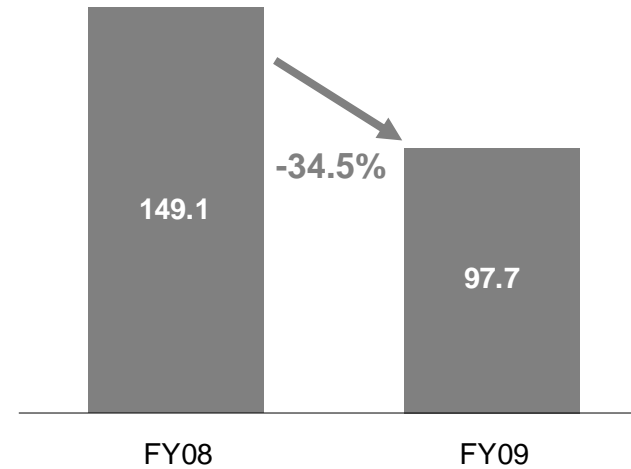
Ingresos publicitarios en el FY2009

Ingresos Publicitarios Brutos de Televisión (mill €)



Cuota de las Iniciativas Especiales sobre el Total Ingresos Publicitarios de TL5 en FY09 16,1%

Iniciativas Especiales (mill €)



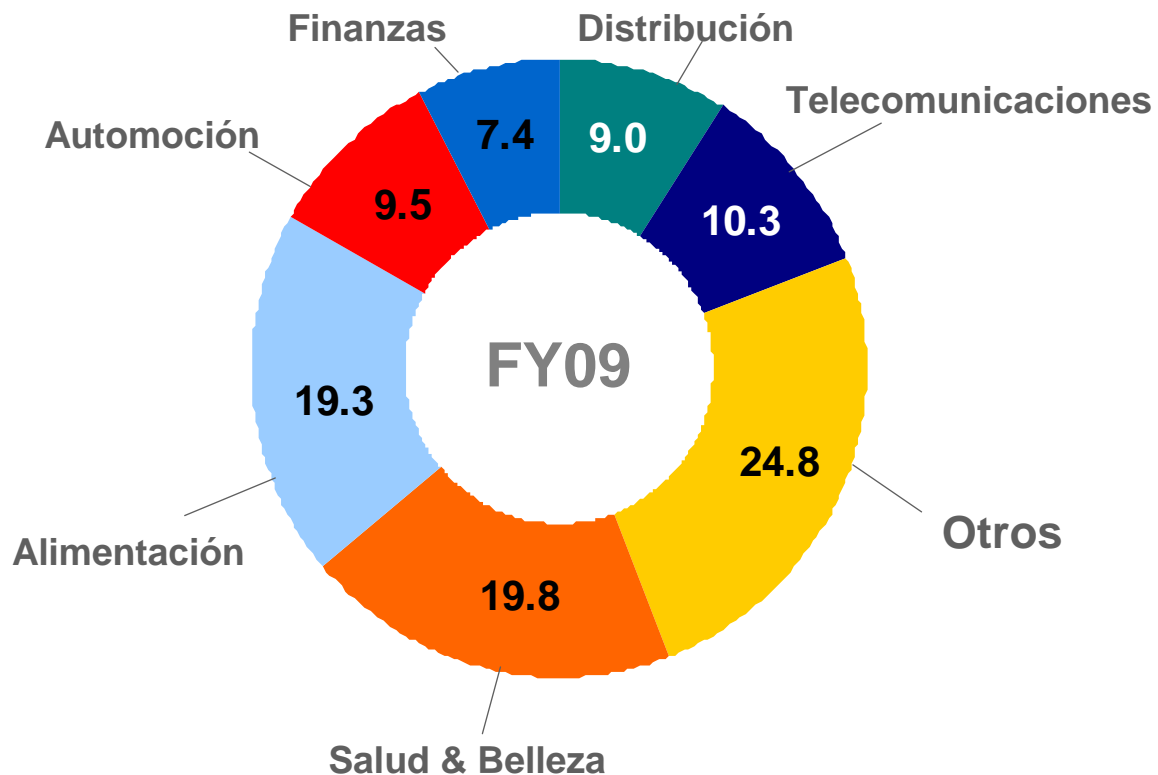
Estrategia Comercial, FY2009

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△%	△%	△%	△%	€Mill.	△%
16,2%	-12,4%	+7,0%	-9,0%	-28,0%	605,3	-34,5%

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

Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

Sectores Anunciantes (% sobre total)



Crecimiento sectores (FY09 vs. FY08)



RESULTADOS FINANCIEROS



RESULTADOS FINANCIEROS

	FY09	FY08	VAR %
Total Ingresos Netos	656.3	981.9	-33.2%
Total Costes	533.5 *	594.9 **	-10.3%
Personal	79.5	89.2	-10.8%
Costes Operativos	284.9	317.0	-10.1%
Amortización y Depreciación	169.1	188.8	-10.4%
EBITDA (1)	130.4	394.8	-67.0%
EBIT	122.8	386.9	-68.3%
Beneficio Antes de Impuestos	2.9	207.6	-98.6%
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	48.4	211.3	-77.1%
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	112.6	282.6	-60.1%
EBITDA/ INGRESOS NETOS	19.9%	40.2%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	18.7%	39.4%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	7.4%	21.5%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	17.2%	28.8%	

* Incluye la reversión de una provisión por 42 millones de Euros

** Incluye la reversión de una provisión por 7 millones de Euros

(1) Después consumo de derechos

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



RESULTADOS FINANCIEROS

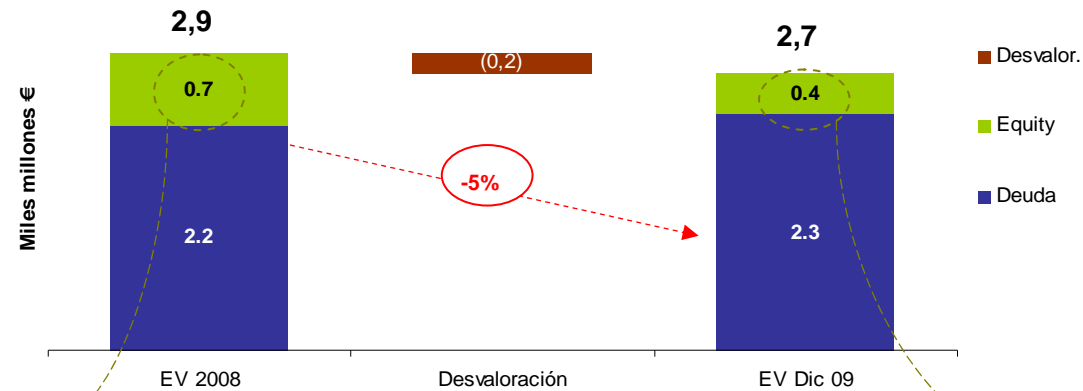
<u>€millones</u>	FY09	FY08	Efecto Cambio en €	Crecimiento Orgánico en €
Ingresos Netos Consolidados	1,189.3	1,301.1	-14.5	-97.3
EBITDA	259.9	220.8	-2.2	41.3
Beneficio Neto*	-337.8	-639.6	-1.4	303.2

* **Beneficio Neto** incluye amortización de PPA por €-136 m (€-95m al neto de créditos de impuestos) y €-278 de depreciación por deterioro del fondo de comercio

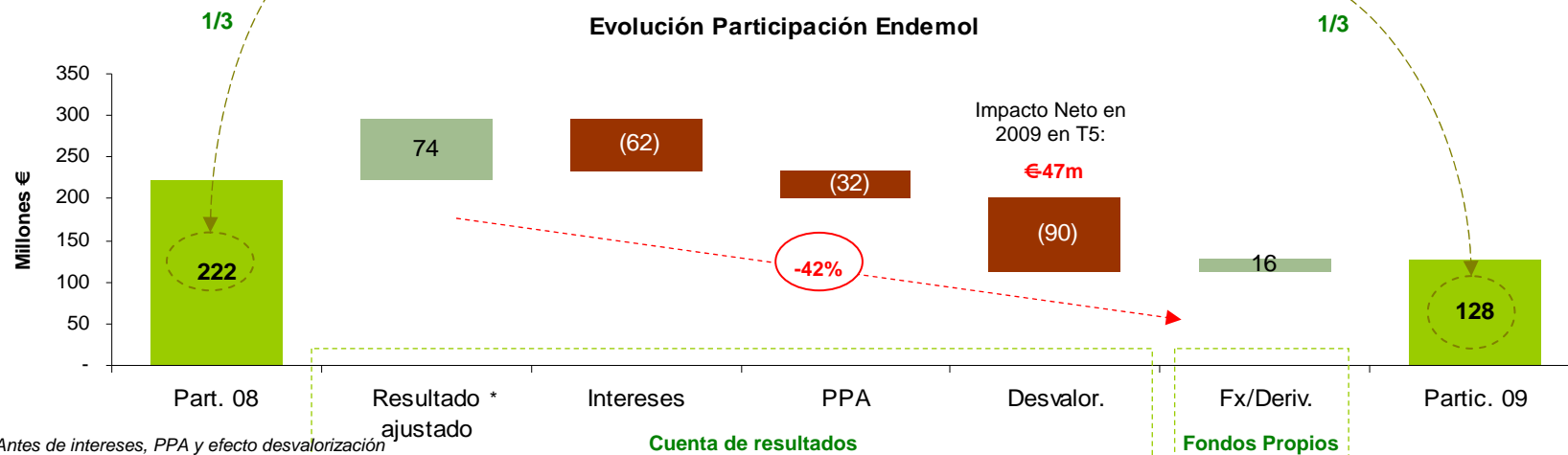


RESULTADOS FINANCIEROS

Evolución Enterprise Value - Endemol



Evolución Participación Endemol



* Antes de intereses, PPA y efecto desvalorización

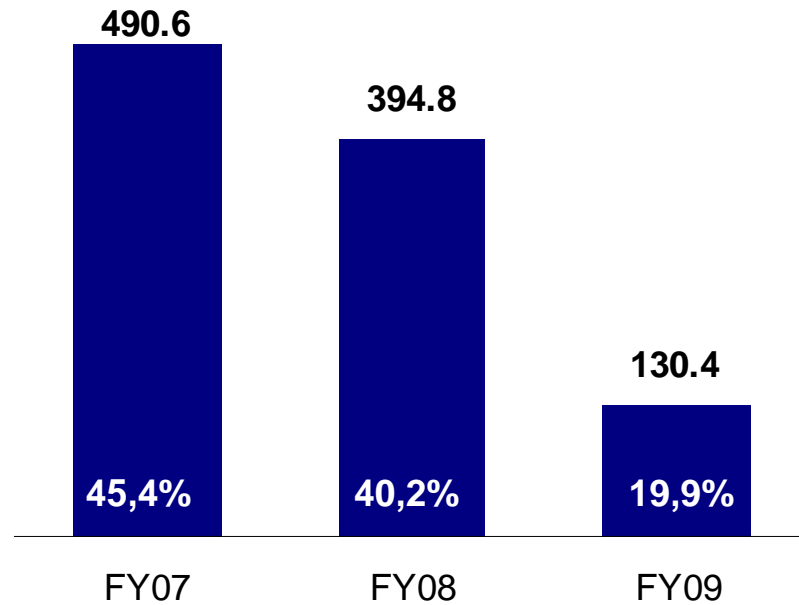


RESULTADOS FINANCIEROS

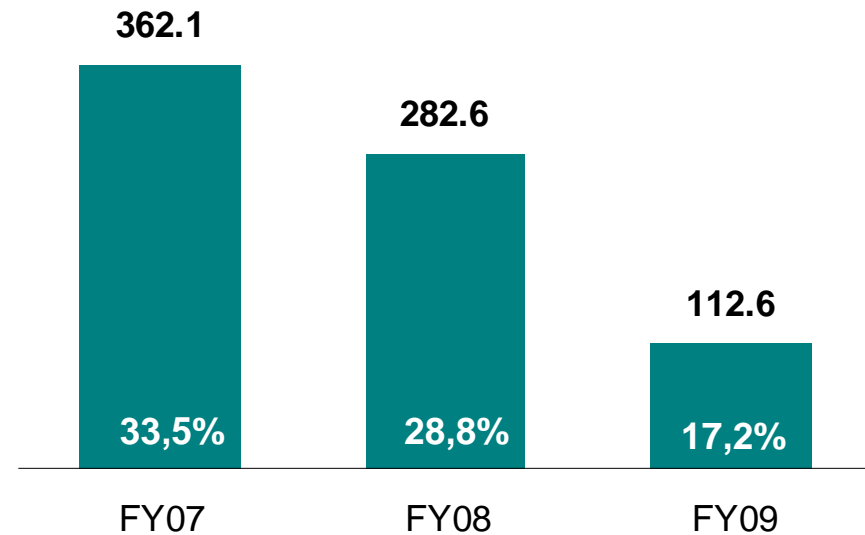
	FY09	FY08	Dif. en €millones
Posición Financiera Neta Inicial	-25.9	13.2	-39.1
Cash Flow Libre	94.4	315.1	-220.7
Cash Flow Operativo	305.5	508.6	-203.2
Inversiones Netas	-174.2	-195.8	21.6
Variación Fondo de Maniobra	-36.8	2.3	-39.1
Movimiento Patrimonio	-2.3	-1.3	-0.9
Inversiones Financieras	-13.8	-36.8	23.0
Dividendos cobrados	1.8	1.6	0.2
Dividendos pagados	-210.3	-317.6	107.3
Incremento Neto de Posición Financiera	-130.2	-39.0	-91.2
Posición Financiera Neta Final	-156.0	-25.8	-130.2
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	14.4%	32.1%	

RESULTADOS FINANCIEROS

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



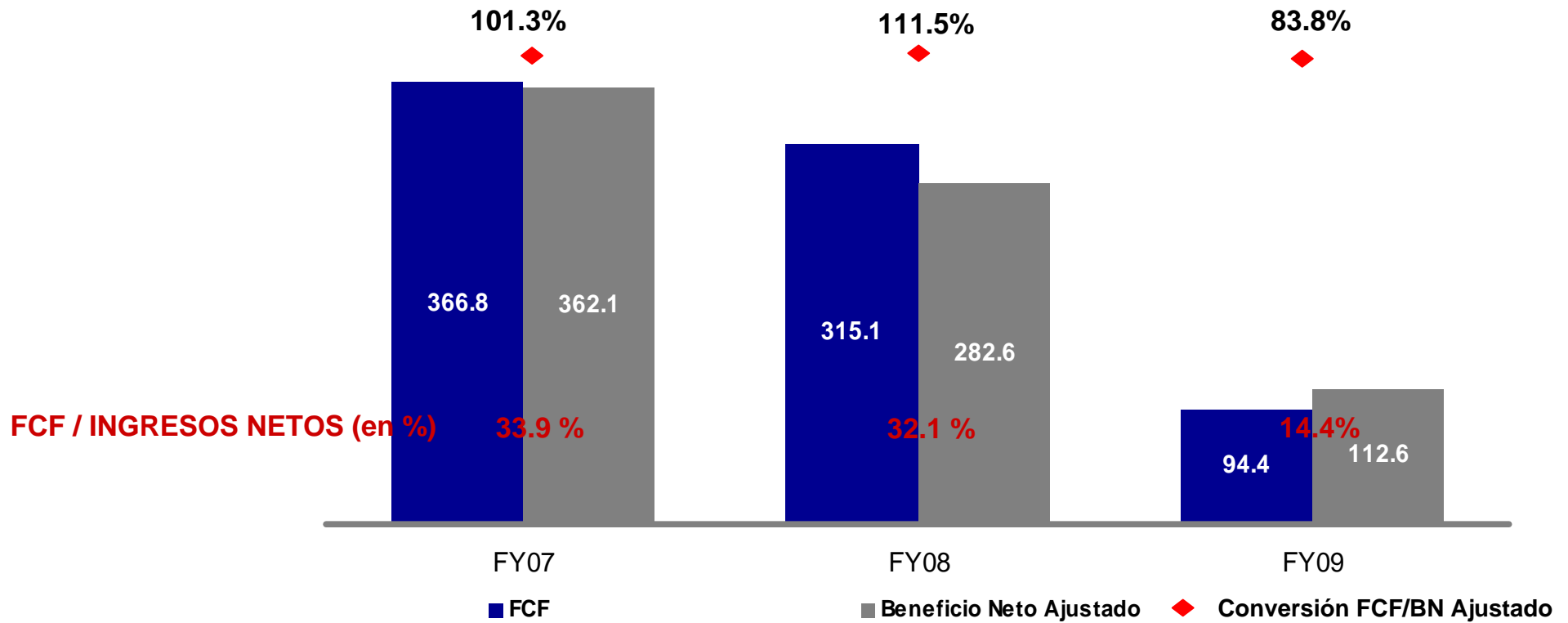
BENEFICIO NETO Ajustado* (en mill €)
BENEFICIO NETO Ajustado*/INGRESOS NETOS (en %)



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

RESULTADOS FINANCIEROS

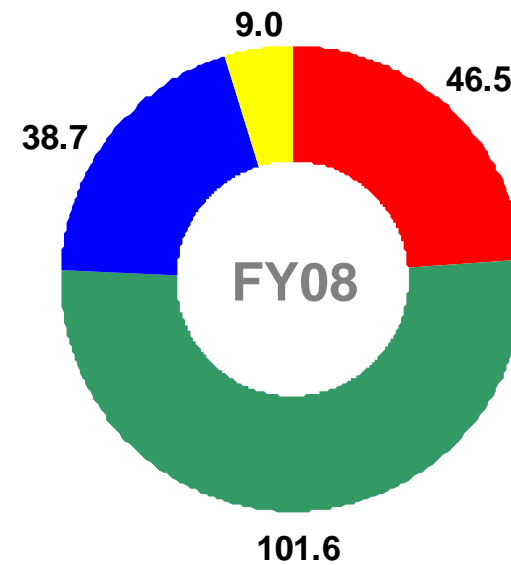
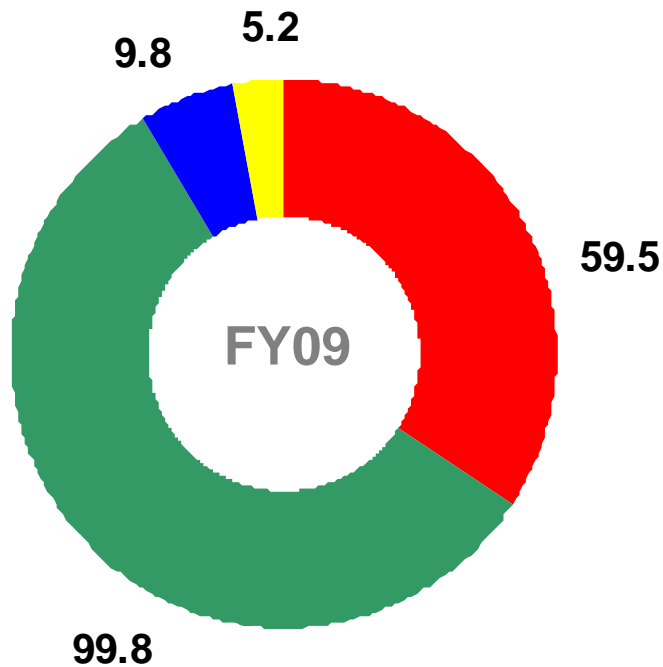
CASH FLOW LIBRE (€mill)



RESULTADOS FINANCIEROS


€174.2 millones

€195.8 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
- } **En proceso**

2T 2010

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

3T 2010

Back Up slides



RESULTADOS FINANCIEROS

	FY09	FY08	VAR %
Ingresos Brutos de Publicidad	619.3	934.8	-33.8%
- Televisión	605.3	923.7	-34.5%
- Otros	14.0	11.1	25.9%
Descuentos	-29.5	-42.3	-30.2%
Ingresos Netos de Publicidad	589.8	892.6	-33.9%
Otros Ingresos	66.5	89.3	-25.6%
TOTAL INGRESOS NETOS	656.3	981.9	-33.2%
Personal	79.5	89.2	-10.8%
Consumo Derechos	161.5	180.8	-10.7%
Otros Costes Operativos	284.9	317.0	-10.1%
Total Costes	525.9**	587.0***	-10.4%
EBITDA adj*	130.4	394.8	-67.0%

** Incluye la reversión de una provisión por 42 millones de Euros

*** Incluye la reversión de una provisión por 7 millones de Euros

* Después de consumo de derechos

RESULTADOS FINANCIEROS

	FY09	FY08	VAR %
EBITDA adj*	130.4	394.8	-67.0%
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-7.6	-7.9	-4.4%
EBIT	122.8	386.9	-68.3%
Resultado de Participadas	-123.1	-175.8	-30.0%
Resultados Financieros	3.2	-3.4	n.a.
EBT	2.9	207.6	-98.6%
Impuestos de Sociedades	24.1	-23.1	n.a.
Intereses Minoritarios	21.5	26.8	-19.8%
Beneficio Neto	48.4	211.3	-77.1%
Beneficio Neto Ajustado**	112.6	282.6	-60.1%

*Después de consumo de derechos

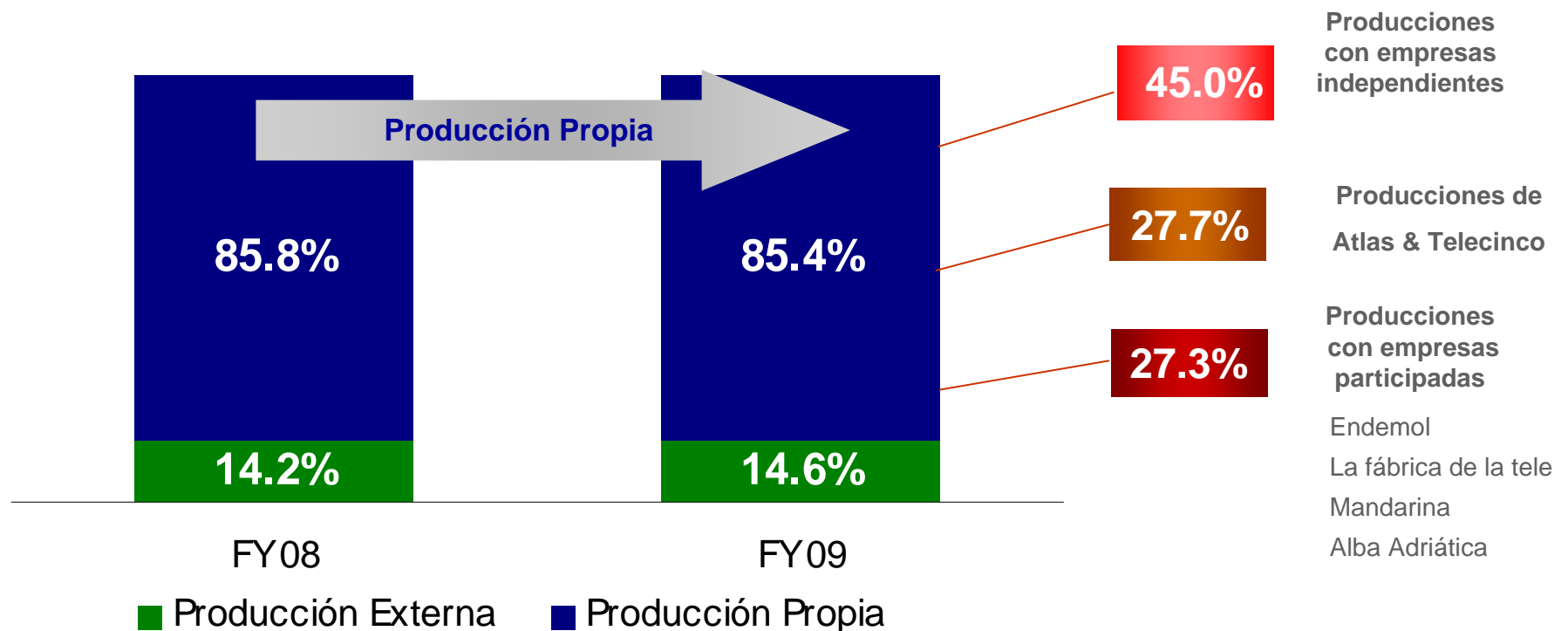
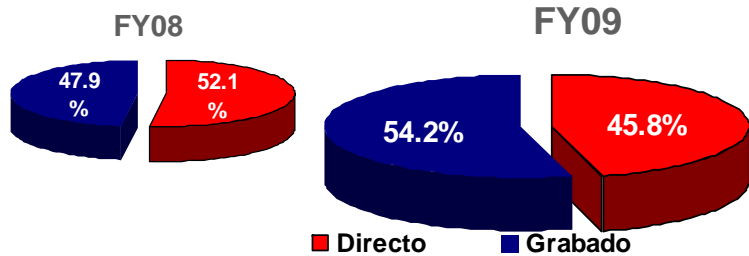
**Excluyendo impacto neto del test de deterioro y de la amortización resultante del PPA de Endemol

RESULTADOS FINANCIEROS

	FY09	FY08
Inmovilizado	221.7	323.6
-Financiero	168.7	264.5
-No Financiero	53.0	59.1
Derechos Audiovisuales y Anticipos	194.0	190.7
-Derechos de Terceros	121.3	96.6
-Ficción	37.1	27.3
-Co-producción / distribución	35.6	66.9
Impuesto Anticipado	108.2	26.3
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	523.9	540.7
Activo Corriente	199.5	251.8
Activo Financiero y Tesorería	10.7	35.1
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	210.2	286.9
TOTAL ACTIVO	734.1	827.6
Fondos Propios	291.6	461.5
Provisiones	21.3	43.8
Acreedores no corrientes	0.3	0.2
Pasivo Financiero no corriente	90.7	59.8
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	112.3	103.8
Acreedores Corrientes	254.2	261.1
Pasivo Financiero Corriente	76.0	1.2
TOTAL PASIVO CORRIENTE	330.2	262.3
TOTAL PASIVO	734.1	827.6

Mix de programación en el año 2009

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas



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 AÑO 2009
(Enero – Diciembre)**

25 de Febrero de 2010

www.telecinco.es/inversores/es/

