



JAZZTEL:
Resultados de 2007 y previsiones
preliminares para 2008

José Miguel García (CEO)
Ramón Quintero (CFO)



Madrid,
27 Febrero 2007



Este documento contiene proyecciones de futuro. Dichas afirmaciones comportan riesgos, incertidumbres y otros factores que pueden ser causa de que los resultados efectivos de nuestra actuación en el futuro sean sustancialmente diferentes de los sugeridos o descritos en esta presentación. Estos factores incluyen, entre otros, cambios en la regulación por parte del gobierno; cambios en las condiciones económicas o de negocio en nuestros mercados; aumento de la competencia; cambios en la tecnología de telecomunicaciones; y nuestra capacidad para obtener financiación adecuada.



Introducción: Resumen de la actividad desarrollada en 2007

JAZZTEL

PROCESOS-CALIDAD

Enero-Mayo



- Jazztel se ha focalizado en la calidad y en consolidar un modelo de negocio ágil y optimizado
- Asegurar la plataforma de atención al cliente, y enfocarse hacia los clientes de ULL

CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

Mayo-Agosto



- Actualización de la oferta de productos basándose en las necesidades de los clientes
- Mejora de la propuesta de valor y de la rentabilidad:
"calidad a buen precio"
- Esfuerzo hacia la excelencia en la atención al cliente
- Rentabilización de los activos

VUELTA AL CRECIMIENTO- VENTAS

Agosto-Diciembre



- Las nuevas estrategias "Go to market" y la calidad del servicio han servido para incrementar los clientes
- Este crecimiento se está manteniendo mes a mes



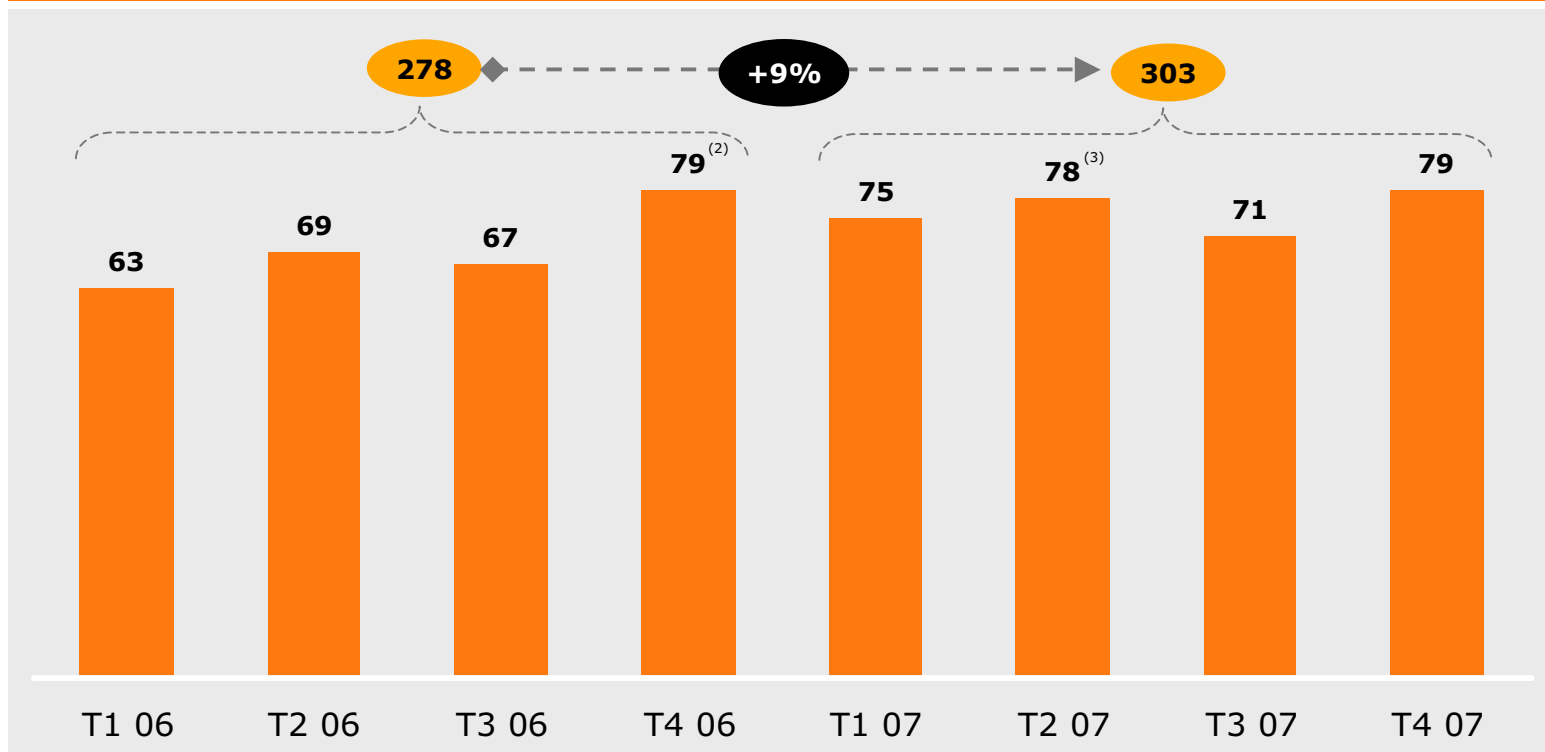
- **Incremento en 18.775 clientes de la base de ADSLs contratados en el T4 (crecimiento del 8% vs el T3)**
- **EBITDA positivo alcanzado por tercer trimestre consecutivo, cerrándose el año con un EBITDA acumulado de -3 € millones, comparado con -136.7 € millones en el 2006.**
- **Los ingresos totales de la compañía crecieron un 9% en el 2007**
 - Los ingresos de Internet y Datos aumentaron un 19%



Crecimiento sostenible de los ingresos

JAZZTEL

Ingresos trimestrales - m€ (1)



JAZZTEL ha incrementado sus ingresos anuales en un 9%, a pesar del foco durante la primera mitad del año en consolidar su estructura interna de costes y sus procesos.

- (1) Figuras Proforma excluyendo CCS
- (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
- (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios

“Internet & Datos” como la principal fuente de crecimiento y valor para Jazztel ..



	Origen del crecimiento de ingresos	Relevancia en ingresos de Jazztel (%)	Relevancia en EBITDA de Jazztel (%) ⁽¹⁾
Internet & Datos	<p>€ m</p> <p>110 (2006) → 132 (2007) +19%</p>	45%	77%
Voz	<p>€ m</p> <p>63 (2006) → 59 (2007) -6%</p>	20%	6%
Mayorista	<p>€ m</p> <p>96 (2006) → 100 (2007) +4%</p>	35%	17%

(1) Gastos generales alocados proporcionalmente a los ingresos para calcular el EBITDA de cada línea de negocio

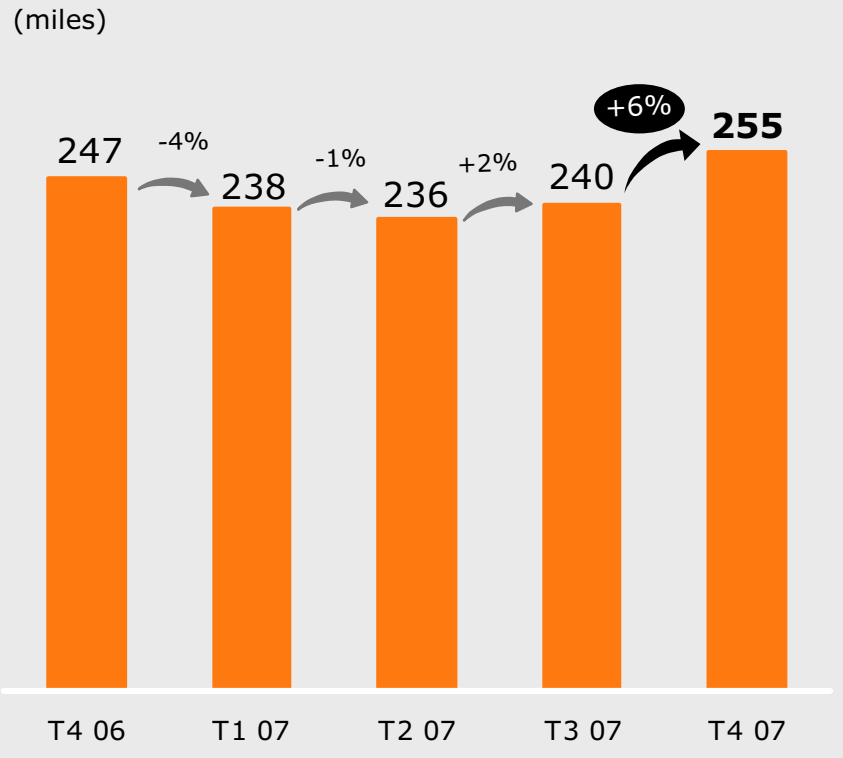
La erosión del precio de la voz ha tenido un impacto limitado, ya que el EBITDA de la compañía procede principalmente de los datos.



Tendencia positiva del crecimiento de clientes

JAZZTEL

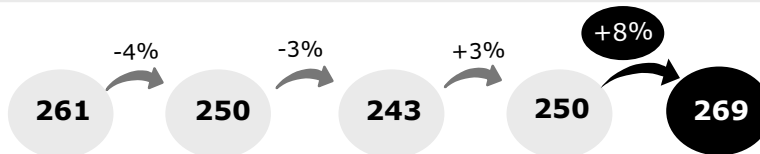
Base activa de clientes ADSL



Importante crecimiento de clientes en el último trimestre

**15.186 clientes activos/
18.775 clientes contratados**

Contratados ('000s)



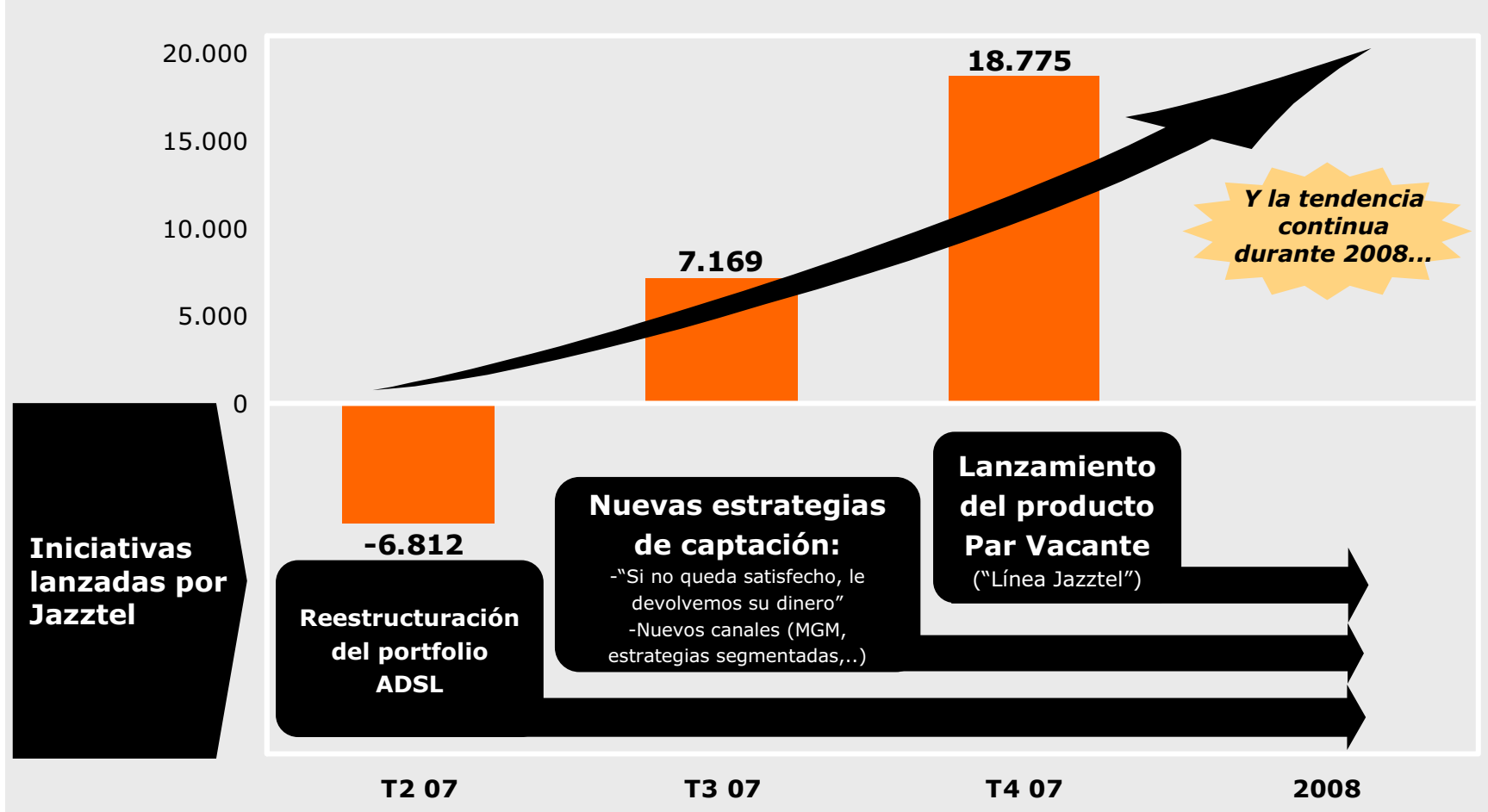
Crecimiento de las bases de clientes activos y contratados mes a mes (6% and 8% respectivamente).



Tendencia positiva del crecimiento de clientes

JAZZTEL

Crecimiento de la base de clientes ADSL contratados (visión trimestral)



Fuente: datos internos de Jazztel



Las estrategias de marketing y captación aceleran el crecimiento de clientes para el 2008.

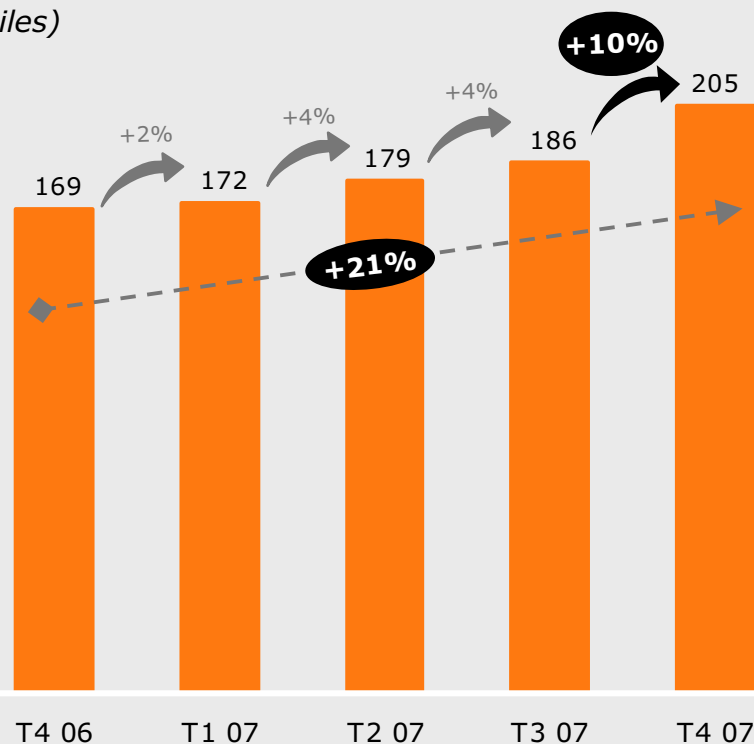


Tendencia positiva del crecimiento de clientes

JAZZTEL

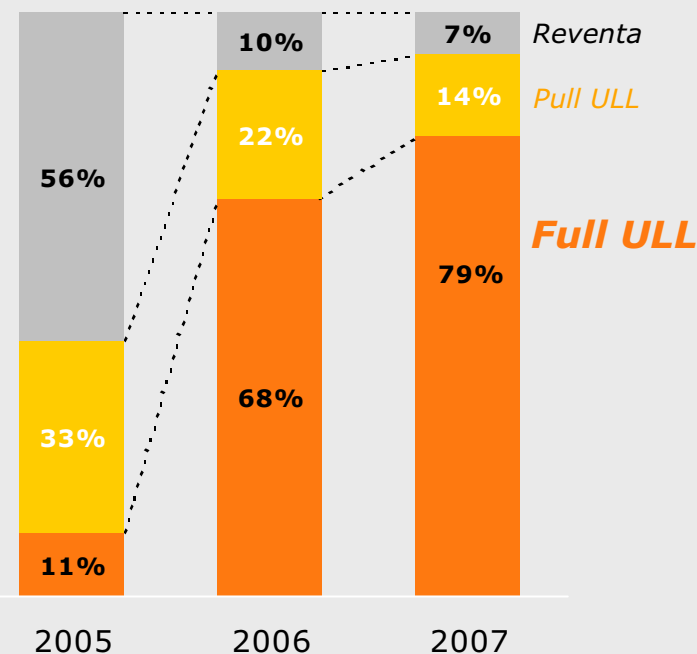
Clientes activos Full ULL (factura única) ⁽¹⁾

(miles)



Evolucion tipología de clientes ADSL

% clientes activos



El foco de Jazztel sobre el modelo de negocio Full ULL aseguran: mejores ingresos, mejores márgenes, niveles de churn más bajos y la independencia del incumbente.

(1) Jazztel Incluye aquí todos sus clientes de "factura única", aunque la mayoría son FULL ULL. También se incluyen desde SEP 07 los clientes de "FULL solo voz". "Full solo voz" al final de cada periodo: 1.428 en T3, y 5.050 en T4



Ventaja competitiva del modelo FULL ULL

Full ULL vs otros productos (1)

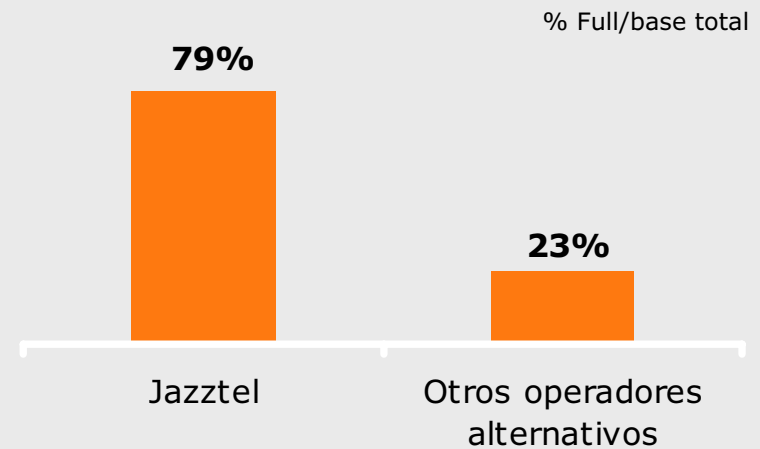
	Margen (€)	Probabilidad de fuga	Valor del cliente
Full ULL	1	1	1
Pull ULL	3/4	X2	1/2
Reventa	1/3	X3	~0

Full ULL es con gran diferencia el producto más rentable del mercado..

Fuente: datos internos de Jazztel

(1) Todos los valores indexados a FULL=1

% de clientes FULL ULL



..y Jazztel lidera su provisión en España, con un 35% de cuota de mercado.

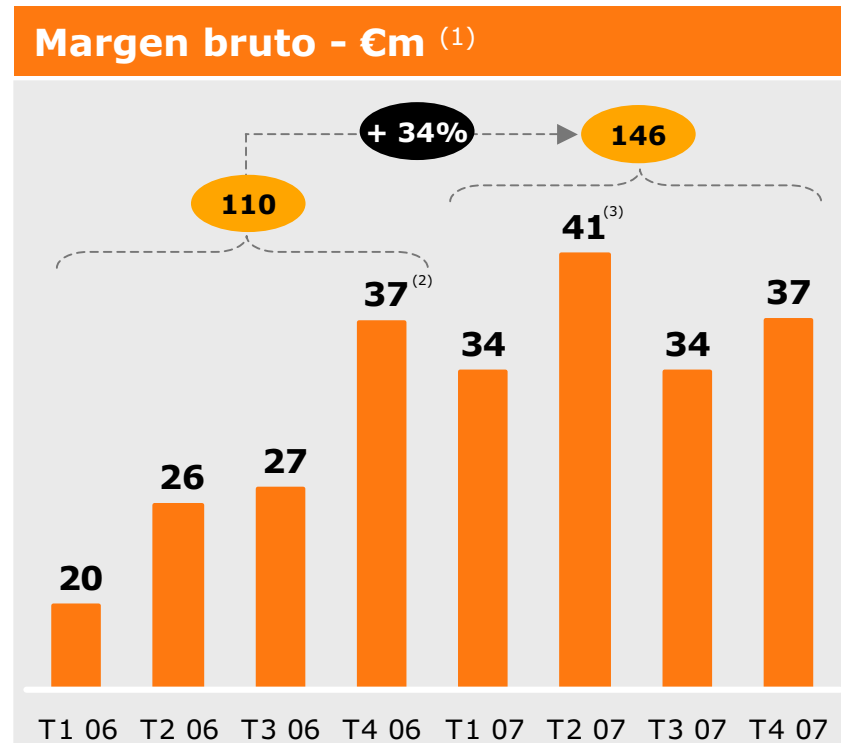
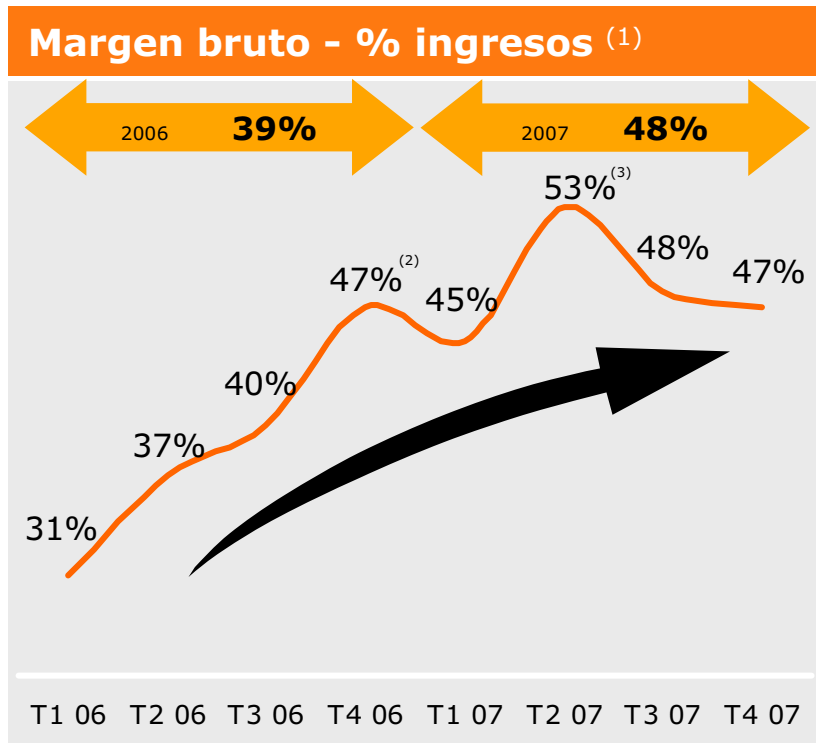
Fuente: datos de la CMT, Diciembre 07



El liderazgo de JAZZTEL en ULL genera una mayor rentabilidad (mejora anual del margen en 9 puntos porcentuales)



Ventaja competitiva del modelo FULL ULL

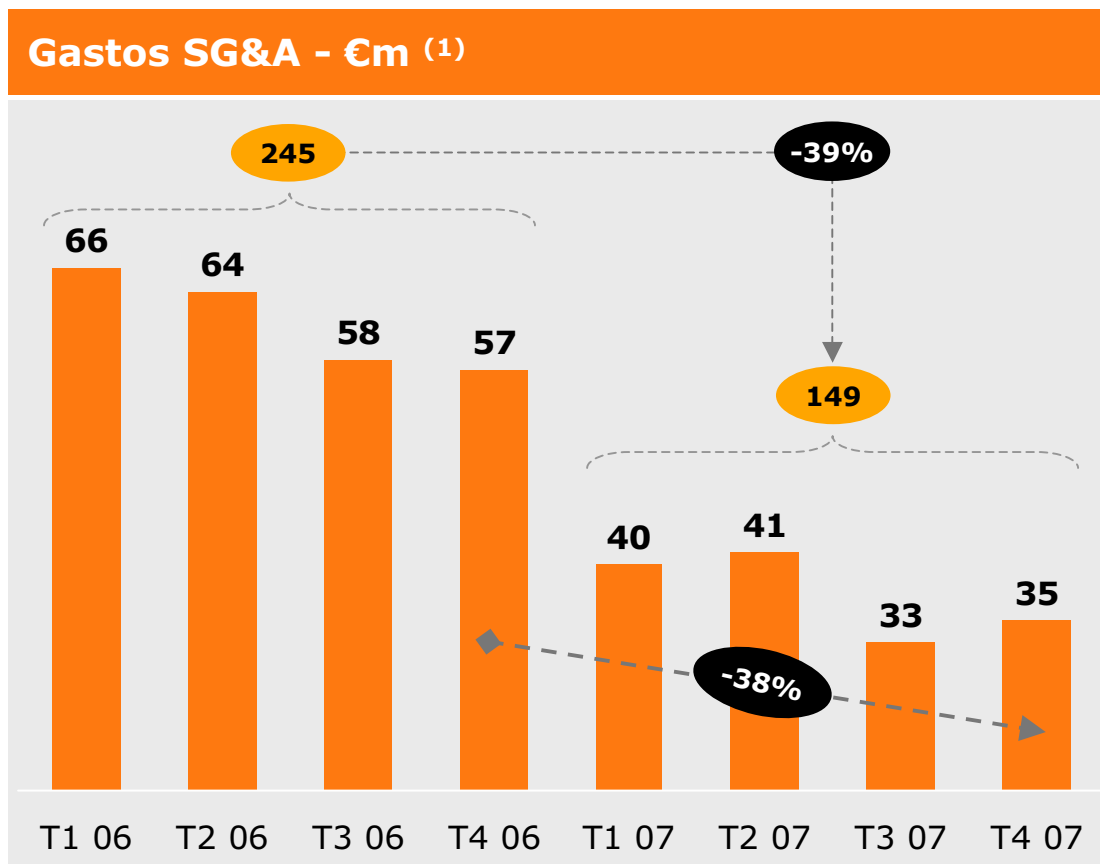


Un 9% de crecimiento en ingresos han generado un 34% de crecimiento en margen.

- (1) Figuras Proforma excluyendo CCS
- (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
- (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios

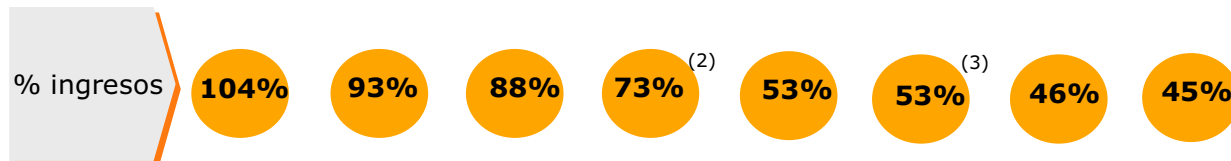


Gastos generales controlados



Resultados

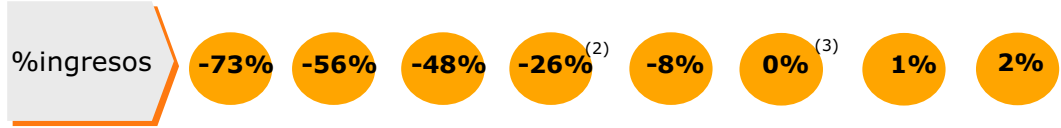
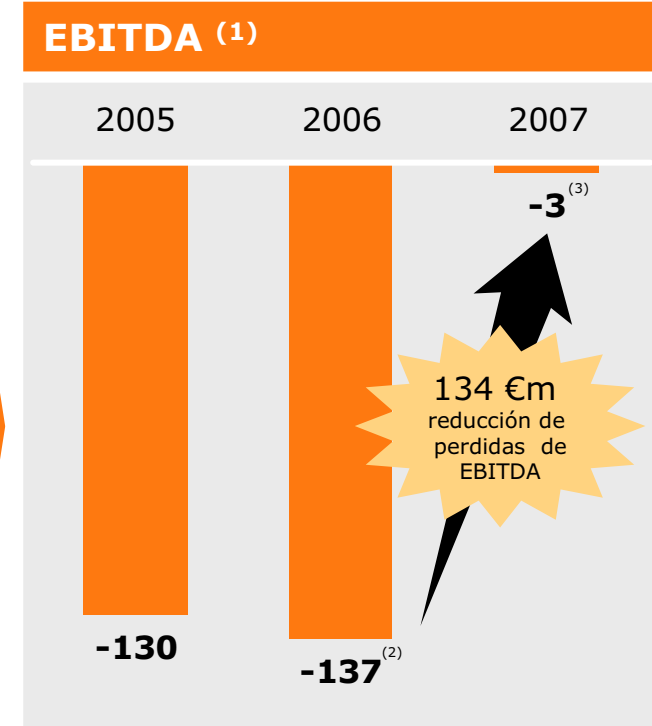
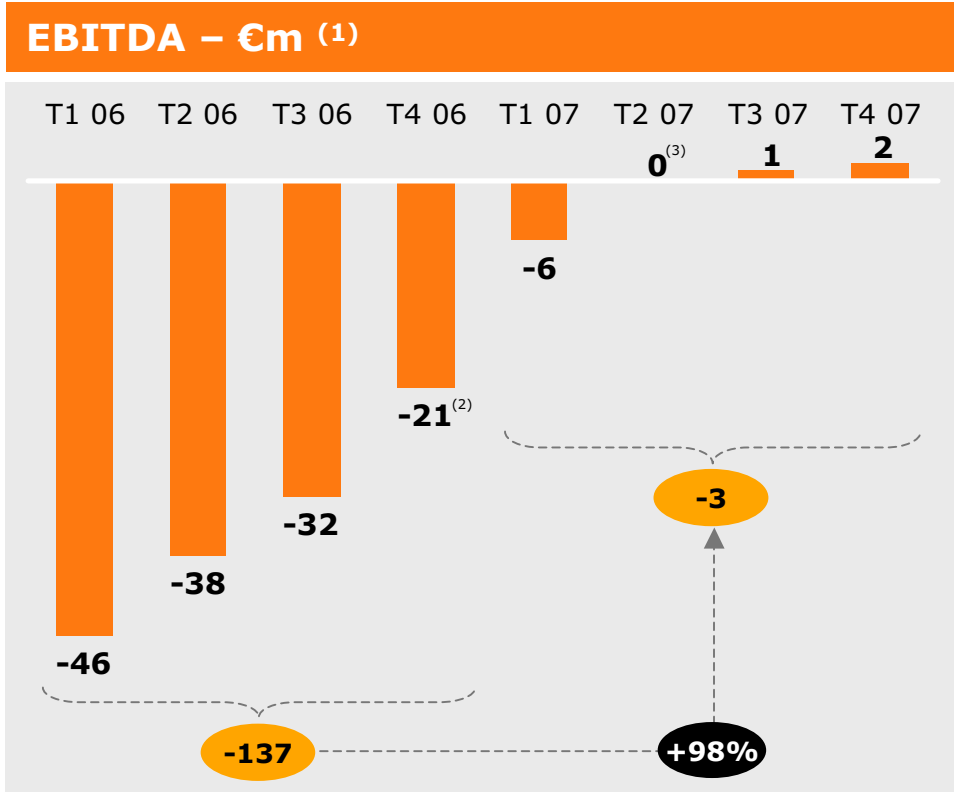
- Se implementaron medidas de reducción de coste al final de 2006..
- ..que se consolidaron durante 2007
- ..obteniendo un estructura ágil e integrada
- ..a la vez que se mantenía el crecimiento en clientes



(1) Figuras Proforma excluyendo CCS
 (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
 (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios



JAZZTEL ha logrado EBITDA positivo



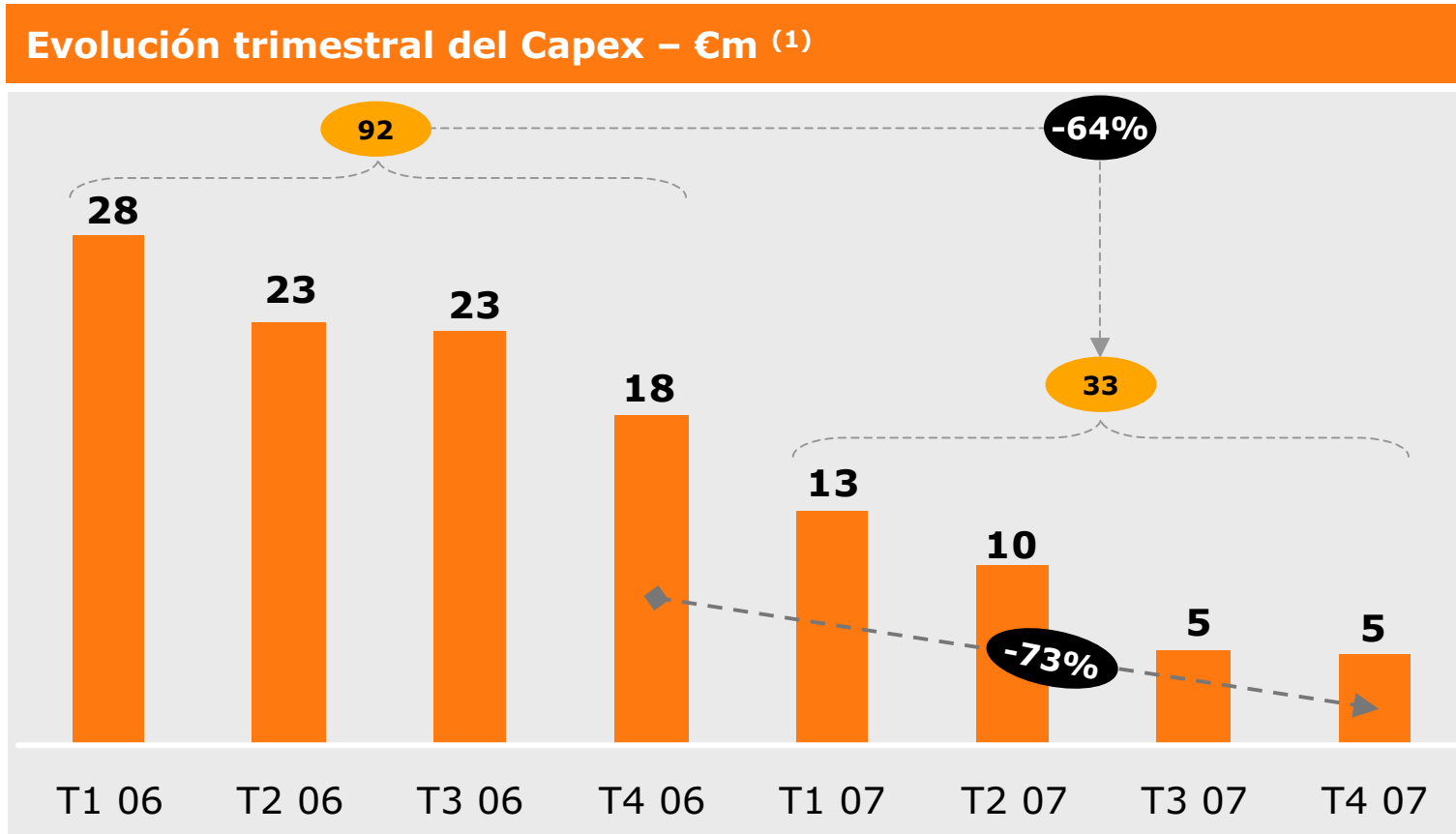
La fuerte reducción de costes y la mejora del margen bruto han eliminado las pérdidas de EBITDA.

(1) Figuras Proforma excluyendo CCS
 (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
 (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios



Reducción continua del Capex

JAZZTEL



(1) Figuras Proforma excluyendo CCS



El desarrollo de la red de JAZZTEL está casi completado, reduciendo las necesidades futuras de inversión, que estarán limitadas principalmente a la adquisición de nuevos clientes.



1

• Continuar con la estrategia seguida durante el último trimestre:

- Crecimiento de clientes:

- Continuar enfocados en la estrategia en torno al producto ULL
- Apalancándose en nuevos canales de acceso al mercado

- “Calidad y Servicio” como el principal compromiso con nuestros clientes

- Completar nuestra propuesta de valor de producto totalmente convergente:

- Lanzamiento de servicios OMV
- Integración de todos los servicios bajo una “Factura única”

2

• Consolidación de EBITDA positivo bajo una operación ágil e integrada:

- Mantenimiento del nivel actual de costes fijos

- Control sobre el coste de adquisición de clientes para asegurar un crecimiento eficiente

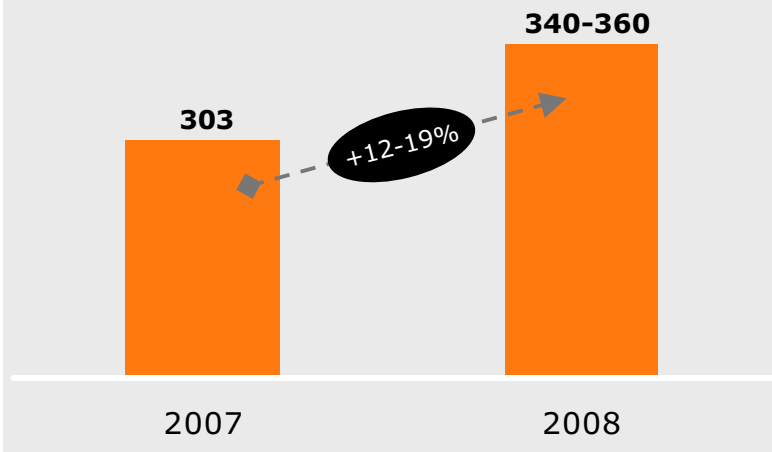


Previsiones 2008

JAZZTEL

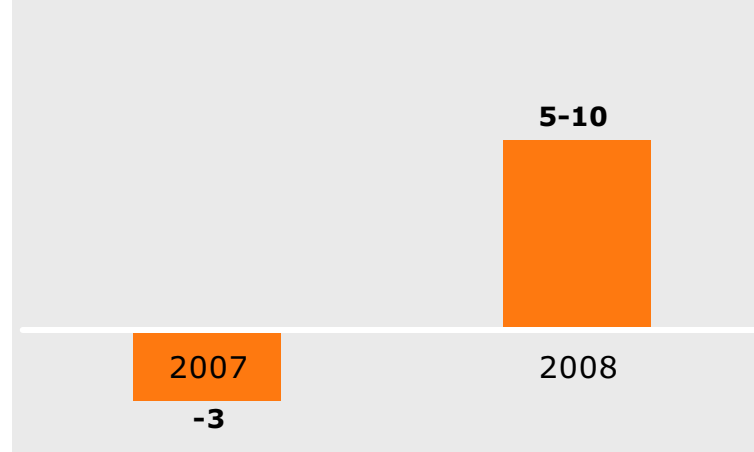
Ingresos

€ m



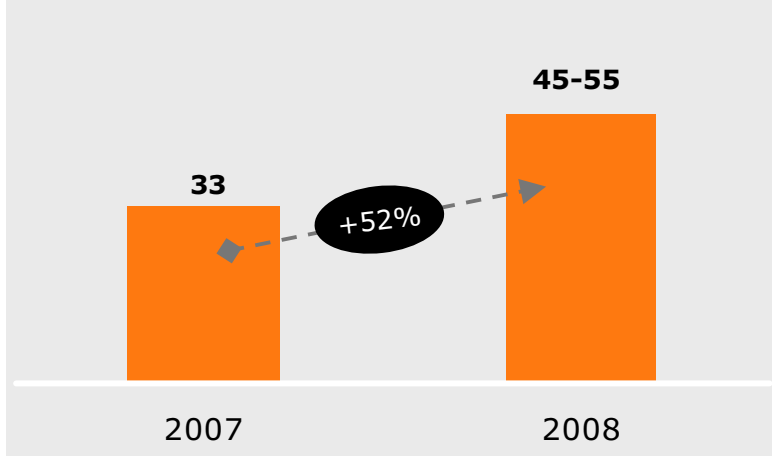
EBITDA

€ m



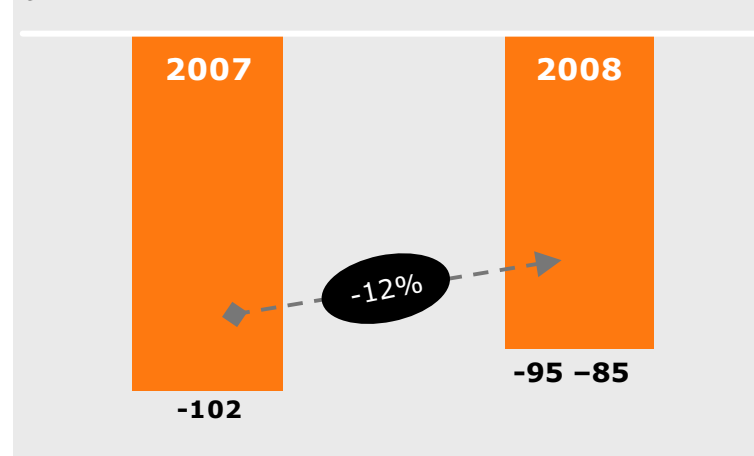
CAPEX

€ m



Beneficio neto

€ m



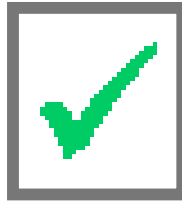


Conclusión: balance de situación

JAZZTEL

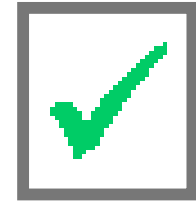
1

La mejor red de su categoría con una alta cobertura



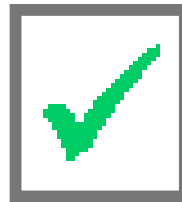
2

Compañía ágil, dinámica y escalable



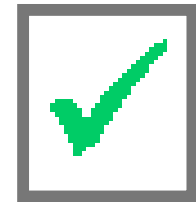
3

Producto convergente y de calidad a un precio muy competitivo



4

Plataforma propia y de calidad de atención al cliente



Jazztel está listo para crecer, listo para crear valor...



JAZZTEL

Q&A

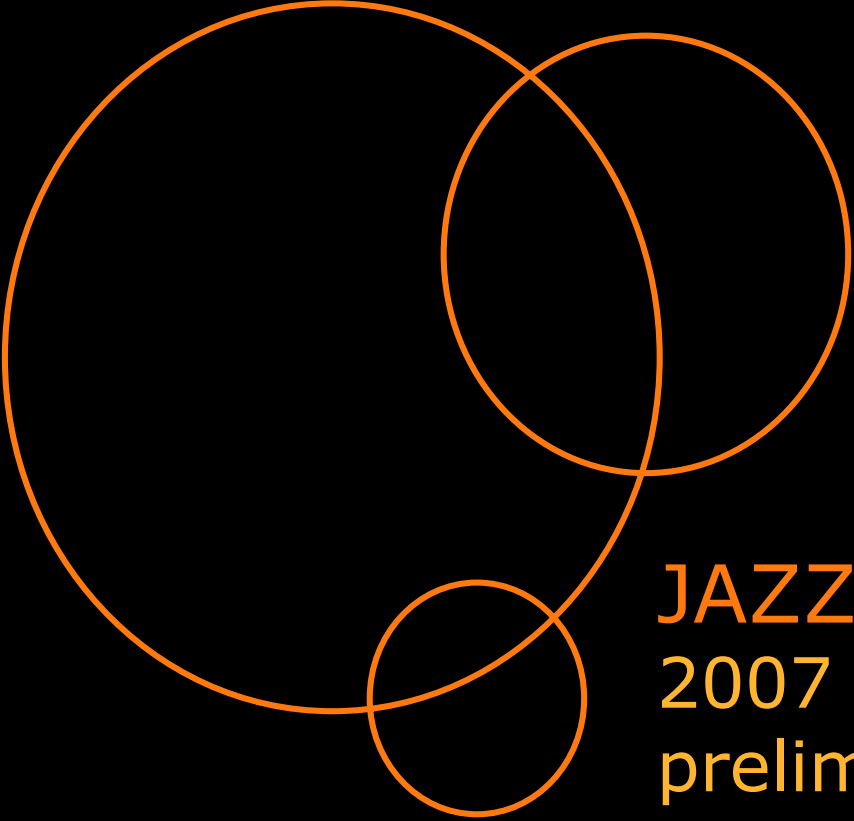
Eres rápido. Eres JAZZTEL



JAZZTEL

Gracias por su atención

Eres rápido. Eres **JAZZTEL**



JAZZTEL:
2007 results and 2008
preliminary guidance

José Miguel García (CEO)
Ramón Quintero (CFO)



Madrid,
27 February 2007



Certain statements in this document are forward-looking and are subject to material risks and uncertainties. Actual results could differ materially from those stated or implied by such forward-looking statements due to risks and uncertainties associated with JAZZTEL's business, which include among others, competitive developments, risks associated with the Company's growth, the development of the Company's markets, regulatory risks, dependence on its major customers and their spending patterns and other risks which are presented in the Company's filings with certain European regulatory authorities.

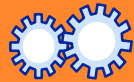


Introduction: Summary of 2007 activity

JAZZTEL

PROCESSES-QUALITY

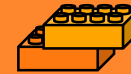
Jan-June



- Jazztel focus on quality and on the consolidation of an agile and optimised business model
- Insure customer care platform, ULL customers focus

CREATION OF NEW PRODUCTS

June-September



- Revamped product portfolio based on customer needs
- Improved value proposition, increase profitability:
"value & quality for money"
- Strive for customer care excellence
- "Sweat" the assets

BACK TO GROWTH-SALES

Sep-Dec



- New "Go to market" strategies and service quality lead to increase in customers
- Sustainable growth month on month

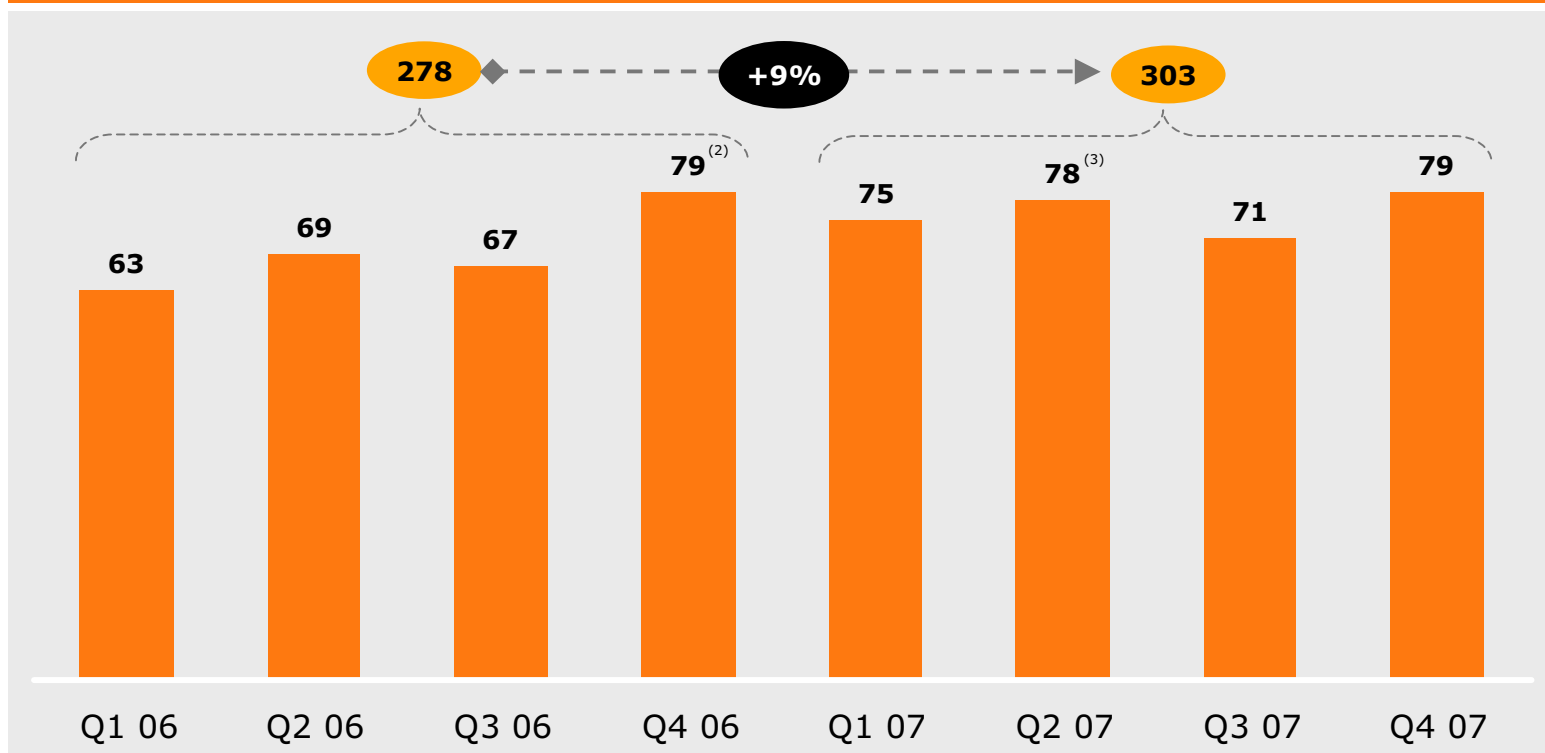


- **Contracted customers increased by 18,775 ADSLs in Q4 (8% growth versus Q3).**
- **Positive EBITDA was achieved for third consecutive quarter, closing the year with an accumulated EBITDA of € -3 million, which compares with € -136.7 million in 2006.**
- **Total company revenues grew 9% in 2007**
 - Internet and Data revenues increased by 19%



Sustainable revenue growth

Quarterly revenues - €m ⁽¹⁾



JAZZTEL has managed to increase its yearly revenues by 9%, despite focus on costs reduction and process improvement during the first half of the year.

(1) Proforma figures excluding CCS
(2) Includes €6.6 million extraordinary revenues
(3) Includes €7.6 million of extraordinary revenues



"Data & Internet" as the main source of growth and value for Jazztel ..

	Revenue growth source	Revenue split (%)	EBITDA split (%) ⁽¹⁾						
Internet & Data	<p>€ m</p> <table border="1"><tr><th>Year</th><th>Revenue (€ m)</th></tr><tr><td>2006</td><td>110</td></tr><tr><td>2007</td><td>132</td></tr></table> <p>+19%</p>	Year	Revenue (€ m)	2006	110	2007	132	45%	77%
Year	Revenue (€ m)								
2006	110								
2007	132								
Voice	<p>€ m</p> <table border="1"><tr><th>Year</th><th>Revenue (€ m)</th></tr><tr><td>2006</td><td>63</td></tr><tr><td>2007</td><td>59</td></tr></table> <p>-6%</p>	Year	Revenue (€ m)	2006	63	2007	59	20%	6%
Year	Revenue (€ m)								
2006	63								
2007	59								
Wholesale	<p>€ m</p> <table border="1"><tr><th>Year</th><th>Revenue (€ m)</th></tr><tr><td>2006</td><td>96</td></tr><tr><td>2007</td><td>100</td></tr></table> <p>+4%</p>	Year	Revenue (€ m)	2006	96	2007	100	35%	17%
Year	Revenue (€ m)								
2006	96								
2007	100								

(1) SG&A allocated proportionally to revenues in order to calculate EBITDA per business line

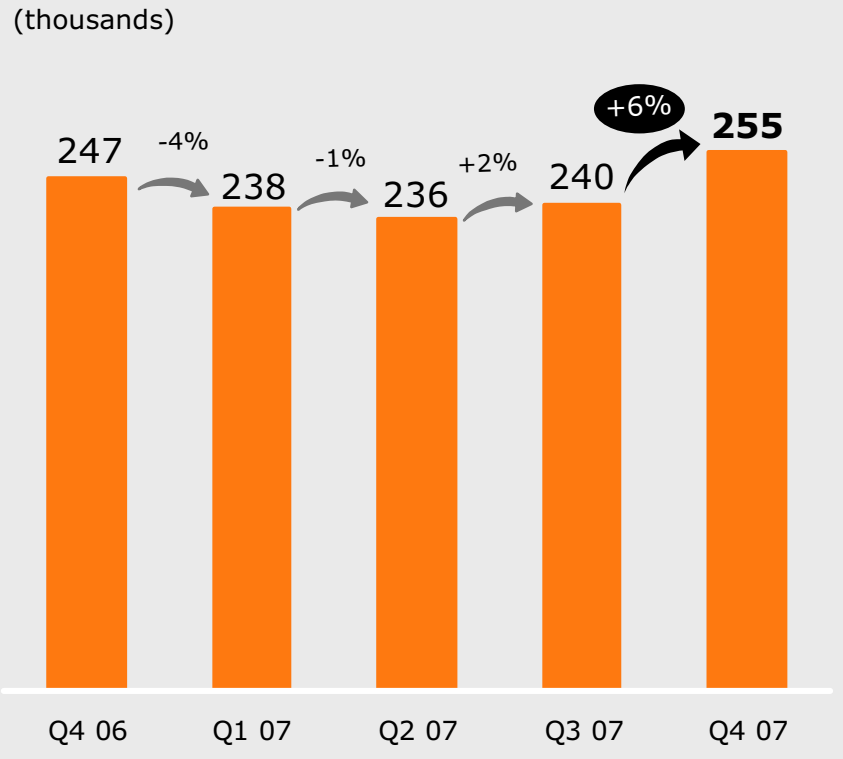


Voice revenues erosion has had limited impact, company's EBITDA is mainly driven by data.



Positive customer growth trend

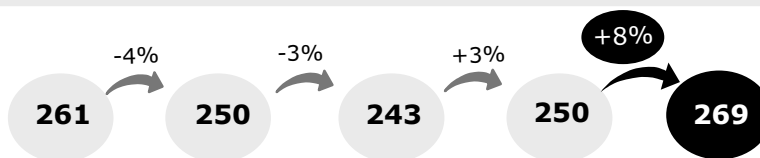
ADSL customer base (active)



Significant customer growth in the last quarter

**15.186 active customers/
18.775 contracted customers**

Contracted ('000s)

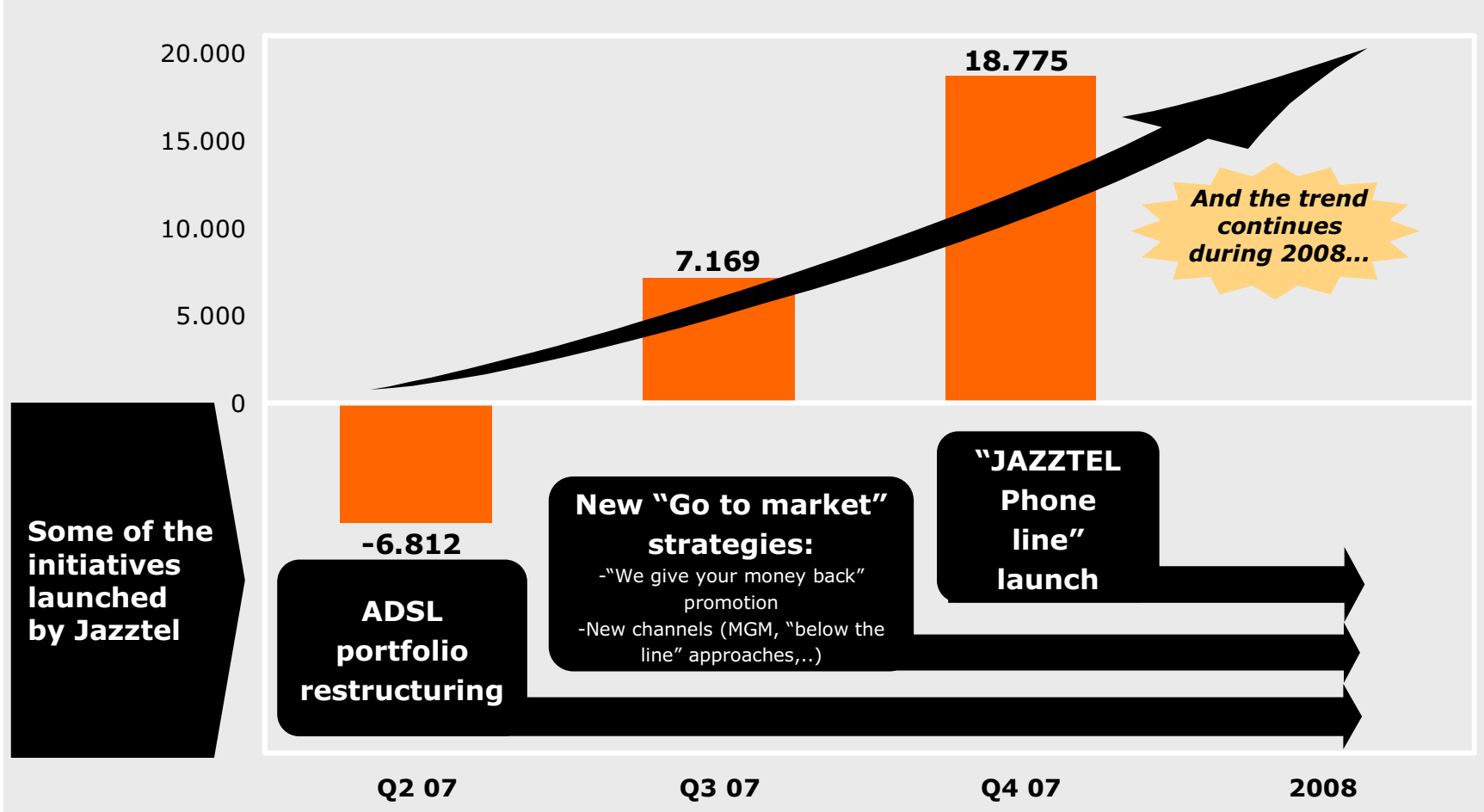


Month on month active and contracted customer base growth (6% and 8% respectively in Q4)



Positive customer growth trend

Contracted ADSL customer base growth (quarterly view)



Source: Jazztel internal data



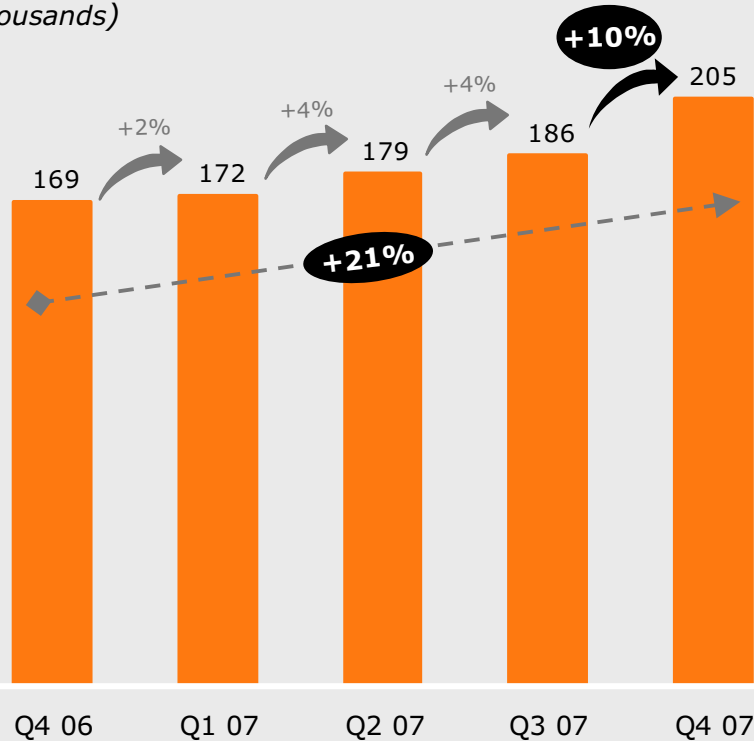
Marketing and "go to market" strategies accelerate customer growth into 2008.



Positive customer growth trend

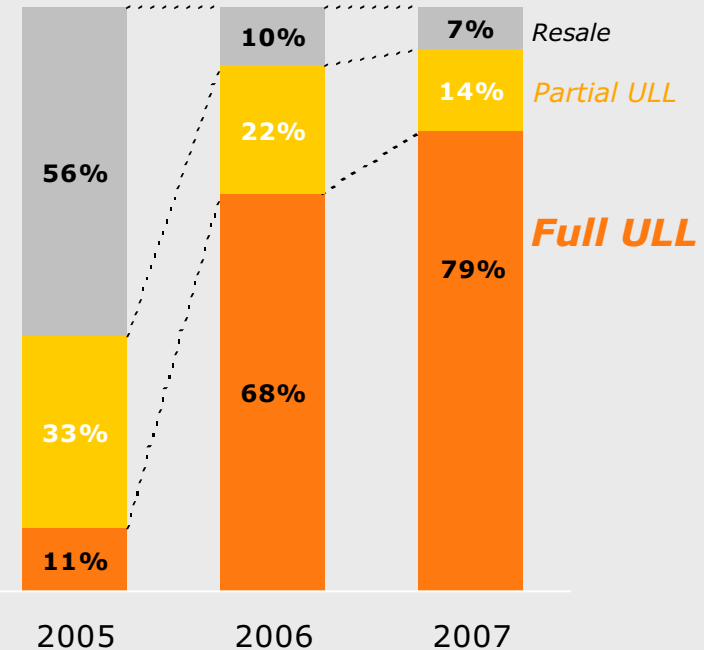
Full ULL active customer base ⁽¹⁾

(thousands)



ADSL customer base migration

% active clients



JAZZTEL focus on the Full ULL business model and strategy delivers: better revenue, better margin, reduced churn and incumbent independence.

(1) Jazztel includes here all its "single bill" customers, where the majority of them are FULL ULL. Since SEP 07 "FULL voice" customers are also included. "Full voice" EoP customer base: 1,428 for Q3 and 5,050 for Q4



Full ULL business model competitive advantage

JAZZTEL

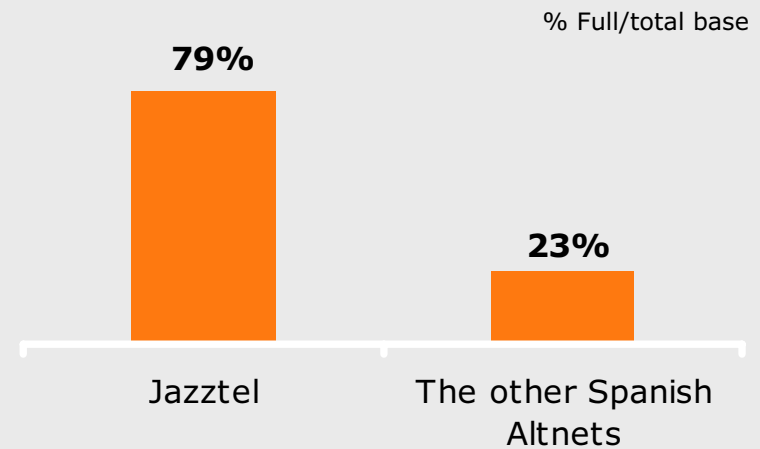
Full ULL vs other products ⁽¹⁾

	Margin (€)	Likelihood to leave	Customer Value
Full ULL	1	1	1
Partial ULL	3/4	X2	1/2
Resale	1/3	X3	~0

Full ULL is by far the most profitable product in the market..

Source: Jazztel internal data
(1) All values indexed to Full=1

% Full ULL customers



..and Jazztel is leading the Spanish market, with a 35% market share.

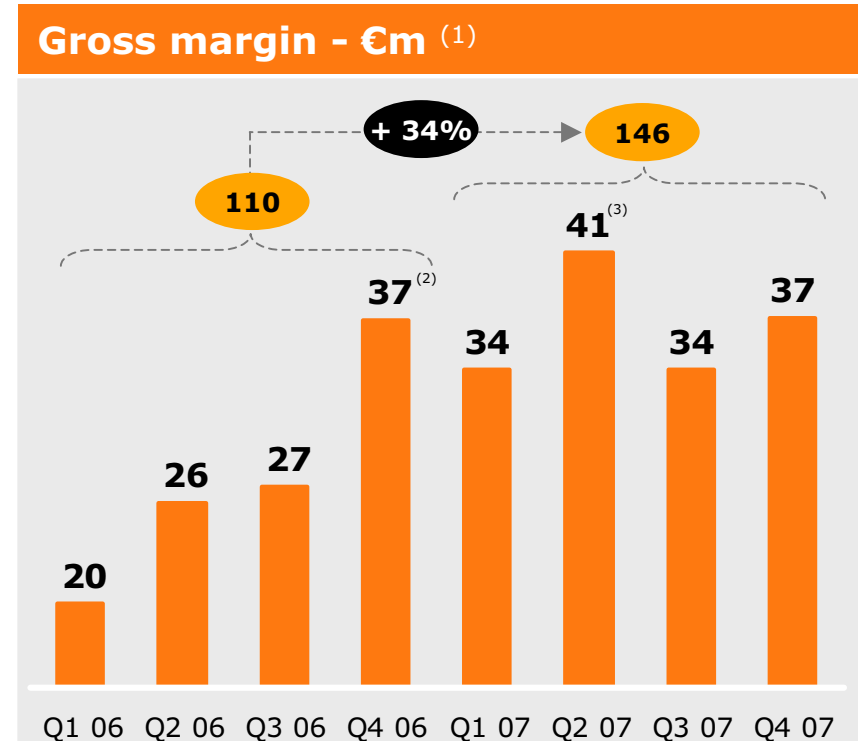
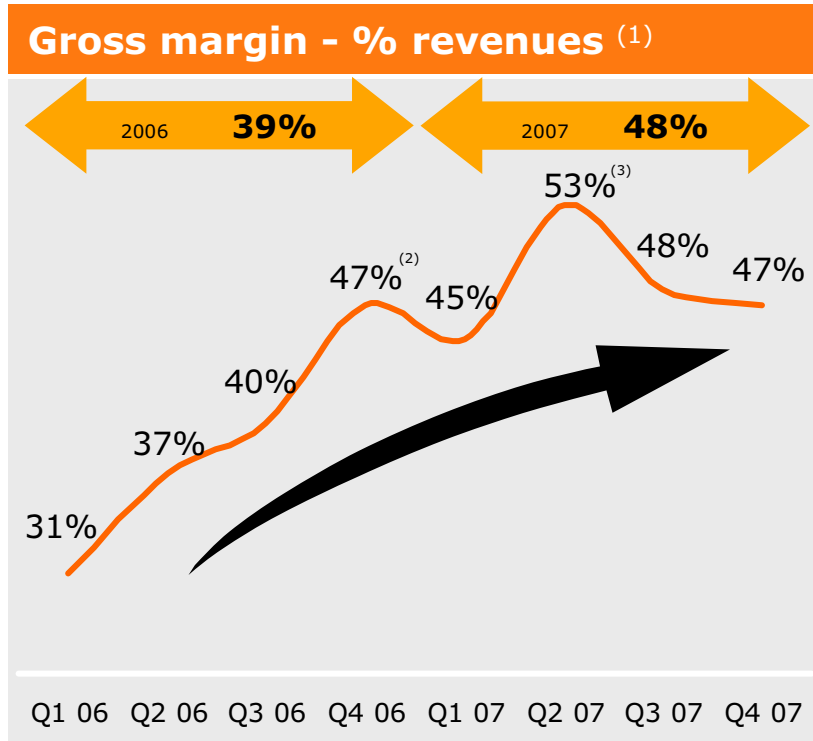
Source: CMT data, Dec 07



JAZZTEL leadership in ULL delivers better profitability (9 percentage points margin increase year on year)



Full ULL business model competitive advantage **JAZZTEL**

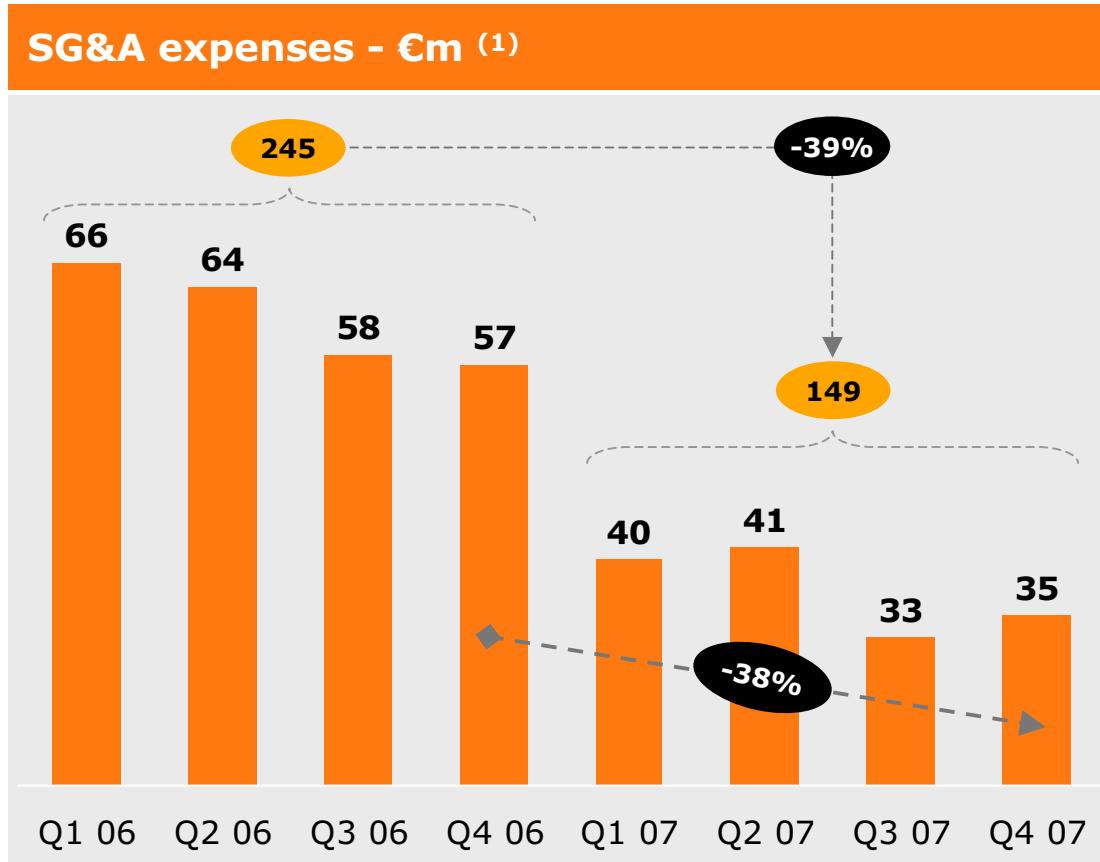


JAZZTEL 's 9% revenue growth results in 34% year to year margin increase.

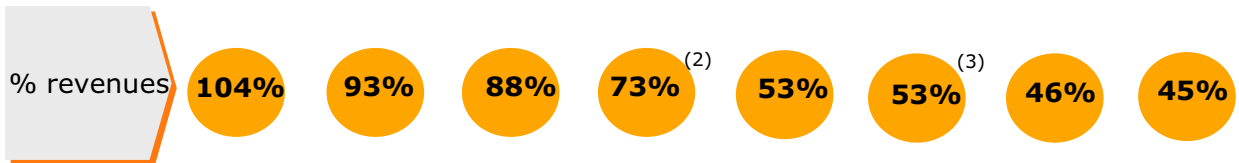
- (1) Proforma figures excluding CCS
- (2) Includes €6.6 million of extraordinary revenues
- (3) Includes €7.6 million of extraordinary revenues



Managed SG&A expenses



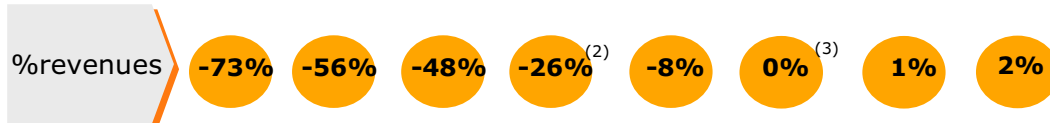
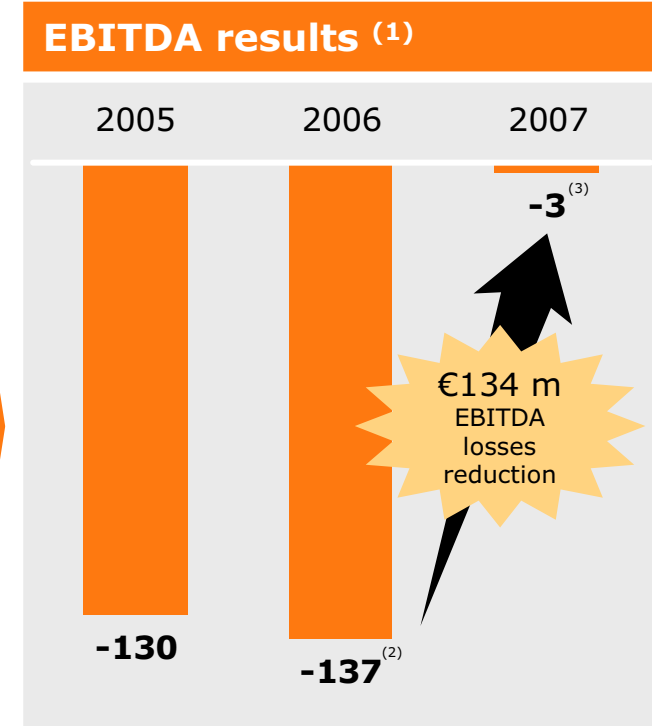
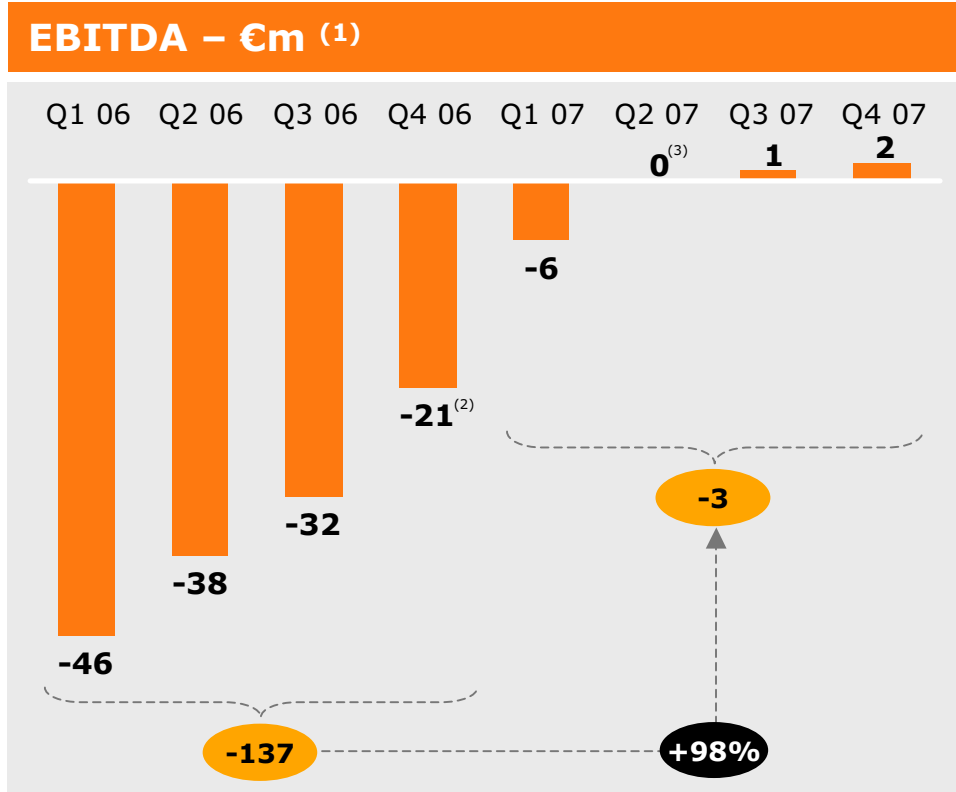
- Results**
- **Cost reduction measures were implemented at the end of 2006..**
 - **..consolidated in 2007**
 - **..achieved an agile and integrated structure**
 - **...whilst achieving customer growth**



(1) Proforma figures excluding CCS
 (2) Includes €6.6 million of extraordinary revenues
 (3) Includes €7.6 million of extraordinary revenues



JAZZTEL achieved positive EBITDA

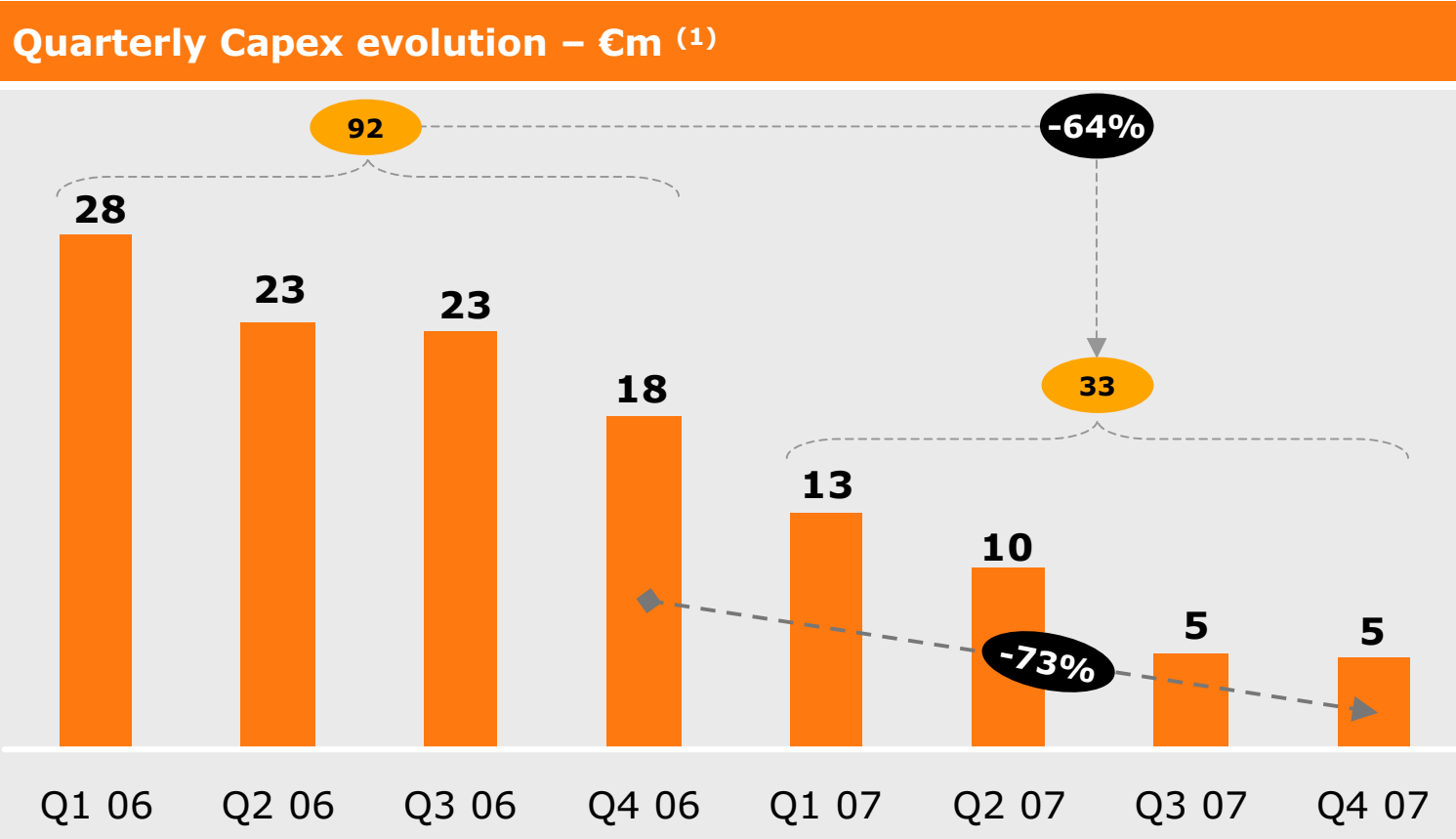


Strong cost reduction and gross margin improvement have eliminated EBITDA losses.

(1) Proforma figures excluding CCS
 (2) Includes €6.6 million of extraordinary revenues
 (3) Includes €7.6 million of extraordinary revenues



Continuous Capex reduction



(1) Proforma figures excluding CCS



JAZZTEL's network deployment is almost completed, reducing future investment needs, and mainly driven by new customers acquisition costs.



1

- **Maintain strategic focus:**

- **Customer growth**

- . Continue focus on unbundling product strategy
- . Exploit new channels to market

- **“Quality and Service” as the main company commitment to customers**

- **Completion of our fully convergence value proposition:**

- . Launch of MVNO services
- . Integration of all services under a single bill offer

2

- **Consolidation of positive EBITDA under an agile and integrated operation:**

- **Maintain current fixed costs run-rates**

- **Manage customer acquisition costs to ensure efficient growth**

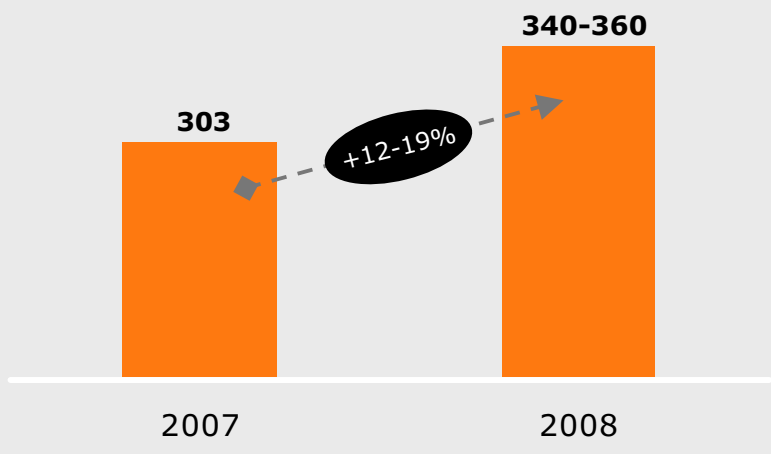


2008 Guidance

JAZZTEL

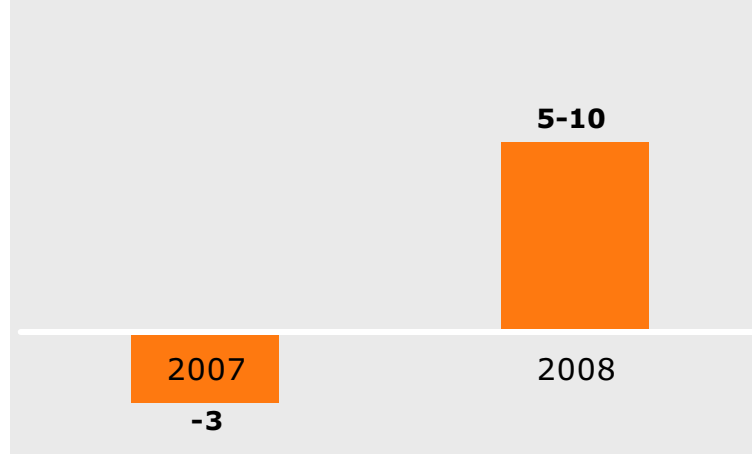
Revenues

€ m



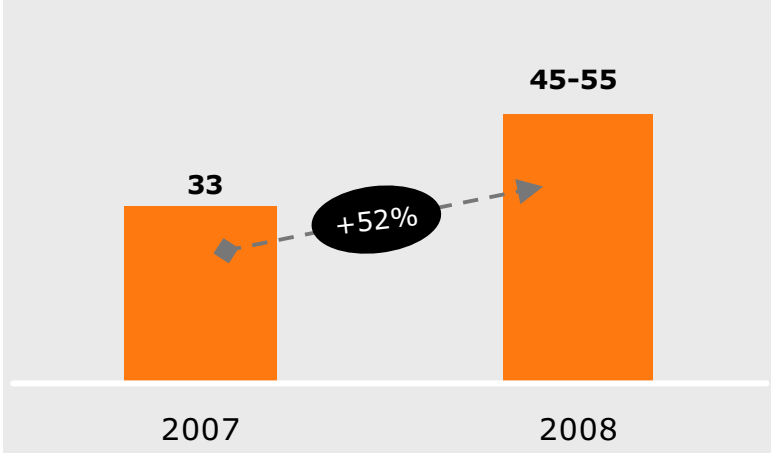
EBITDA

€ m



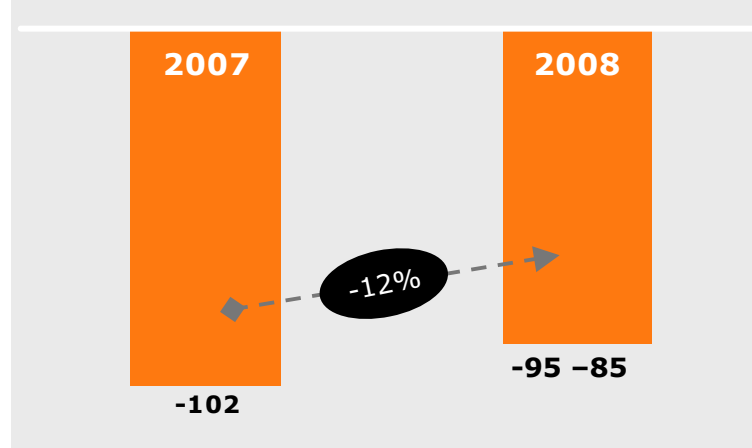
CAPEX

€ m



Net income

€ m

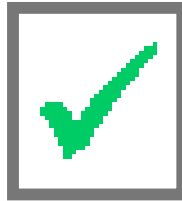




Conclusion: balanced score card

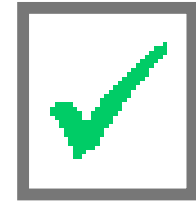
1

**Best in class
Network with
high coverage**



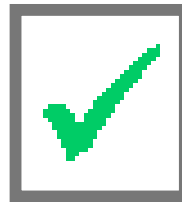
2

**Lean, agile,
and scalable
company**



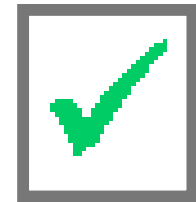
3

**Convergent top
quality product at a
very competitive
price**



4

**Our own quality
customer
service platform**



Jazztel set for growth, set for value creation...



JAZZTEL

Q&A

Eres rápido. Eres JAZZTEL



JAZZTEL

Thank you for your attention

Eres rápido. Eres **JAZZTEL**