



**RESULTADOS
NUEVE MESES 2008¹
(Enero – Septiembre)**

Madrid, 30 de Octubre de 2008

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 Cifras Nueve meses 2008 y 2007 no auditadas

1. Principales magnitudes y hechos destacados

De los resultados consolidados a 30 de septiembre, destacamos:

1. Los **ingresos totales netos de explotación** en el período alcanzan los 734,89 millones de Euros frente a los 770,95 del mismo período del año 2007, es decir una flexión del -4,7%. Esto se debe a la negativa evolución sufrida por el mercado publicitario desde el mes de mayo. Los “Ingresos Publicitarios Brutos de Televisión” suman 691,04 millones de Euros comparado con los 739,89 millones de Euros de 2007, mientras los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 12,64 millones de Euros, lo que representa un aumento significativo (respecto a 2007, +18,7%). Esto hace un “Total de ingresos brutos de Publicidad” de 703,68 millones de Euros, un 6,2% inferior al registro de 2007. Los “otros ingresos” ascienden a 64,09 millones de Euros, superando por un +20,8% los 53,03 millones obtenidos en el mismo período de 2007.
2. Con el 18,4% de **audiencia** media en los primeros nueve meses de 2008 en total individuos (total día), Telecinco se posiciona como primera cadena en audiencia con 1,7 puntos de diferencia sobre TVE-1 (16,7%). Antena 3 (16,0%) se coloca en la tercera posición del ranking, a 2,4 puntos de distancia. El liderazgo de Telecinco ha sido ininterrumpido entre los meses de Marzo 2006 y Julio 2008, ambos inclusive, y se ha vuelto a posicionar como primera opción del público español en el mes de Septiembre de 2008. En el mes de Agosto TVE-1 ha sido líder de audiencia gracias a la retransmisión de los Juegos Olímpicos de Pekín; hay que destacar que este mes es poco significativo desde el punto de vista del mercado publicitario.

La audiencia alcanzada por Telecinco en “*prime time*”² (total individuos) es del 20,3%, distanciándose de TVE-1, segunda del ranking en 4,6 puntos y dejando a Antena 3 en tercera posición, a 4,8 puntos de distancia. Los resultados obtenidos por Telecinco se asemejan al registro alcanzado en 2007 (20,5%).

Este dato adquiere mayor relevancia cuando tenemos en cuenta la fragmentación de la audiencia y el peso del “prime time” en los ingresos publicitarios totales. Asimismo, Telecinco se consolida como el líder en los segmentos más atractivos para los anunciantes, alcanzando en 2008 su 10º año de liderazgo sin interrupciones, hasta sumar 117 meses consecutivos y consiguiendo una audiencia total individuos en “target comercial”³ del 20,1% en total día y del 22,0% en prime time y distanciándose 6,3 y 9,3 puntos de Antena 3 y Televisión Española, respectivamente.

La **parrilla de programación** continúa demostrando su fortaleza relativa en las diferentes franjas horarias, especialmente en Prime Time, siendo líderes en la práctica totalidad de ellas; Destacando las audiencias⁴ de los programas: “Yo Soy Bea” (23,4%); “Aída” (31,0%); la serie “Sin tetas no hay paraíso”(22,9%); “CSI Las Vegas” (25,4%), las Galas de “Operación Triunfo” (26,8%), las Galas de “Supervivientes” (27,0%), “Camera Café” (19,8%) y “Escenas de Matrimonio” (20,1%).

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 período enero-septiembre.

Telecinco es la primera cadena de televisión en Europa en emitir la décima edición de Gran Hermano consiguiendo destacados niveles de audiencia. El resumen diario del programa consigue una audiencia media del 21,6% mientras que las galas un notable 27,7%.

Los programas deportivos televisados por Telecinco han conseguido resultados de audiencia notables: las retransmisiones de los Grandes Premios de Formula1 con un share de 41,7%, la Copa del Rey con un 37,9% y los partidos de Liga Española de Fútbol con un 29,1%.

3. En los primeros nueve meses, el Grupo Telecinco incrementa los **costes operativos totales** un 0,3% registrando por este concepto 410,60 millones de Euros frente a los 409,40 de 2007. Este insignificante incremento se debe principalmente, como ya se había mencionado al cierre del primer semestre de 2008, a la reversión de una provisión específica, relativa a derechos de autor, en función de los acuerdos alcanzados con la entidad demandante. En términos de porcentaje, Telecinco mantiene sus márgenes operativos sobre ingresos netos, a pesar de la caída del mercado publicitario, con un registro cercano al mismo período del año 2007. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado**⁵ alcanza el 44,8% (47,5% en 2007) y el margen de **EBIT** 44,1% (46,9% en 2007). Todo esto, confirma a Telecinco como una de las compañías de televisión más rentables en Europa.

En el contexto de debilidad del mercado en que nos encontramos y que muy probablemente no revertirá en los próximos meses, la solidez de los márgenes operativos y el estricto control de los costes son dos elementos de la mayor importancia para asegurar el desarrollo del negocio a través de un entorno económico en crisis y en este sentido Telecinco cuenta con una posición de privilegio debido a su tradicional manejo y control de los costes y a la singular robustez de sus márgenes.

4. El **resultado neto** alcanza los 228,38 millones de Euros en el período frente a los 262,82 en 2007; el margen de beneficio neto sobre ingresos totales llega al 31,1%. A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto, neto de impuestos, de las amortizaciones de intangibles, resultado de la asignación del fondo de comercio derivado de la adquisición de Endemol ("Purchase Price Allocation" o PPA) y que se recoge dentro del resultado de sociedades participadas, el resultado neto ajustado mejoraría en 14,00 millones de Euros alcanzando los 242,38 millones de Euros; un resultado solamente un 7,8% inferior respecto al mismo período de 2007; con un margen sobre ingresos netos del 33,0% respecto al 34,1% de 2007.
5. El **flujo libre de caja**, alcanza 283,65 millones de Euros con una reducción de 82,86 millones de Euros respecto al año anterior, debido fundamentalmente a la mayor aportación en el ejercicio de la actividad de co-producción de cine español derivados de la obligación de invertir el 5% de los ingresos publicitarios, y un mayor peso de los costes directos, frente a las amortizaciones de derechos en el período así como a menores cobros de clientes como resultado de un mercado de publicidad en retroceso desde hace algunos meses.

⁵ (EBITDA después de consumo de derechos)



6. La **posición financiera neta** a 30 de septiembre de 2008 se sitúa en -51,13 millones de Euros, después de la distribución de dividendo con cargo a los resultados del año 2007, que ascendió a 317,56 millones de euros. El dividendo ha representado un importe de 1,30 Euros por acción en circulación y un pay-out del 90% y se pagó con fecha 7 de mayo 2008. Asimismo, se incluye la inversión de 21,5 millones de Euros en la cadena de televisión hispanohablante de Estados Unidos “CaribeVision”, realizada en el primer trimestre 2008.

2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	9M08	9M07	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	734,89	770,95	(4,7%)
Consumo de derechos	(104,07)	(115,85)	(10,2%)
Costes de personal	(63,28)	(59,64)	6,1%
Otros costes operativos	(238,11)	(229,31)	3,8%
EBITDA ajustado	329,43	366,16	(10,0%)
Otras amortizaciones, provisiones	(5,14)	(4,61)	11,6%
EBIT	324,29	361,55	(10,3%)
Resultado de participadas	(29,96)	2,56	ND
Resultado Financiero	(1,94)	6,86	ND
Beneficio antes de impuestos	292,39	370,97	(21,2%)
Impuesto de Sociedades	(73,27)	(108,74)	(32,6%)
Minoritarios	9,25	0,59	ND
Beneficio Neto	228,38	262,82	(13,1%)
Beneficio Neto Ajustado	242,38	262,82	(7,8%)

Como se ha explicado anteriormente, en condiciones homogéneas a las del resultado neto del mismo período de 2007, se presenta el Beneficio Neto Ajustado que asciende a 242,38 millones de Euros (-7,8% respecto al resultado del mismo período de 2007). La diferencia de 14,00 millones de Euros se debe íntegramente al impacto (al neto de los impuestos) de la mayor amortización de intangibles en Endemol, producto de la diferencia entre el precio pagado y el valor neto contable del Grupo a la fecha de adquisición, lo que se conoce como "Purchase Price Allocation" (PPA) que impacta en el resultado neto de Endemol, que el Grupo recoge dentro del epígrafe "Resultado de Participadas". Se trata, por lo tanto, de un resultado de naturaleza contable que no afecta ni al valor ni al "Cash Flow" del Grupo Endemol, que se mantiene sólido en lo que respecta a sus resultados operativos.

2.1. Ingresos

Tabla 2: Ingresos

	9M08	9M07	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	703,68	750,54	(6,2%)
- <i>Televisión</i>	691,04	739,89	(6,6%)
- <i>Otros</i>	12,64	10,65	18,7%
Descuentos	(32,87)	(32,62)	0,8%
Ingresos netos de publicidad	670,80	717,92	(6,6%)
Otros ingresos	64,09	53,03	20,8%
TOTAL INGRESOS NETOS	734,89	770,95	(4,7%)

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes a los primeros nueve meses de 2008 han alcanzado 703,68 millones de Euros, un 6,2% inferior a los 750,54 millones de Euros registrados en 2007.

Los **ingresos brutos de publicidad de Televisión** se sitúan en 691,04 millones de Euros respecto a los 739,89 millones del 2007 con una flexión del 6,6%.

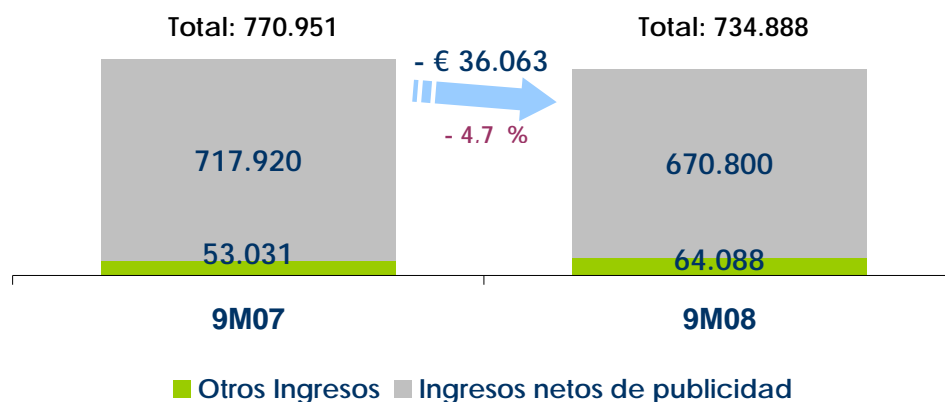
Los **ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 12,64 millones de Euros, incrementándose un 18,7% respecto al 2007. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como Internet, canales temáticos, canales digitales y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad**, después de comisiones y descuentos alcanzan los 670,80 millones de Euros, un 6,6% inferiores a los 717,92 millones de Euros en 2007.

“**Otros ingresos**” incluyen una amplia variedad de los mismos, principalmente la venta de derechos de co-producción cinematográfica así como los ingresos por merchandising, SMS y de servicios de audio texto. Dichos ingresos se sitúan en 64,09 millones de Euros, siendo un 20,8% superiores a la cifra registrada en 2007.

Finalmente, los **ingresos netos totales** suman 734,89 millones de Euros, contenidamente por debajo (-4,7%) del dato del año anterior (770,95 millones de Euros).

Total Ingresos Netos, Publicitarios y Otros Ingresos, en miles de €



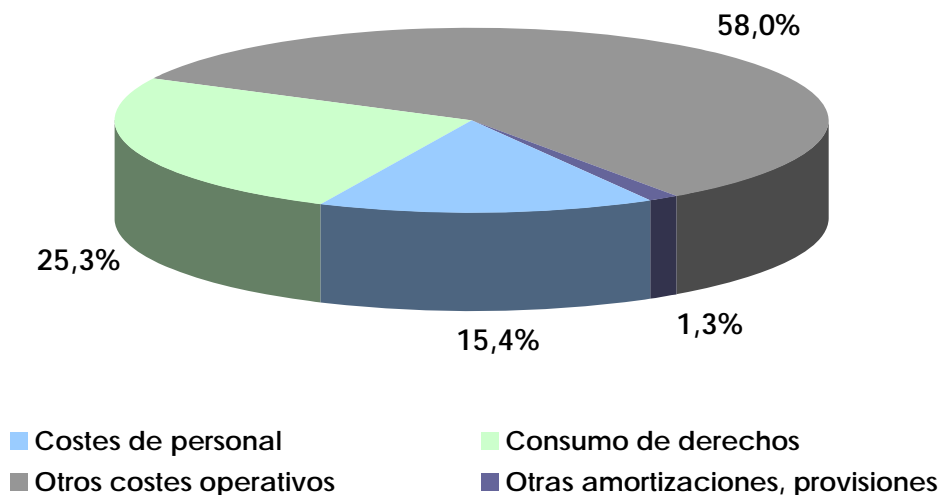
2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, ascienden a 410,60 millones de Euros, lo que representa un incremento de 0,3% en los primeros nueve meses de 2008 respecto a 2007; lo que se debe principalmente, a la reversión de una provisión específica de naturaleza legal, y a un coste de parrilla bastante contenido. Si aislamos el impacto excepcional de la reversión de dicha provisión, los costes se habrían incrementado un 1,7%.

Tabla 3: Costes operativos

<i>Millones de €</i>	9M08	9M07	Variación %
Costes de personal	63,28	59,64	6,1%
Consumo de derechos	104,07	115,85	(10,2%)
Otros costes operativos	238,11	229,31	3,8%
Otras amortizaciones, provisiones	5,14	4,61	11,6%
TOTAL COSTES	410,60	409,40	0,3%

Estructura de Costes Operativos



La producción propia continúa dominando la parrilla, en términos de horas de emisión, frente a los derechos de terceros. En los primeros nueve meses de 2008, el 85,6% de la programación corresponde a producción propia y el 14,4% a programación de derechos de terceros (contra el 83,3% y el 16,7% respectivamente en el mismo período de 2007).

2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**⁶, alcanzó 329,43 millones de Euros con una caída del -10,0% (36,73 millones de Euros) respecto a 2007.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 324,29 millones de Euros, con una reducción de 10,3% comparado con el año anterior.

Es pertinente resaltar cómo los márgenes más significativos de la compañía se mantienen estables, a pesar del contexto del mercado, que viene marcado por el deterioro desde el mes de mayo, con una mayor flexión a partir del mes de Septiembre. El margen de **EBITDA** sobre ingresos en los primeros nueve meses de 2008 se sitúa en un notable 44,8% muy cerca del dato anotado en el mismo período de 2007 y el margen de **EBIT** en un 44,1%.

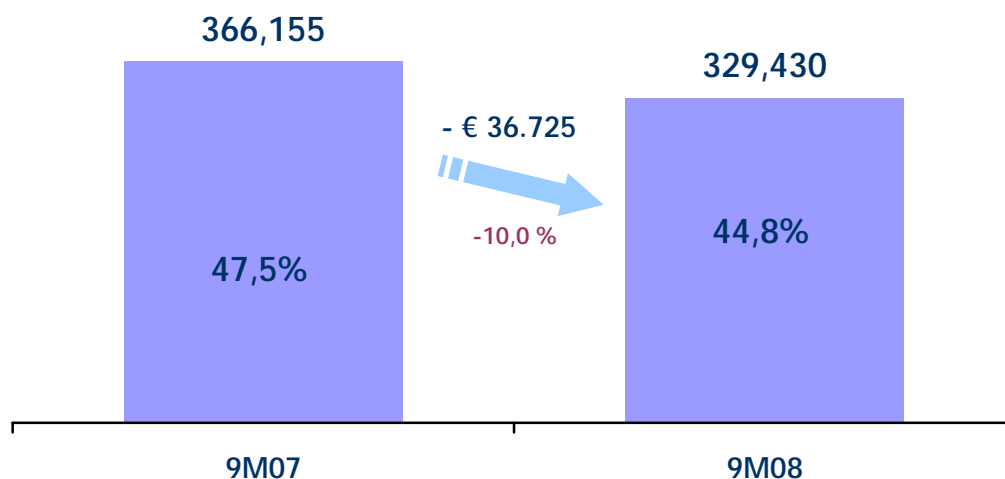
⁶ (EBITDA después de consumo de derechos)
www.inversores.telecinco.es

Tabla 4: Márgenes

	9M08	9M07	Variación %
<i>Millones de €</i>			
Total ingresos netos	734,89	770,95	(4,7%)
EBITDA ajustado	329,43	366,16	(10,0%)
EBIT	324,29	361,55	(10,3%)
Beneficio Neto	228,38	262,82	(13,1%)
Beneficio Neto Ajustado	242,38	262,82	(7,8%)
EBITDA aj./ Total ingresos netos	44,8%	47,5%	
EBIT/ Total ingresos netos	44,1%	46,9%	
Beneficio Neto / Total ingresos netos	31,1%	34,1%	
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	33,0%	34,1%	

A pesar de la caída de los ingresos netos en el período, se han podido, no obstante, mantener los márgenes operativos (**EBITDA y EBIT**) en términos porcentuales por encima del 40%, lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio, en cuanto a la capacidad de sostenimiento de márgenes en circunstancias de mercado en claro deterioro.

EBITDA ajustado (miles €)
EBITDA/Total Ingresos Netos (%)



2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de -1,94 millones de Euros, frente a los 6,86 millones de Euros en el 2007; dicha reducción se explica fundamentalmente por la aplicación del exceso de Tesorería a la inversión realizada en el tercer trimestre de 2007 para la adquisición de la participación en Endemol por parte del Grupo.

Por otro lado, se ha registrado un resultado negativo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁷ de 29,96 millones de Euros. Este importe se explica fundamentalmente por el impacto de la parte proporcional de la pérdida contable de Edam, la sociedad “holding” del Grupo Endemol. Esta pérdida, a su vez y como se ha explicado anteriormente, se debe mayoritariamente al impacto de la amortización de intangibles a los que se asigna una parte importante del fondo de comercio que se origina en la operación. Es decir, se trata de un resultado de naturaleza contable que no afecta ni al valor ni al “cash flow” del Grupo Endemol.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos** correspondiente a los primeros nueve meses de 2008 alcanza los 292,39 millones de Euros frente a los 370,97 millones de Euros en 2007, lo que representa una reducción de 78,58 millones de Euros (-21,2%) respecto al año 2007 producto básicamente de la mencionada flexión del mercado publicitario y del impacto contable de la participación en el Grupo Endemol.

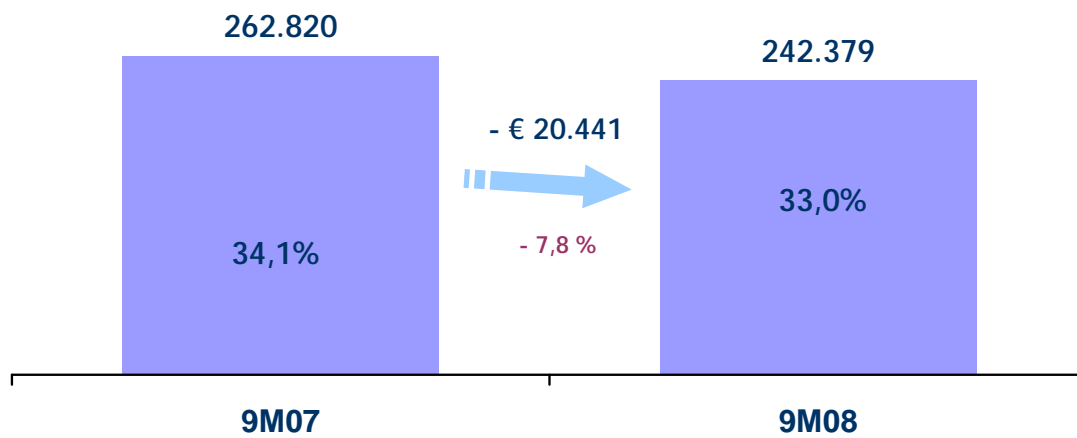
Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades en 73,27 millones de Euros (frente a 108,74 millones de Euros en 2007) calculado sobre la base del tipo oficial vigente, el **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 228,38 millones de Euros. Esto supone un decremento de 34,44 millones de Euros frente al año anterior (-13,1%).

En condiciones homogéneas a las de 2007 el Resultado Neto Ajustado, excluyendo el impacto del anteriormente mencionado (14,00 millones de Euros) del PPA de Endemol, habría ascendido a 242,38 millones de Euros en el período, lo que implica una reducción de solo un 7,8% respecto al mismo período del año anterior. Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 33,0% (34,1% en 2007) lo que da idea de la capacidad de resistencia y reacción del modelo de negocio de Telecinco a las circunstancias adversas del mercado.

⁷ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Pegaso Television Inc. (35%), Aprox Imagen S.L. (40% participación indirecta) y Publici Television S.A. (50% participación indirecta), Producciones Mandarina S.L. (30% participación indirecta), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación indirecta), Edam Acquisition Holding Coöp (33% participación indirecta).



Beneficio Neto Ajustado (miles €)
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos Netos (%)



3. Generación de Cash Flow

El **flujo libre de caja operativo** asciende, en los primeros nueve meses de 2008, a 283,65 millones de Euros, respecto a los 366,51 millones del año anterior. La diferencia de 82,86 millones de Euros se explica fundamentalmente por una mayor inversión en derechos (en su mayoría en co-producción cinematográfica) y a una menor amortización de derechos en el período; así como a unos menores cobros de clientes producto de un mercado de publicidad a la baja desde hace varios meses.

Tabla 5: Cash Flow

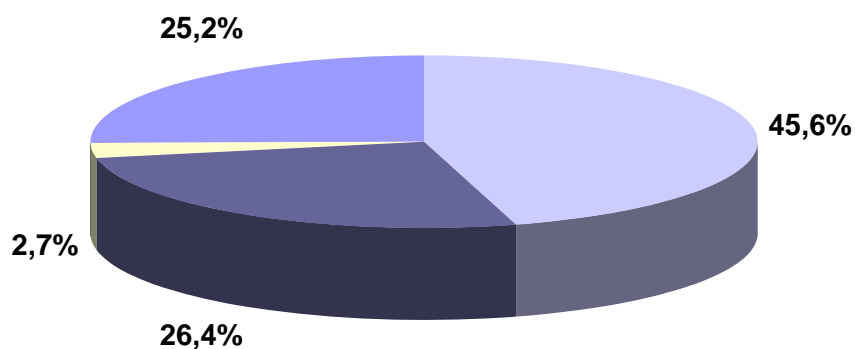
<i>Millones de €</i>	<i>9M08</i>	<i>9M07</i>	<i>Variación en € millones</i>
Beneficio Neto	228,38	262,82	(34,44)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	108,48	119,31	(10,83)
- Consumo Derechos	104,07	115,85	(11,78)
- Amortizaciones	4,41	3,46	0,95
Provisiones	0,73	1,15	(0,42)
Otros	17,37	19,01	(1,64)
CASH FLOW OPERATIVO	354,96	402,29	(47,33)
Inversión en Derechos	(155,37)	(128,90)	(26,47)
Inversiones, otras	(4,36)	(3,75)	(0,61)
Variación Fondo de Maniobra	88,42	96,87	(8,45)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	283,65	366,51	(82,86)
Movimientos Patrimonio	(8,58)	26,58	(35,16)
Inversiones financieras	(23,43)	(464,48)	441,05
Dividendos cobrados	1,64	1,21	0,43
Pago de Dividendos	(317,56)	(314,25)	(3,31)
Variación Neta de Tesorería	(64,28)	(384,43)	320,15
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	13,15	396,14	(382,99)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	(51,13)	11,71	(62,84)

El “cash flow” patrimonial incluye el pago de 317,56 millones de Euros en dividendo efectuado a principio de mayo así como la Inversión Financiera en CaribeVision por un importe global de € 21,5 millones.



En los primeros nueve meses 2008, la **inversión neta total** alcanzó los 159,73 millones de Euros. El incremento ha sido de 27,08 millones de Euros, frente al mismo período del año anterior, principalmente por mayor inversión en co-producciones (+25,17 millones de Euros) y en series de ficción nacional (+7,58 millones de Euros); viéndose compensado, de manera coherente con la estrategia de negocio de la cadena, por una caída de la inversión en producción ajena (-6,27 millones de Euros), como se puede observar en el cuadro y explicación siguientes:

**Inversión Neta 9M08:
159,73 millones €**



- Derechos TV Ficción
- Derechos TV No Ficción
- Inversión Activo Fijo
- Coproducción

4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

<i>Millones de €</i>	<i>Septiembre 2008</i>	<i>Diciembre 2007</i>
Inmovilizado	521,65	532,80
- Inm. Financiero	464,35	472,25
- Otro Inmovilizado	57,30	60,55
Derechos y Anticipos	236,27	186,12
- Terceros	116,29	104,67
- Ficción	33,25	29,34
- Coproducción / Distribución	86,74	52,11
Impuesto Anticipado	16,17	19,56
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	774,09	738,48
Activo corriente	175,35	269,14
Activo financiero y tesorería	10,67	74,84
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	186,01	343,98
TOTAL ACTIVO	960,10	1.082,46
Fondos Propios	564,72	662,49
Provisiones	73,42	90,09
Acreedores no corrientes	1,00	0,68
Pasivo financiero no corriente	60,70	60,59
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	135,11	151,37
Acreedores corrientes	259,16	267,51
Pasivo financiero corrientes	1,10	1,10
TOTAL PASIVO CORRIENTE	260,26	268,61
TOTAL PASIVO	960,10	1.082,46

La evolución de la **librería** está en línea con la estrategia de negocio y la política de inversión de la compañía. Esta muestra un nivel estable de los derechos de ficción española (producción propia) y un incremento en los derechos de co-producción que se originan en la obligación de invertir en cine español y europeo cuyos desembolsos presentan un alto perfil de volatilidad, así como un incremento de los derechos de televisión de producción ajena, principalmente debido al “timing” de activación de estos derechos.

El **total activo corriente** se reduce principalmente por una menor posición de tesorería resultado de la reciente distribución de dividendo y de un menor saldo de clientes producto de una menor facturación.

El **pasivo corriente** se reduce ligeramente en septiembre debido principalmente a un menor peso de las provisiones por impuesto de sociedades respecto a diciembre, en consonancia con un menor resultado.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, al finalizar el mes de septiembre de 2008, la cifra de -51,13 millones de Euros después de haber distribuido 317,56 millones de Euros en concepto de dividendo y de la adquisición de la participación en CaribeVision antes mencionada.

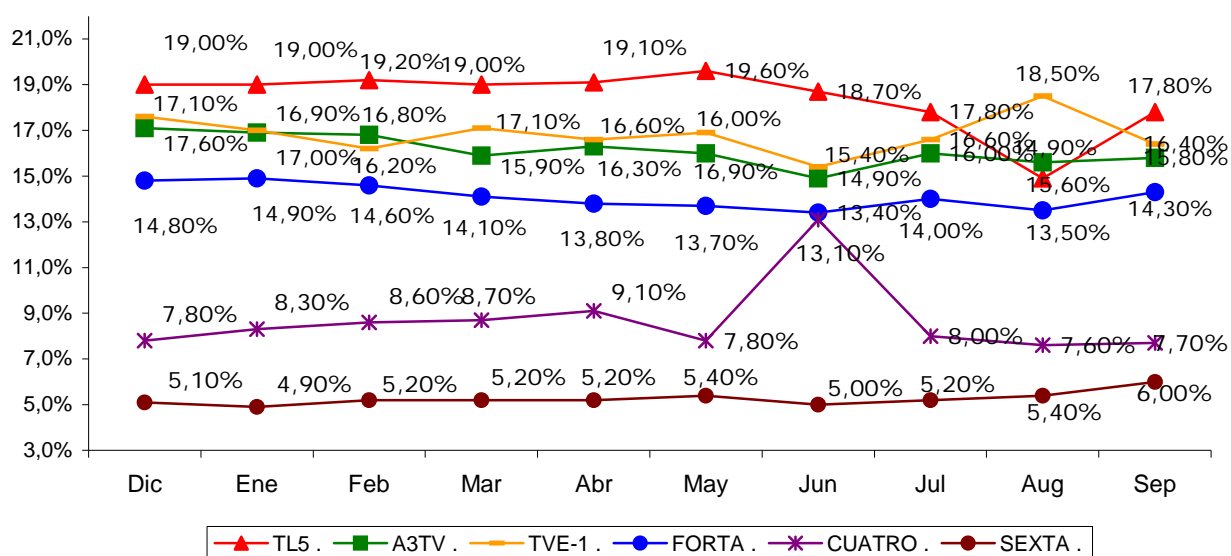
5. Evolución de la audiencia

Tabla 7: Audiencia media período Enero-Septiembre

	2008	2007
Total Individuos		
Total Día	18,4%	20,3%
PRIME TIME	20,3%	20,5%
DAY TIME	17,6%	20,3%
Target Comercial		
Total Día	20,1%	22,6%
PRIME TIME	22,0%	23,1%
DAY TIME	19,1%	22,3%

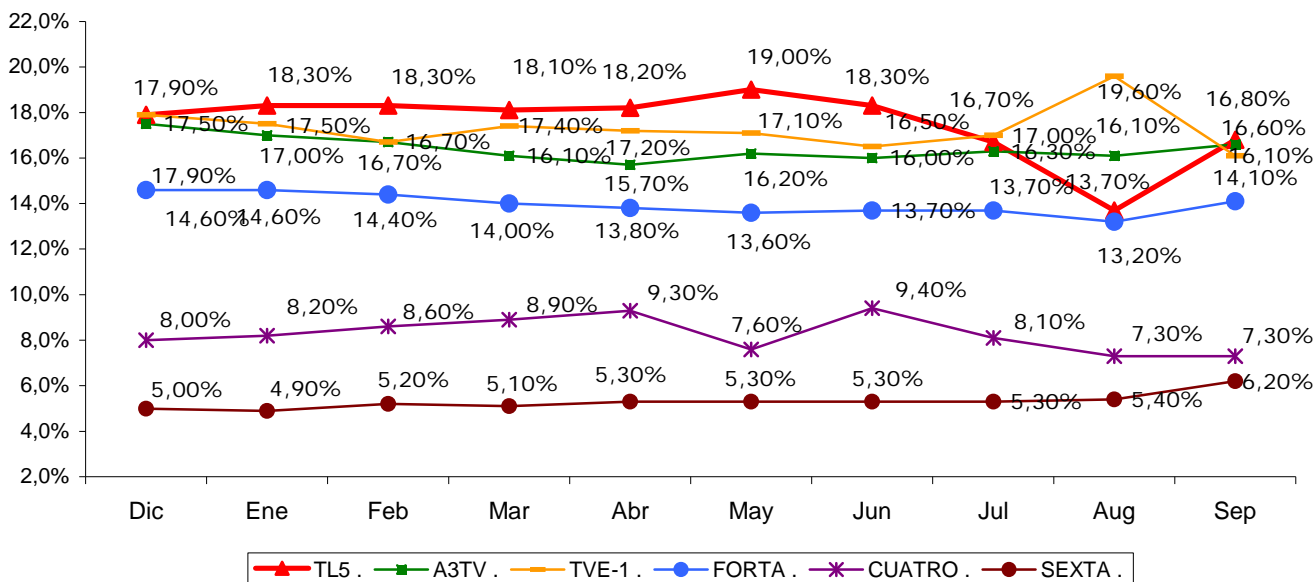
Telecinco ha cerrado los primeros nueve meses de 2008 liderando la audiencia total individuos con 18,4% de “share”, manteniendo una ventaja significativa respecto a TVE (16,7%) y a Antena 3TV (16,0%). Telecinco ha conseguido el liderazgo y mantiene el diferencial con los principales competidores. Destaca el resultado de Televisión Española en Agosto gracias a la retransmisión de los Juegos Olímpicos de Pekín, una vez acabado el evento las audiencias han vuelto a estabilizarse y Telecinco vuelve a ser líder tanto en 24 horas como en Day time.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



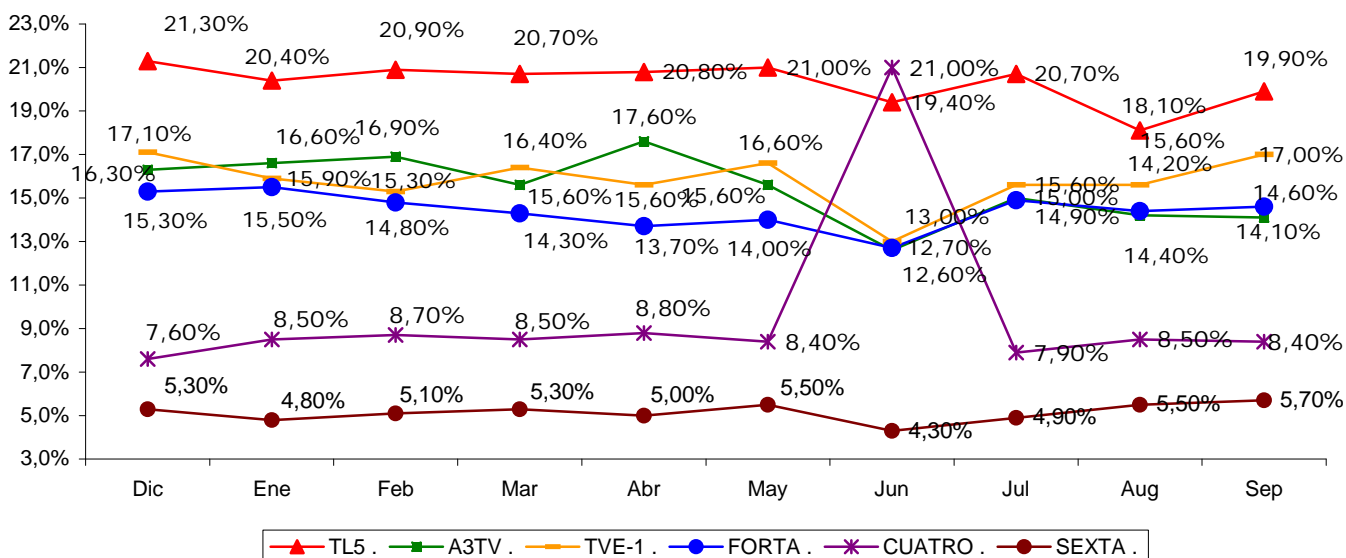
Con respecto a la cuota de audiencia en "day time", total individuos, Telecinco ha ido estabilizando su liderazgo en torno al 18% desde inicios de 2008 y cierra el período con una media de audiencia de 17,6%, conservando la posición competitiva frente a las demás cadenas.

Audiencias, Day Time, Total Individuos en %



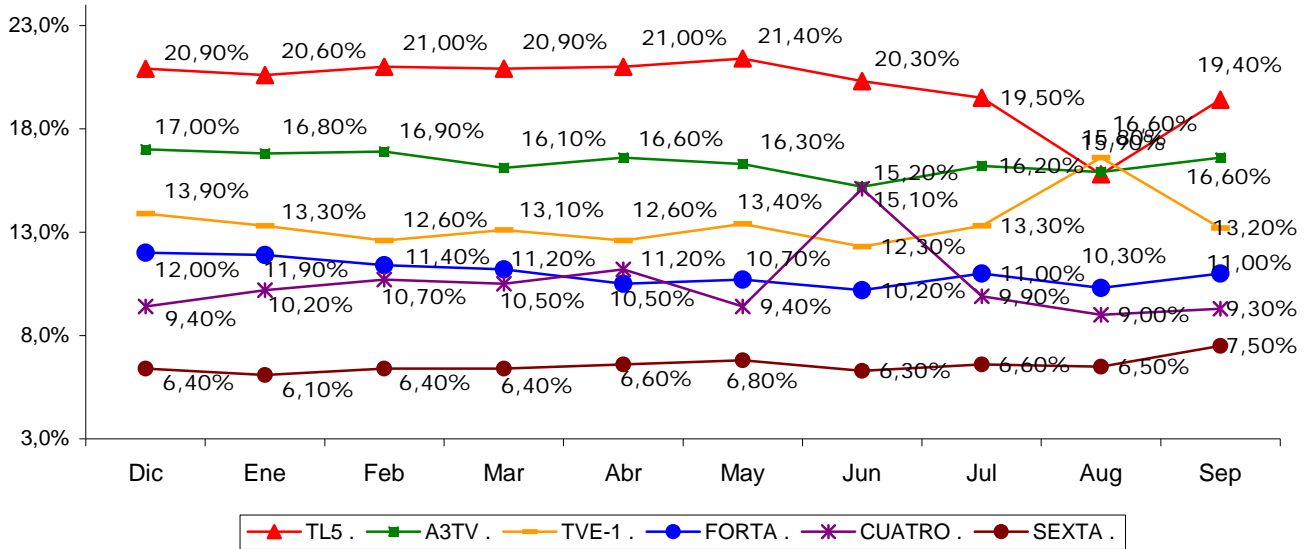
Telecinco continúa liderando en prime time (de total individuos) a gran distancia respecto de sus competidores y manteniendo los registros del mismo período de 2007, siendo la única cadena que supera una cuota de 20%. En la media de los primeros nueve meses del año 2008, el diferencial con su inmediato competidor se amplió a 4,6 puntos. Destaca el resultado de Cuatro en el mes de junio en el que la cadena ha emitido los partidos de la competición continental entre naciones EURO2008 que ha visto la victoria de España.

Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %

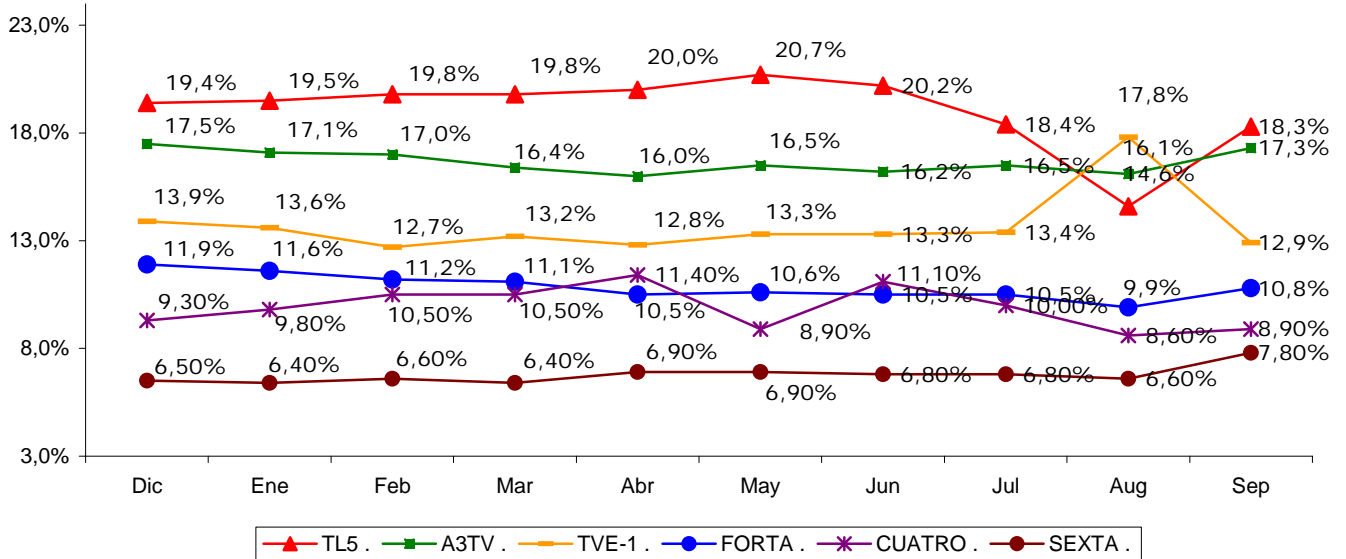


En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time y day time, Telecinco mantiene su sólido liderazgo, reforzado con las audiencias conseguidas desde el inicio del año 2008.

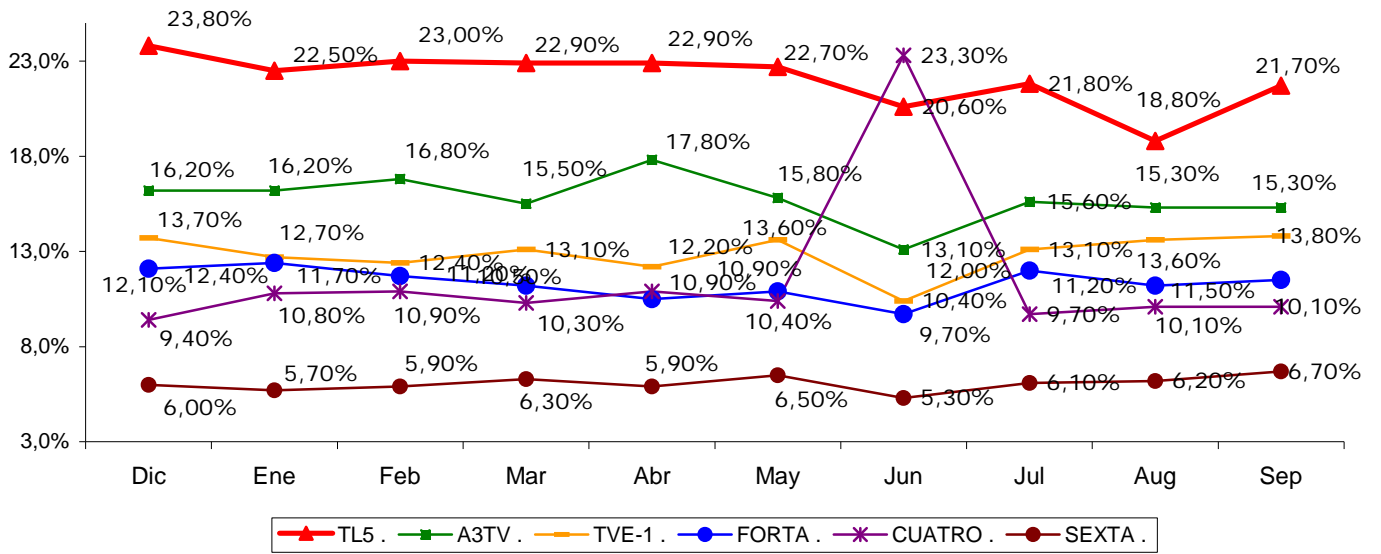
Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en %



Audiencias, Day Time, Target Comercial en %



Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %





TELECINCO

THIRD QUARTER RESULTS 2008 (January – September)¹

Madrid – October 30th, 2008

CONTENTS:

1. Financial and operating highlights
2. Profit and loss account
3. Cash flow generation
4. Summary balance sheet
5. Audience share performance

¹ 2007 and 2008 accounts not audited

1. Financial and operating highlights

Consolidated financial highlights for the year until September 30th 2008, include:

1. **Total Net Revenues** have reached €734.89 million whereas in the same period last year they were €770.95 million, this result (-4.7%) has been driven by the evolution of the advertising market since last May. The “Gross Advertising Revenues of Television” in this period amount to €691.04 million compared to the €739.89 million that were reached last year, while the “Advertising Revenues of Other Media” reached €12.64 million with an important increase (+18.7%) compared to last year; the “Total gross advertising revenues” amount to €703.68 million, this is down 6.2% versus 2007. Finally, the “Other Revenues” amount to €64.09 million with a “remarkable” increase of +20.8% versus last year (€53.03million).
2. The 18.4% average **audience share** in the first nine months of 2008, total-individuals (total day), confirms Telecinco as the leading television network ahead of TVE-1 (16.7%) by 1.7pp.; Antena 3 (16.0%) is ranked in third position, 2.4pp from Telecinco. Telecinco’s leadership has been undisputed between March 2006 and July 2008; during the month of September Telecinco returned to leadership, being confirmed as the first choice of the Spanish viewers. During the month of August 2008 TVE-1 was leader due to them broadcasting the Olympic Games. It is nonetheless important to emphasize that from an advertising point of view, August is never a significant month.

With regards to total-individuals Telecinco reaches a remarkable prime time² audience share of 20.3% distancing themselves from TVE-1 by 4.6pp and leaving Antena 3 in third position at a distance of 4.8pps. Telecinco’s figures are very close to last year’s results (20.5%). Considering the fragmentation of audiences and the weight of “Prime Time” in the total advertising revenues the number is of great relevance. Telecinco achieved a total individual audience in “commercial target³” of 20.1% for the total day and 22.0% in Prime Time, at a distance of 6.3pp and 9.3pp respectively from Antena 3 and TVE-1. Telecinco consolidated its leadership across all segments of audience share, month by month since 1998 amounting to 117 consecutive months.

Telecinco's **programming** continued to demonstrate its strength across all slots, especially in Prime Time. Notable audience share⁴ was obtained for the programs “Yo Soy Bea” (23.4%), “Aída” (31.0%) and the fiction “Sin tetas no hay paraíso” (22.9%). As well as the American series “CSI Las Vegas” (25.4%), the music reality show “Operacion Triunfo” (26.8%) and the reality show “Survivor” (27.0%), “Camera Café” (19.8%), “Escenas de Matrimonio” (20.1%).

² Prime time: Time slot with the highest television consumption of the day, from 20:30 to 24:00.

³ Commercial target: Audience group comprising individuals from 16 to 59 living in communities of over 10,000 inhabitants and across medium and upper social classes

⁴ January-September average audience share.



Telecinco is the first European channel to broadcast the tenth edition of the reality program “Big Brother” obtaining outstanding results in audience share. The daily program achieves 21.6% audience while the Tuesday prime time program records a 27.7% share.

The sports programs broadcasted by Telecinco achieved noteworthy audience shares: The Formula 1 Championship attained a share of 41.7%, the Spanish King’s football cup achieved 37.9% and the few Spanish football League matches achieved 29.1%.

3. During the first nine months the Group increased its **Total Operating Costs** by 0.3% reaching €410.60 million opposed to €409.40 million last year. As already mentioned at the end of the first semester of 2008, this slight increase is due to the reversal of a provision related to a legal action brought by a rights association and on which an out of-court agreement has been reached. On a percentage basis Telecinco maintains its operating margins at 44.8% in terms of **adjusted EBITDA**⁵ margin (47.5% in the same period last year) and 44.1% (from 46.9% in 2007) in terms of **EBIT**. This result confirms that Telecinco is one of the most profitable TV companies in Europe.

Given the weak condition of the advertising market, which does not look set to change in the next few months, the reliability of operating margins and strict cost control policy are two of the most important elements to ensure the natural development of the business through an economic environment in crisis. Telecinco relies on a privileged position thanks to its traditional cost management and control, as well as the strength of its margins.

4. **Net profit**, after tax, was €228.38 million while last year’s figure stood at €262.82 million; the net profit margin reached 31.1%. If we isolate the accounting impact (after taxes) of the amortization of intangibles resulting from the “Purchase Price Allocation” (PPA) of Endemol which is recorded under the “Results of equity consolidated companies”, then the adjusted result would improve by €14.00 million, reaching €242.38 million, that is 7.8% lower than 2007, with a margin over Net Revenues of 33.0% compared to 34.1% of 2007.
5. **Free cash flow** was €283.65 million, decreasing by €82.86 million versus last year, this was mainly due to the contribution of co-producing Spanish movies deriving from the obligation to invest 5% of the advertising revenues of the company during this period. The cash flow was also affected by a higher proportion of direct costs versus the TV rights amortization during this period as well as lesser clients’ encashment as a result of a decrease in the advertising market that started few months ago.
6. **The net financial position** as of September 30th 2008 was €51.13 million, this figure is after the distribution of the 2007 dividend for an amount of €317.56 million. This represented €1.30 per circulating share and a 90% pay-out ratio, made on May 7th 2008, and also post investment of €21.50 million in the Spanish speaking American TV company “CaribeVision”.

⁵ (EBITDA post-rights amortisation)
www.inversores.telecinco.es

2. Profit and loss account

Table 1: Consolidated Profit and Loss Account

<i>Millions of €</i>	9M08	9M07	% change
TOTAL NET REVENUES	734,89	770,95	(4,7%)
Rights Amortisation	(104,07)	(115,85)	(10,2%)
Personnel	(63,28)	(59,64)	6,1%
Other operating costs	(238,11)	(229,31)	3,8%
Adjusted EBITDA	329,43	366,16	(10,0%)
Other amortisations, provisions	(5,14)	(4,61)	11,6%
EBIT	324,29	361,55	(10,3%)
Equity consolidated results	(29,96)	2,56	ND
Financial results	(1,94)	6,86	ND
Pre-tax profits	292,39	370,97	(21,2%)
Income taxes	(73,27)	(108,74)	(32,6%)
Minority interests	9,25	0,59	ND
Net profit	228,38	262,82	(13,1%)
Adjusted Net profit	242,38	262,82	(7,8%)

As previously mentioned, compared to the same period last year and under consistent conditions, the Adjusted Net Profit amounted to €242.38 million (-7.8% versus last years third quarter result).

The difference of €14.00 million is entirely due to the post-tax impact of the amortisation of intangibles at Edam level resulting from the difference between the price paid and the net accounting value of the Group at the time of acquisition (known as "Purchase Price Allocation" or PPA) and which is included under the "Results of equity consolidated companies". This constitutes an accounting convention that doesn't affect the value or the cash flow of the Endemol Group the operational results of which are satisfactory.

2.1. Revenues

Table 2: Revenues

	9M08	9M07	% change
Gross advertising revenues	703,68	750,54	(6,2%)
- Television	691,04	739,89	(6,6%)
- Others	12,64	10,65	18,7%
Discounts	(32,87)	(32,62)	0,8%
Net advertising revenues	670,80	717,92	(6,6%)
Other revenues	64,09	53,03	20,8%
TOTAL NET REVENUES	734,89	770,95	(4,7%)

Gross advertising revenues in the first nine months of 2008 reached €703.68 million 6.2% lower than last year (€750.54 million).

Television's Gross advertising revenues reached €691.04 million versus €739.89 million in 2007 down by 6.6%.

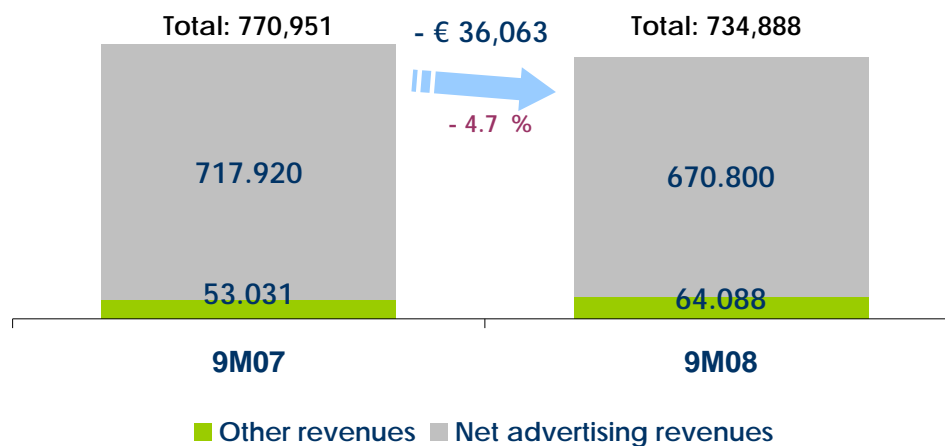
The **Other advertising revenues** reached €12.64 million increasing by 18.7% compared to 2007 and include advertising revenues from other platforms such as the Internet, thematic and digital channels and teletext, etc.

Net advertising revenues after commissions and allowances reached €670.80 million with a reduction of 6.6% compared to last year (€717.92 million).

“**Other revenues**”, which mainly include the sale of coproduction film rights, merchandising rights, SMS and audio text services amounted to €64.09 million with an important increase of 20.8% versus last year.

Finally, **Total Net Revenues** amounted to €734.89 million, showing a slight decline of -4.7% compared with last year (€770.95 million).

Total Net Revenues, Advertising and Others Revenues,



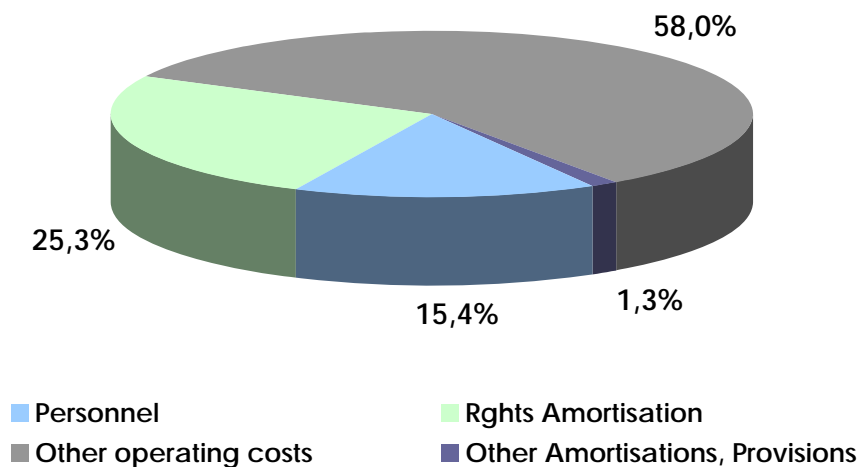
2.2. Operating costs

Total operating costs, which amounted to €410.60 million, increased by just 0.3% compared to last year, mainly due to the reversion of a specific legal provision and to very much contained programming cost. In any case, excluding the exceptional impact of undoing the aforementioned reserve, the operating costs would have increased by 1.7%.

Table 3: Operating costs

<i>Millions of €</i>	9M08	9M07	% change
Personnel costs	63,28	59,64	6,1%
Rights amortisation	104,07	115,85	(10,2%)
Other operating costs	238,11	229,31	3,8%
Other amortisation and provisions	5,14	4,61	11,6%
TOTAL OPERATING COSTS	410,60	409,40	0,3%

Operating Costs



Telecinco's in-house production continues to dominate the network's programming in terms of broadcasting hours. In the first nine months of 2008, 85.6% of broadcasted programmes were produced in-house and the remaining 14.4% were external productions (compared with an 83.3% and 16.7% in 2007).

2.3 Operating profit and margins

Adjusted EBITDA reached €329.43 million, down by €36.73 million or -10.0% vs. 2007.

Net operating profit (EBIT) was €324.29 million down by 10.3% versus last year.

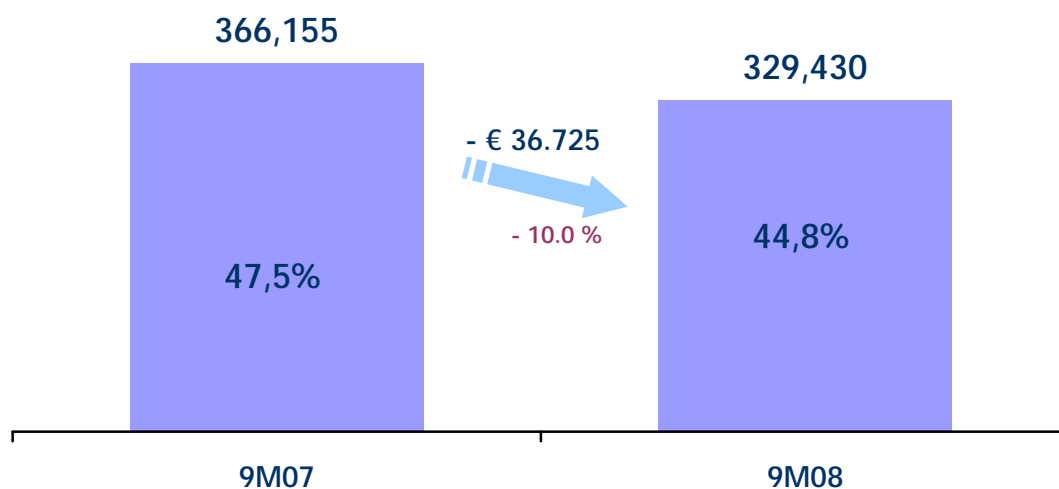
It's important to highlight that the operating margins of the company are in line with last year in spite of the deterioration of the advertising market since May. The **adjusted EBITDA** margin in the first nine months of 2008 reaches 44.8% close to last years figure, the **EBIT** margin is 44.1%.

Table 4: Margins

Millions of €	9M08	9M07	% change
Total net revenues	734,89	770,95	(4,7%)
Adjusted EBITDA	329,43	366,16	(10,0%)
EBIT	324,29	361,55	(10,3%)
Net profit	228,38	262,82	(13,1%)
Adjusted Net profit	242,38	262,82	(7,8%)
Adj.EBITDA / Total net revenues	44,8%	47,5%	
EBIT/ Total net revenues	44,1%	46,9%	
Net profit / Total net revenues	31,1%	34,1%	
Adj. Net Profit / Total Net Revenues	33,0%	34,1%	

Although, as explained before, the net revenues were down in 9M08 the operating margins (**EBITDA and EBIT**) have remained, on a percentage basis, above 40%, demonstrating the efficiency of the business model in an advertising market which is clearly deteriorating.

EBITDA adjusted (million €)
EBITDA/Total Net Revenues (%)



2.4. Financial result and equity consolidated companies

Financial income totalled €-1.94 million compared to the previous year (€6.86 million). This reduction is explained by the use of excess cash to the acquisition of the Group's share in Endemol that took place in Q3 2007.

A negative result is shown from **equity consolidated companies**⁶ totalling €29.96 million. This loss is mainly related to Endemol and is mostly explained by the impact of amortization of intangibles following the Purchase Price Allocation (PPA) and, as explained above, does not affect the value or the cash flow of the Endemol Group.

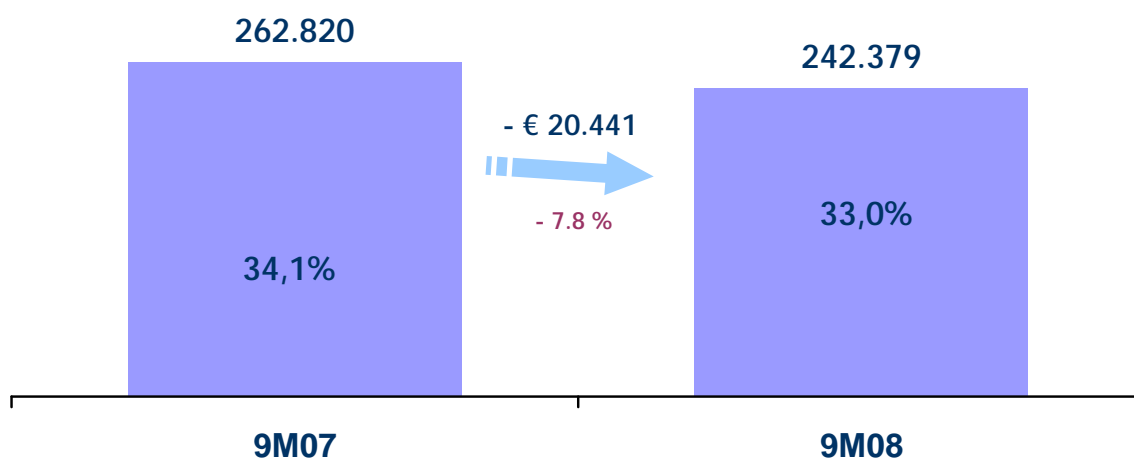
2.5. Profit for the period January-September 2008

Pre-tax profit corresponding to the first nine months of 2008 reached €292.39 million versus €370.97 million for the same period in 2007, down by €78.58 million (-21.2%). This is basically due to the above mentioned flexion of the advertising market and to the accounting impact of the participation in Endemol.

After a €73.27 million corporate income tax expense (compared with €108.74 million in 2007) calculated on the basis of the official rate in place, the **net profit after minority interests** reached €228.38 million, decreasing by €34.44 million or -13.1% over 2007.

Isolating the impact of the amortization of intangibles following the "PPA" of Endemol, which amounts to €14.00 million, the Adjusted Net Profit reaches €242.38 million a reduction of 7.8% compared to last year. The above mentioned Adjusted Net Result means a margin of 33.0% (34.1% in 2007) this is a clear indication of the capacity of Telecinco's model to resist and react to the adverse market situation.

Adjusted Net Profit (million €)
Adjusted Net Profit / Total Net Revenues (%)



⁶ Companies consolidated by the equity method are: Premiere Megaplex S.A. (50% shareholding), Pegaso Television Inc. (35%), Aprak Imagen S.L. (40% indirect shareholding) and Publici Televisión S.A. (50% indirect shareholding), Producciones Mandarina S.L. (30% indirect shareholding), La Fábrica de la Tele S.L. (30% indirect shareholding), Edam Acquisition Holding Coöp (33% indirect shareholding).
www.inversores.telecinco.es

3. Cash flow generation

The **Operating Free Cash Flow** in the first nine months of 2008 amounts to €283.65 million, compared to €366.51 million in 2007. The difference of €82.86 million is explained by higher investments in rights (most significantly co-production of movies) and lower amortization of rights in the period. The difference is also due to lesser monies received from clients on the back of reduced advertising revenues starting from last May.

Table 5: Cash Flow

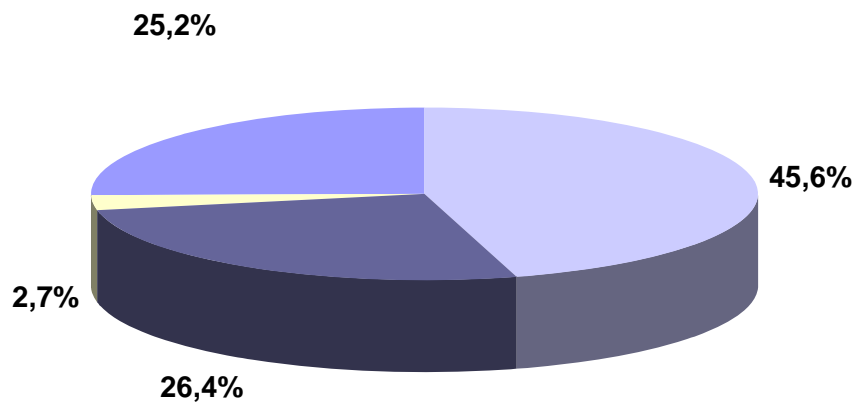
<i>Millions of €</i>	<i>9M08</i>	<i>9M07</i>	<i>Change in millions of €</i>
Net profit	228,38	262,82	(34,44)
Amortisation:	108,48	119,31	(10,83)
- Rights	104,07	115,85	(11,78)
- Other	4,41	3,46	0,95
Provisions	0,73	1,15	(0,42)
Other	17,37	19,01	(1,64)
OPERATING CASH FLOW	354,96	402,29	(47,33)
Investment in rights	(155,37)	(128,90)	(26,47)
Investments, other	(4,36)	(3,75)	(0,61)
Change in working capital	88,42	96,87	(8,45)
OPERATING FREE CASH FLOW	283,65	366,51	(82,86)
Change in Equity	(8,58)	26,58	(35,16)
Financial investments	(23,43)	(464,48)	441,05
Dividends received	1,64	1,21	0,43
Dividend payments	(317,56)	(314,25)	(3,31)
Net Cash Change	(64,28)	(384,43)	320,15
INITIAL FINANCIAL POSITION	13,15	396,14	(382,99)
FINAL FINANCIAL POSITION	(51,13)	11,71	(62,84)

The cash flow includes the payment of a dividend for €317.56 million made at the beginning of May 2008 and the financial investment in CaribeVision of €21.5 million.



Total net investment increased by €27.08 million in 9M2008 compared to last year, reaching €159.73 million. This is mainly due to investments in Spanish fiction (+€7.58million) and co-production (+€25.17 million), while there was a decrease in investment in third party rights (-€6.27 million). This is in line with the business strategy of the Group, as explained by the following chart:

**Net investments 9M08:
€159.73 millions**



■ TV Rights Fiction ■ TV Rights Non Fiction ■ Fixed Assets ■ Co-production

4. Balance Sheet

Table 6: Summary Balance Sheet

	September 2008	December 2007
<i>Millions of €</i>		
Tangible assets	521,65	532,80
- Financial	464,35	472,25
- Non Financial	57,30	60,55
Audiovisual rights and Pre-payments	236,27	186,12
- Third parties	116,29	104,67
- Fiction	33,25	29,34
- Co-production / Distribution	86,74	52,11
Pre-paid taxes	16,17	19,56
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	774,09	738,48
Current assets	175,35	269,14
Financial investments and cash	10,67	74,84
TOTAL CURRENT ASSETS	186,01	343,98
TOTAL ASSETS	960,10	1.082,46
Shareholders` equity	564,72	662,49
Non-current provisions	73,42	90,09
Non-current payables	1,00	0,68
Non-current financial liabilities	60,70	60,59
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	135,11	151,37
Current payables	259,16	267,51
Current financial liabilities	1,10	1,10
TOTAL CURRENT LIABILITIES	260,26	268,61
TOTAL LIABILITIES	960,10	1.082,46

The evolution of the **library** in this period is in line with the business' strategy and the investment policy of the company. It shows a slight increase of Spanish fiction rights (in-house production) and an increase in movie co-production rights originating from the legal obligation to invest in Spanish and European movies. The disbursements relating to this obligation are highly volatile. Finally, the library of third party rights shows an increase compared to December levels which is due to the timing of the capitalization of such rights.

Current Assets are down because of the lower cash position due to the dividend distributed in May and to a lower balance of commercial clients as a result of lower revenues.

Current liabilities at the end of September are slightly down versus December 2007 mainly due to lesser provision stemming from a reduced taxable income.

The **Net financial position** reached, at the end of September 2008, was €-51.13 million. This was after the payment of €317.56 million in dividends and the above mentioned acquisition with a share in CaribeVision.

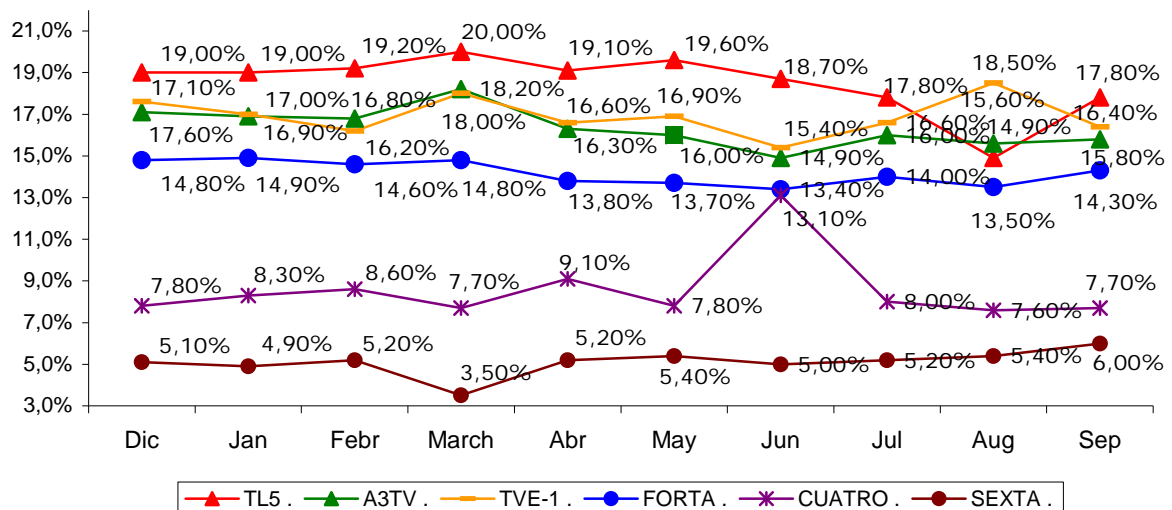
5. Audience share performance

Table 7: January-September average audience share

		9M08	9M07
Totals Individuals	Total Day	18,4%	20,3%
	PRIME TIME	20,3%	20,5%
	DAY TIME	17,6%	20,3%
Commercial Target	Total Day	20,1%	22,6%
	PRIME TIME	22,0%	23,1%
	DAY TIME	19,1%	22,3%

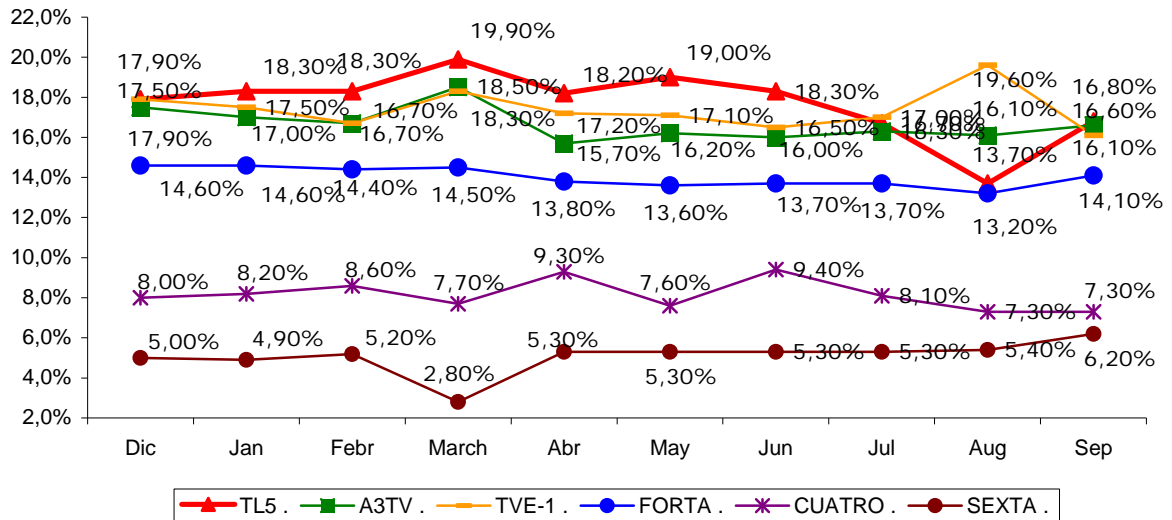
Telecinco has a leading audience share of 18.4% at the close of the first nine months with a significant advantage well ahead of TVE1 (16.7%) and Antena 3 (16.0%). During the first nine months of 2008 Telecinco has consolidated its leadership position as well as maintaining the gap with the main competitors. It's important to highlight the result of the State Television TVE during the month of August both in 24hours and Day Time thanks to the broadcasting of the Olympic Games, once they had finished Telecinco returned to the leading position with regards to sporting events.

Audiencie Share, 24 Hours, Total Individuals (in%)



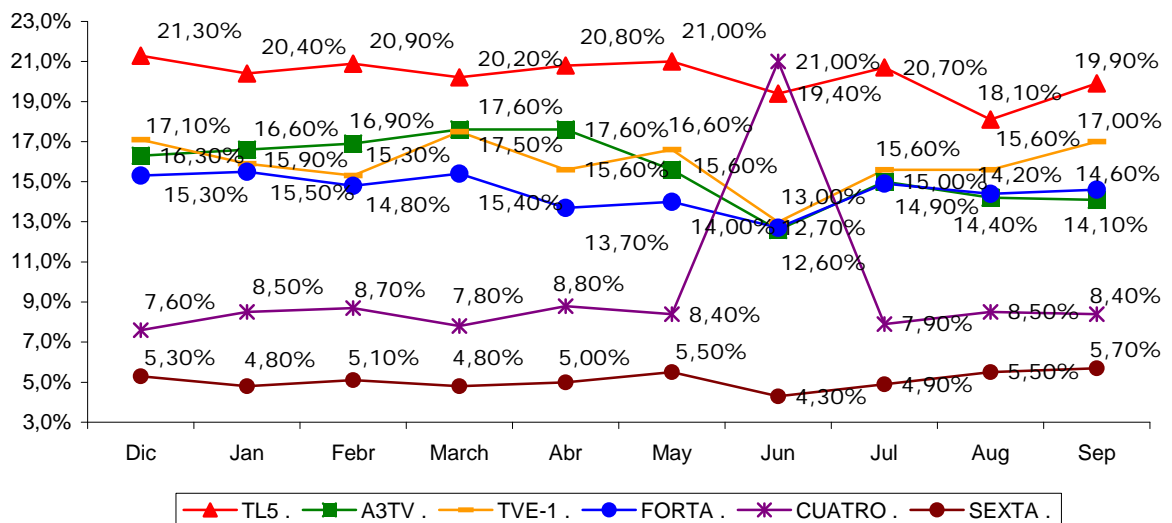
With regards to “day time” audience share, Telecinco consolidated its leadership and managed to keep the audience close to 18%, reaching an average of 17.6% by the end of the first nine months of 2008, maintaining its competitive advantage versus other TV stations.

Audience Share, Day Time, Total Individuals (in%)



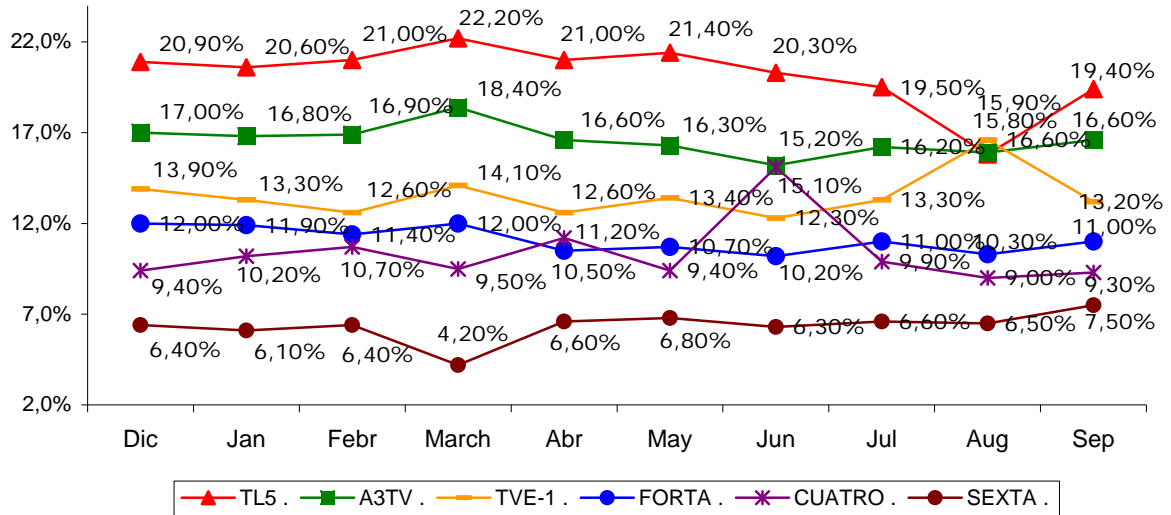
Telecinco's prime time total-individuals audience share also beats TVE-1 and Antena 3, consolidating the leadership far ahead of its competitors, being the only channel to exceed a 20% audience. In September 2008 the distance with its immediate competitor had grown to 4.6 points. It is important to highlight the performance of Cuatro during the month of June when the channel broadcasted the football matches for EURO2008, which, by the way, was won by Spain.

Audience Share, Prime Time, Total Individuals (in%)

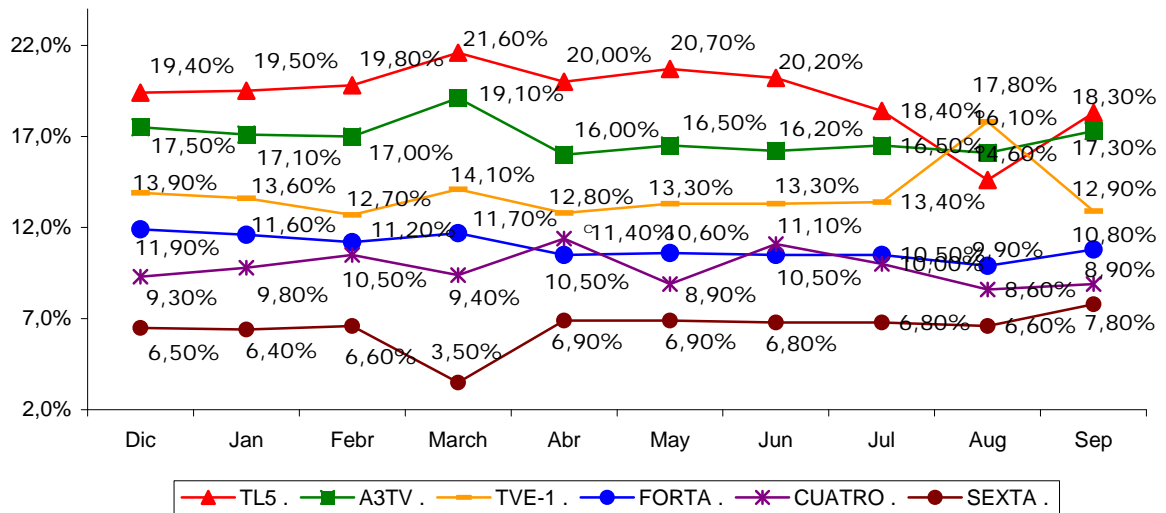


With regards to the commercial target audience share for 24 hours, day time and prime time, Telecinco maintains the lead, which is also reinforced by the audiences in the first nine months of 2008.

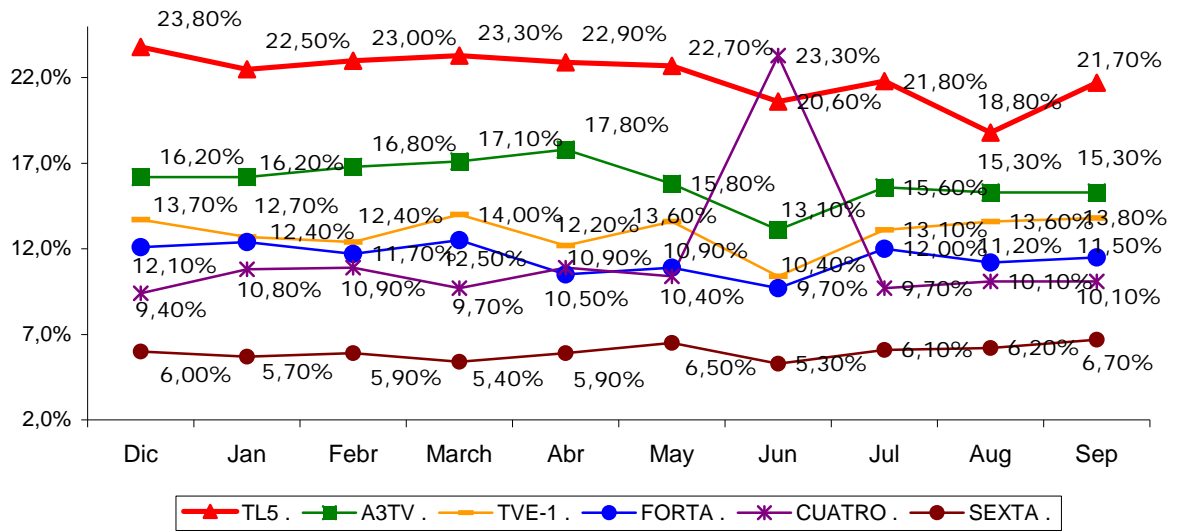
Audiencia Share, 24 Hours, Commercial Target (in%)



Audiencia Share, Day Time, Commercial Target (in%)



Audiencia Share, Prime Time, Commercial Target (in%)



GESTEVISION TELECINCO S.A.



TELECINCO

**RESULTADOS
TERCER TRIMESTRE 2008
(Enero – Septiembre)**

30 de Octubre de 2008

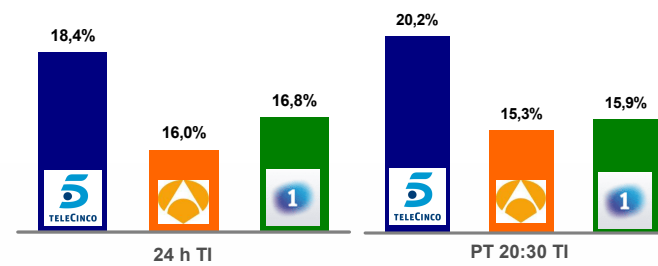
GRUPO

	9M08	9M07	VAR. %
Total Ingresos	734,9	771,0	-4,7%
Total Costes Operativos	405,5	404,8	0,2%
EBITDA adj.* (€mill)	329,4	366,2	-10,0%
EBITDA adj./Ingresos Netos	44,8%	47,5%	
EBIT (€mill)	324,3	361,6	-10,3%
EBIT/Ingresos Netos	44,1%	46,9%	
Beneficio Neto (€ mill)	228,4	262,8	-13,1%
Beneficio Neto Ajustado** (€m)	242,4	262,8	-7,8%
FCF (€ mill)	283,6	366,5	-22,6%
FCF/Total Ingresos Netos	38,6%	47,5%	
Posición Neta de Caja	-51,1	11,6	n.a.

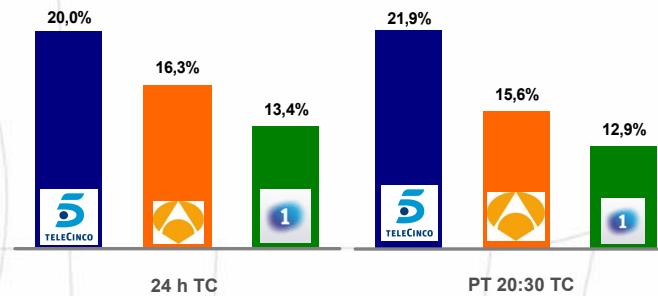
* Después de consumo de derechos

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

Audiencia, 1 de Enero – 28 de Octubre 2008



Audiencia, 1 de Enero – 28 de Octubre 2008



5 **Nueve Meses 2008,**
Leadership en Audiencia
Publicidad y Rentabilidad

Fuente: INFODEX



TELEVISION
Año 2008



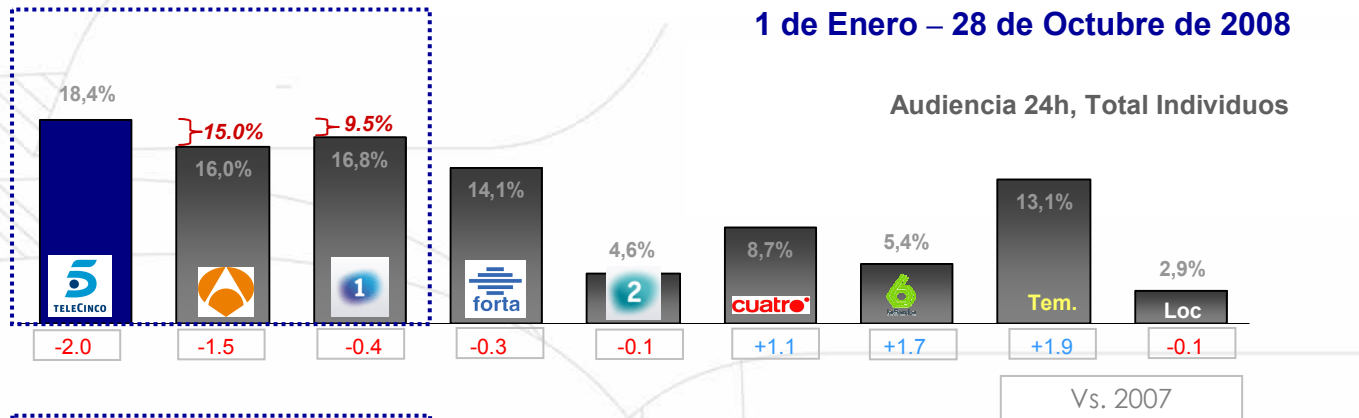
TELECINCO



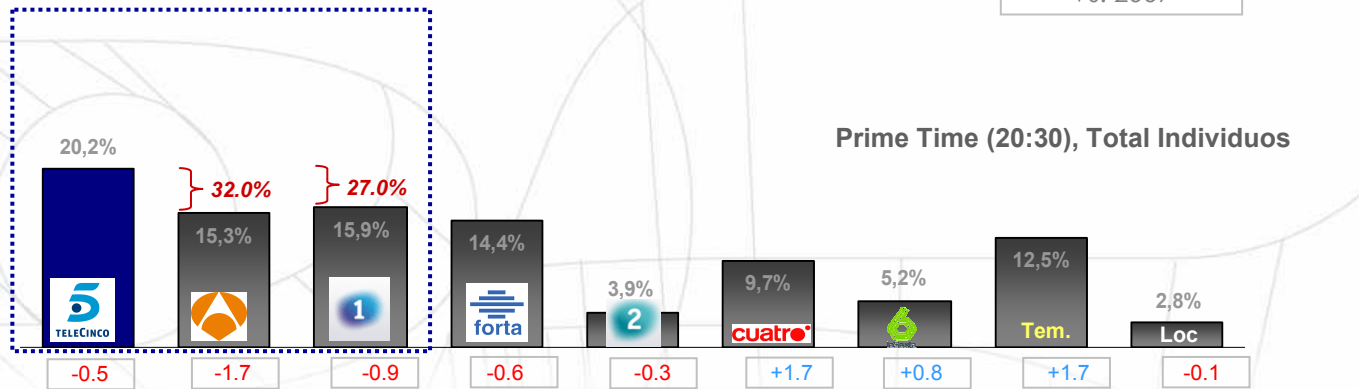
TELEVISIÓN

1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos

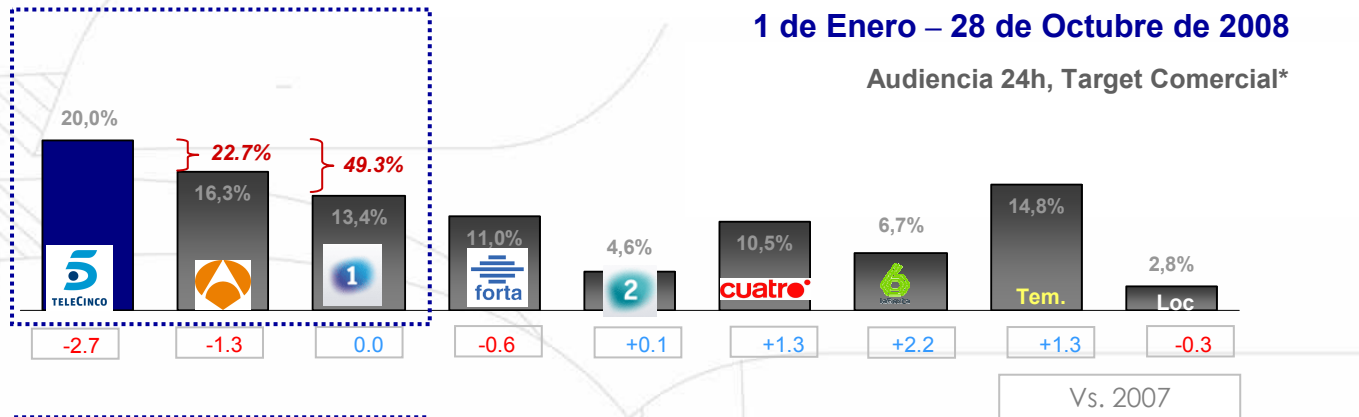


TL5 mantiene en Prime Time el nivel de audiencia respecto al año anterior, aumentando la diferencia con los competidores

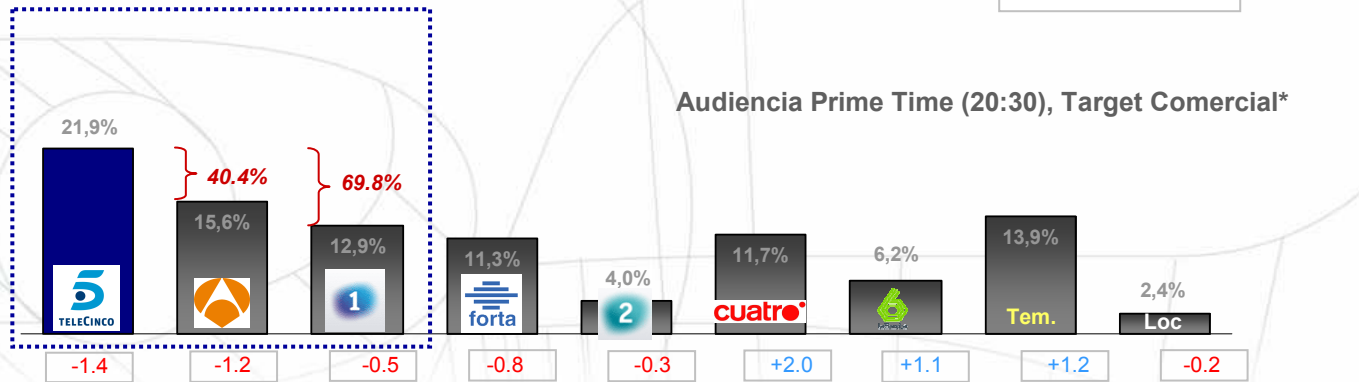
TELEVISIÓN

1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Target Comercial*



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



Desde 1998 TL5 conserva el liderazgo en Target Comercial y mantiene la distancia con el resto de los operadores

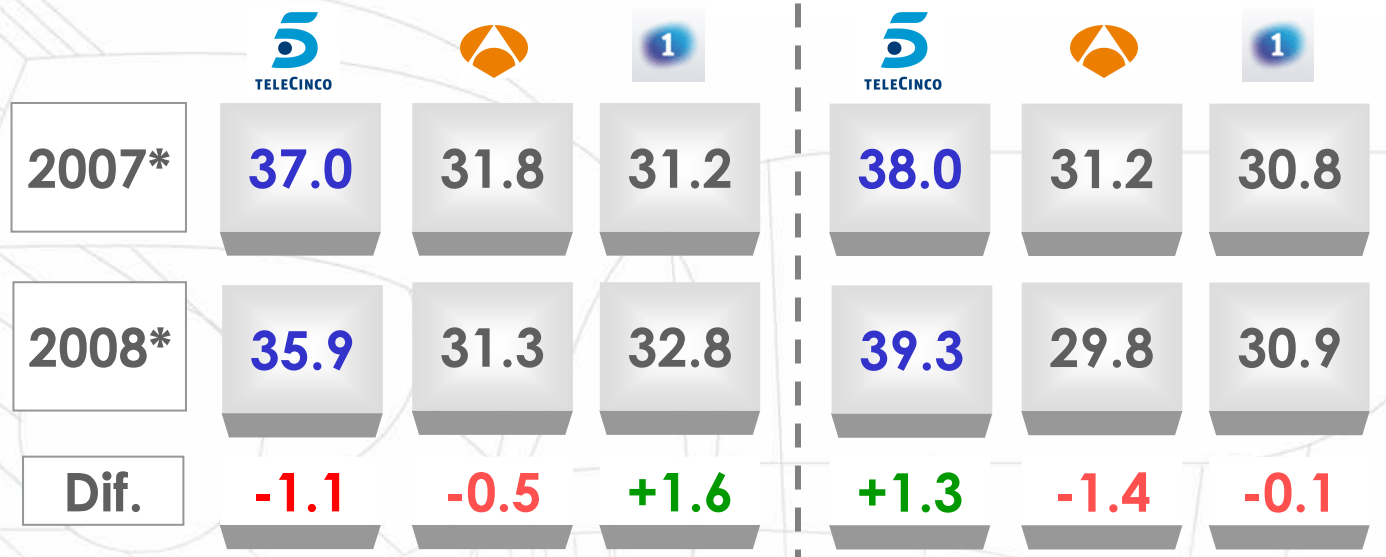
* Target Comercial: Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.

TELEVISIÓN

Posición competitiva relativa: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Cuota de mercado,
Audiencia 24h, Total individuos

Cuota de mercado,
Audiencia PT Total individuos









TL5, con un 35,9% en audiencia 24h y 39,4% en PT, mantiene el liderazgo respecto a sus principales competidores

TL5+A3TV+TVE1 = 100

*Desde 1 de Enero hasta 28 de Octubre

TELEVISIÓN

Audiencia en Prime Time: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
	24.4	20.8	22.0	20.3	18.5	18.9	24.4
	14.7	17.6	16.3	13.9	16.1	15.5	12.8
	15.2	12.8	14.8	17.5	11.4	13.9	15.4
	13.8	13.6	12.7	14.7	16.8	14.5	13.4
	9.1	12.0	10.1	9.8	11.2	8.2	12.2
	5.0	4.6	5.0	5.7	5.0	9.5	3.7



Solidez del Prime Time de TL5 líder en todas las noches de la semana

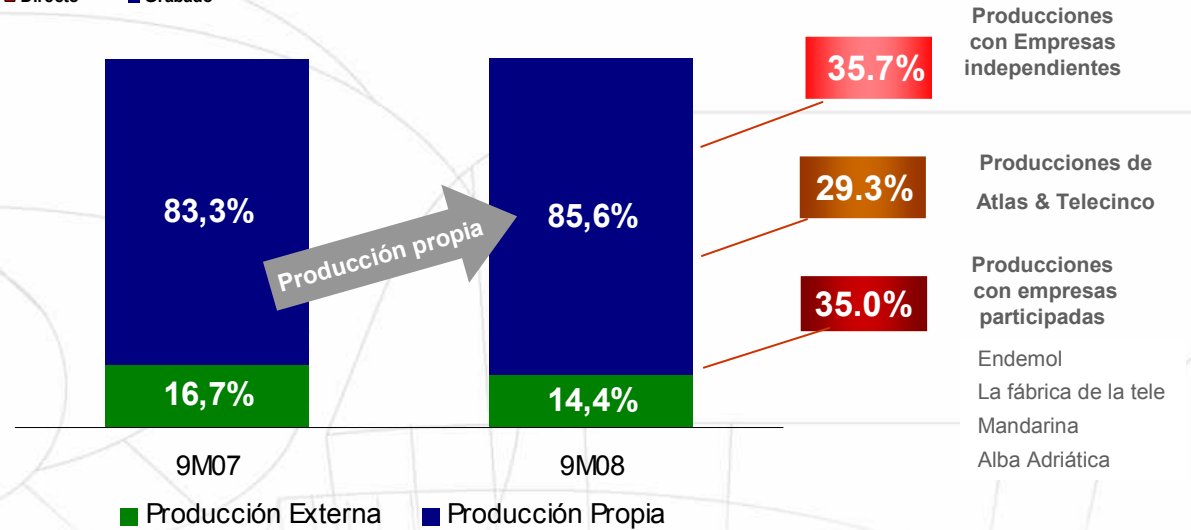
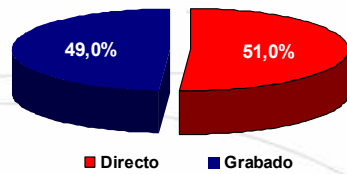
Franja: 22:00-0:00 Todos individuos

TELEVISIÓN

9M08

Mix de programación en el primeros nueve meses 2008

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas



El mix de programación de TL5 muestra un incremento en producción propia en los 9M08



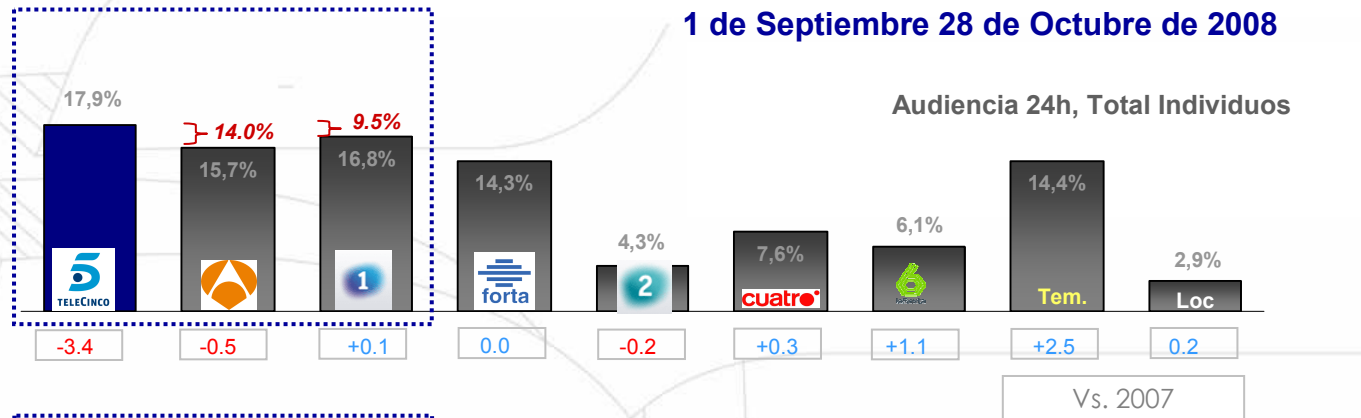
TELEVISION
Nueva Temporada 2008/2009



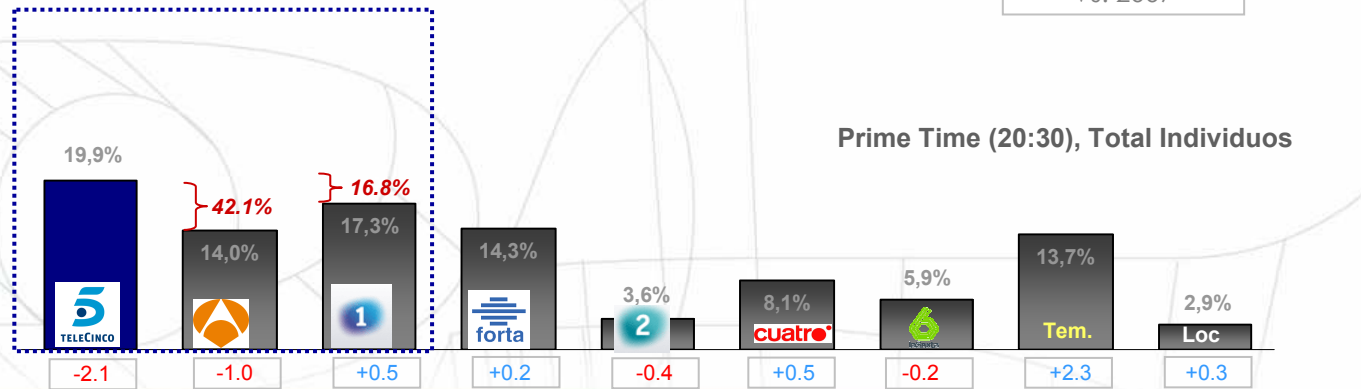
TELEVISIÓN

1 de Septiembre 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Total Individuos



Prime Time (20:30), Total Individuos

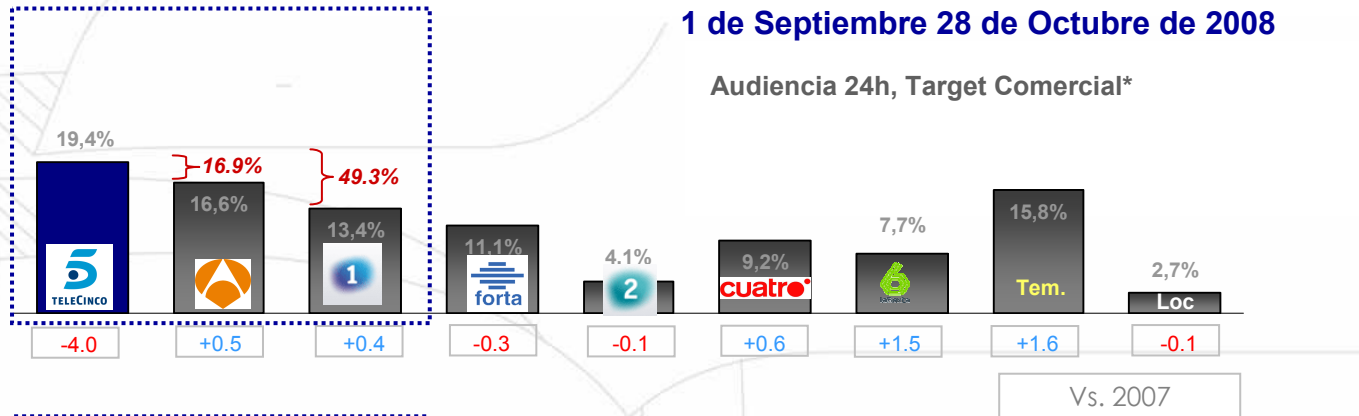


TL5 mantiene el liderazgo en Day y Prime Time también en la nueva temporada

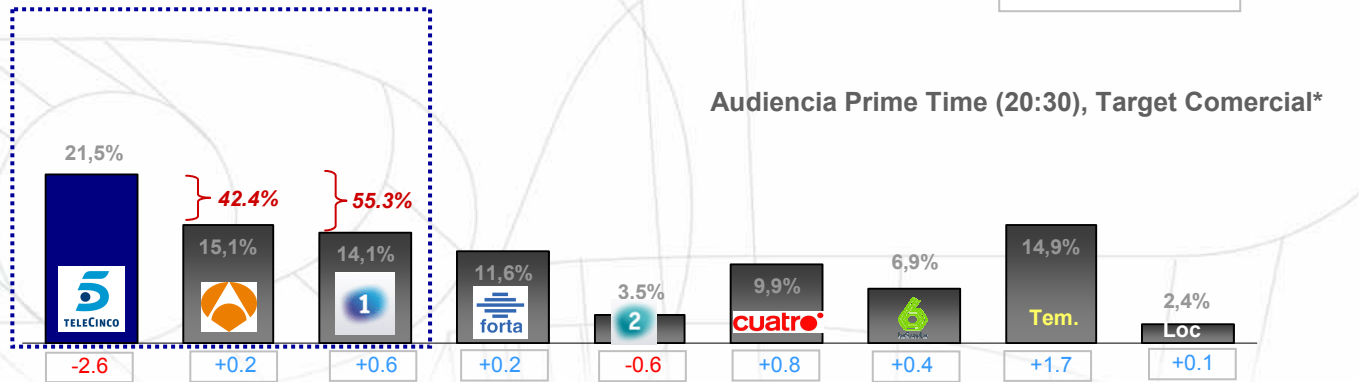
TELEVISIÓN

1 de Septiembre 28 de Octubre de 2008

Audiencia 24h, Target Comercial*



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



Desde 1998 TL5 conserva el liderazgo en Target Comercial y mantiene la distancia con el resto de los operadores

* 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

Ranking de programas*: 1 de Septiembre – 28 de Octubre de 2008

Ranking de Programas (Audiencia, cuota % y miles)

		CHANNEL	THOUSAND	SHARE	Nº
1	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1	5,209	34.3	4
2	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	ANTENA 3	4,731	33.2	3
3	C.S.I.MIAMI	TELECINCO	4,372	22.7	6
4	CUENTAME COMO PASO	TVE1	4,198	24.3	8
5	C.S.I.	TELECINCO	4,174	24.9	3
6	GRAN HERMANO - PT	TELECINCO	3,772	26.6	7
7	FORMULA 1	TELECINCO	3,771	44.5	5
8	SIN TETAS NO HAY PARAISO	TELECINCO	3,731	22.7	7
9	C.S.I.NUEVA YORK	TELECINCO	3,486	23.9	6
10	LOS HOMBRES DE PACO	ANTENA 3	3,470	21.1	3
11	¡MIRA QUIEN BAILA!	TVE1	3,370	20.8	6
12	CAMERA CAFE	TELECINCO	3,105	18.6	26
13	ESCENAS DE MATRIMONIO	TELECINCO	3,095	19.8	27
14	FISICA O QUIMICA	ANTENA 3	2,803	16.3	8
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1 - LV	ANTENA 3	2,795	22.2	41
16	TELEDIARIO 1	TVE1	2,778	22.0	42
17	TELEDIARIO 2	TVE1	2,776	19.6	42
18	C.S.I. (REP)	TELECINCO	2,745	24.7	10
19	AIDA (REP)	TELECINCO	2,743	19.4	11
20	INFORMATIVOS T5 21:00 L-V	TELECINCO	2,616	19.5	42

Telecinco
sitúa 11
programas
entre los 20
mas vistos
de la nueva
temporada
2008/09





TL5 ofrece la mejor programación
del periodo con amplia
variedad de productos

*Ranking de programas:
únicamente programas
que hayan tenido como
mínimo 2 emisiones

TELEVISIÓN

Audiencia en Prime Time: 1 de Septiembre – 28 de Octubre de 2008

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
							
							
	23.3	21.9	19.9	20.4	18.3	19.0	20.7
	14.6	14.4	16.7	9.7	16.2	12.8	11.1
	18.0	13.0	17.3	23.0	11.4	14.7	16.5
	13.1	14.2	12.2	13.9	16.5	15.4	14.6
	8.0	8.7	8.3	9.0	11.2	6.7	11.4
	4.7	6.1	6.0	5.7	4.9	11.6	4.0







Solidez del Prime Time de TL5 líder en todas las noches de la semana excepto los Jueves en que es la segunda opción por encima del 20%

Franja: 22:00-0:00 Todos individuos

TELEVISIÓN

Audiencias por franjas: 1 de Septiembre – 28 de Octubre de 2008

								Temáticas	Locales
Total Day	17.9	15.7	16.8	14.3	4.3	7.6	6.1	14.4	2.9
Morning	15.9	18.1	15.3	13.5	4.7	7.0	4.5	18.5	2.5
Afternoon	15.0	18.7	19.0	16.2	4.7	6.0	7.2	11.0	2.1
Evening	17.8	13.9	17.1	14.3	4.7	6.8	6.5	15.9	3.0
PT 20:30	19.9	14.0	17.3	14.6	3.6	8.1	5.9	13.7	2.9
Late night	22.4	16.6	11.6	10.9	3.8	10.1	6.8	14.1	3.9
Daytime	16.9	16.6	16.5	14.2	4.6	7.3	6.3	14.8	2.9

Audiencia, Todos Individuos

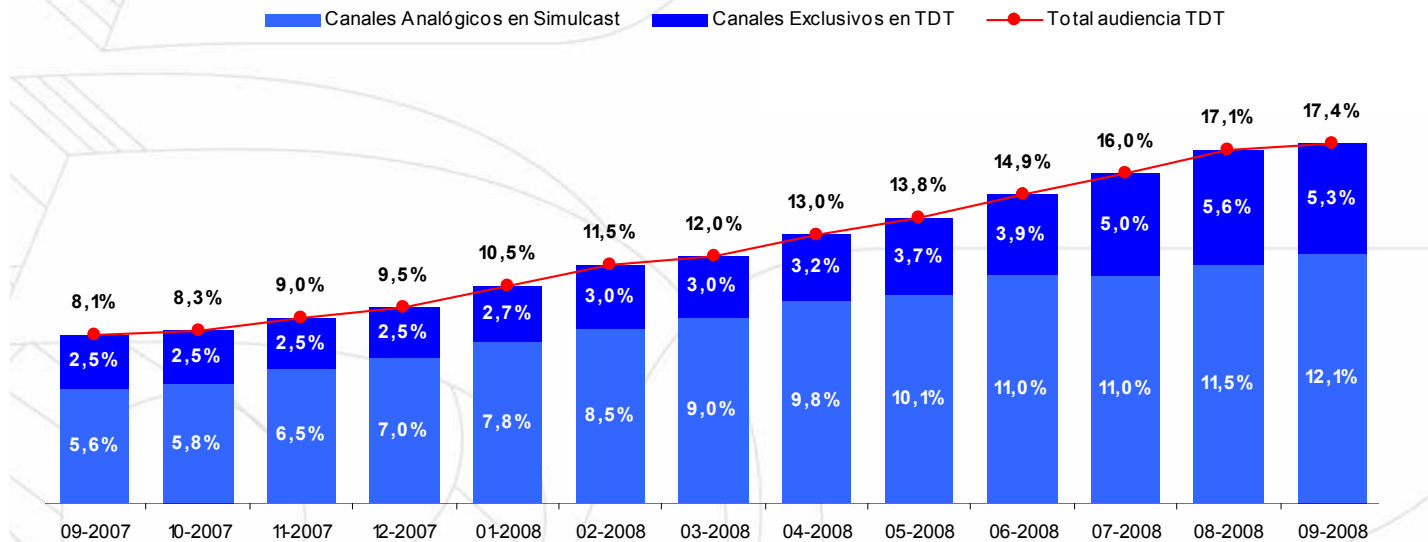


Con la excepción de la mañana y de la tarde, TL5 es capaz de ganar en todas las franjas del día.

TELEVISION DIGITAL

Penetración de la TDT

Audiencia 24h, Todos Individuos (%)



Cobertura técnica: 89.15%

Penetración por Hogares: 38.8% (Fuente: SOFRES)

Sintonizadores vendidos: 12.392.055 (Unidades)



El peso de la audiencia de los canales analógicos demuestra que, de momento, el driver de crecimiento es el cambio de tecnología

INTERNET



2007*

Visitantes Únicos: 3,4 millones
Paginas Vistas: 113 millones
Videos Descargados: 4.7 millones

2008*

Visitantes Únicos: 5,2 millones ↑
Paginas Vistas: 110 millones ~
Videos Descargados: 14,0 millones ↑↑

Nº1st entre las paginas WEB de operadores TV

i5 Contenidos de la WEB de TL5 disponibles en formato iPhone



¡Contenido exclusivo de internet como "Becari@s", serie de gran éxito

TELECINCO.ES
Promocion e informacion de Telecinco



Rebranding,
Contenido de la cadena y contenido propio

Informativotelecinco.com

Lanzamiento en mayo con contenido informativo



Series, programas, etc

2007

2008



Objetivo: una WEB con Personalidad propia

*30 de Septiembre



PUBLICIDAD



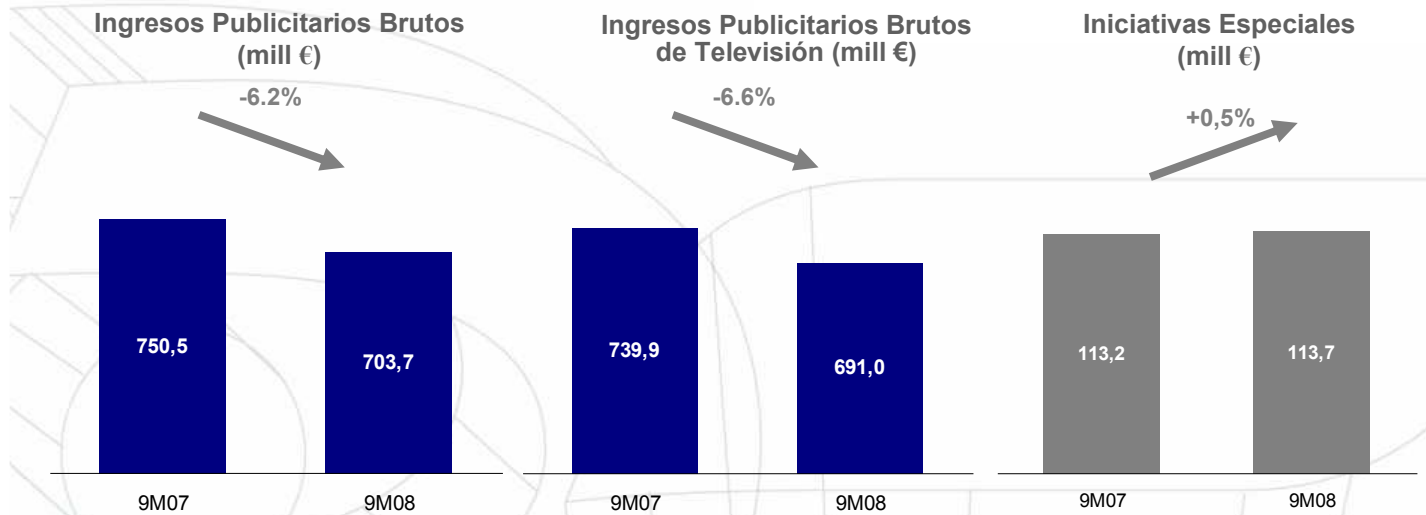
TELECINCO



PUBLICIDAD

Ingresos publicitarios primeros nueve meses 2008

Cuota de las Iniciativas Especiales sobre el Total Ingresos Publicitarios de TL5 en 9M08: **16,5%**



TL5, en el periodo, consigue un resultado que le permite defender la cuota de mercado

PUBLICIDAD

Estrategia Comercial, 9M2008

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△ (%)	△ (%)	△ (%)	△ (%)	€ mill	△ (%)
18.4%	- 9.4%	-3.5%	- 10,9%	+4,8%	691.0	-6.6%

Fuente: TNS y Publiespaña

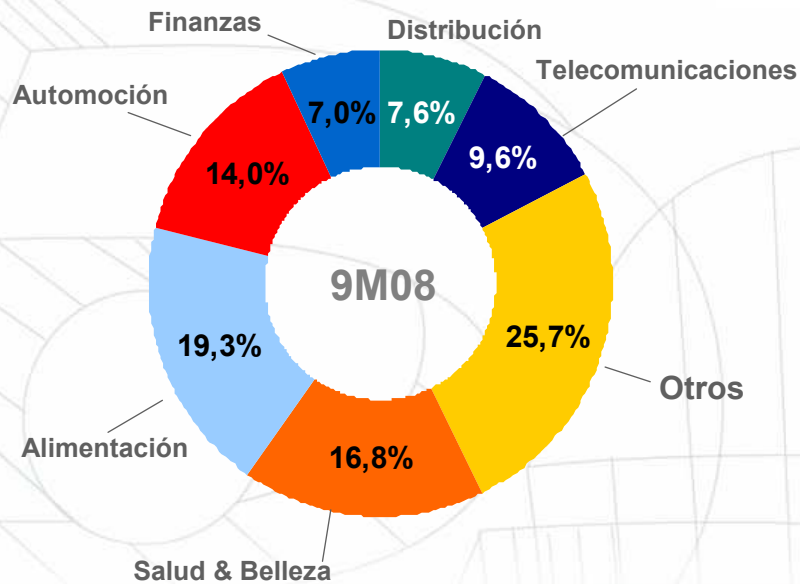


TL5 consigue un resultado en línea con el objetivo de mantenimiento de la cuota de mercado

PUBLICIDAD

Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

Sectores Anunciantes (% sobre total)



Crecimiento sectores (9M08 vs. 9M07)

	Telecom.	+ 8,3%
	Distribucion	+ 6,7%
	Otros	-0,4%
	Salud & Belleza	-4,6%
	Alimentación	-10,3%
	Automoción	-17,8%
	Finanzas	-28,3%



Situación del Mercado
publicitario TV a 9M08

Fuente: Publiespaña

The background features a light gray wireframe architectural drawing of a modern building with curved lines and geometric shapes. A dark blue horizontal bar is positioned at the top of the page.

RESULTADOS FINANCIEROS



RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	VAR %
Total Ingresos Netos	734,9	771,0	-4,7%
Total Costes	410,6	409,4	0,3%
Personal	63,3	59,6	6,1%
Costes Operativos	238,1	229,3	3,8%
Amortizacion y Depreciacion	109,2	120,5	-9,3%
EBITDA (1)	329,4	366,2	-10,0%
EBIT	324,3	361,6	-10,3%
Beneficio Antes de Impuestos	292,4	371,0	-21,2%
BENEFICIO NETO desp. de Minoritarios	228,4	262,8	-13,1%
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	242,4	262,8	-7,8%
EBITDA/ INGRESOS NETOS	44,8%	47,5%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	44,1%	46,9%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	31,1%	34,1%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	33,0%	34,1%	

(1) Después consumo de derechos

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



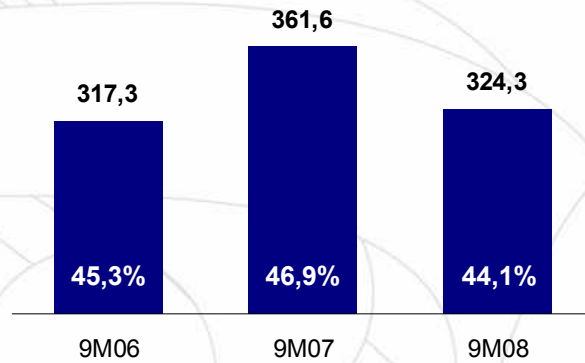
Cuenta de Perdidas
y Ganancias Consolidada

RESULTADOS FINANCIEROS

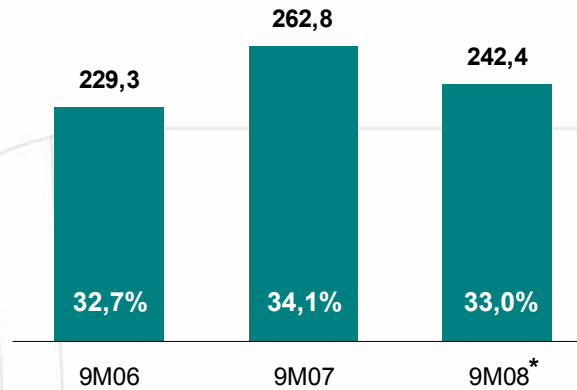
	9M08	9M07	Dif. en € millones
Posicion Financiera Neta Inicial	13,2	396,1	-383,0
Cash Flow Libre	283,6	366,5	-82,9
Cash Flow Operativo	355,0	402,3	-47,3
Inversiones Netas	-159,7	-132,7	-27,1
Variacion Fondo de Maniobra	88,4	96,9	-8,5
Movimiento Patrimonio	-8,6	26,6	-35,2
Inversiones Financieras	-23,4	-464,5	441,1
Dividendos cobrados	1,6	1,2	0,4
Dividendos pagados	-317,6	-314,3	-3,3
Incremento Neto de Posicion Financiera	-64,3	-384,4	320,1
Posicion Financiera Neta Final	-51,1	11,7	-62,8
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	38,6%	47,5%	

RESULTADOS FINANCIEROS

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



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



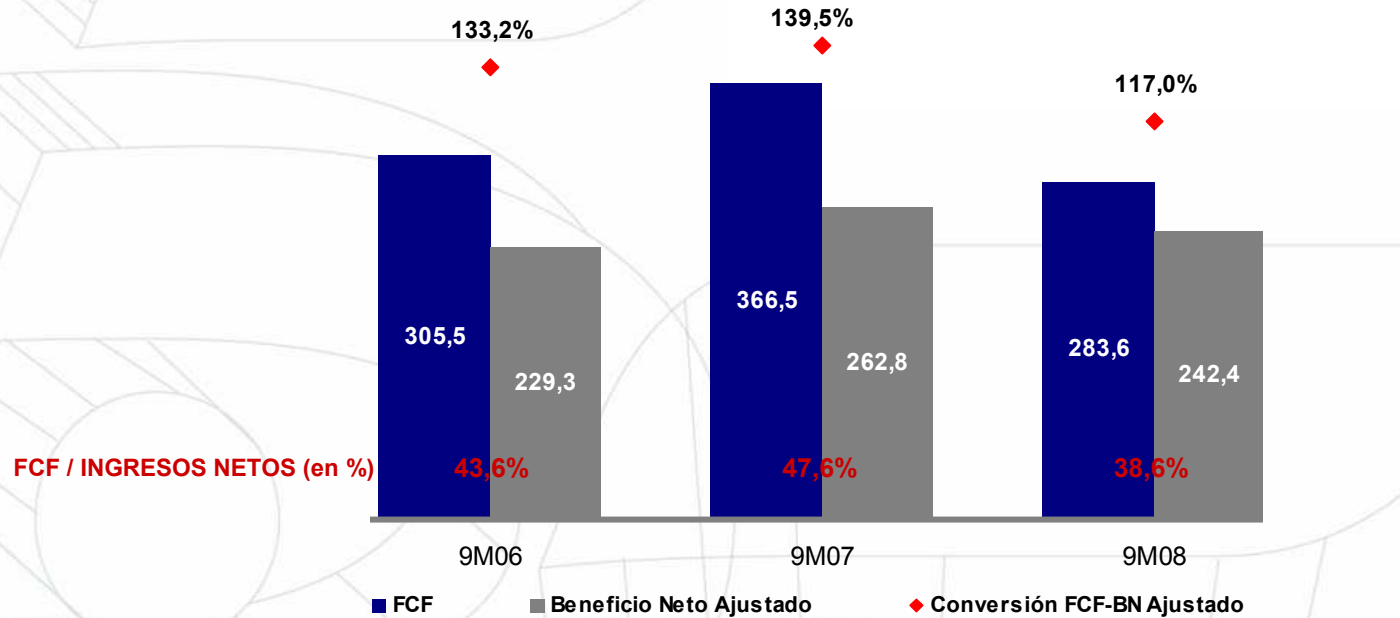
* Beneficio al neto Ajustado excluye el impacto contable (al neto de los impuestos) de la amortización de los intangibles resultante del PPA en la adquisición de Endemol.



Los Márgenes

RESULTADOS FINANCIEROS

CASH FLOW LIBRE (€ mill)

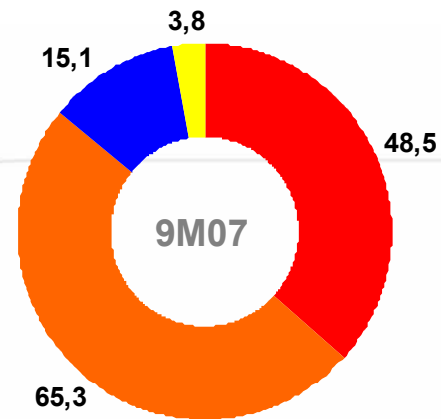
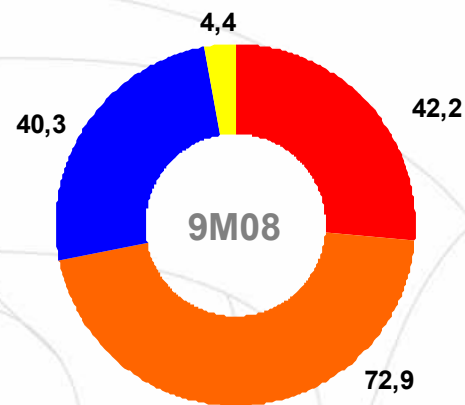


Gran capacidad de generación
de FCF siempre en línea con el
Beneficio Neto

RESULTADOS FINANCIEROS


€ 159,7 millones

€ 132,7 millones



 Derechos TV
no-Ficción

 Derechos TV
Ficción

 Co-producción
Distribución

 Activos Fijos
Tangibles e Intangibles



Inversiones Netas



RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07*	Efecto Cambio	Crecimiento Organico
Ingresos Netos Consolidados	948,3	915,8	-44,8	77,3
Costes	-786,2	-748,2		
EBITDA Normalizado	169,9	166,0	-9,2	13,1
EBIT	30,9	60,9		
EBIT (ajustado) **	148,8	126,9		

* Pro forma incluye Francia

** Incluye en 2008 amortización de los intangibles afectados por el PPA (€117,9 mil) y en 2007 el impairment del fondo de comercio (€39.3 mil) y 26,7 LTIP..





Back Up slides



RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	VAR %
Ingresos Brutos de Publicidad	703,7	750,5	-6,2%
- Television	691,0	739,9	-6,6%
- Otros	12,6	10,6	18,7%
Descuentos	-32,9	-32,6	0,8%
Ingresos Netos de Publicidad	670,8	717,9	-6,6%
Otros Ingresos	64,1	53,0	20,8%
TOTAL INGRESOS NETOS	734,9	771,0	-4,7%
Personal	63,3	59,6	6,1%
Consumo Derechos	104,1	115,8	-10,2%
Otros Costes Operativos	238,1	229,3	3,8%
Total Costes	405,5	404,8	0,2%
EBITDA adj*	329,4	366,2	-10,0%

* Después de consumo de derechos



Cuenta de Perdidas y Ganancias
Consolidada (I)

RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	VAR %
EBITDA adj*	329,4	366,2	-10,0%
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-5,1	-4,6	11,6%
EBIT	324,3	361,6	-10,3%
Resultado de Participadas	-30,0	2,6	n.a.
Resultados Financieros	-1,9	6,9	n.a.
EBT	292,4	371,0	-21,2%
Impuestos de Sociedades	-73,3	-108,7	-32,6%
Intereses Minoritarios	9,3	0,6	n.a.
Beneficio Neto	228,4	262,8	-13,1%
Beneficio Neto Ajustado**	242,4	262,8	-7,8%

*Después de consumo de derechos

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



Cuenta de Perdidas y Ganancias
Consolidada (II)

RESULTADOS FINANCIEROS

	9M08	9M07	2007
Inmovilizado	521,7	531,0	532,8
-Financiero	464,4	475,6	472,3
-No Financiero	57,3	55,4	60,6
Derechos Audiovisuales y Anticipos	236,3	214,0	186,1
-Derechos de Terceros	116,3	132,9	104,7
-Ficcion	33,3	27,9	29,3
-Co-produccion / distribucion	86,7	53,3	52,1
Impuesto Anticipado	16,2	16,1	19,6
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	774,1	761,2	738,5
Activo Corriente	175,4	174,8	269,1
Activo Financiero y Tesoreria	10,7	72,5	74,8
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	186,0	247,3	344,0
TOTAL ACTIVO	960,1	1.008,5	1.082,5
Fondos Propios	564,7	574,1	662,5
Provisiones	73,4	89,8	90,1
Acreedores no corrientes	1,0	0,8	0,7
Pasivo Financiero no corriente	60,7	59,7	60,6
TOTAL PASIVO CORRIENTE	135,1	150,3	151,4
Acreedores Corrientes	259,2	283,0	267,5
Pasivo Financiero Corriente	1,1	1,1	1,1
TOTAL PASIVO CORRIENTE	260,3	284,1	268,6
TOTAL PASIVO	960,1	1.008,5	1.082,5



**Balance de Situación
consolidado**

(€ millones)

TELEVISIÓN

1 de Enero – 28 de Octubre de 2008: 302 días

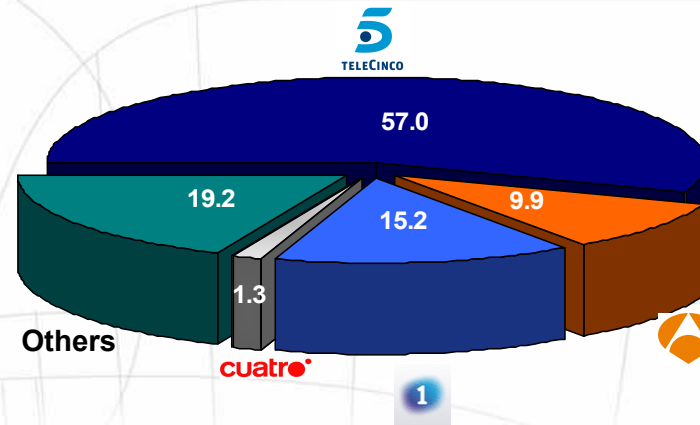


Días Disputados

172	30	46	0	4	0	58
64	4	15	0	3	0	6
145	15	27	0	12	0	4

Días en que se supera el 20% audiencia en Total Day

Días en que se supera el 20% audiencia en Prime Time










Audiencia 24h, Todos Individuos



TL5 es líder un 57% de los días disputados en 2008

TELEVISIÓN

Audiencias por franjas: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

								Temáticas	Locales
Total Day	18.4	16.0	16.8	14.1	4.6	8.7	5.4	13.1	2.9
Morning	16.0	17.3	17.0	13.0	5.3	7.8	4.1	16.7	2.8
Afternoon	15.9	17.8	19.0	16.0	5.2	7.5	6.2	10.2	2.2
Evening	18.5	14.2	18.1	14.1	4.9	7.5	5.5	14.3	2.9
PT 20:30	20.2	15.3	15.9	14.4	3.9	9.7	5.2	12.5	2.8
Late night	22.6	17.4	11.9	10.9	3.7	10.8	5.9	12.8	4.0
Daytime	17.5	16.3	17.2	13.9	5.0	8.2	5.4	13.5	2.9

Audiencia, Todos Individuos



Con la excepción de la mañana y de la tarde, TL5 es capaz de ganar en todas las franjas del día.

TELEVISIÓN

Ranking de programas*: 1 de Enero – 28 de Octubre de 2008

Ranking de Programas (Audiencia, cuota % y miles)

		CHANNEL	THOUSAND	SHARE	Nº
1	POST FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	8,824	62.6	3
2	PRORROGA FUTBOL:EUROCOP	CUATRO	7,551	48.0	3
3	2008 DEBATE	TVE1	7,469	34.5	2
4	FUTBOL:COPA DEL REY	TELECINCO	7,136	37.1	2
5	PRORROGA FUTBOL:L.CAMPEO	ANTENA 3	6,141	30.9	2
6	FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	5,807	40.4	19
7	AIDA	TELECINCO	5,749	31.0	22
8	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	ANTENA 3	5,301	32.7	10
9	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1	5,209	34.3	4
10	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA	TELECINCO	4,770	29.1	4
11	C.S.I.MIAMI	TELECINCO	4,611	23.4	14
12	C.S.I. LAS VEGAS	TELECINCO	4,577	25.4	24
13	FUTBOL:COPA UEFA	ANTENA 3	4,533	28.2	3
14	FUTBOL:SUPERCOPA	TELECINCO	4,172	32.4	2
15	PREVIO FUTBOL:COPA DEL REY	TELECINCO	4,107	23.1	2
16	FORMULA 1	TELECINCO	4,029	42.4	17
17	CUENTAME COMO PASO	TVE1	3,930	22.3	13
18	SIN TETAS NO HAY PARAISO	TELECINCO	3,901	23.1	19
19	OPERACION TRIUNFO - GALAS	TELECINCO	3,862	26.2	12
20	C.S.I.NUEVA YORK	TELECINCO	3,839	23.2	13

Telecinco
sitúa 11
programas
entre los 20
mas vistos
del 2008



TL5 ofrece la mejor programación
del periodo con amplia
variedad de productos

*Ranking de programas:
únicamente programas
que hayan tenido como
mínimo 2 emisiones

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@telecinco.es

WEB: <http://www.inversores.telecinco.es/en/home.htm>

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

October 30th 2008

www.inversores.telecinco.es

GESTEVISION TELECINCO S.A.



TELECINCO

**2008 THIRD QUARTER RESULTS
(January – September)**

October 30th 2008



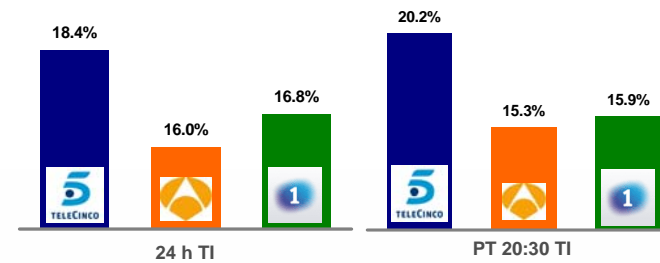
GROUP

	9M08	9M07	VAR. %
Total Net Revenues (€mn)	734.9	771.0	-4.7%
Total Operating Costs	405.5	404.8	0.2%
EBITDA adj.* (€mn)	329.4	366.2	-10.0%
EBITDA adj./Net Revenues	44.8%	47.5%	
EBIT (€mn)	324.3	361.6	-10.3%
EBIT/Net Revenues	44.1%	46.9%	
Net Profit Reported (€mn)	228.4	262.8	-13.1%
Net Profit Adjusted** (€mn)	242.4	262.8	-7.8%
FCF (€mn)	283.6	366.5	-22.6%
FCF/Total Net Revenues	38.6%	47.5%	
Net Cash Position	-51.1	11.7	n.a.

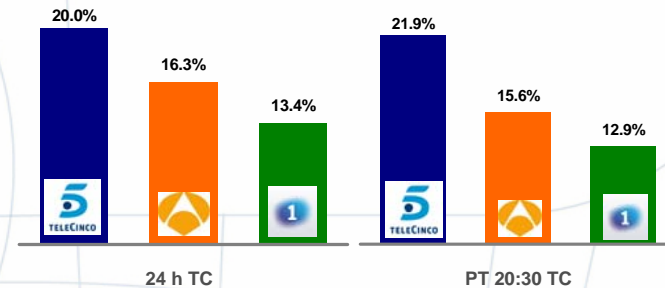
* After the rights consumption

** Excluding the Net Impact of the amortization from the PPA of Endemol

Audience Share, Jan 1st – Oct 28th 2008



Audience Share, Jan 1st – Oct 28th 2008



**Nine months 2008,
Leadership in Audience,
Advertising and Profitability**



BROADCASTING
Year 2008



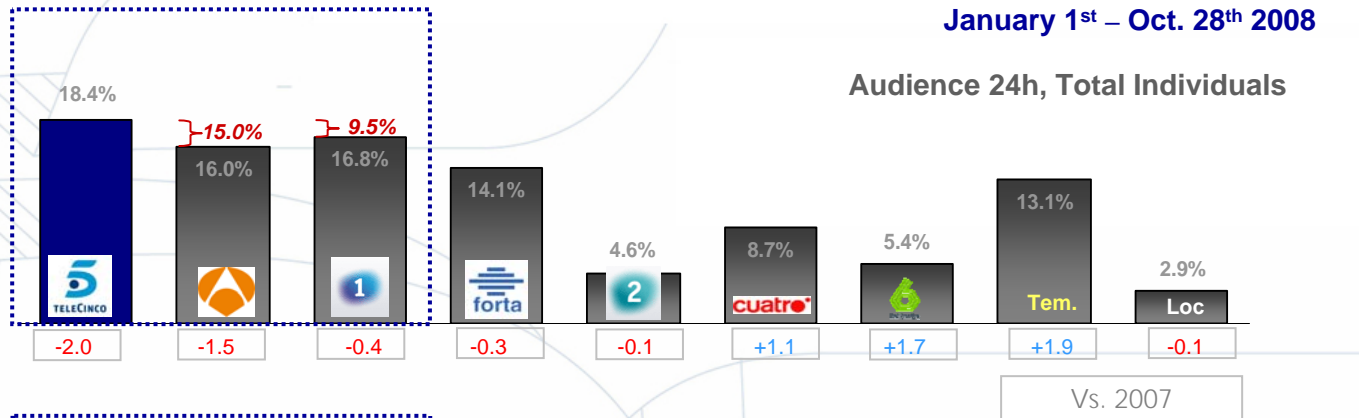
TELECINCO



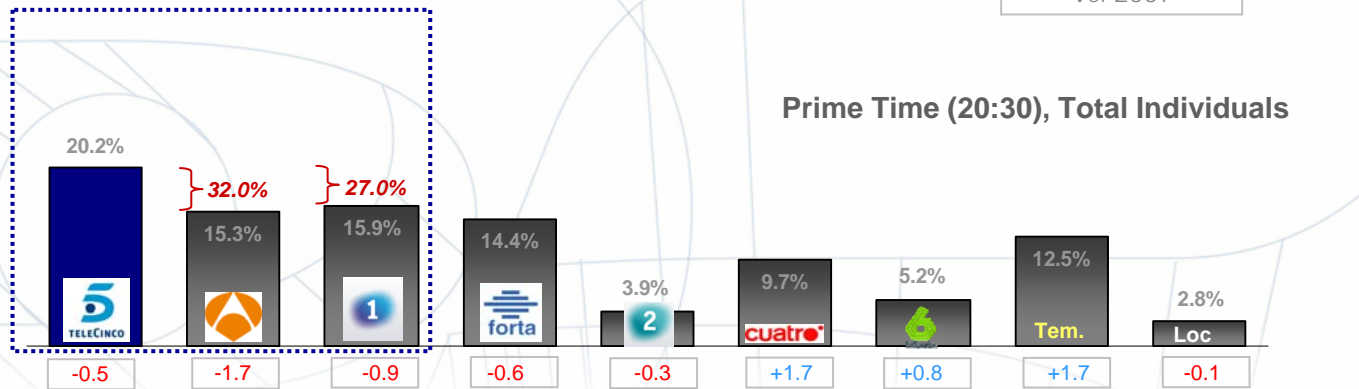
BROADCASTING

January 1st – Oct. 28th 2008

Audience 24h, Total Individuals



Prime Time (20:30), Total Individuals

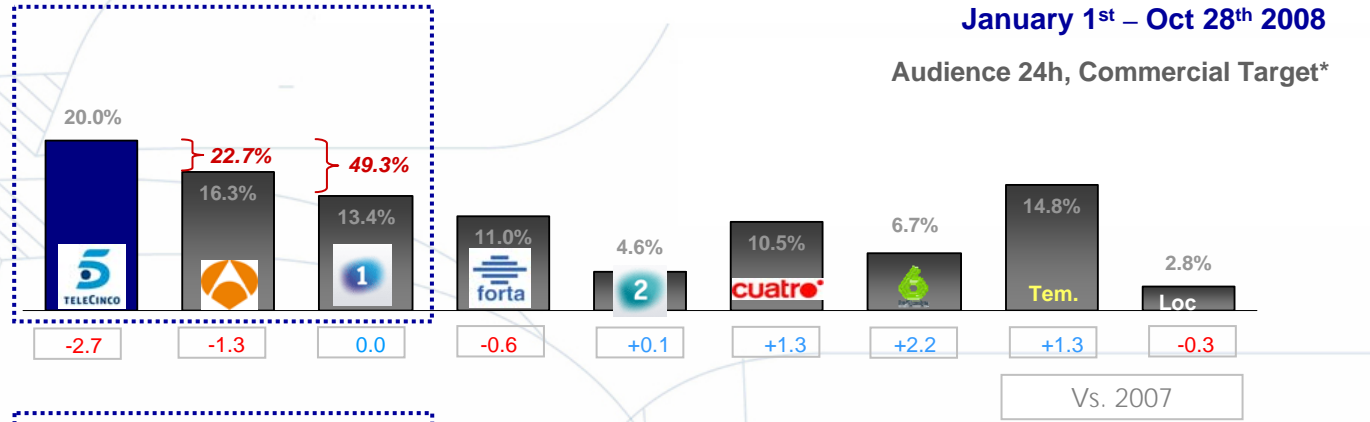


TL5 maintains its audience share in Prime Time compared to the previous year, widening the gap with its competitors.

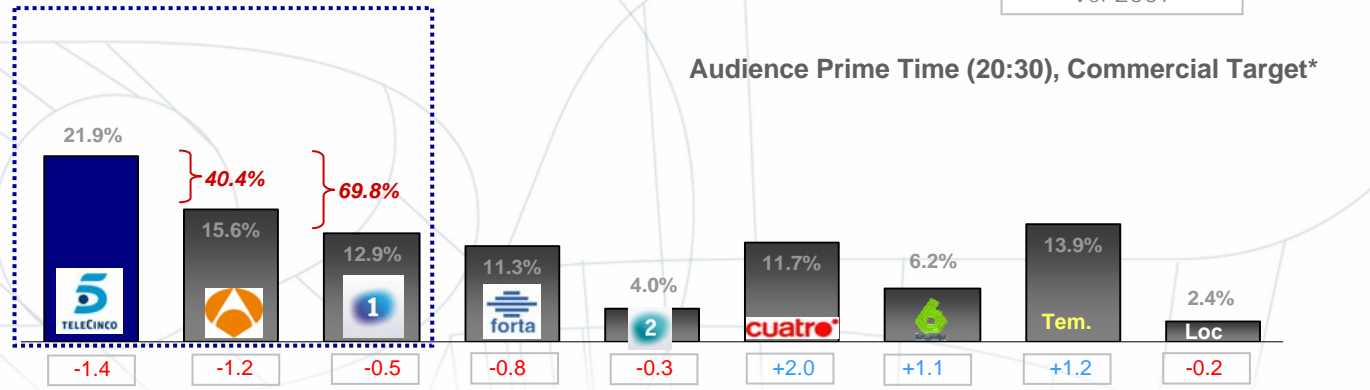
BROADCASTING

January 1st – Oct 28th 2008

Audience 24h, Commercial Target*



Audience Prime Time (20:30), Commercial Target*

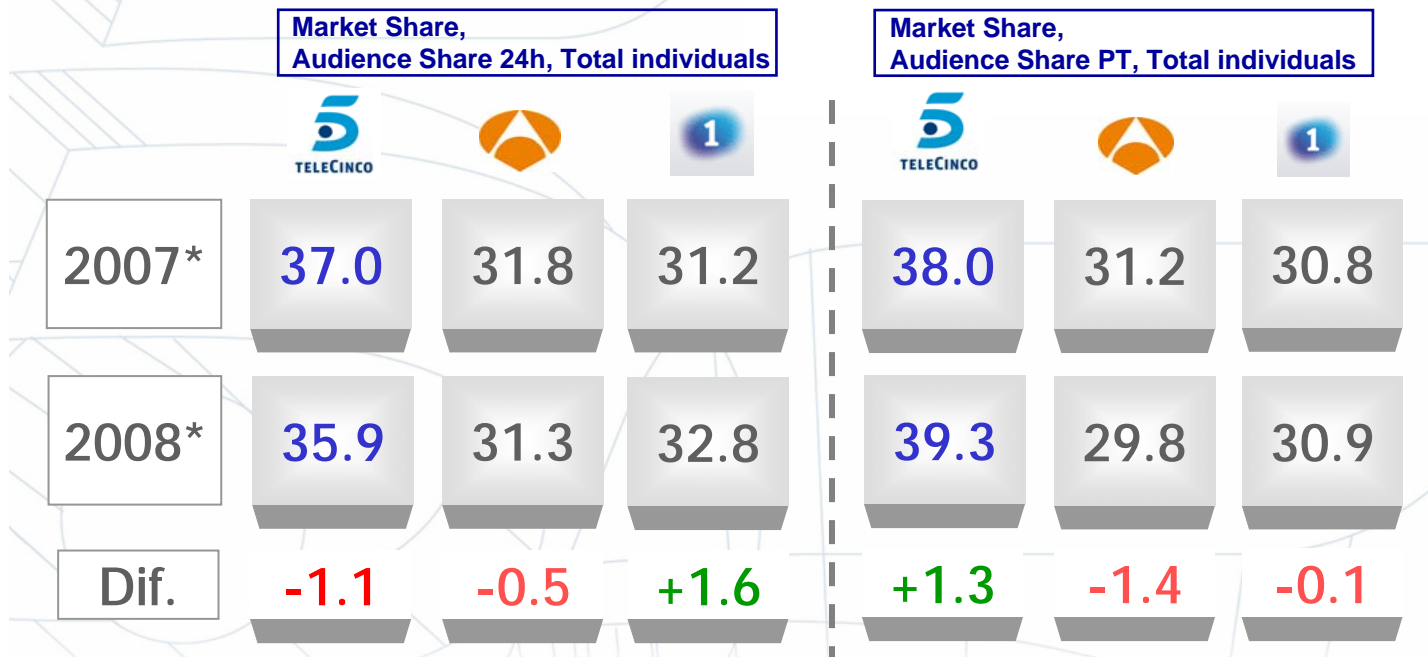


TL5 maintains its leadership in Commercial Target since 1998 maintaining a large distance from its competitors.

* Commercial target: Audience group comprising of individuals from 16 to 59 living in communities of over 10,000 inhabitants and across middle and upper social classes

BROADCASTING

Relative Position: January 1st – Oct. 28th 2008



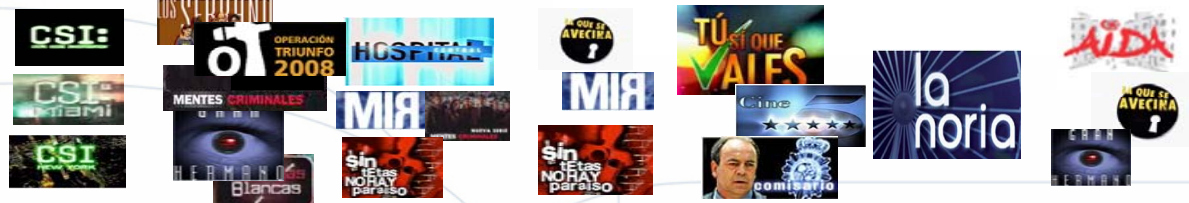
TL5, with 35.9% in 24h audience and 39.3% in PT, improves its relative position versus its main competitors







TL5+A3TV+TVE1 = 100
*From January 1st to Oct. 28th

BROADCASTING

Prime Time Audience Share: January 1st – October 28th 2008

Monday Tuesday Wednesday Thursday Friday Saturday Sunday



	24.4	20.8	22.0	20.3	18.5	18.9	24.4
	14.7	17.6	16.3	13.9	16.1	15.5	12.8
	15.2	12.8	14.8	17.5	11.4	13.9	15.4
	13.8	13.6	12.7	14.7	16.8	14.5	13.4
	9.1	12.0	10.1	9.8	11.2	8.2	12.2
	5.0	4.6	5.0	5.7	5.0	9.5	3.7



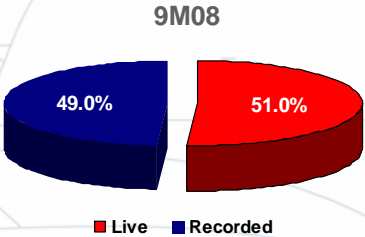
TL5 Prime Time leads on all nights of the week

Slot: 22:00-0:00 Total individuals

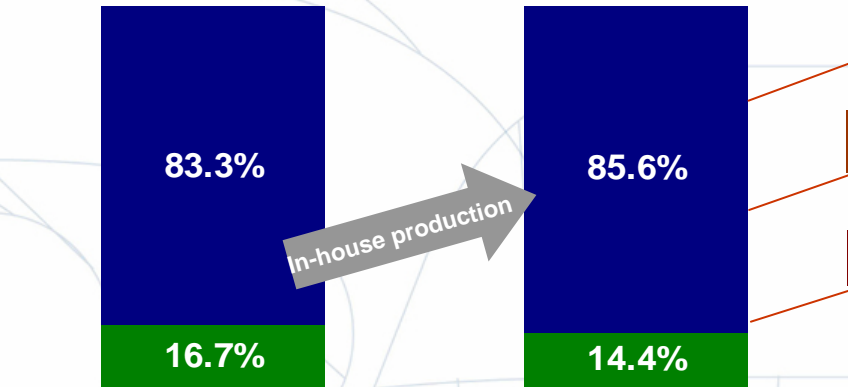
BROADCASTING

Programming Mix in 9M08; January 1st – September 30th 2008

In-House Production vs. Library in terms of broadcasting hours



■ Live ■ Recorded



■ Third party ■ In House production

- 35.7% Productions with Independent Companies
- 29.3% Produced by Atlas & Telecinco
- 35.0% Productions with Participating Companies
 - Endemol
 - La fábrica de la Tele
 - Mandarina
 - Alba Adriatica

5 TELECINCO TL5 programming mix shows an increase of in-house production in the first nine months of 2008



BROADCASTING
New Season 2008/2009

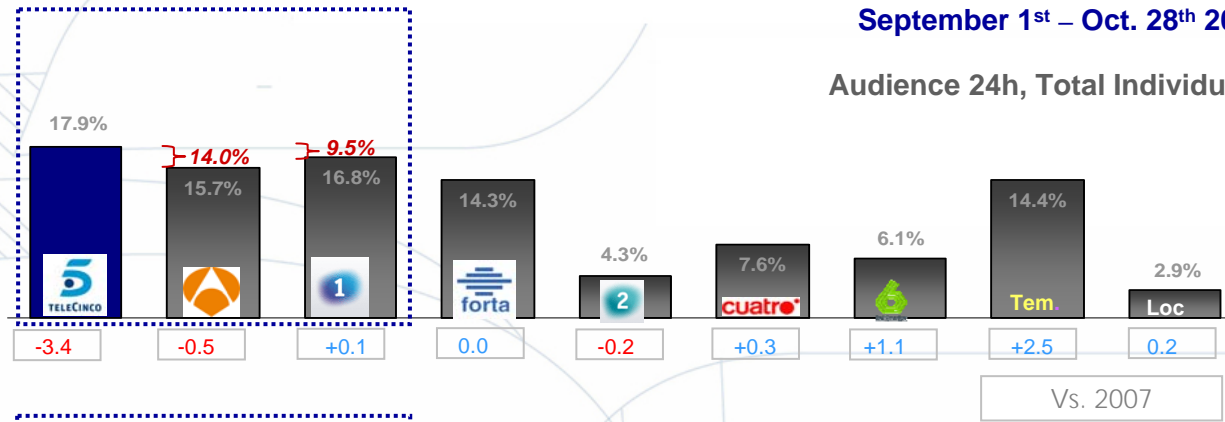
5
TELECINCO



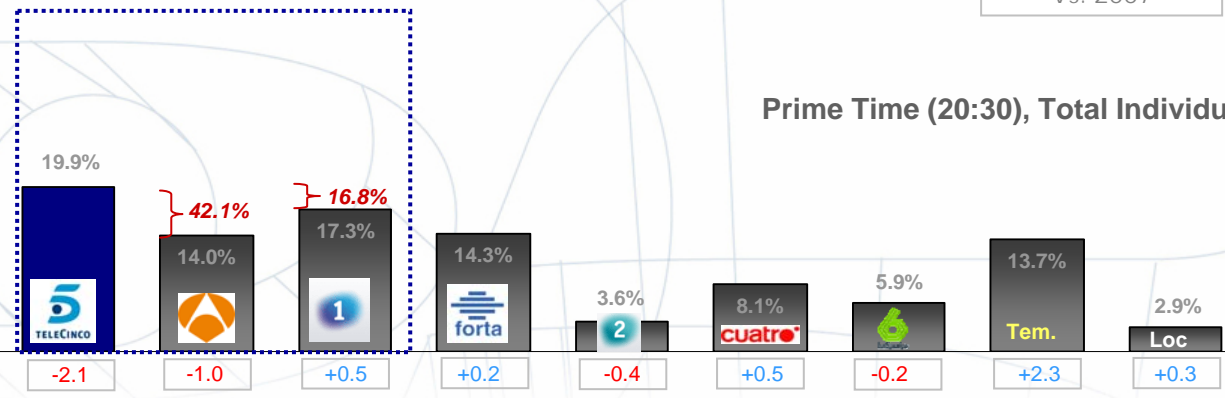
BROADCASTING

September 1st – Oct. 28th 2008

Audience 24h, Total Individuals



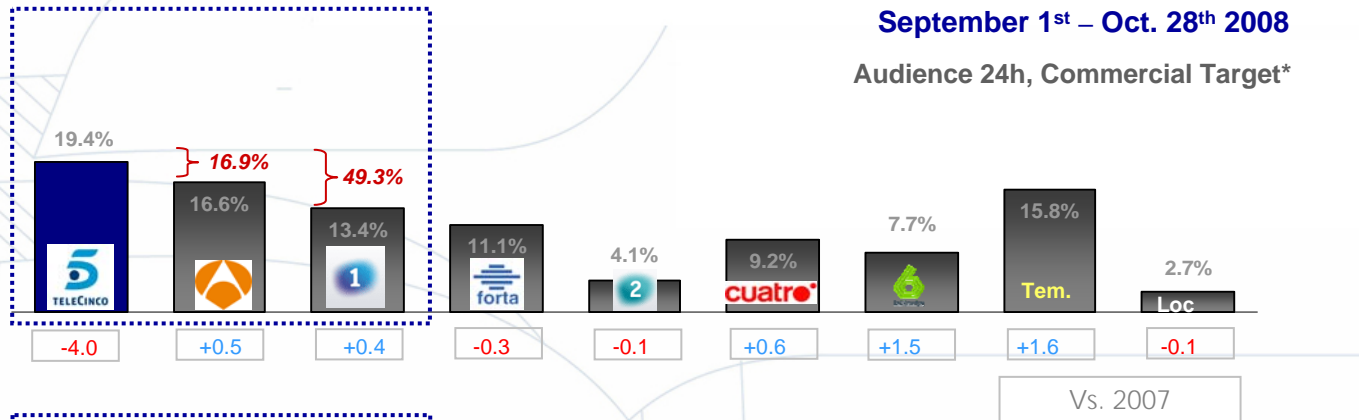
Prime Time (20:30), Total Individuals



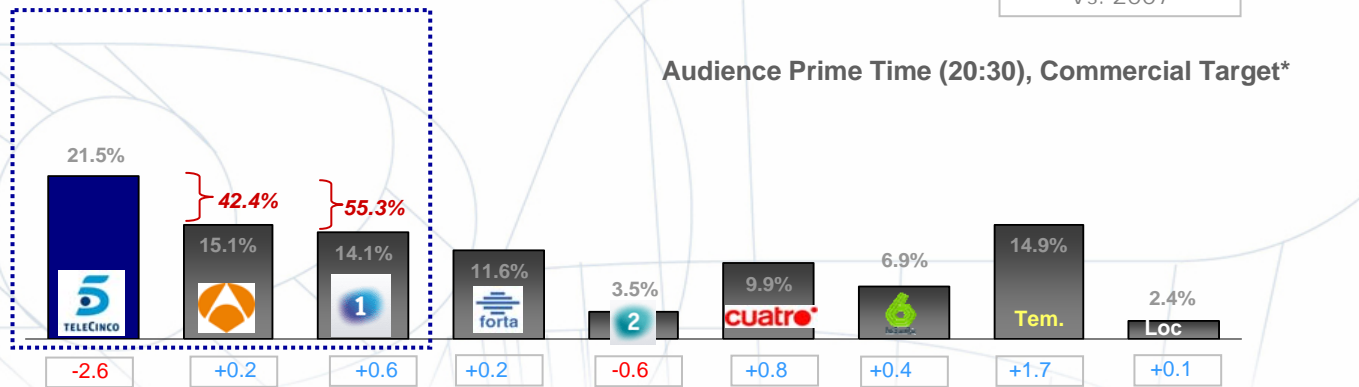
TL5 maintains its leadership in Day and Prime Time in the new season.

BROADCASTING

September 1st – Oct. 28th 2008
Audience 24h, Commercial Target*



Audience Prime Time (20:30), Commercial Target*



TL5 maintains its leadership in Commercial Target since 1998 maintaining a large distance from its competitors.

* Commercial target: Audience group comprising of individuals from 16 to 59 living in communities of over 10,000 inhabitants and across middle and upper social classes

BROADCASTING

TV top Ranking 2008*: September 1st – October 28th 2008

Programmes Ranking (Audience share in % and in thousands)

		CHANNEL	THOUSAND	SHARE	Nº
1	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1	5,209	34.3	4
2	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	ANTENA 3	4,731	33.2	3
3	C.S.I.MIAMI	TELECINCO	4,372	22.7	6
4	CUENTAME COMO PASO	TVE1	4,198	24.3	8
5	C.S.I.	TELECINCO	4,174	24.9	3
6	GRAN HERMANO - PT	TELECINCO	3,772	26.6	7
7	FORMULA 1	TELECINCO	3,771	44.5	5
8	SIN TETAS NO HAY PARAISO	TELECINCO	3,731	22.7	7
9	C.S.I.NUEVA YORK	TELECINCO	3,486	23.9	6
10	LOS HOMBRES DE PACO	ANTENA 3	3,470	21.1	3
11	¡MIRA QUIEN BAILA!	TVE1	3,370	20.8	6
12	CAMERA CAFE	TELECINCO	3,105	18.6	26
13	ESCENAS DE MATRIMONIO	TELECINCO	3,095	19.8	27
14	FISICA O QUIMICA	ANTENA 3	2,803	16.3	8
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1 - LV	ANTENA 3	2,795	22.2	41
16	TELEDIARIO 1	TVE1	2,778	22.0	42
17	TELEDIARIO 2	TVE1	2,776	19.6	42
18	C.S.I. (REP)	TELECINCO	2,745	24.7	10
19	AIDA (REP)	TELECINCO	2,743	19.4	11
20	INFORMATIVOS T5 21:00 L-V	TELECINCO	2,616	19.5	42

Telecinco
places 11
programmes
in the top 20
ranking of the
season
2008/09









TL5 offers the best programs
of the period with large
choice of products

*Ranking of programmes:
Only 2 broadcasts or more

BROADCASTING

Prime Time Audience Share: September 1st – October 28th 2008

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
	 	 	 	 	 		 
	23.3	21.9	19.9	20.4	18.3	19.0	20.7
	14.6	14.4	16.7	9.7	16.2	12.8	11.1
	18.0	13.0	17.3	23.0	11.4	14.7	16.5
	13.1	14.2	12.2	13.9	16.5	15.4	14.6
	8.0	8.7	8.3	9.0	11.2	6.7	11.4
	4.7	6.1	6.0	5.7	4.9	11.6	4.0










TL5 Prime Time leads on all nights of the week, with the exception of Thursday

Slot: 22:00-0:00 Total individuals

BROADCASTING

Audience Share by slots: September 1st – October 28th 2008

								Temáticas	Locales
Total Day	17.9	15.7	16.8	14.3	4.3	7.6	6.1	14.4	2.9
Morning	15.9	18.1	15.3	13.5	4.7	7.0	4.5	18.5	2.5
Afternoon	15.0	18.7	19.0	16.2	4.7	6.0	7.2	11.0	2.1
Evening	17.8	13.9	17.1	14.3	4.7	6.8	6.5	15.9	3.0
PT 20:30	19.9	14.0	17.3	14.6	3.6	8.1	5.9	13.7	2.9
Late night	22.4	16.6	11.6	10.9	3.8	10.1	6.8	14.1	3.9
Daytime	16.9	16.6	16.5	14.2	4.6	7.3	6.3	14.8	2.9



TL5 is leader, once more, in all slots of the day with the exception of the afternoon and morning slot

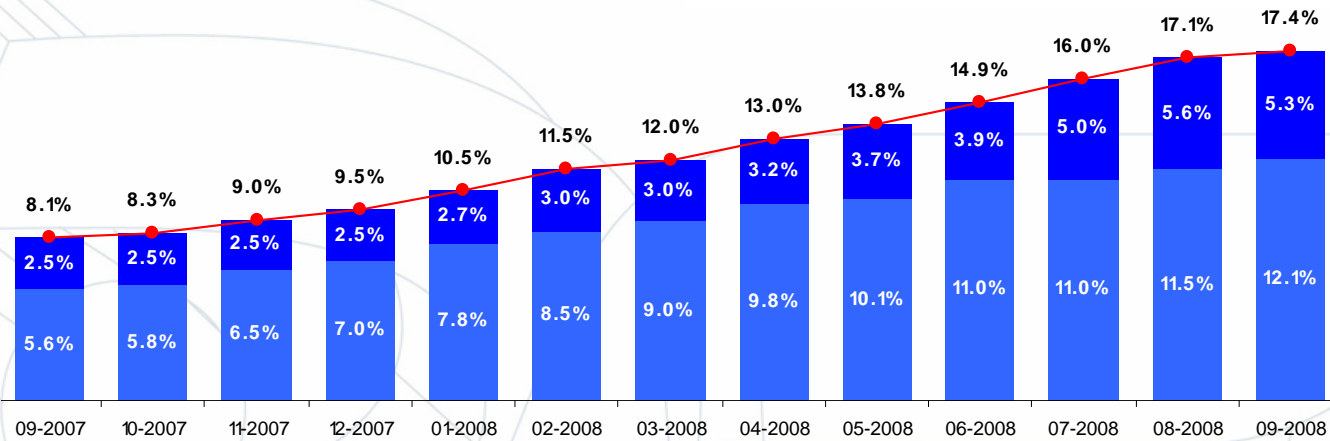
Audience Share, Total Individuals

DIGITAL TELEVISION

DTT Penetration

Audience 24h, Total Individuals (%)

■ Analogical Channel's Simulcast
 ■ Exclusive DTT Channels
 ● DTT Audience share



Technical Coverage: 89.15%
Household Penetration: 38.8% (Source: SOFRES)
Equipment: 12,392,055 units sold



The analog channels' audience proves that, at the moment, the only growth driver is the technology change

INTERNET



2007*

2008*

Unique viewers 3,4 million
Visited pages 113 million
Downloaded videos 4.7 million



Unique viewers: 5.2 million ↑
Visited pages: 110 million ~
Downloaded videos: 14.0 million ↑↑
Ranked 1st Spanish broadcasting website



Web content available for iPhone



Internet exclusive content such as "Becari@s", a successful fiction

TELECINCO.ES
Promotion & information of Telecinco



Rebranding, TV content and Internet content



Launched in May news content



Series, programmes, etc

2007

2008



Objetivo: a website with its own identity

*September 30th



ADVERTISING



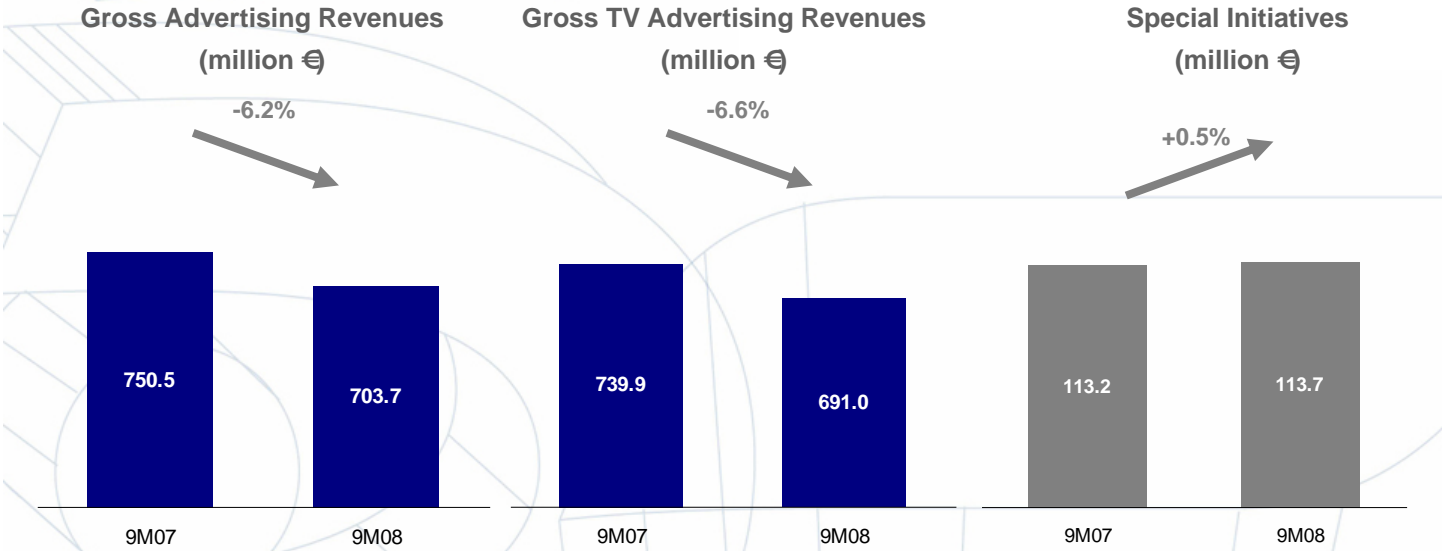
TELECINCO



ADVERTISING

Advertising Revenues, first 9 months of 2008

Special Initiative's share on 9M08
Telecinco Gross Advertising
Revenues : 16.5%



TL5 at 9M08 achieves a result that allows the company to defend its market share

ADVERTISING

Commercial strategy, 9M2008

Audience SHARE		SECONDS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	TV gross Adv. Revenues	
%	△ (%)	△ (%)	△ (%)	△ (%)	€mill	△ (%)
18.4%	- 9.4%	-3.5%	- 10,9%	+4,8%	691.0	-6.6%

Source: TNS and Publiespaña

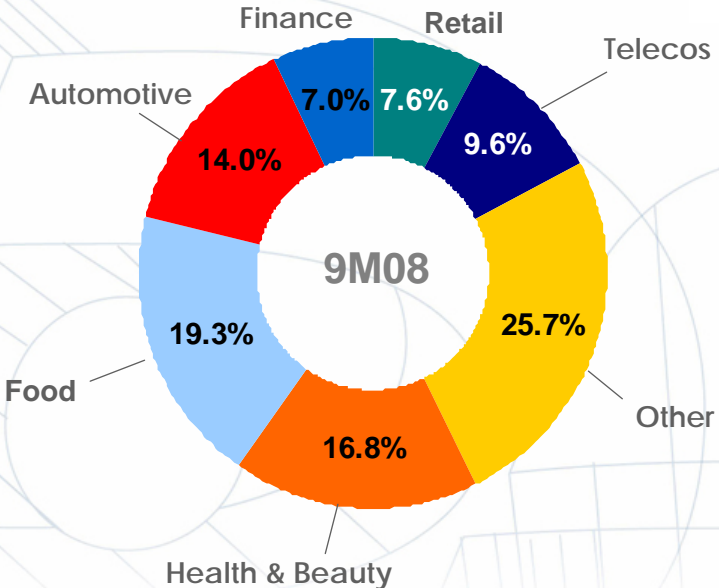


TL5 achieves a result in line with the objective of maintaining the market share

ADVERTISING

TV advertising market by sectors

Sector Breakdown
(% on total Adv sales)



Sector Growth
(9M08 vs. 9M07)

	Telecos	+ 8.3%
	Retail	+ 6.7%
	Other	-0.4%
	Health & Beauty	-4.6%
	Food	-10.3%
	Automotive	-17.8%
	Finance	-28.3%



TV Advertising Market
by Sectors at 9M08

Source: Publiespaña



FINANCIAL RESULTS



FINANCIAL RESULTS

	9M08	9M07	VAR %
TOTAL NET REVENUES	734.9	771.0	-4.7%
TOTAL COSTS	410.6	409.4	0.3%
Personnel	63.3	59.6	6.1%
Operating Costs	238.1	229.3	3.8%
Amortizations & Depretiations	109.2	120.5	-9.3%
EBITDA (1)	329.4	366.2	-10.0%
EBIT	324.3	361.6	-10.3%
Pre-Tax Profit	292.4	371.0	-21.2%
Net Profit Reported	228.4	262.8	-13.1%
Net Profit Adjusted (2)	242.4	262.8	-7.8%
EBITDA/ NET REVENUES	44.8%	47.5%	
EBIT/ NET REVENUES	44.1%	46.9%	
NET PROFIT Reported/ NET REVENUES	31.1%	34.1%	
NET PROFIT Adjusted/ NET REVENUES	33.0%	34.1%	

(1) Post-rights amortization

(2) Excluding the net impact of the amortization of the intangibles related to the PPA of Endemol



Consolidated Financial Results

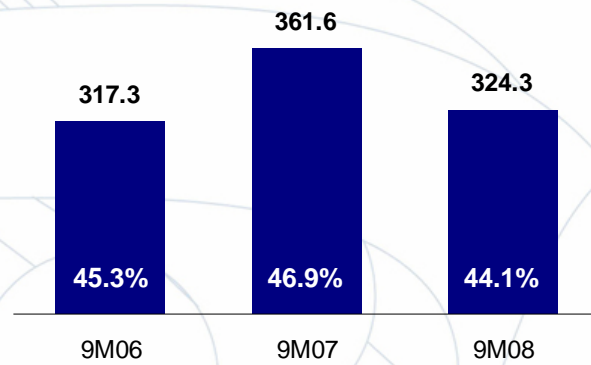
FINANCIAL RESULTS

	9M08	9M07	Diff. in €million
Initial Cash Position	13.2	396.1	-383.0
Free Cash Flow	283.6	366.5	-82.9
Cash Flow from Operations	355.0	402.3	-47.3
Net Investments	-159.7	-132.7	-27.1
Change in Net Working Capital	88.4	96.9	-8.5
Change in Equity	-8.6	26.6	-35.2
Financial Investments	-23.4	-464.5	441.1
Dividends received	1.6	1.2	0.4
Dividend payments	-317.6	-314.3	-3.3
Total Net Cash Flow	-64.3	-384.4	320.1
Final Cash Position	-51.1	11.7	-62.8
Free Cash Flow/Total Net Revenues	38.6%	47.5%	

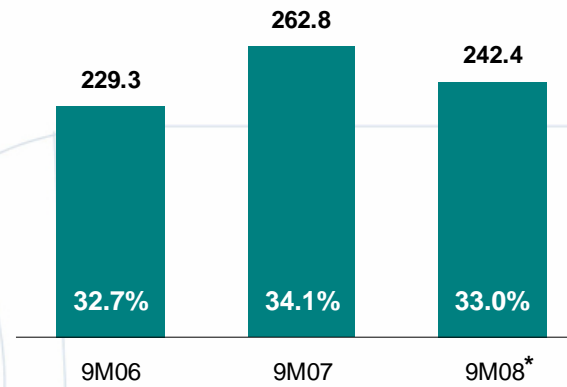


FINANCIAL RESULTS

EBIT (in million €)
EBIT/ NET REVENUES (in %)



NET PROFIT (in million €)
NET PROFIT/NET REVENUES (in %)



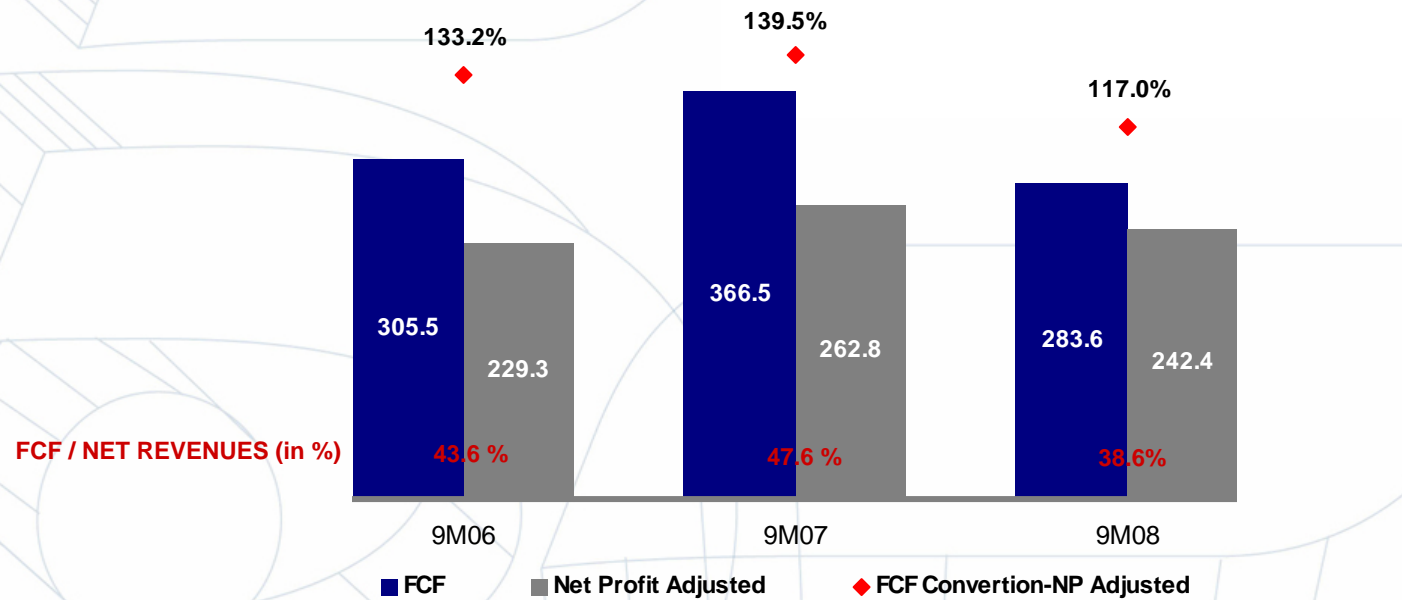
* Adjusted Net Profit: excludes the accounting impact (after taxes) of the amortization of the intangibles resulting from the PPA of the Endemol acquisition.



Margins

FINANCIAL RESULTS

FREE CASH FLOW (€million)

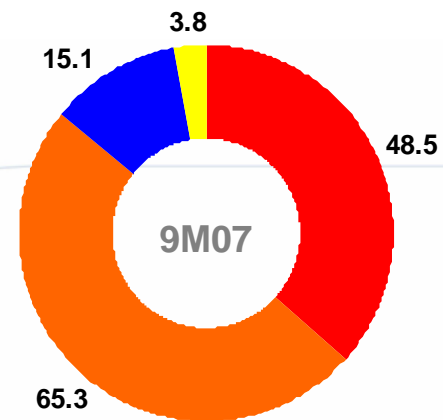
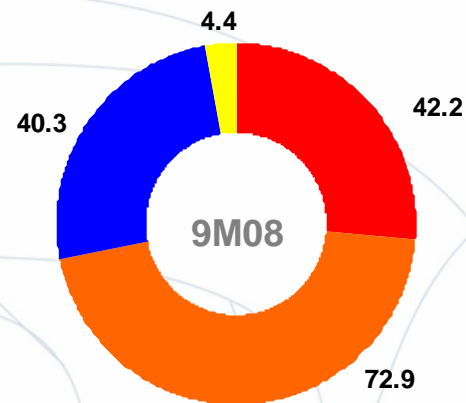


Outstanding capacity of FCF generation always in line with the Net Result

FINANCIAL RESULTS

€159.7 million

€132.7 million



TV Rights non-Fiction

TV Rights Fiction

Co-production Distribution

Tangible & Intangible Fixed Assets



Net Investments



FINANCIAL RESULTS

€millions	9M08	9M07*	FX Effect	Organic Growth
Net Consolidated Revenues	948.3	915.8	-44.8	77.3
Cost of sales	-786.2	-748.2		
Normalized EBITDA	169.9	166.0	-9.2	13.1
EBIT (reported)	30.9	60.9		
EBIT (adjusted) **	148.8	126.9		

* Pro forma including France.

** Amortization of intangible affected by the PPA process in 2008 (117.9 mil Euro) and goodwill impairment in 2007 (39.3 mil. Euro) and 26,7 LTIP.



Edam Group 9M08,
P&L Highlights

Back Up slides



FINANCIAL RESULTS

	9M08	9M07	VAR %
Gross Adv. Revenues	703.7	750.5	-6.2%
- Television	691.0	739.9	-6.6%
- Other	12.6	10.6	18.7%
Discounts	-32.9	-32.6	0.8%
Net Advertising Revenues	670.8	717.9	-6.6%
Other Revenues	64.1	53.0	20.8%
TOTAL NET REVENUES	734.9	771.0	-4.7%
Personnel	63.3	59.6	6.1%
Rights Amortization	104.1	115.8	-10.2%
Other Operating Costs	238.1	229.3	3.8%
Total Costs	405.5	404.8	0.2%
EBITDA adj*	329.4	366.2	-10.0%

* Post-rights amortisation



Consolidated
Profit & Loss Account (I)

FINANCIAL RESULTS

	9M08	9M07	VAR %
EBITDA adj*	329.4	366.2	-10.0%
Other Operating Costs	-5.1	-4.6	11.6%
EBIT	324.3	361.6	-10.3%
Equity Consolidated Results	-30.0	2.6	n.a.
Financial Results	-1.9	6.9	n.a.
EBT	292.4	371.0	-21.2%
Income taxes	-73.3	-108.7	-32.6%
Minority Interests	9.3	0.6	n.a.
Net Profit reported	228.4	262.8	-13.1%
Net Profit adjusted**	242.4	262.8	-7.8%

*Post-rights amortisation

**Excluding the net impact of the Amortization of the intangibles related to the PPA of Endemol



Consolidated
Profit & Loss Account (II)

FINANCIAL RESULTS

	9M08	9M07	2007
Fixed assets	521.7	531.0	532.8
-Financial	464.4	475.6	472.3
-Non Financial	57.3	55.4	60.6
Audiovisual Rights and Pre-payments	236.3	214.0	186.1
-TV, Third Party Rights	116.3	132.9	104.7
-TV, Spanish Fiction Rights	33.3	27.9	29.3
-Co-production / distribution	86.7	53.3	52.1
Pre-paid taxes	16.2	16.1	19.6
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	774.1	761.2	738.5
Current assets	175.4	174.8	269.1
Financial investments and cash	10.7	72.5	74.8
TOTAL CURRENT ASSETS	186.0	247.3	344.0
TOTAL ASSETS	960.1	1,008.5	1,082.5
Shareholders' equity	564.7	574.1	662.5
Non-current provisions	73.4	89.8	90.1
Non-current payables	1.0	0.8	0.7
Non-current financial liabilities	60.7	59.7	60.6
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	135.1	150.3	151.4
Current payables	259.2	283.0	267.5
Current financial liabilities	1.1	1.1	1.1
TOTAL CURRENT LIABILITIES	260.3	284.1	268.6
TOTAL LIABILITIES	960.1	1,008.5	1,082.5



Consolidated
Balance Sheet

(€million)

BROADCASTING

January 1st – October 28th 2008: 302 days



Total days

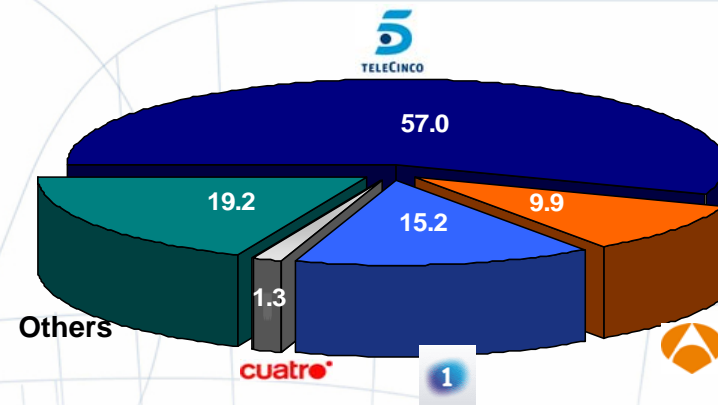
172	30	46	0	4	0	58
-----	----	----	---	---	---	----

Number of days in which TL5's audience is above 20% in Total Day

64	4	15	0	3	0	6
----	---	----	---	---	---	---

Number of days in which TL5's audience is above 20% Prime Time

145	15	27	0	12	0	4
-----	----	----	---	----	---	---










Audience Share 24h, Total Individuals



TL5 wins 57% of the days in 2008

BROADCASTING

Audience Share by slots: January 1st – October 28th 2008

								Temáticas	Locales
Total Day	18.4	16.0	16.8	14.1	4.6	8.7	5.4	13.1	2.9
Morning	16.0	17.3	17.0	13.0	5.3	7.8	4.1	16.7	2.8
Afternoon	15.9	17.8	19.0	16.0	5.2	7.5	6.2	10.2	2.2
Evening	18.5	14.2	18.1	14.1	4.9	7.5	5.5	14.3	2.9
PT 20:30	20.2	15.3	15.9	14.4	3.9	9.7	5.2	12.5	2.8
Late night	22.6	17.4	11.9	10.9	3.7	10.8	5.9	12.8	4.0
Daytime	17.5	16.3	17.2	13.9	5.0	8.2	5.4	13.5	2.9



TL5 is leader, once more, in all slots of the day with the exception of the afternoon and morning slot

Audience Share, Total Individuals

BROADCASTING

TV top Ranking 2008*: January 1st – October 28th 2008

Programmes Ranking (Audience share in % and in thousands)

		CHANNEL	THOUSAND	SHARE	Nº
1	POST FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	8,824	62.6	3
2	PRORROGA FUTBOL:EUROCOP	CUATRO	7,551	48.0	3
3	2008 DEBATE	TVE1	7,469	34.5	2
4	FUTBOL:COPA DEL REY	TELECINCO	7,136	37.1	2
5	PRORROGA FUTBOL:L.CAMPEO	ANTENA 3	6,141	30.9	2
6	FUTBOL:EUROCOPA	CUATRO	5,807	40.4	19
7	AIDA	TELECINCO	5,749	31.0	22
8	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	ANTENA 3	5,301	32.7	10
9	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1	5,209	34.3	4
10	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA	TELECINCO	4,770	29.1	4
11	C.S.I.MIAMI	TELECINCO	4,611	23.4	14
12	C.S.I. LAS VEGAS	TELECINCO	4,577	25.4	24
13	FUTBOL:COPA UEFA	ANTENA 3	4,533	28.2	3
14	FUTBOL:SUPERCOPA	TELECINCO	4,172	32.4	2
15	PREVIO FUTBOL:COPA DEL REY	TELECINCO	4,107	23.1	2
16	FORMULA 1	TELECINCO	4,029	42.4	17
17	CUENTAME COMO PASO	TVE1	3,930	22.3	13
18	SIN TETAS NO HAY PARAISO	TELECINCO	3,901	23.1	19
19	OPERACION TRIUNFO - GALAS	TELECINCO	3,862	26.2	12
20	C.S.I.NUEVA YORK	TELECINCO	3,839	23.2	13

Telecinco
places 11
programmes
in the top 20
ranking of
2008



TL5 offers the best programs
of the period with large
choice of products

*Ranking of programmes:
Only 2 broadcasts or more

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@telecinco.es

WEB: <http://www.inversores.telecinco.es/en/home.htm>

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

October 30th 2008

www.inversores.telecinco.es