



TELECINCO

NINE MONTHS RESULTS 2009 (January – September)

Madrid – October 29th, 2009

CONTENTS:

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

1. Financial and operating highlights

Consolidated financial highlights for the year to September, include:

1. The company results are, once more, hit by the consequences of the crisis that is still affecting the world economies. **Total Net Revenues** in the first nine months of 2009 reached €432.25 million, -41.2% versus the same period of 2008. The “Gross Advertising Revenues of Television” in this period amount to €406.52 million, while the “Advertising Revenues of Other Media” totalled €7.97 million with an increase of 1.2% compared to last year. The “Total gross advertising revenues” amount to €414.49 million, 41.1% lower than 2008. Finally, the “Other Revenues” amount to €37.60 million with a decrease of -41.3% versus last year. This is mainly due to the fact that the decline in the economy is affecting consumption and this can be pin pointed as the origin of the decline in Call TV, SMS and Merchandising revenues.
2. The 15.0% average **audience share** in the first nine months of 2009, total-individuals (total day), situates Telecinco as the third television network just 0.1 behind Antena 3 (15.1%) who are second in the ranking. The leader during the period was TVE-1 (16.4%) thanks to its aggressive programming strategy.

In total-individuals prime time¹ Telecinco’s audience share reaches 16.8% distancing them from TVE-1 by 0.4pp and leaving Antena 3 in third position at a distance of 2.7pps. In “Commercial Target²” the audience of Telecinco was 17.0% in Prime Time, at a distance of 1.9pp and 3.1pp from Antena 3 and TVE-1 respectively. The audience total day “Commercial Target” of Telecinco was 15.5% just 0.2pp behind the leader Antena 3 and 1.9pp ahead of TVE-1.

As per the audience of the digital channels, since the beginning of September 2009, and with the analogue switch off approaching the Group launched a new programming strategy in order to increase audiences. On September 30th LA SIETE reached an audience in 24 hours, total individuals (total TV) of 0.80% increasing the audience by 90% as of June 30th (0.42%). FACTORIA DE FICCION, the other digital channel, got an audience of 0.55% increasing by 22% the number achieved on June 30th. At the end of September, Telecinco as a group of channels attained a total audience of 17.5% distancing by 0.4pp the audience reached by the other commercial group Antenna3, which stood at 17.1%.

¹ Prime time: Time slot with the highest television consumption of the day, from 20:30 to 24:00.

² 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



3. During the period the Group reduced its **Total Operating Costs** by 14.8% reaching €349.75 million opposed to the €410.60 million reached last year. This **decrease** is mainly due to the cost control policy that the company has stressed since the beginning of the crisis. Part of this reduction is due to the reversal of a provision as already mentioned in the results presentation of the first half year.

On a percentage basis and despite the advertising market decline, Telecinco maintains its incomparable operating margins. The **Adjusted EBITDA**⁵ margin reached 20.6% and 19.1% in terms of **EBIT**. This result confirms that Telecinco is one of the most profitable TV companies in Europe.

Given the weak conditions of the advertising market, the reliability of operating margins and strict cost control policy are the two most important elements that will ensure the natural development of the business through this crisis. Telecinco relies on a privileged position thanks to its traditional cost management and control, and the strength of its margins.

4. **Net profit**, after tax, was €62.16 million; the net profit margin reached 14.4%. 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 €16.30 million, reaching €78.46 million with a margin over Net Revenues of 18.2%.
5. **Free cash flow** was €70.02 million with a Net Profit Adjusted conversion rate into Free Cash of 16.2%.
6. **The net financial position** as of September 30th 2009 was €-176.93 million, €59.9 of this is a long term loan from Mediaset to the Group for the acquisition of Endemol, this means that bank debt amounts to €117.0 million.

⁵ (EBITDA post-rights amortisation)

7. Profit and loss account

Table 1: Consolidated Profit and Loss Account

<i>Millions of €</i>	9M09	9M08	% change
TOTAL NET REVENUES	432,25	734,89	(41,2%)
Rights Amortisation	(101,13)	(104,07)	(2,8%)
Personnel	(59,28)	(63,28)	(6,3%)
Other operating costs	(182,88)	(238,11)	(23,2%)
Adjusted EBITDA	88,96	329,43	(73,0%)
Other amortisations, provisions	(6,46)	(5,14)	25,7%
EBIT	82,50	324,29	(74,6%)
Equity consolidated results	(26,36)	(29,97)	(12,1%)
Financial results	2,34	(1,93)	-
Pre-tax profits	58,48	292,39	(80,0%)
Income taxes	0,00	(73,27)	-
Minority interests	3,68	9,25	-
Net profit	62,16	228,38	(72,8%)
Adjusted Net profit	78,46	242,38	(67,6%)

As previously mentioned, compared to the same period last year and under consistent conditions, the Adjusted Net Profit amounted to €78.46 million a margin over Net Revenues of 18.2%.

The difference of €16.30 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 (known as "Purchase Price Allocation" or PPA). This constitutes an accounting convention which neither affects the value nor the cash flow of the Endemol Group, whose operational results remain satisfactory.

2.1. Revenues

Table 2: Revenues

	9M09	9M08	% change
Gross advertising revenues	414,49	703,68	(41,1%)
- <i>Television</i>	406,52	695,79	(41,6%)
- <i>Others</i>	7,97	7,88	1,2%
Discounts	(19,83)	(32,87)	(39,7%)
Net advertising revenues	394,65	670,80	(41,2%)
Other revenues	37,60	64,09	(41,3%)
TOTAL NET REVENUES	432,25	734,89	(41,2%)

Gross advertising revenues in the first nine months of 2009 reached €414.49.

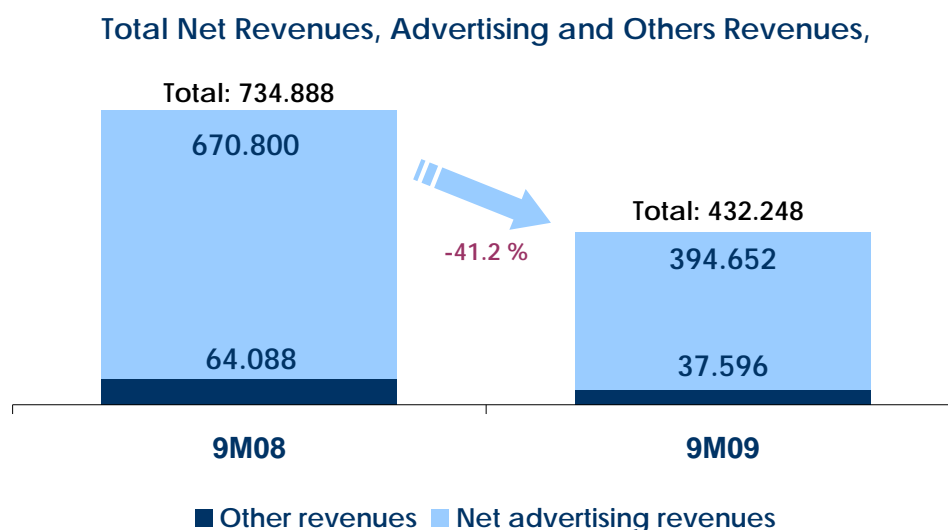
Television's Gross advertising revenues, which include advertising revenues from analogue and digital channels, reached €406.52 million.

The **Other advertising revenues** made €7.97 million increasing by 1.2% compared to 2008 and include advertising revenues from other platforms such as the Internet, thematic channels and teletext, etc.

Net advertising revenues after commissions and allowances reached €394.65 million.

“**Other revenues**”, which mainly include the sale of coproduction film rights, merchandising rights, SMS and audio text services amounted to €37.60 million with a decrease of 41.3% versus last year. This reduction is mainly due to the consequences of the economic slowdown that the country is experiencing is that it has affected consumption and this has reduced Call TV, SMS and Merchandising revenues.

Finally, **Total Net Revenues** amounted to €432.25 million.



2.2. Operating costs

Total operating costs, amounted to €349.75 million, decreased by 14.8% compared to last year; this result is due once more to our long-established cost control policy. This cost control policy is *a well established trademark of the Group*. We also have to highlight that during this period we released a tax provision, of roughly €34 million, that was no longer necessary. In any case, excluding this exceptional item both in 2009 and in 2008, the operating costs would have decreased by 7.8%.

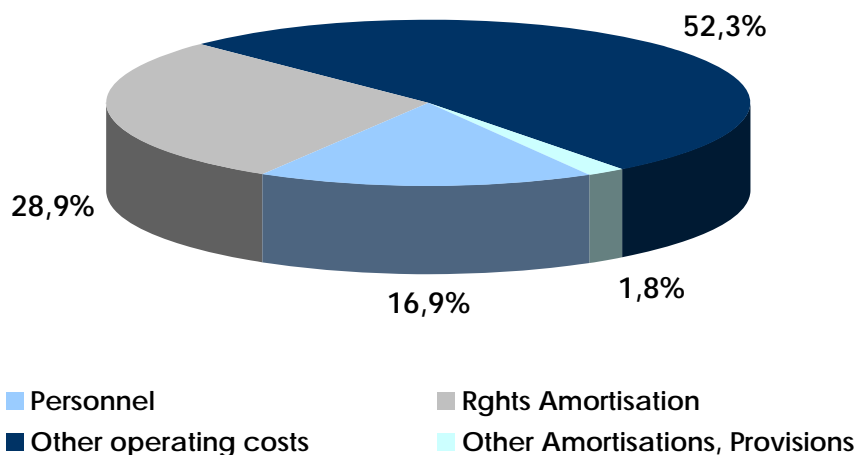
At the end of September the Group accounted for, given the best interpretation of the law, the 3% legal contribution of the total gross revenues invoiced as foreseen by the Law 8/2009 dated August 28th 2009 regarding the financing of the Spanish State TV (Corporacion de Radio y Television Española).

Table 3: Operating costs

<i>Millions of €</i>	9M09	9M08	% change
Personnel costs	59,28	63,28	(6,3%)
Rights amortisation	101,13	104,07	(2,8%)
Other operating costs	182,88	238,11	(23,2%)
Other amortisation and provisions	6,46	5,14	25,7%
TOTAL OPERATING COSTS	349,75	410,60	(14,8%)

Telecinco's in-house production continues to dominate the network's programming in terms of broadcasting hours. In the first nine months of 2009, 84.6% of broadcasted programmes were produced in-house and the remaining 15.4% were external productions (compared with an 85.6% and 14.4% in the same period of 2008).

Operating Costs



2.3 Operating profit and margins

Adjusted EBITDA reached €88.96 million, a margin over revenues of 20.6%.

Net operating profit (EBIT) was €82.50 million with a margin over revenues of 19.1%.

It's important to highlight that the operating margins of the company, in spite of the deterioration of the advertising market, are at a remarkable level.

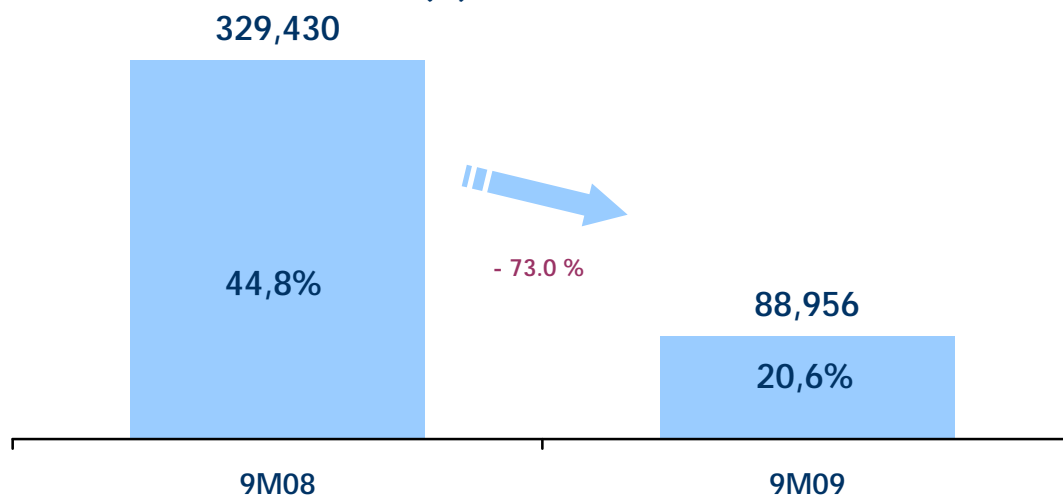
Table 4: Margins

Millions of €	9M09	9M08	% change
Total net revenues	432,25	734,89	(41,2%)
Adjusted EBITDA	88,96	329,43	(73,0%)
EBIT	82,50	324,29	(74,6%)
Net profit	62,16	228,38	(72,8%)
Adjusted Net profit	78,46	242,38	(67,6%)
Adj.EBITDA / Total net revenues	20,6%	44,8%	
EBIT/ Total net revenues	19,1%	44,1%	
Net profit / Total net revenues	14,4%	31,1%	
Adj. Net Profit / Total Net Revenues	18,2%	33,0%	

As explained before, the net revenues were down in this period, but the operating margins (**EBITDA and EBIT**) have remained, on a percentage basis, in the region of 20%, demonstrating the efficiency of the business model in the context of 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 €2.34 million, mainly due to the revenues arising from long term financial assets recognized as “amortized costs”.

A negative result is shown from the **equity consolidated companies**⁴ totalling €26.36 million. This negative figure is mainly related to the losses of Edam Acquisition Holding Coop. which includes the PPA amortization partially offset by the gains generated by the repurchase of part of its own debt at discount.

This result includes the losses from the investment in Caribevisión.

2.5. Profit for the period January – September 2009

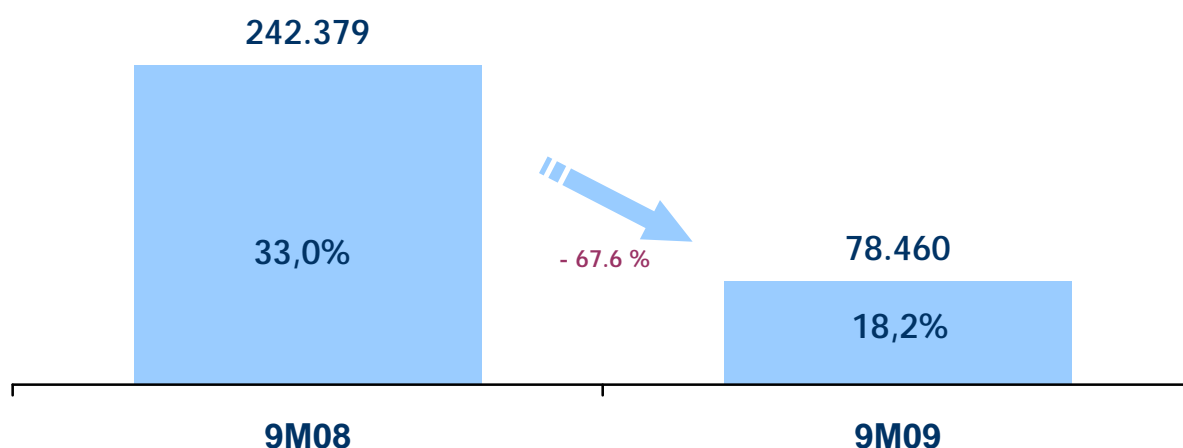
Pre-tax profit, corresponding to the period, reached €58.48 million, this is basically due to the above mentioned flexion of the advertising market.

No corporate income tax expense is included in the period taking into consideration the accrued tax deductions related to the investments in Spanish fiction, that offset the amount of taxes due. The **net profit after minority interests** reached €62.16 million.

The impact of the amortization of intangibles following the “PPA” of participated companies (mainly Endemol) amounts to €16.30 million so that the Adjusted Net Profit reaches €78.46 million a margin of 18.2% which is a clear indication of the capacity of Telecinco’s business model to react to and resist the adverse market situation.

Adjusted Net Profit (million €)

Adjusted Net Profit / Total Net Revenues (%)



3. Cash flow generation

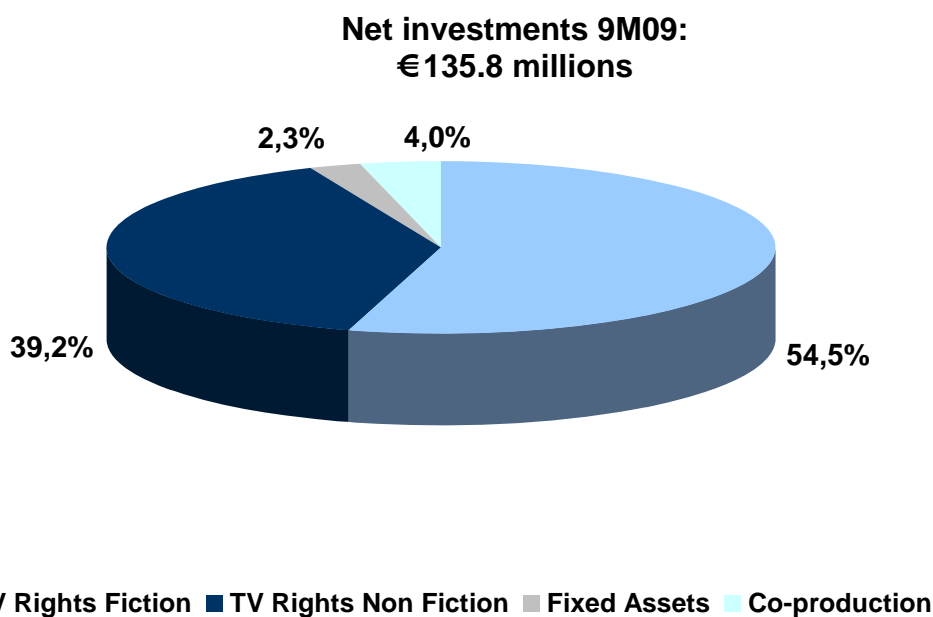
The **Operating Free Cash Flow** in the first nine months of 2009 amounts to €70.02 million, the reduction versus last year is explained by much lower revenues that have an impact on client’s payments. In any case it’s important to underline the Group’s cash generation capacity under adverse market conditions; this is a notable strength of the enterprise during this time.

Table 5: Cash Flow

⁴ Companies consolidated by the equity method are: Premiere Megaplex S.A. (50% shareholding), Pegaso Television Inc. (35%), Big Bang Media S.L. (30% indirect shareholding) and Publieci 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).

Millions of €	9M09	9M08	Change in millions of €
Net profit (without minority interests)	58,48	228,38	(169,90)
Amortisation:	107,01	108,48	(1,47)
- Rights	101,13	104,07	(2,94)
- Other	5,88	4,41	1,47
Provisions	0,54	0,73	(0,19)
Other	29,39	17,37	12,02
OPERATING CASH FLOW	195,42	354,96	(159,54)
Investment in rights	(132,62)	(155,37)	22,75
Investments, other	(3,18)	(4,36)	1,18
Change in working capital	10,40	88,42	(78,02)
OPERATING FREE CASH FLOW	70,02	283,65	(213,63)
Change in Equity	(2,83)	(8,58)	5,75
Financial investments	(9,79)	(23,43)	13,64
Dividends received	1,79	1,64	0,15
Dividend payments	(210,27)	(317,56)	107,29
Net Cash Change	(151,08)	(64,28)	(86,80)
INITIAL FINANCIAL POSITION	(25,85)	13,15	(39,00)
FINAL FINANCIAL POSITION	(176,93)	(51,13)	(125,80)

Total net investment decreased by €23.9 million in the first nine months of 2009 compared to last year, reaching €135.8 million. This is mainly due to a decrease in investment co-production (-€34.9 million); investments in third party rights increases by +€11.0 million and in investments in Spanish fiction slightly increased by +€1.1 million, versus the same period of last year, as explained by the following chart:



4. Balance Sheet

Table 6: Summary Balance Sheet

<i>Millions of €</i>	<i>September 2009</i>	<i>December 2008</i>
Tangible assets	305,99	323,61
- Financial	252,39	264,49
- Non Financial	53,60	59,12
Audiovisual rights and Pre-payments	221,36	190,74
- Third parties	123,14	96,57
- Fiction	31,07	27,26
- Co-production / Distribution	67,15	66,90
Pre-paid taxes	81,30	26,31
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	608,65	540,66
Current assets	124,83	251,79
Financial investments and cash	12,31	35,11
TOTAL CURRENT ASSETS	137,13	286,90
TOTAL ASSETS	745,78	827,56
Shareholders` equity	311,02	461,47
Non-current provisions	45,23	43,80
Non-current payables	0,36	0,22
Non-current financial liabilities	75,92	59,81
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	121,50	103,83
Current payables	199,94	261,10
Current financial liabilities	113,32	1,15
TOTAL CURRENT LIABILITIES	313,26	262,25
TOTAL LIABILITIES	745,78	827,56

The evolution of the **library** examples stability within the different categories and is in line with the business' strategy, and shows an increase in third parties rights and is in line with the accounting rules applied by the Group.

Current Assets are down due to a lower cash position resulting from the recent dividend payment and a lower balance of commercial clients as a result of lower revenues.

Non current liabilities are in line with the figures reached as of December 31st 2008, while **current liabilities** increases for the utilization of the available credit lines, partially compensated by the reduction of the amounts due for Taxes as a result of lower revenues.

The **Net financial position** reached, at the end of September 2009, was €-176.93 million.

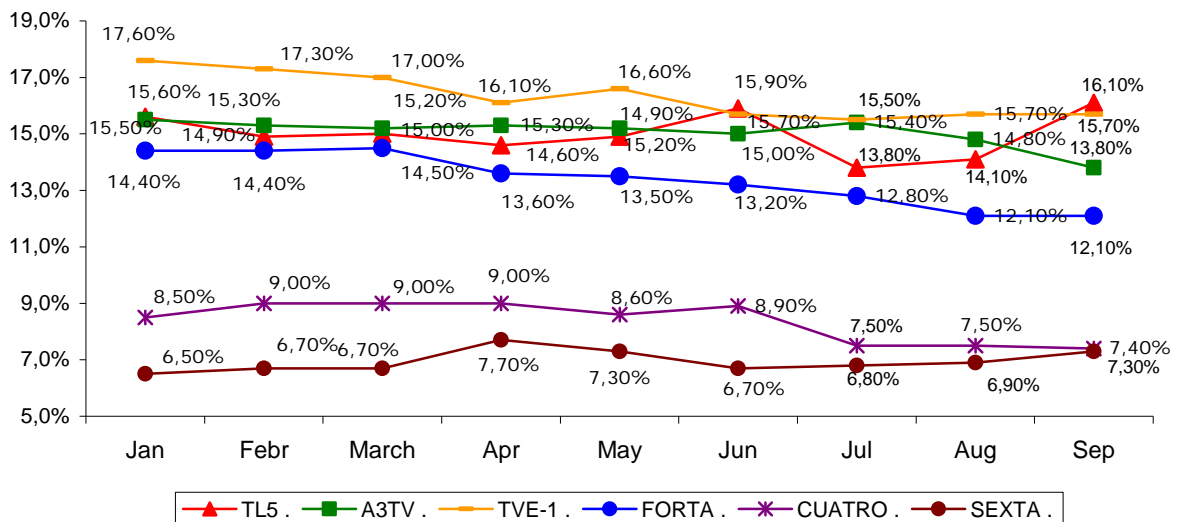
5. Audience share performance

Table 7: January-September average audience share

		9M09	9M08
Totals Individuals	Total Day	15,0%	18,4%
	PRIME TIME	16,8%	20,3%
	DAY TIME	14,2%	17,6%
Commercial Target	Total Day	15,5%	20,1%
	PRIME TIME	17,0%	22,0%
	DAY TIME	14,7%	19,1%

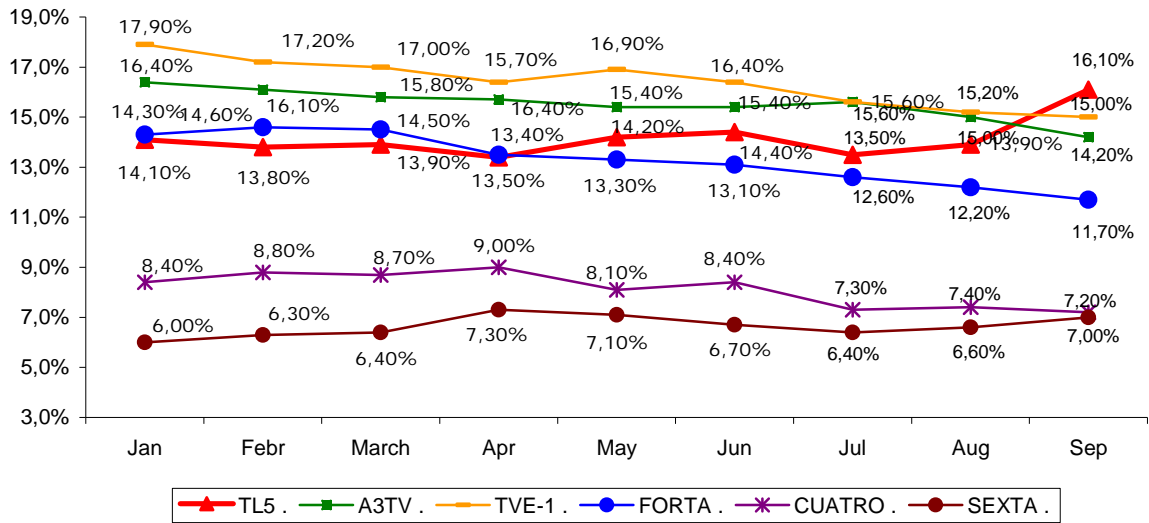
At the end of the first nine months of 2009 Telecinco reached 15.0% average audience share in total-individuals (total day) and situates Telecinco as the third television network just 0.1 points behind Antena 3 (15.1%) who are second in the ranking. Thanks to its aggressive programming strategy TVE-1 was the leader during the period with 16.4%

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



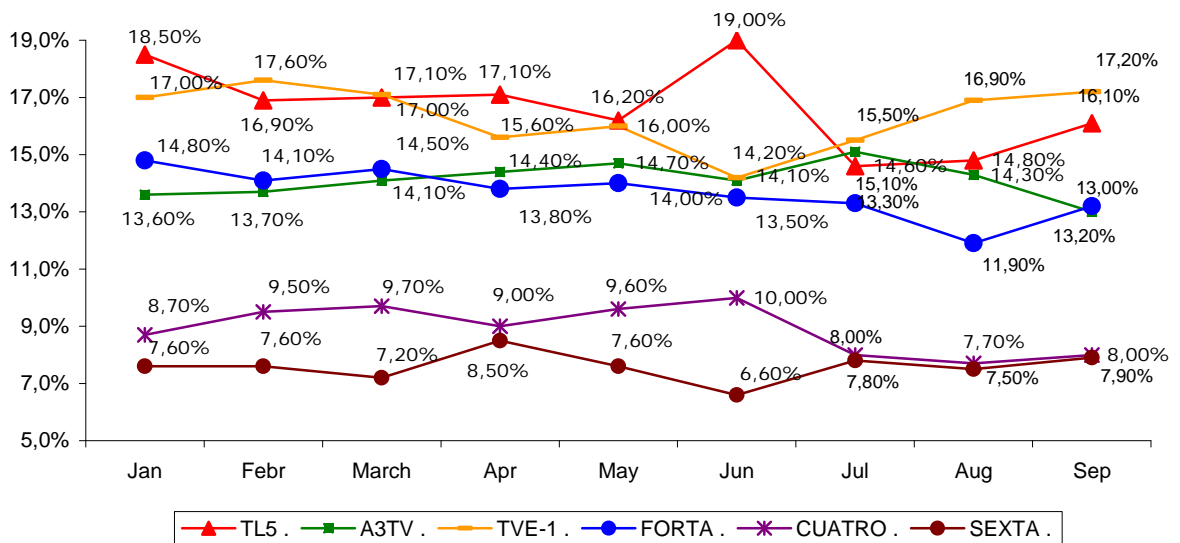
With regards to “day time” audience share, Telecinco achieves an average of 14.2%, even though they have suffered losses in some afternoon slots, they are maintaining a competitive position versus the other broadcasters and shows a clear recovery since the lowest figures were recorded in April 2009.

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



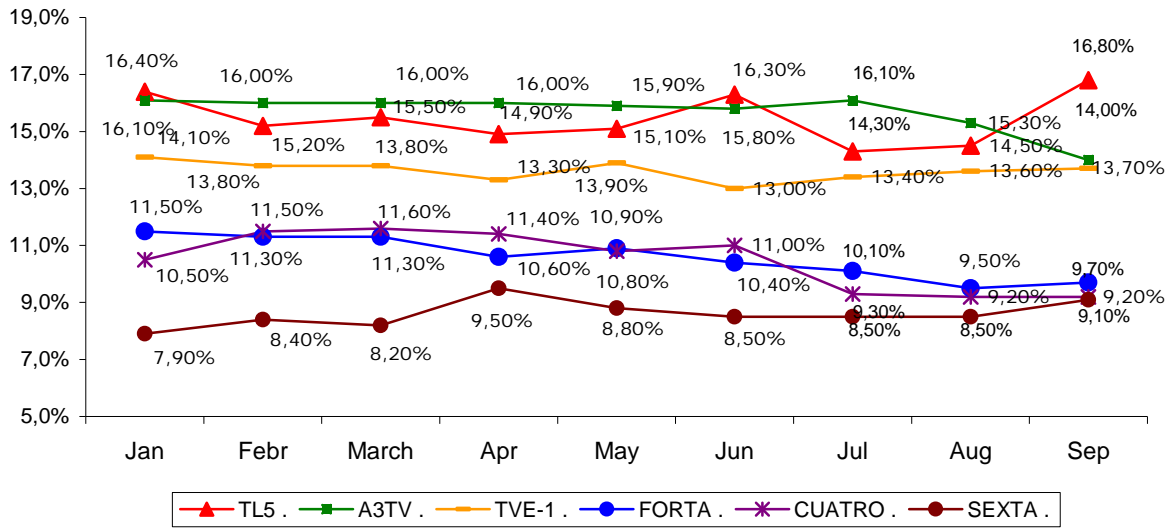
Telecinco preserves its leadership in prime time total-individuals beating TVE-1 by 0.4pp and Antena 3, who are ranked third, by 2.7 points.

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

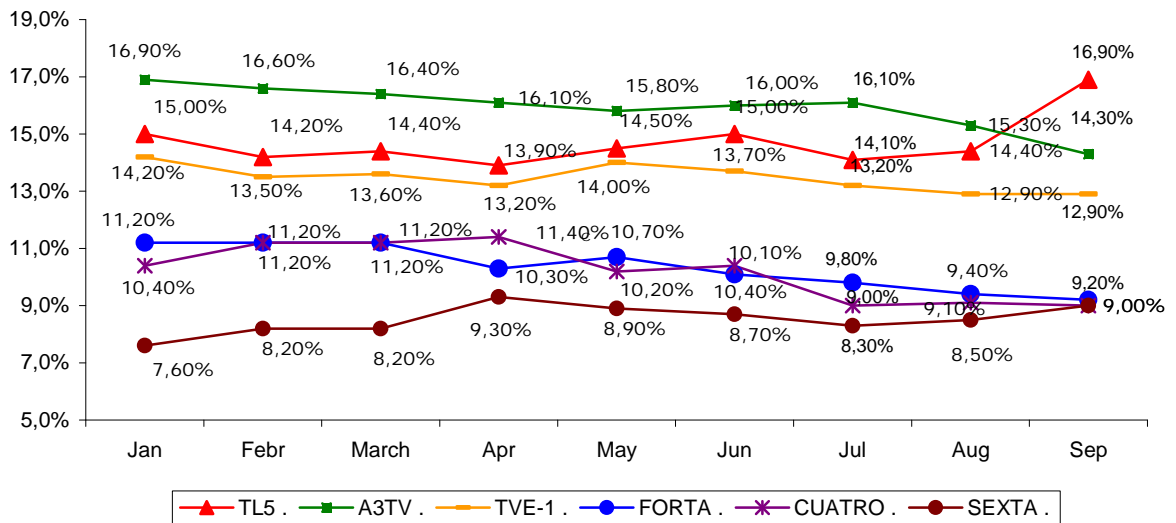


With regards to the commercial target audience share for 24 hours, prime time, and day time, Telecinco maintains the lead in the first nine months of 2009.

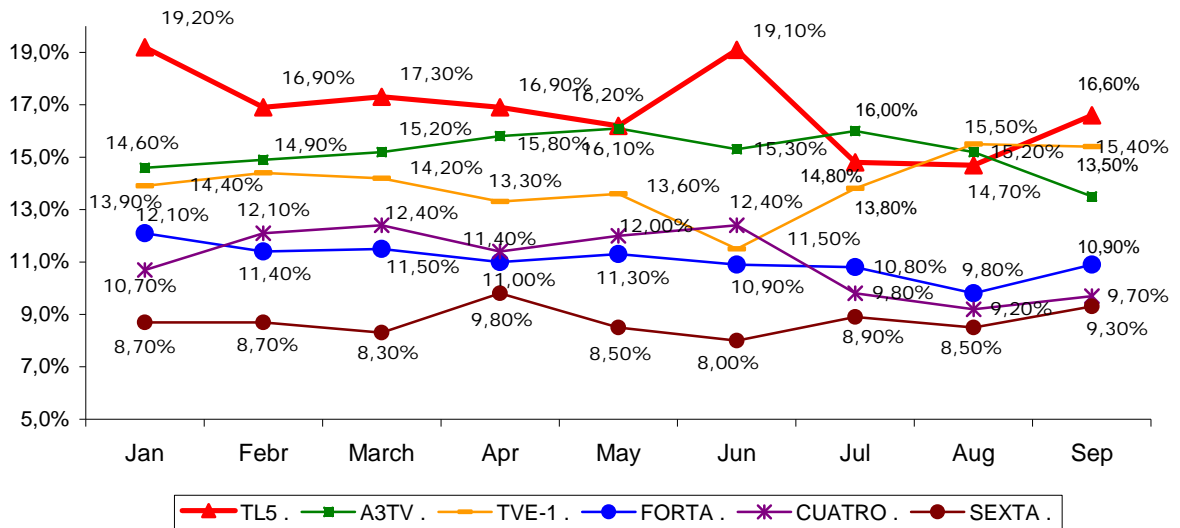
Audiencia Share, 24 Hours, Commercial Target (in%)



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



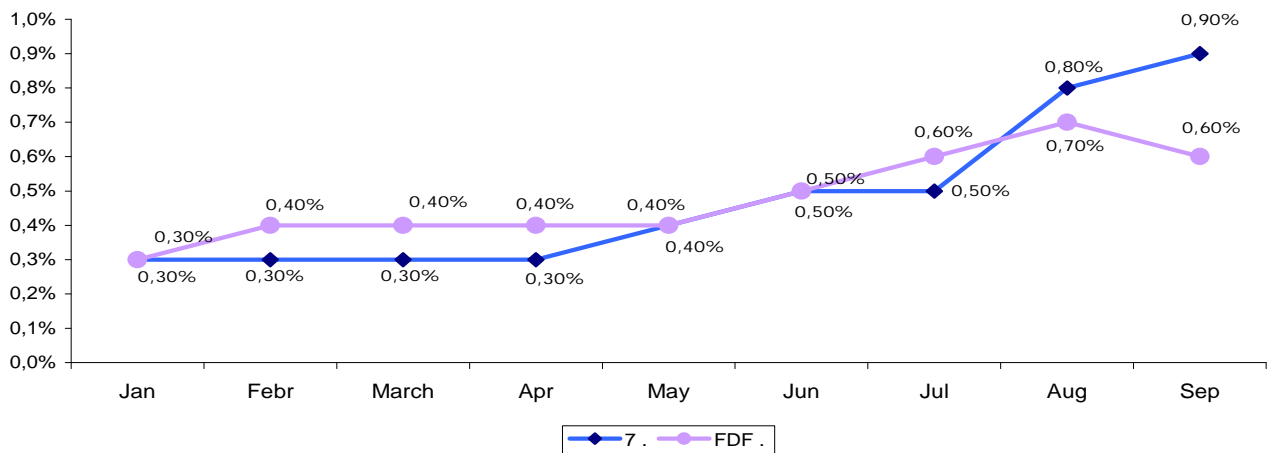
Audiencia Share, Prime Time, Commercial Target (in%)



During the month of September the Group launched a new digital strategy reinforcing the programming grid for its digital channels due to the approaching of the imminent analogue switch off established on April 2010. LA SIETE (La7) the main digital channel of the Group reached an audience share of 0.80% in 24 hours as of September 30th, total individuals and Total TV, increasing by 0.38pp the audience reached in June 2009. With this raise of +90% La7 prevails over Nova, the second digital channel from the Group Antenna3 which ended September with an audience of 0.75%. Also the second digital channel of Telecinco FACTORIA DE FICCION (FDF) increased its audience share, by 0.10pp versus June 2009, up to 0.55%.

Both the figures shown by La Siete and Factoría de Ficción are highly satisfactory, in just one month of new programming strategy the channels increased their figures reducing the gap with the other digital channels. This result demonstrates the ability of the Group's digital strategy to optimize the investments at the right moment without losing the competitive position in the digital world and preserving audiences from the main channel.

Audiencia Share, 24 hours, DTV %





**RESULTADOS
NUEVE MESES 2009
(Enero – Septiembre)**

Madrid, 29 de Octubre de 2009

ÍNDICE:

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

1. Principales magnitudes y hechos destacados

De los resultados consolidados a 30 de Septiembre, destacamos:

1. Los resultados de la compañía se ven, un trimestre mas, afectados por las consecuencias de la crisis que sigue perturbando las economías mundiales. En particular los **ingresos totales netos de explotación** en los primeros nueve meses de 2009 alcanzan los 432,25 millones de Euros, una flexión de -41,2%. Los “Ingresos Publicitarios Brutos de Televisión” en el periodo suman 406,52 millones de Euros. Los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 7,97 millones de Euros, lo que representa un incremento respecto a 2008 de +1,2%. Esto hace un “Total de ingresos brutos de Publicidad” de 414,49 millones de Euros, un 41,1% inferior al registro de 2008. Los “otros ingresos” ascienden a 37,60 millones de Euros, en flexión de un -41,3% principalmente debido a la flexión de consumo, debido principalmente a la decesión económica, que impacta los resultados de Call TV, SMS y Merchandising.
2. La **audiencia** media de Telecinco en el periodo, en total individuos (total día), ha sido 15,0%, dato que sitúa la cadena en tercer lugar a solo 0,1 punto de distancia de Antena 3 (15.1%), segundo en el Ranking. El líder del periodo fue TVE-1, con una audiencia de 16,4% gracias a su agresiva política de programación e inversión en contenidos.

La audiencia alcanzada por Telecinco en “*prime time*”¹ (total individuos) en el periodo es del 16,8%, con una ventaja de 0,4 puntos respecto a TVE-1, segunda del ranking con 16,4%; Antena 3 se sitúa en tercera posición, a 2,7 puntos de distancia de Telecinco.

La audiencia de Telecinco en “target comercial”² total individuos fue del 17,0% en prime time lo que supone una distancia de 1,9 y 3,1 puntos de Antena 3 y Televisión Española respectivamente. La audiencia en “target comercial” en total día fue 15,5% solo 0,2 puntos por detrás de Antena 3 líder del periodo y 1,9 puntos por delante de Televisión Española tercera del ranking.

En cuanto a los canales digitales, desde principios del mes de septiembre, el Grupo ha lanzado una nueva programación para incrementar la audiencia al acercarse el apagón analógico. A 30 de septiembre el canal LA SIETE consiguió una audiencia en 24 horas total individuos (Total TV) de 0,80%, con un incremento de 90% respecto al dato de 30 de junio de 2009 (0,42%), el otro canal FACTORIA DE FICCION obtuvo una audiencia de 0,55% con un incremento del 22% respecto al dato de Junio de 2009. De este modo la audiencia del Grupo Telecinco a 30 de septiembre se sitúa en el mes de septiembre en 17,5% adelantando en 0,4 puntos el Grupo de canales de Antena3 que consigue un 17,1%.

¹ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

² 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.

3. En los primeros nueve meses de 2009, el Grupo Telecinco reduce los **costes operativos totales** un 14,8% registrando por este concepto 349,75 millones de Euros frente a los 410,60 de 2008. Esta contracción se debe fundamentalmente a la tradicional política de control de costes en la que, en la medida del espacio de maniobra disponible, se ha venido profundizando desde el estallido de la crisis publicitaria. La reducción está también positivamente afectada por la reversión de unas provisiones como ya comentado en los resultados semestrales.

En términos de porcentaje, Telecinco mantiene unos elevados márgenes operativos sobre ingresos netos, a pesar de la caída del mercado publicitario. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado**³ alcanza el 20,6% y el margen de **EBIT** 19,1%. Todo esto, confirma a Telecinco como una de las compañías de televisión más rentables en Europa.

En el contexto de debilidad del mercado en el que nos encontramos, la solidez de los márgenes operativos y el estricto control de los costes son dos elementos de gran importancia para asegurar el desarrollo del negocio en un entorno económico en crisis. 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 62,16 millones de Euros en el período; el margen de beneficio neto sobre ingresos totales asciende al 14,4%. A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto, neto de impuestos, de las amortizaciones de intangibles y que se recoge dentro del resultado de sociedades participadas, el resultado neto ajustado mejoraría en 16,30 millones de Euros alcanzando los 78,46 millones de Euros con un margen sobre ingresos netos del 18,2%.
5. El **flujo libre de caja**, alcanza 70,02 millones de Euros, con un ratio de conversión de los Ingresos netos en Flujos libres de Caja del 16,2%.
6. La **posición financiera neta** a 30 de septiembre de 2009 se sitúa en -176,93 millones de Euros de los cuales 59,9 millones de Euros es un préstamo de Mediaset al Grupo para la adquisición de Endemol y su vencimiento es a largo plazo, lo que hace que la exposición bancaria a 30 de septiembre sea 117,0 millones de Euros.

³ (EBITDA después de consumo de derechos)

2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

Millones de €	9M09	9M08	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	432,25	734,89	(41,2%)
Consumo de derechos	(101,13)	(104,07)	(2,8%)
Costes de personal	(59,28)	(63,28)	(6,3%)
Otros costes operativos	(182,88)	(238,11)	(23,2%)
EBITDA ajustado	88,96	329,43	(73,0%)
Otras amortizaciones, provisiones	(6,46)	(5,14)	25,7%
EBIT	82,50	324,29	(74,6%)
Resultado de participadas	(26,36)	(29,97)	(12,1%)
Resultado Financiero	2,34	(1,93)	-
Beneficio antes de impuestos	58,48	292,39	(80,0%)
Impuesto de Sociedades	0,00	(73,27)	-
Minoritarios	3,68	9,25	-
Beneficio Neto	62,16	228,38	(72,8%)
Beneficio Neto Ajustado	78,46	242,38	(67,6%)

Como se ha explicado anteriormente, en condiciones homogéneas a las del resultado neto del mismo período de 2008, el Beneficio Neto Ajustado asciende a 78,46 millones de Euros lo que supone un margen de 18,2% sobre ingresos.

La diferencia de 16,30 millones de Euros entre el Resultado Neto y Resultado Neto Ajustado se debe fundamentalmente al impacto de las amortizaciones de intangibles (al neto de los impuestos) en Endemol producto de la diferencia entre el precio pagado y el valor neto contable del Grupo, lo que se conoce como "Purchase Price Allocation" (PPA). 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

	9M09	9M08	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	414,49	703,68	(41,1%)
- Televisión	406,52	695,79	(41,6%)
- Otros	7,97	7,88	1,2%
Descuentos	(19,83)	(32,87)	(39,7%)
Ingresos netos de publicidad	394,65	670,80	(41,2%)
Otros ingresos	37,60	64,09	(41,3%)
TOTAL INGRESOS NETOS	432,25	734,89	(41,2%)

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes a los primeros nueve meses de 2009 han alcanzado 414,49 millones de Euros.

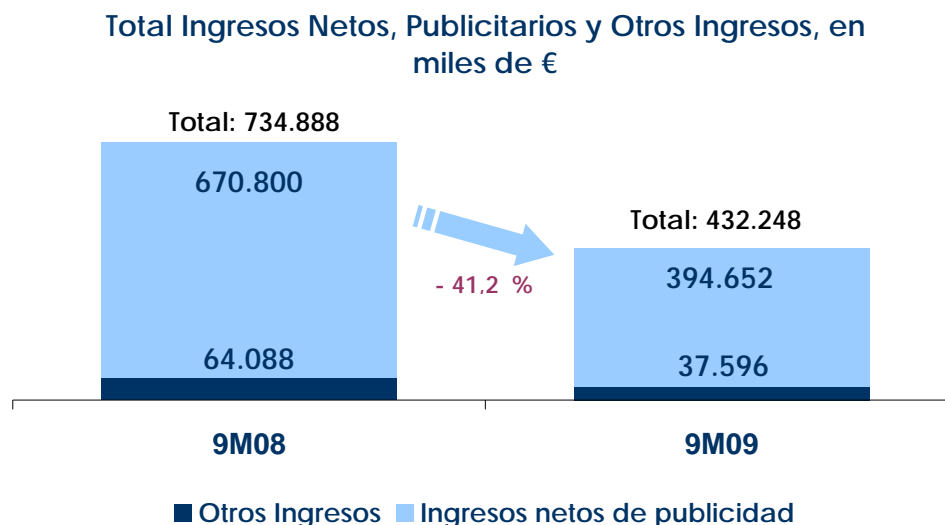
Los **ingresos brutos de publicidad de Televisión**, que incluyen los ingresos publicitarios tanto del canal analógico como de los canales digitales, se sitúan en 406,52 millones de Euros.

Los **ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 7,97 millones de Euros, con un incremento del 1,2% respecto al 2008. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como Internet, canales temáticos y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad**, después de comisiones y descuentos alcanzan los 394,65 millones de Euros.

“**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 37,60 millones de Euros, siendo un 41,3% inferior a la cifra registrada en 2008, principalmente por el efecto del impacto por la reducción de consumo, reconducible a la difícil situación de la economía española, que ha afectado el resultado de los Call TV, SMS y Merchandising.

Finalmente, los **ingresos netos totales** suman 432,25 millones de Euros.



2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, ascienden a 349,75 millones de Euros, lo que representa una reducción de 14,8% en 2009 respecto a 2008; esta reducción de costes se debe una vez más a nuestra tradicional política de gestión de costes, muy atenta al coste de la parrilla y en la que, como comentábamos anteriormente, se ha venido profundizando desde que empezó la crisis, dentro del margen de maniobra disponible debido a que el control de costes ha constituido desde hace muchos años una seña de identidad fundamental de la cadena.

Debemos señalar también que en el ejercicio se procedió a la reversión de unas provisiones de naturaleza fiscal por un importe de 34 millones de euros, si aislamos el impacto excepcional de las reversiones de provisiones tanto en este ejercicio como en el anterior, los costes se habrían reducido en un 7,8%.

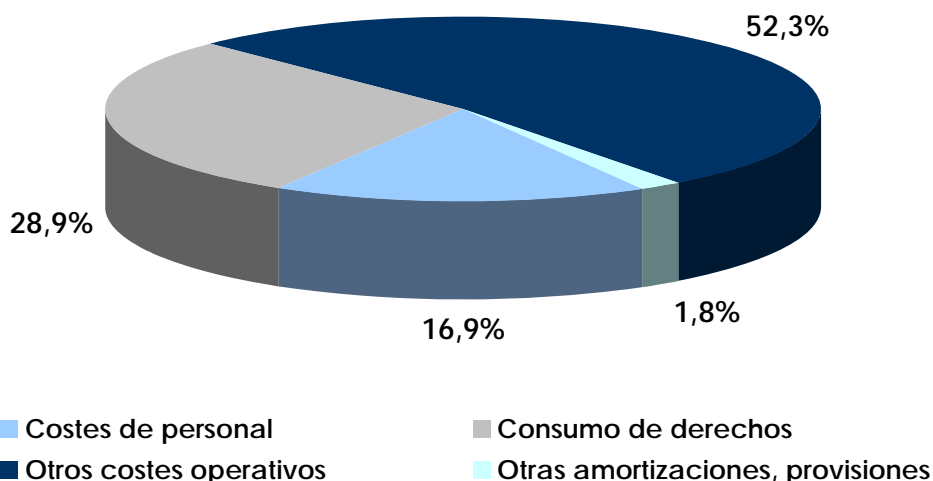
A 30 de septiembre de 2009, en función de la mejor interpretación de la norma, el Grupo ha procedido a computar la aportación de 3% de los ingresos brutos de explotación facturados así como previsto en la Ley 8/2009 de 28 de agosto de 2009 de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Tabla 3: Costes operativos

<i>Millones de €</i>	9M09	9M08	Variación %
Costes de personal	59,28	63,28	(6,3%)
Consumo de derechos	101,13	104,07	(2,8%)
Otros costes operativos	182,88	238,11	(23,2%)
Otras amortizaciones, provisiones	6,46	5,14	25,7%
TOTAL COSTES	349,75	410,60	(14,8%)

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 2009, el 84,6% de la programación corresponde a producción propia y el 15,4% a programación de derechos de terceros (frente al 85,6% y al 14,4% de 2008, respectivamente).

Estructura de Costes Operativos



2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**⁴, alcanzó 88,96 millones de Euros, lo que representa un margen sobre ingresos netos de 20,6%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 82,50 millones de Euros, un margen sobre ingresos netos de 19,1%.

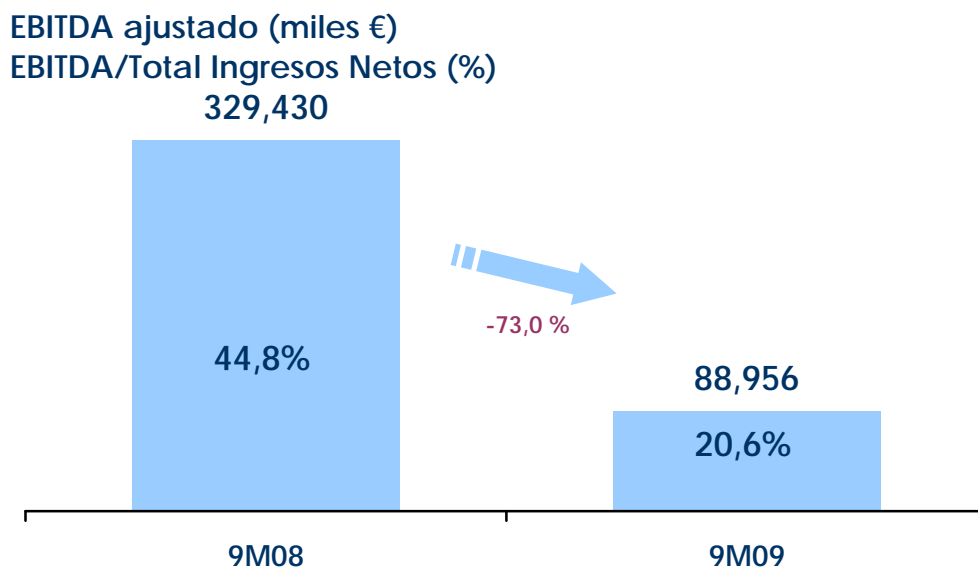
A pesar de lo inevitablemente negativo de la comparativa con el ejercicio anterior se debe resaltar cómo los márgenes más significativos de la compañía se mantienen en niveles elevados, a pesar del contexto del mercado publicitario que viene marcado por una caída pronunciada.

Tabla 4: Márgenes

	9M09	9M08	Variación %
Millones de €			
Total ingresos netos	432,25	734,89	(41,2%)
EBITDA ajustado	88,96	329,43	(73,0%)
EBIT	82,50	324,29	(74,6%)
Beneficio Neto	62,16	228,38	(72,8%)
Beneficio Neto Ajustado	78,46	242,38	(67,6%)
EBITDA aj./ Total ingresos netos	20,6%	44,8%	
EBIT/ Total ingresos netos	19,1%	44,1%	
Beneficio Neto / Total ingresos netos	14,4%	31,1%	
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	18,2%	33,0%	

⁴ (EBITDA después de consumo de derechos)

A pesar de la brusca caída de los ingresos netos en este periodo, se han podido mantener los márgenes operativos (**EBITDA y EBIT**) en términos porcentuales en el entorno de un 20%, 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, así como de la capacidad de gestión de la compañía que permite amortiguar parcialmente el impacto del descenso publicitario para seguir obteniendo unos márgenes operativos importantes considerando las circunstancias.



2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 2,34 millones de Euros, debido principalmente a los ingresos procedentes de activos financieros a largo plazo reconocidos bajo el principio de “amortized costs”.

Por otro lado, se ha registrado un resultado negativo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁵ de 26,36 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 debido al ejercicio del PPA, que ya hemos comentado, parcialmente compensado por beneficios generados con la adquisición de la propia deuda a descuento.

El dato incluye también pérdidas por el deterioro de la participación en Caribevision.

⁵ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Pegaso Television Inc. (35%), Big Bang Media S.L. (30% participación indirecta) y Publieci Televisión 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).

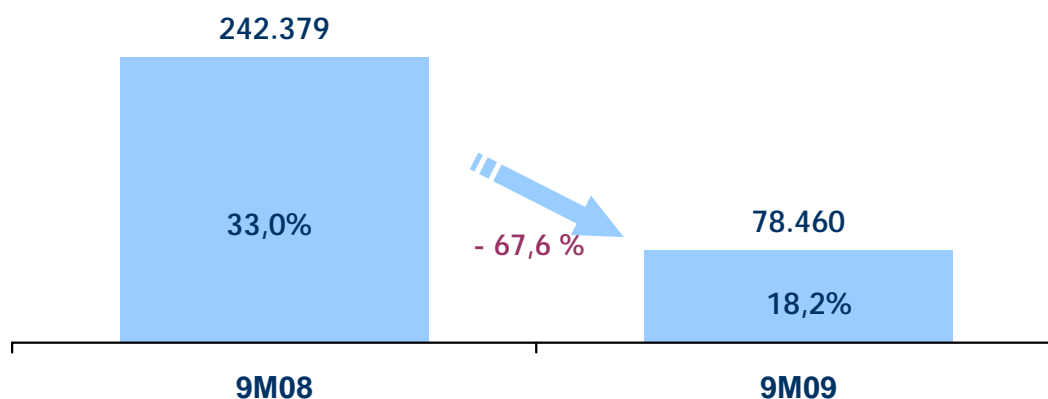
2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos**, correspondiente a los primeros nueve meses de 2009, como ya mencionado se contrae como consecuencia de la reducción del mercado publicitario y alcanza los 58,48 millones.

No se recoge gasto por impuesto en el periodo habida cuenta de las deducciones fiscales por inversión en audiovisual que compensan la cuota tributaria devengada. El **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 62,16 millones de Euros.

En condiciones homogéneas a las de 2008 el Resultado Neto Ajustado mejoraría 16,30 millones de Euros hasta los 78,46 millones de Euros. Esta diferencia se debe a la excusión del impacto de las amortizaciones del "PPA" de Endemol anteriormente mencionadas. Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 18,2% que demuestra la capacidad de resistencia y reacción del modelo de negocio de Telecinco a las circunstancias de mercado adversas.

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



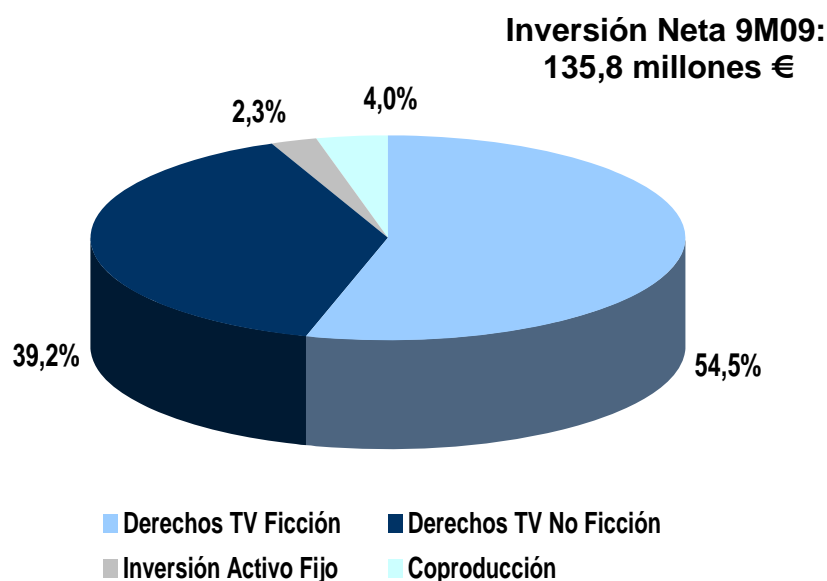
3. Generación de Cash Flow

El **flujo libre de caja operativo** asciende, en los primeros nueve meses de 2009, a 70,02 millones de Euros, la reducción respecto al mismo periodo de 2008 se explica fundamentalmente por el impacto de la caída en la facturación publicitaria que ha afectado a los cobros de clientes. Aún así, se debe resaltar la capacidad del Grupo para generar caja en circunstancias de mercado muy negativas, lo que constituye un elemento de valor empresarial de gran significado en este momento.

Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	9M09	9M08	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	58,48	228,38	(169,90)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	107,01	108,48	(1,47)
- Consumo Derechos	101,13	104,07	(2,94)
- Amortizaciones	5,88	4,41	1,47
Provisiones	0,54	0,73	(0,19)
Otros	29,39	17,37	12,02
CASH FLOW OPERATIVO	195,42	354,96	(159,54)
Inversión en Derechos	(132,62)	(155,37)	22,75
Inversiones, otras	(3,18)	(4,36)	1,18
Variación Fondo de Maniobra	10,40	88,42	(78,02)
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	70,02	283,65	(213,63)
Movimientos Patrimonio	(2,83)	(8,58)	5,75
Inversiones financieras	(9,79)	(23,43)	13,64
Dividendos cobrados	1,79	1,64	0,15
Pago de Dividendos	(210,27)	(317,56)	107,29
Variación Neta de Tesorería	(151,08)	(64,28)	(86,80)
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	(25,85)	13,15	(39,00)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	(176,93)	(51,13)	(125,80)

En los primeros nueve meses de 2009, la **inversión neta total** alcanzó los 135,8 millones de Euros. El decremento respecto al mismo periodo de 2008 ha sido de 23,9 millones de Euros, principalmente por una menor inversión en co-producciones cinematográficas (-34,9 millones de Euros); la inversión en producción ajena se incrementó (+11,0 millones de Euros) así como las series de ficción nacional (+1,1 millones de Euros) como se puede observar en el cuadro y explicación siguientes:



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

Millones de €	Septiembre 2009	Diciembre 2008
Inmovilizado	305,99	323,61
- Inm. Financiero	252,39	264,49
- Otro Inmovilizado	53,60	59,12
Derechos y Anticipos	221,36	190,74
- Terceros	123,14	96,57
- Ficción	31,07	27,26
- Coproducción / Distribución	67,15	66,90
Impuesto Anticipado	81,30	26,31
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	608,65	540,66
Activo corriente	124,83	251,79
Activo financiero y tesorería	12,31	35,11
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	137,13	286,90
TOTAL ACTIVO	745,78	827,56
Fondos Propios	311,02	461,47
Provisiones	45,23	43,80
Acreedores no corrientes	0,36	0,22
Pasivo financiero no corriente	75,92	59,81
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	121,50	103,83
Acreedores corrientes	199,94	261,10
Pasivo financiero corrientes	113,32	1,15
TOTAL PASIVO CORRIENTE	313,26	262,25
TOTAL PASIVO	745,78	827,56

La evolución de la **librería** muestra estabilidad en la composición por tipología de acuerdo con la estrategia de negocio del Grupo, percibiéndose un aumento en derechos de terceros que es coherente con las normas de incorporación de derechos a la librería según paquetes.

El **total activo corriente** se reduce principalmente por un menor saldo de clientes procedente de una facturación mucho menor.

El **pasivo no corriente** se mantiene respecto al nivel alcanzado al 31 de diciembre de 2008, mientras que el **pasivo corriente** se incrementa fundamentalmente por la disposición de las líneas de créditos existentes, si bien se reducen los saldos con Hacienda Pública por Impuesto de sociedades como resultado de menores beneficios en el periodo.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, al finalizar el periodo, la cifra de -176,93 millones de Euros.

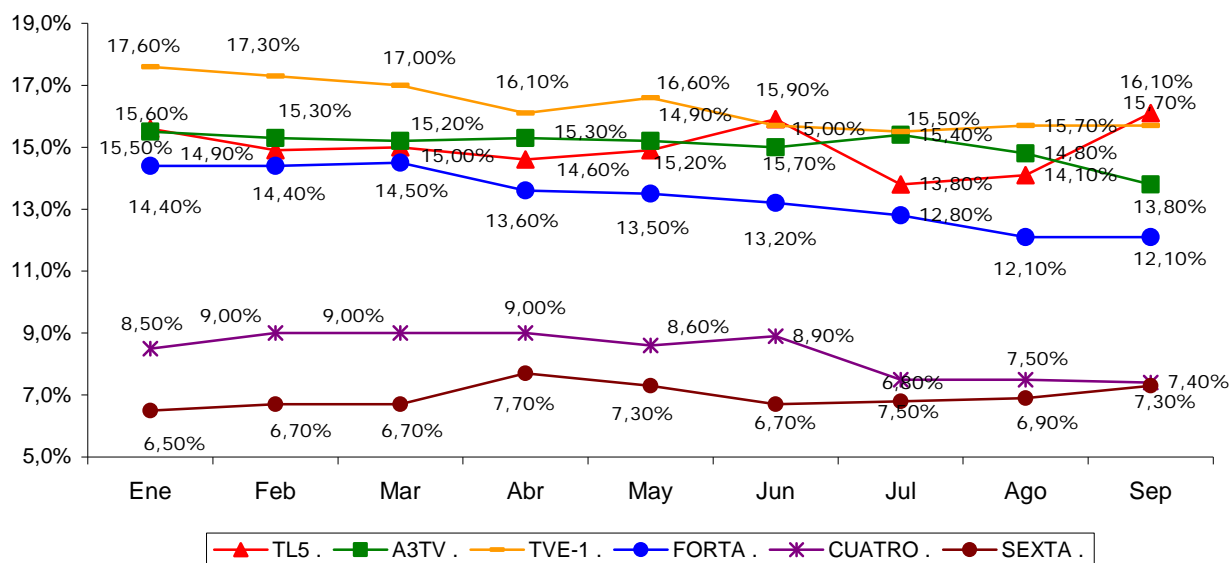
5. Evolución de la audiencia

Tabla 7: Audiencia media período Enero-Septiembre

	9M09	9M08
Total Individuos		
Total Día	15,0%	18,4%
PRIME TIME	16,8%	20,3%
DAY TIME	14,2%	17,6%
Target Comercial		
Total Día	15,5%	20,1%
PRIME TIME	17,0%	22,0%
DAY TIME	14,7%	19,1%

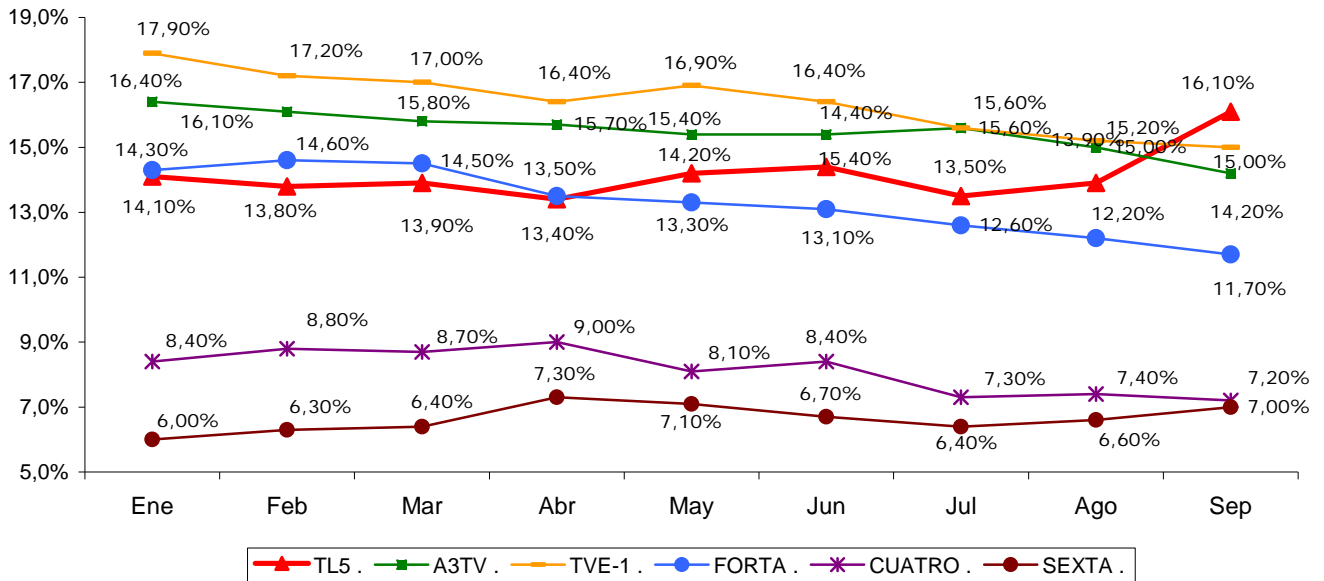
Telecinco ha cerrado los primeros nueve meses del año en tercera posición en total día total individuos con un promedio de 15,0% quedándose solo a 0,1 puntos de distancia de Antena 3, segunda en el ranking detrás de TVE-1 que cierra el periodo liderando con un promedio de 16,4%.

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



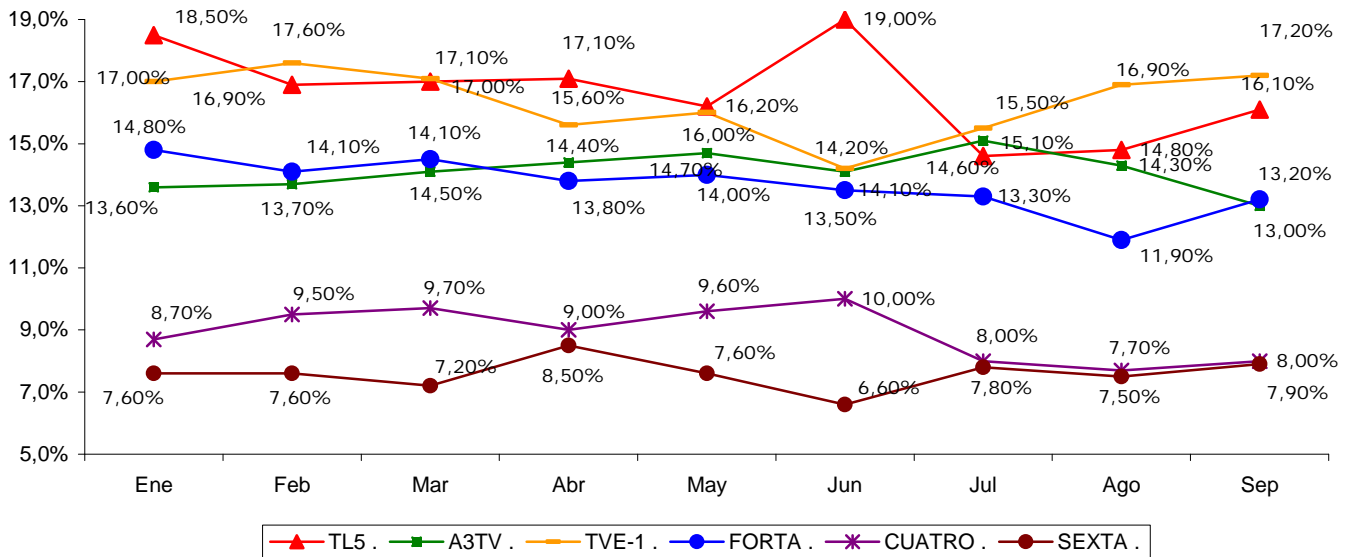
Con respecto a la cuota de audiencia en “day time”, total individuos, Telecinco cierra el período con una media de audiencia de 14,2% conservando, a pesar de las dificultades en algunas franjas de la tarde, una posición competitiva frente a las demás cadenas y muestran una clara recuperación desde los mínimos de abril 2009.

Audiencias, Day Time, Total Individuos en %



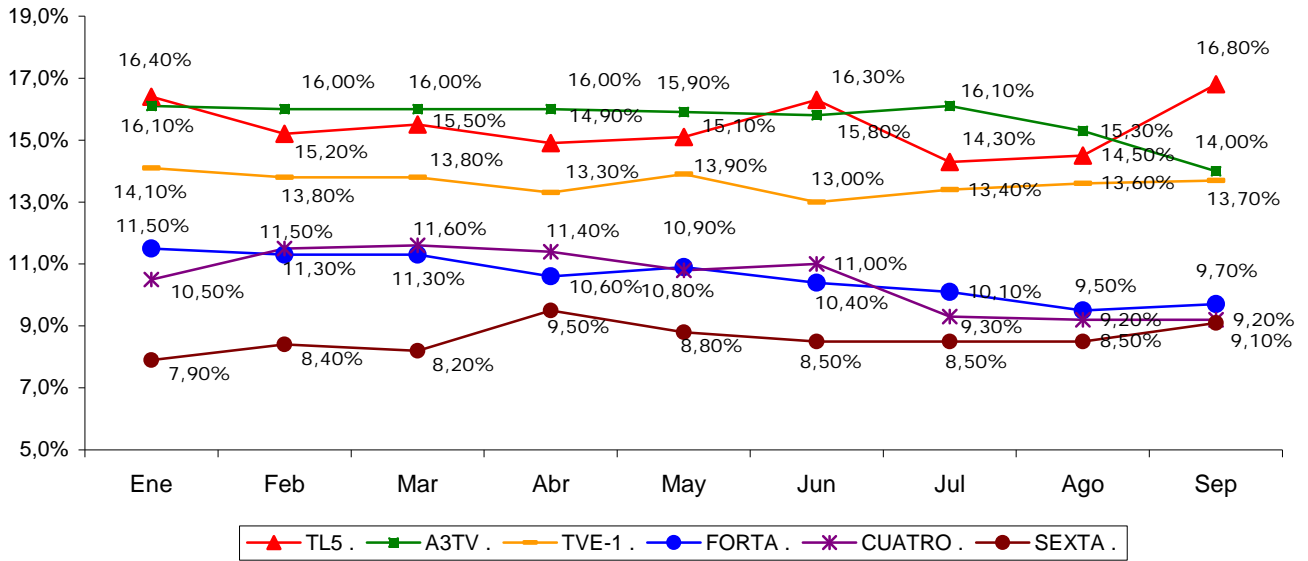
Telecinco continúa liderando en prime time (total individuos) incrementando la distancia con sus competidores. El diferencial con su inmediato competidor, TVE1, fue de 0,4 puntos mientras que la distancia con Antena3, tercera cadena, es de 2,7 puntos.

Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %

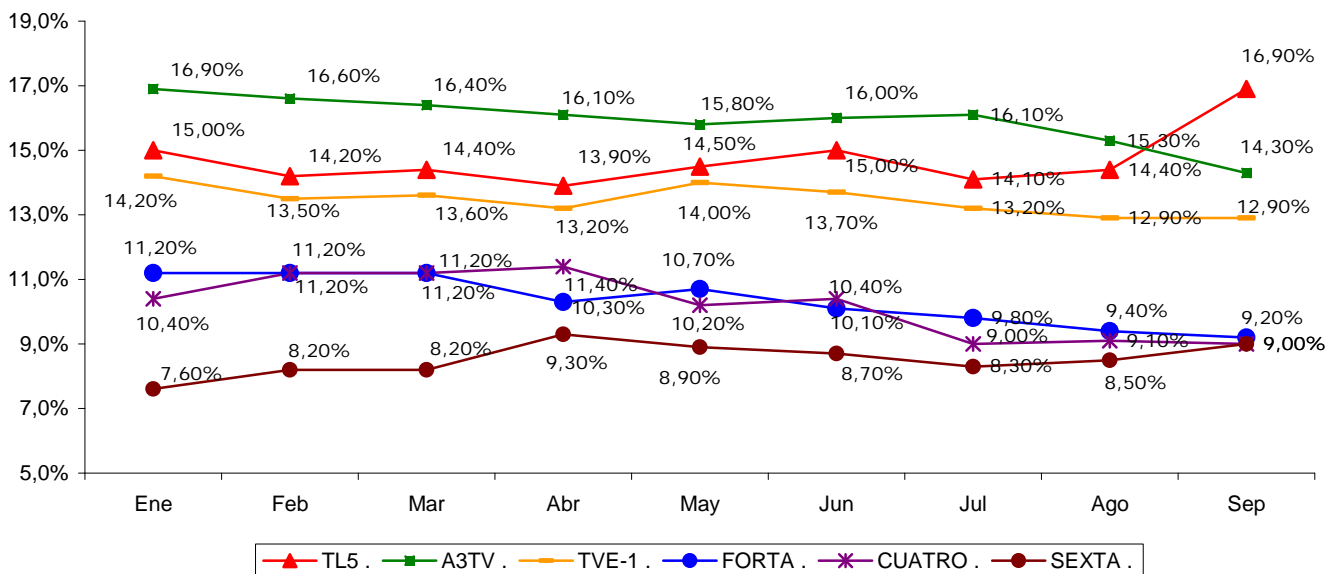


En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time y day time, Telecinco mantiene el liderazgo en prime time en 2009.

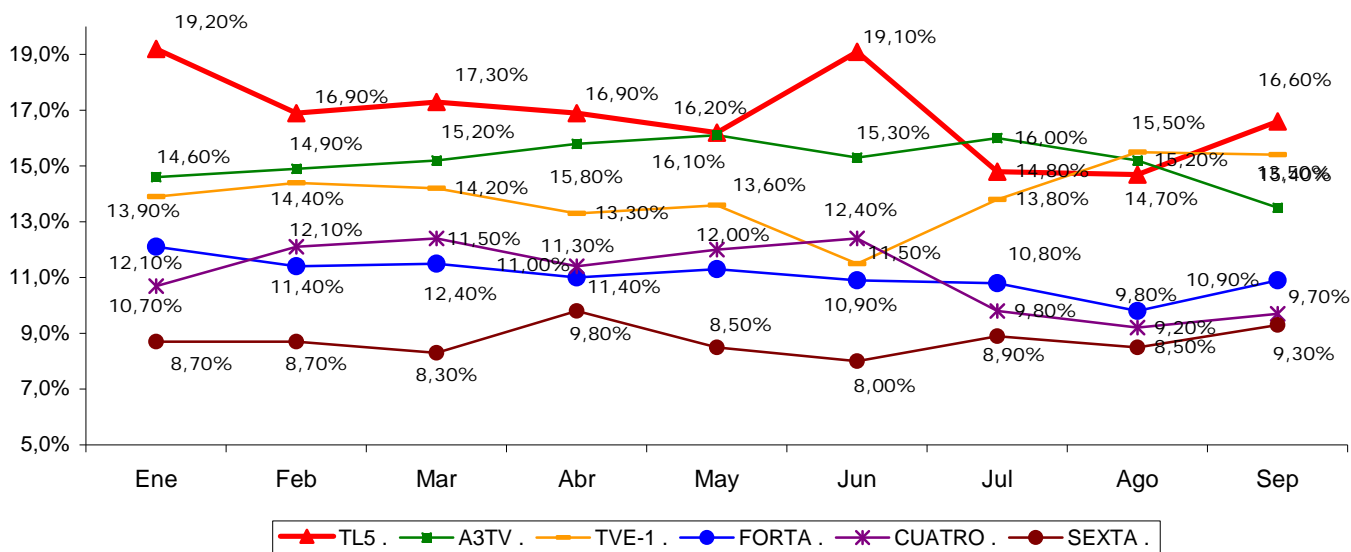
Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en %



Audiencias, Day Time, Target Comercial en %



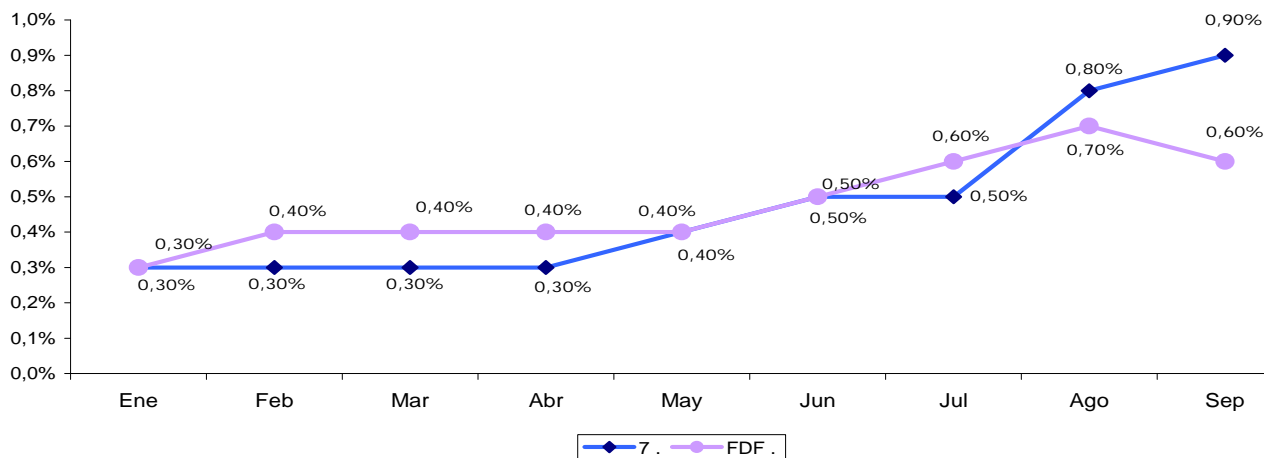
Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %



En septiembre 2009 el Grupo ha empezado el desarrollo de una estrategia en digital reforzando la programación de sus canales digitales al acercarse el apagón digital previsto a principios de abril 2010. LA SIETE (La7) principal canal digital del Grupo ha alcanzado 30 de septiembre un dato de 0,80% en las 24 horas, todos individuos y en total TV con un incremento de 0,38 puntos respecto al dato de junio 2009 (+90%) superando así el segundo canal digital del Grupo Antena3 Nova que cerró el mes con un 0,75%. También el segundo canal digital del Grupo Telecinco, FACTORIA DE FICCION (FDF), ha incrementado su audiencia de 0,10 puntos (respecto a junio 2009) hasta el 0,55%.

Tanto el dato de audiencia de La Siete como el de Factoría de Ficción son muy satisfactorios ya que en un solo mes de nueva programación los canales han mejorado sus datos de audiencia acercándose a los otros canales digitales, demostrando así que el Grupo ha bien calibrado las inversiones en digital sin perder la posición estratégica en el mundo digital y privilegiando la audiencia del canal principal.

Audiencias, 24 horas, TDT %



GESTEVISION TELECINCO S.A.



TELECINCO

**NINE MONTHS RESULTS
(January – September)**

October 29th 2009

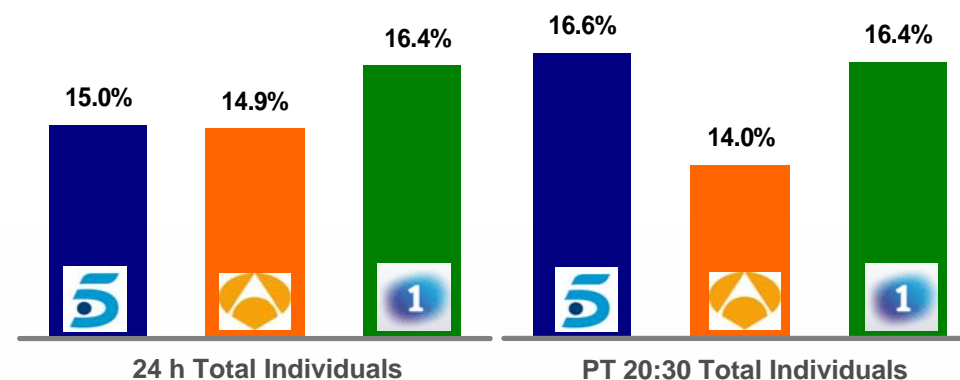


	9M09	9M08	VAR. %
Total Net Revenues (€ mn)	432.2	734.9	-41.2%
Total Operating Costs	343.3	405.5	-15.3%
EBITDA adj.* (€ mn)	89.0	329.4	-73.0%
EBITDA adj./Net Revenues	20.6%	44.8%	
EBIT (€ mn)	82.5	324.3	-74.6%
EBIT/Net Revenues	19.1%	44.1%	
Net Profit Reported (€ mn)	62.2	228.4	-72.8%
Net Profit Adjusted** (€ mn)	78.5	242.4	-67.6%
FCF (€ mn)	70.0	283.6	-75.3%
FCF/Total Net Revenues	16.2%	38.6%	
Net Cash Position	-176.9	-51.1	n.a.

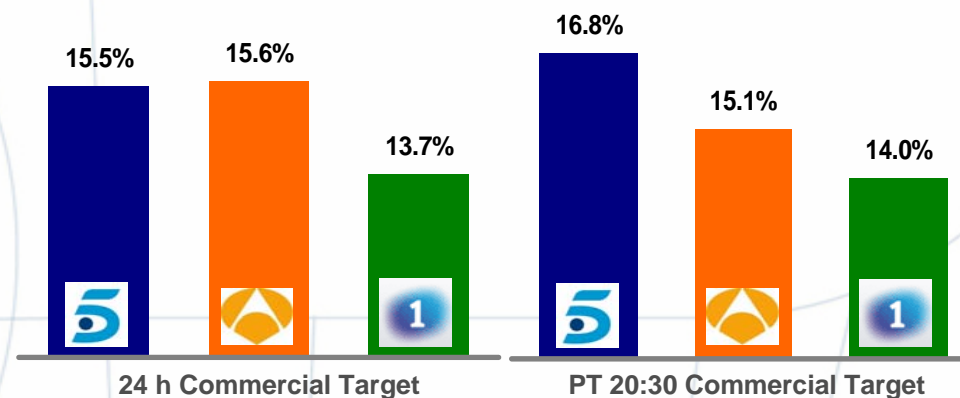
* After the rights consumption

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

Audience Share, Jan 1st – October 27th 2009



Audience Share Commercial Target, Jan 1st – October 27th 2009



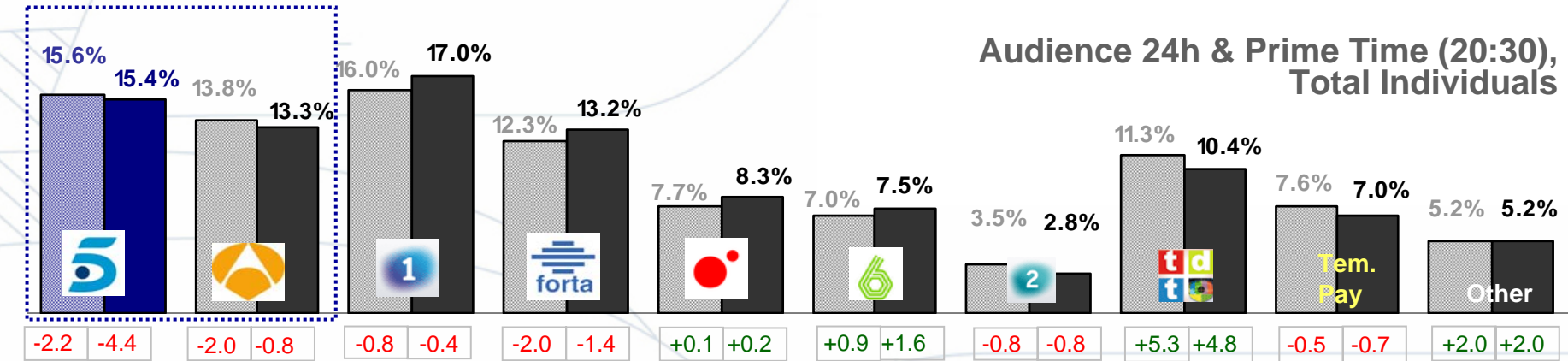


BROADCASTING
New Season

BROADCASTING

September 1st – October 27th 2009

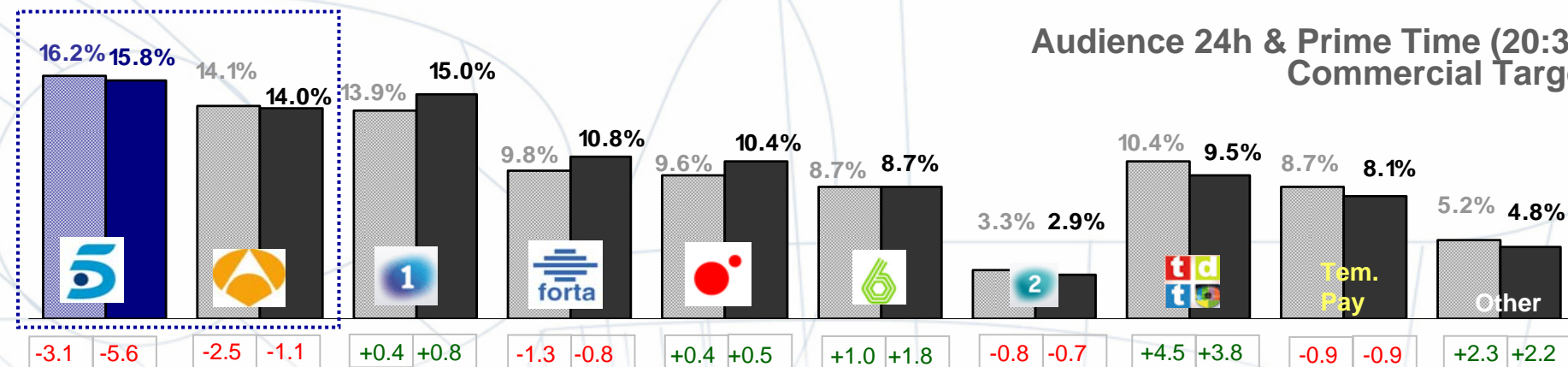
Audience 24h & Prime Time (20:30), Total Individuals



Audience 24h
 Audience Prime Time (20:30)

Vs. 2008

Audience 24h & Prime Time (20:30), Commercial Target*



* 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

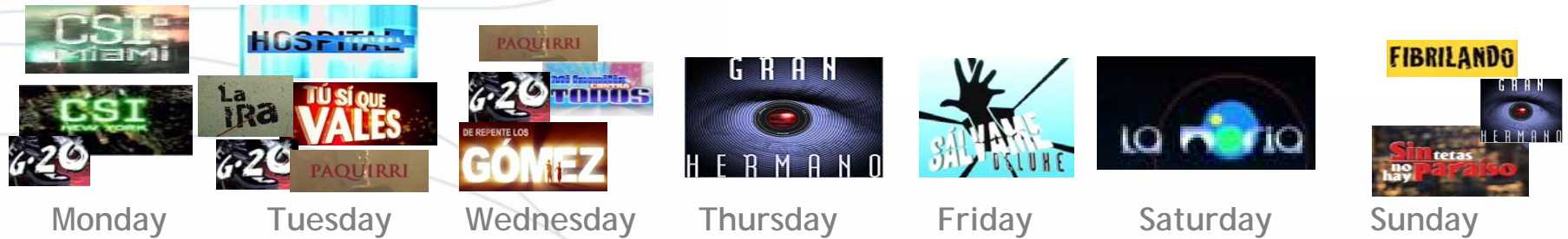
Sources: SOFRES









In the new season, TL5 is leader between the commercial channels.

BROADCASTING

Prime Time Audience Share: September 1st – October 27th 2009



	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
	17.5	12.9	13.1	20.6	14.9	15.7	16.0
	11.8	17.0	15.2	10.0	14.2	13.1	14.1
	16.6	17.7	17.4	19.5	13.8	11.9	16.7
	12.6	11.1	14.4	12.9	13.7	13.0	12.8
	11.2	10.2	8.7	8.2	10.6	7.0	8.2
	5.9	7.0	8.5	7.2	6.0	14.7	6.9

Slot: 22:00-0:00 Total individuals

Sources: SOFRES



TL5, in the new season, is leader in Prime Time on four nights of the week

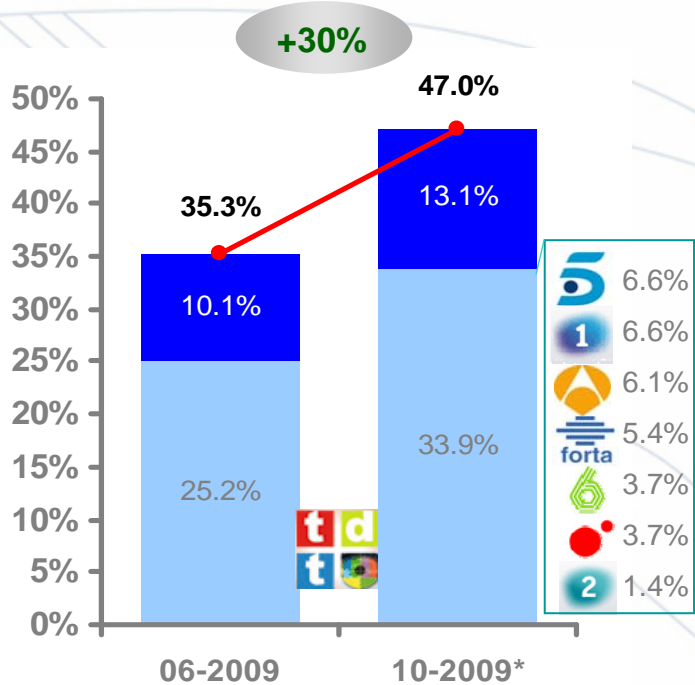


DIGITAL TELEVISION

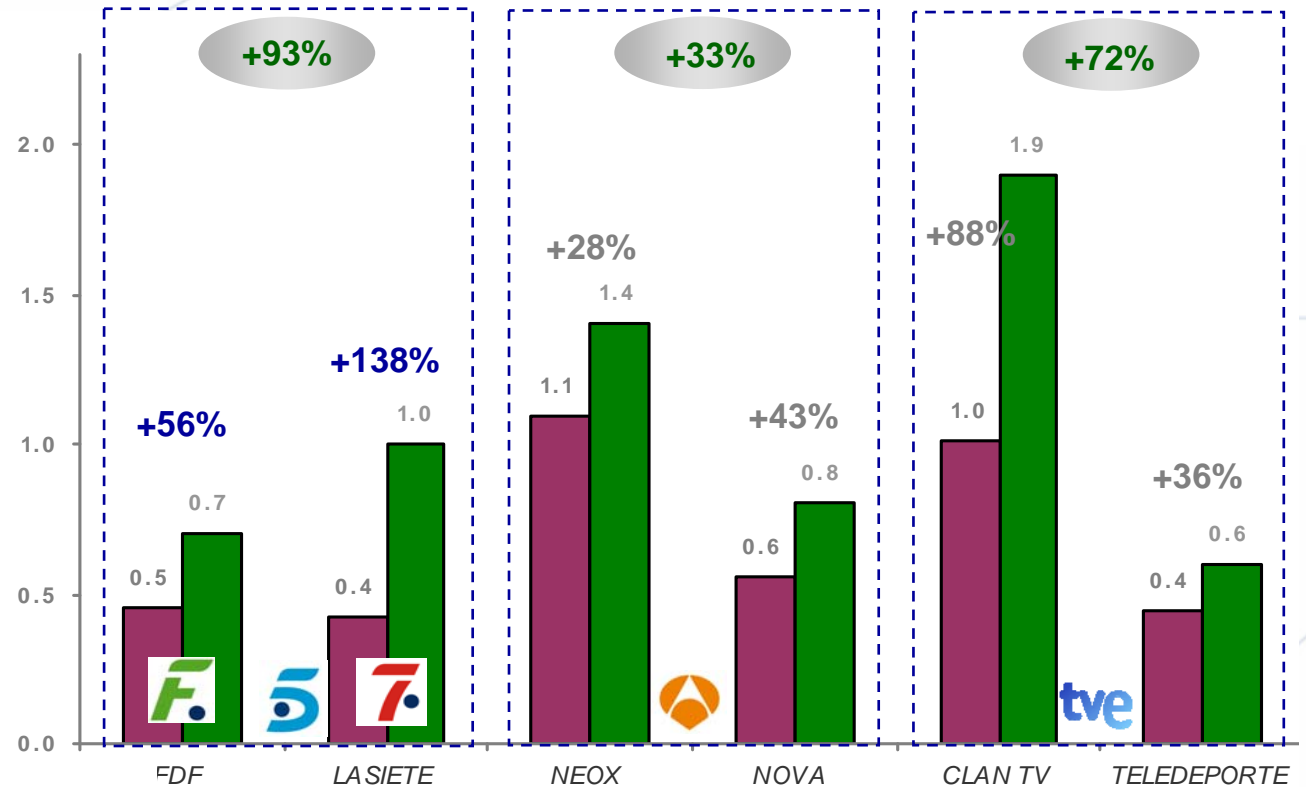
DTT DEDICATED CHANNELS

Audience 24h, Total Individuals, Total TV (%)

- Total DTT Audience share
- Exclusive DTT Channels
- Simulcast of analogical channels



- 6.6%
- 6.6%
- 6.1%
- 5.4%
- 3.7%
- 3.7%
- 1.4%



Technical Coverage: 93%

Household Penetration: 70.0% (Source: SOFRES)

Equipment: 21,755,281 units sold

- June 2009
- October 2009*

Sources: SOFRES
*October 1-27

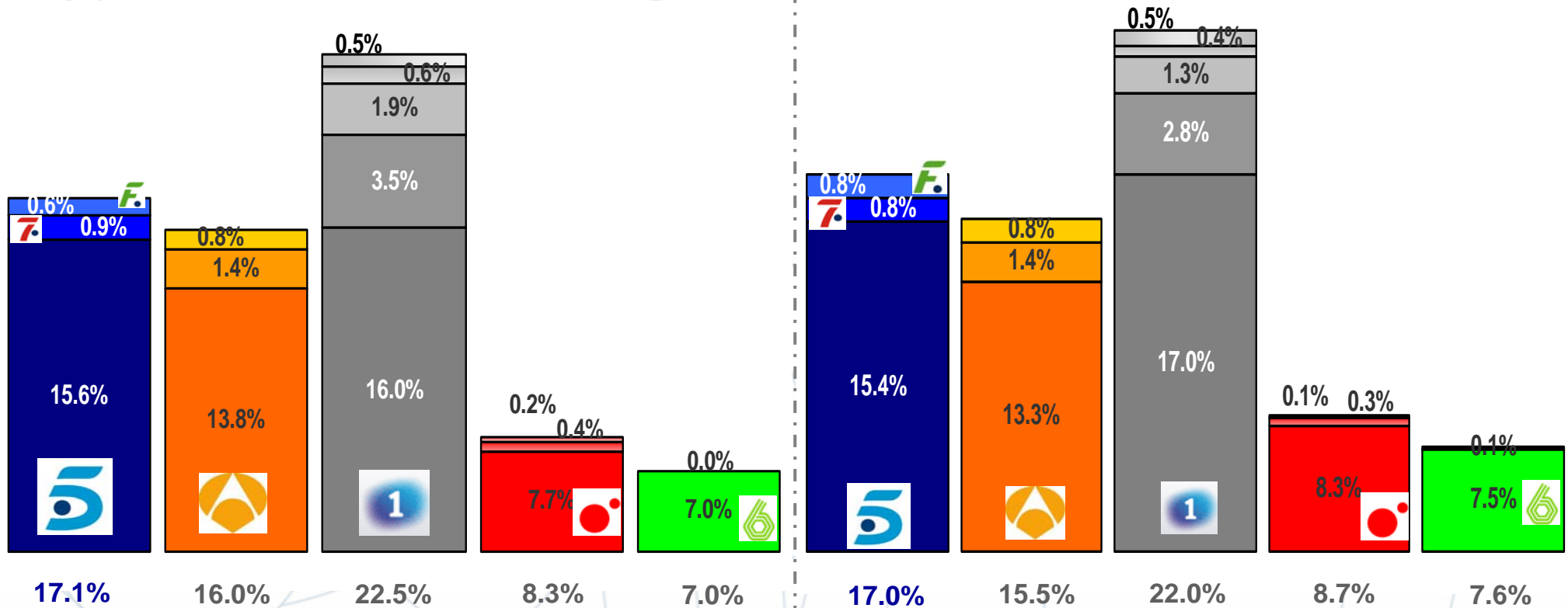
TELECINCINCO TL5 digital channels audience increase by 93% since the beginning of the new multichannel strategy

BROADCASTING

September 1st – October 27th 2009

Audience 24h Total Individuals

Audience Prime Time Total Individuals



TL5 is leader in the multichannel environment: both in Total Individuals and Commercial Target (18.0% and 17.5%)

Sources: SOFRES

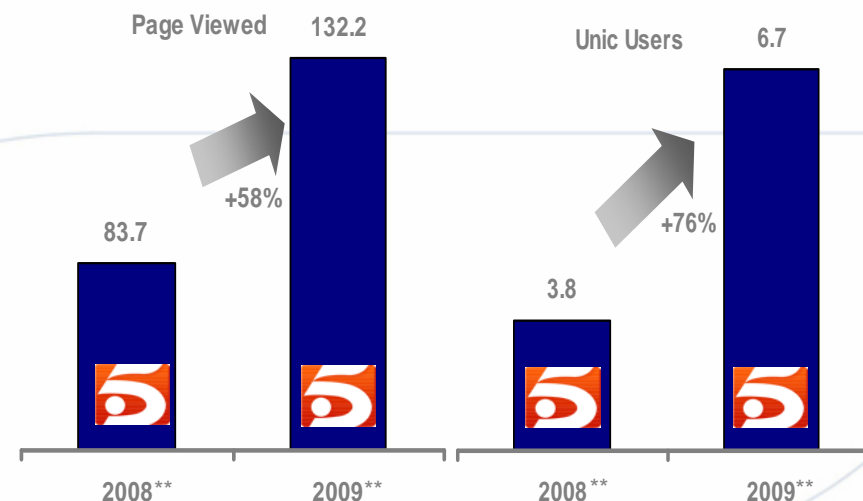
Nº1 page among the others broadcaster's webs

September 09		Unique Users*		Page viewed*		Average minutes*	
➔ 1	Telecinco.es	6.71	24%	132.21	50%	07:04	13%
➔ 2	RTVE.es	4.46	10%	69.46	24%	23:59	107%
➔ 3	Antena3tv.com	3.13	-6%	59.27	-16%	07:51	-6%

Nº4 web in the ranking of the media companies

September 09		Unique Users*		Page viewed*		Average minutes*	
➔ 1	El Mundo	23.74	10%	393.93	7%	08:17	2%
➔ 2	Marca.com	19.94	4%	499.42	11%	09:14	22%
➔ 3	20Minutos.es	9.18	5%	99.35	-7%	06:13	-9%
↑ 4	Telecinco.es	6.71	24%	132.21	50%	07:04	13%
↓ 5	Sport.es	5.03	-7%	92.62	-18%	05:14	11%

At September 2009 Telecinco improves its records of single users and viewed pages.



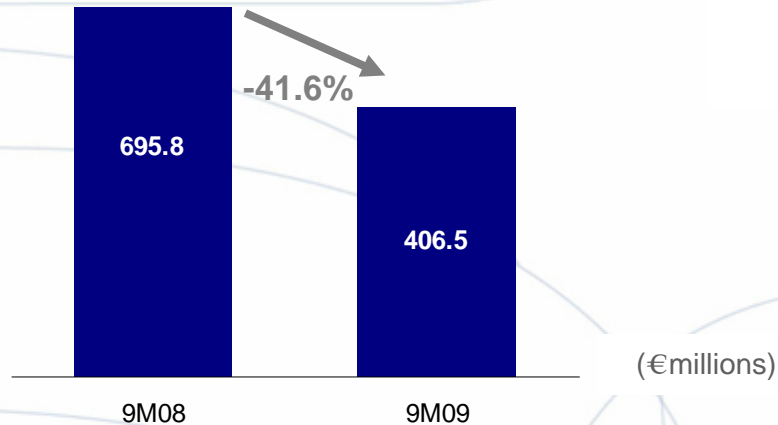
Source: Nielsen Online (data obtained with Country Market Intelligence), audited by OJD
 *September Data in million and % versus June 2009
 ** Data of the month of September

ADVERTISING



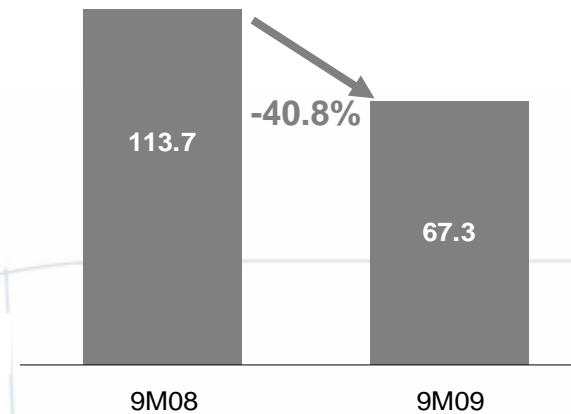
Advertising Revenues, Nine Months 2009

Gross TV Advertising Revenues
(million €)



Special Initiative's share on 9M09 Telecinco
Gross Advertising Revenues 16.6%

Special Initiatives
(million €)



Commercial Strategy, 9M2009

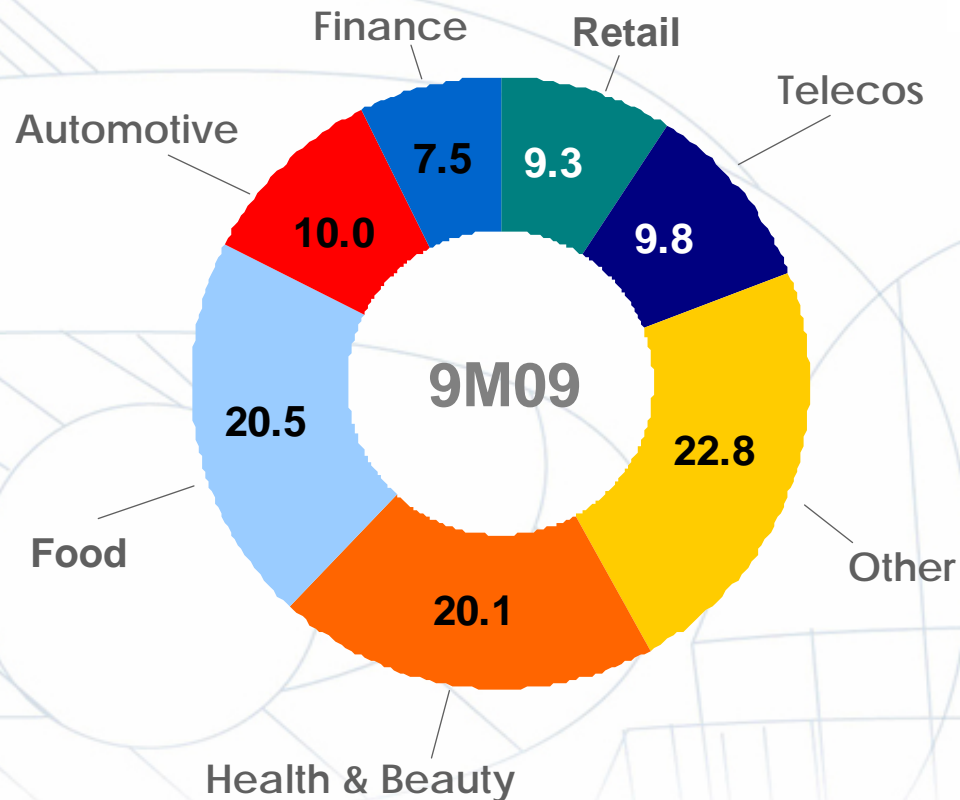
Audience Share		SECONDS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	TV gross Adv. Revenues	
%	△%	△%	△%	△%	€Mill.	△%
15.0%	-18.5%	+3.6%	-17.0%	-30.2%	406.5	-41.6%

Source: TNS & Publiespaña

ADVERTISING

TV advertising market by sectors

Sector Breakdown (% on total Adv sales)



Sector Growth (9M09 vs. 9M08)



FINANCIAL RESULTS



FINANCIAL RESULTS

	9M09	9M08	VAR %
TOTAL NET REVENUES	432.2	734.9	-41.2%
TOTAL COSTS	349.8	410.6	-14.8%
Personnel	59.3	63.3	-6.3%
Operating Costs	182.9	238.1	-23.2%
Amortizations & Depretiations	107.6	109.2	-1.5%
EBITDA (1)	89.0	329.4	-73.0%
EBIT	82.5	324.3	-74.6%
Pre-Tax Profit	58.5	292.4	-80.0%
Net Profit Reported	62.2	228.4	-72.8%
Net Profit Adjusted (2)	78.5	242.4	-67.6%
EBITDA/ NET REVENUES	20.6%	44.8%	
EBIT/ NET REVENUES	19.1%	44.1%	
NET PROFIT Reported/ NET REVENUES	14.4%	31.1%	
NET PROFIT Adjusted/ NET REVENUES	18.2%	33.0%	

(1) Post-rights amortization

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



FINANCIAL RESULTS

€millions	9M09	9M08	FX Effect in €	Organic Growth in €
Net Consolidated Revenues	862.7	948.3	-8.7	-76.9
Gross Margin	241.6	277.2	-4.5	40.1
EBITDA	209.9	162.1	-2.5	50.3
Net Profit*	-34.0	-90.1	-2.5	58.6

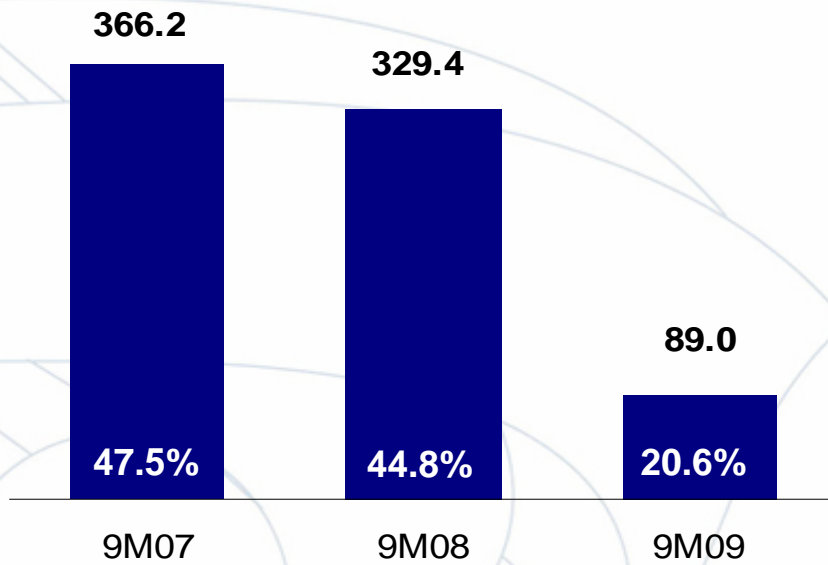
* Net Profit includes an amortization charge of €-102m (€-72m net of tax credits) in relation to PPA intangible assets

FINANCIAL RESULTS

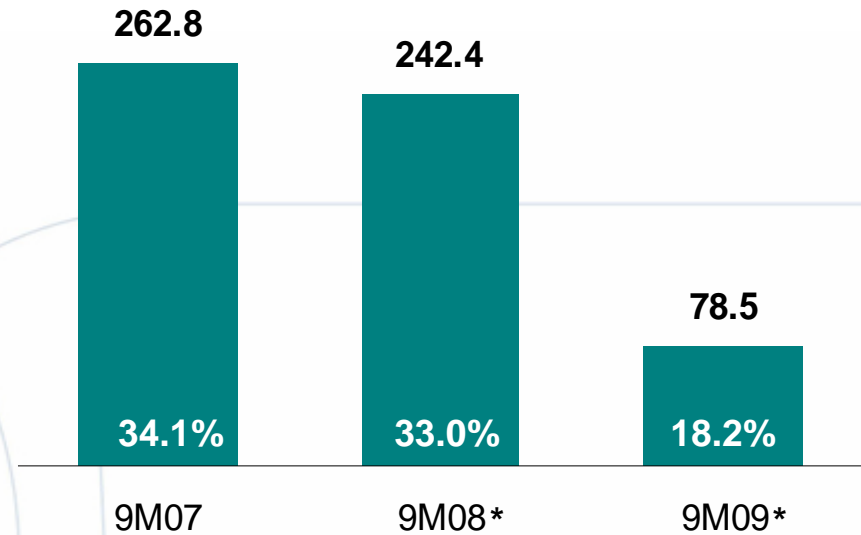
	9M09	9M08	Diff. in €million
Initial Cash Position	-25.9	13.2	-39.0
Free Cash Flow	70.0	283.6	-213.6
Cash Flow from Operations	195.4	355.0	-159.5
Net Investments	-135.8	-159.7	23.9
Change in Net Working Capital	10.4	88.4	-78.0
Change in Equity	-2.8	-8.6	5.8
Financial Investments	-9.8	-23.4	13.6
Dividends received	1.8	1.6	0.2
Dividend payments	-210.3	-317.6	107.3
Total Net Cash Flow	-151.1	-64.3	-86.8
Final Cash Position	-176.9	-51.1	-125.8
Free Cash Flow/Total Net Revenues	16.2%	38.6%	

FINANCIAL RESULTS

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



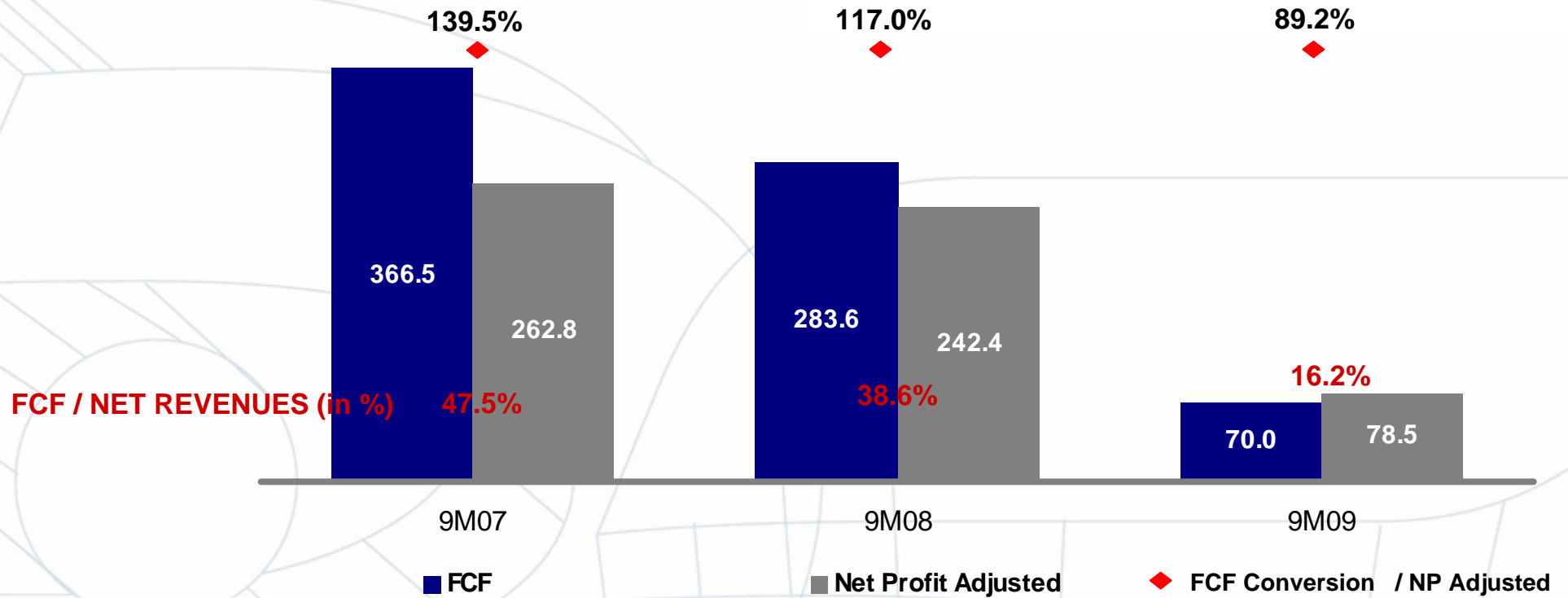
NET PROFIT (in million €)
NET PROFIT/NET REVENUES (in %)



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

FINANCIAL RESULTS

FREE CASH FLOW (€million)



FINANCIAL RESULTS

Financial Position

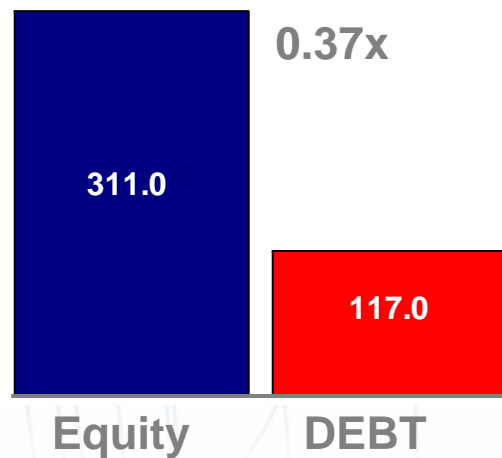
Group Net Financial Position at 09/30/09: -€176.9

Net Financial Position*: -€117.0

Use of the available credit lines %: 39.6%

Average use of credit lines in the year%: 23.5%

Debt ratio over Equity



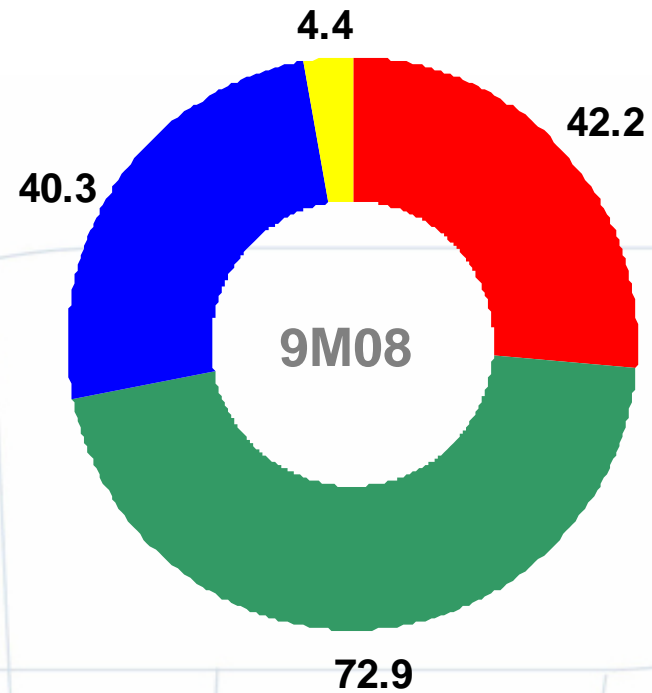
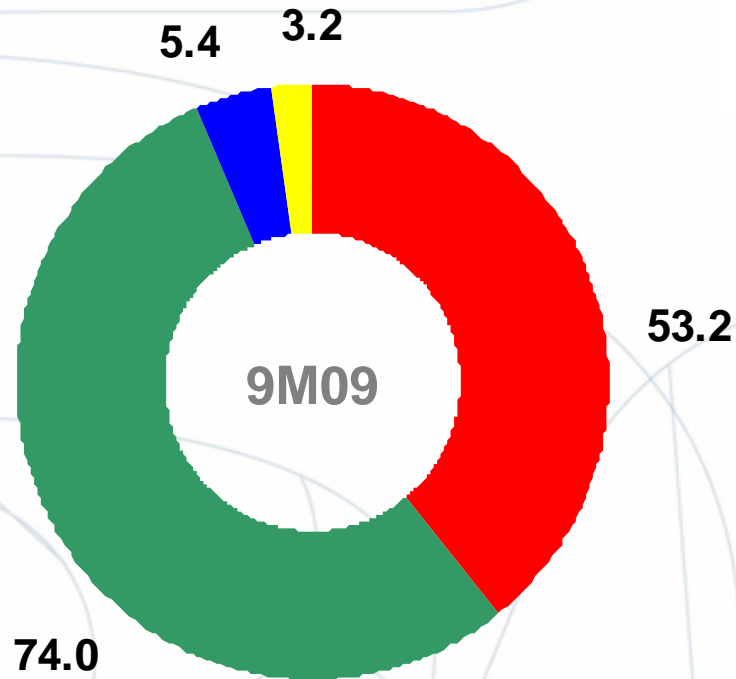
(€millions)

*excluding intercompany long term loans

FINANCIAL RESULTS

€135.8 million

€159.7 million



TV Rights non-Fiction

TV Rights Fiction

Co-production Distribution

Tangible & Intangible Fixed Assets

Back Up slides



FINANCIAL RESULTS

	9M09	9M08	VAR %
Gross Adv. Revenues	414.5	703.7	-41.1%
- Television	406.5	695.8	-41.6%
- Other	8.0	7.9	1.1%
Discounts	-19.8	-32.9	-39.7%
Net Advertising Revenues	394.6	670.8	-41.2%
Other Revenues	37.6	64.1	-41.3%
TOTAL NET REVENUES	432.2	734.9	-41.2%
Personnel	59.3	63.3	-6.3%
Rights Amortization	101.1	104.1	-2.8%
Other Operating Costs	182.9**	238.1***	-23.2%
Total Costs	343.3	405.5	-15.3%
EBITDA adj*	89.0	329.4	-73.0%

** Including the reversal of a provision for €34 million

*** Including the reversal of a provision for €5 million

* Post-rights amortisation

FINANCIAL RESULTS

	9M09	9M08	VAR %
EBITDA adj*	89.0	329.4	-73.0%
Other Amortization & Depreciation	-6.5	-5.1	25.7%
EBIT	82.5	324.3	-74.6%
Equity Consolidated Results	-26.4	-30.0	-12.0%
Financial Results	2.3	-1.9	n.a.
EBT	58.5	292.4	-80.0%
Income taxes	0.0	-73.3	n.a.
Minority Interests	3.7	9.3	-60.2%
Net Profit reported	62.2	228.4	-72.8%
Net Profit adjusted**	78.5	242.4	-67.6%

*Post-rights amortisation

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

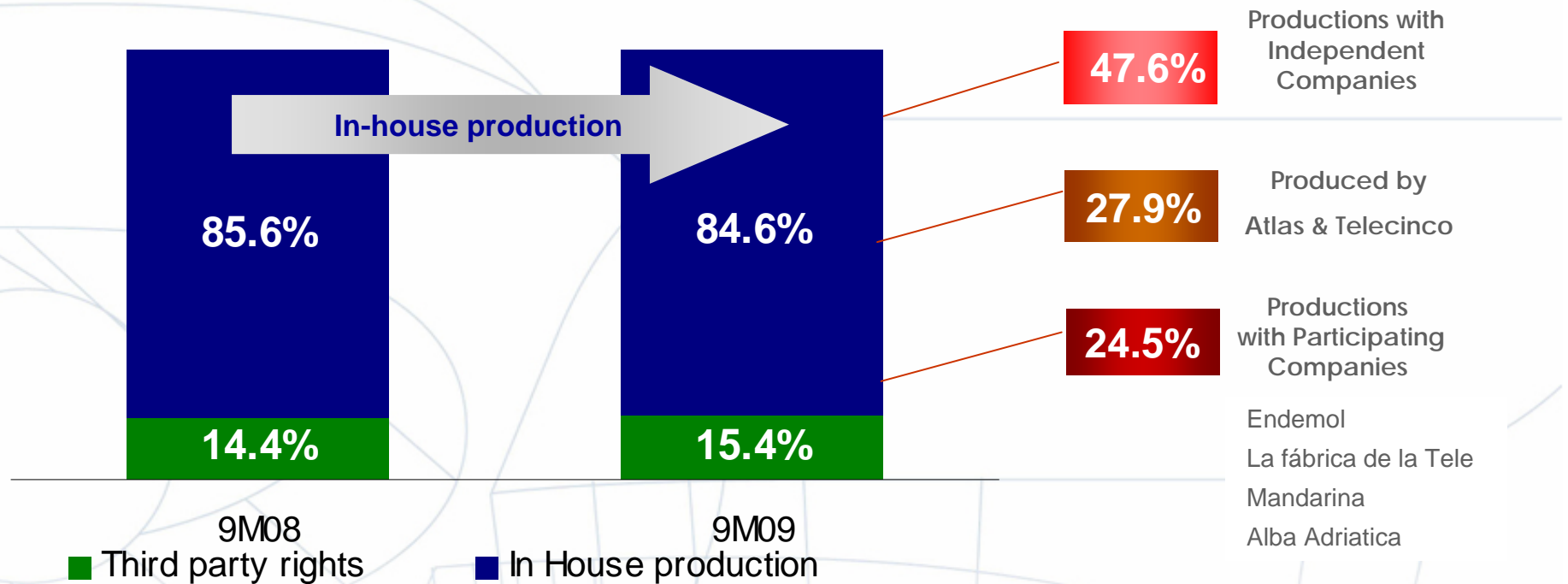
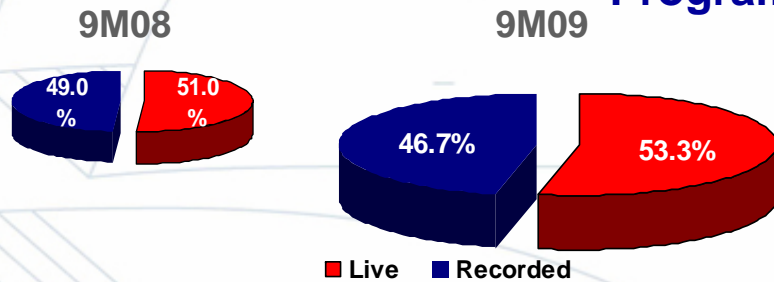
FINANCIAL RESULTS

	9M09	9M08	2008
Fixed assets	306.0	521.7	323.6
-Financial	252.4	464.4	264.5
-Non Financial	53.6	57.3	59.1
Audiovisual Rights and Pre-payments	221.4	236.3	190.7
-TV, Third Party Rights	123.1	116.3	96.6
-TV, Spanish Fiction Rights	31.1	33.3	27.3
-Co-production / distribution	67.2	86.7	66.9
Pre-paid taxes	81.3	16.2	26.3
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	608.7	774.1	540.7
Current assets	124.8	175.4	251.8
Financial investments and cash	12.3	10.7	35.1
TOTAL CURRENT ASSETS	137.1	186.0	286.9
TOTAL ASSETS	745.8	960.1	827.6
Shareholders' equity	311.0	564.7	461.5
Non-current provisions	45.2	73.4	43.8
Non-current payables	0.4	1.0	0.2
Non-current financial liabilities	75.9	60.7	59.8
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	121.5	135.1	103.8
Current payables	199.9	259.2	261.1
Current financial liabilities	113.3	1.1	1.2
TOTAL CURRENT LIABILITIES	313.3	260.3	262.3
TOTAL LIABILITIES	745.8	960.1	827.6

BROADCASTING

Programming Mix in 1H09; January 1st – September 30th 2009

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



TL5 programming mix shows a stable performance of in-house production.

Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@telecinco.es

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

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

**NINE MONTHS RESULTS
(January – September)**

October 29th 2009

www.telecinco.es/inversores/en/

GESTEVISION TELECINCO S.A.



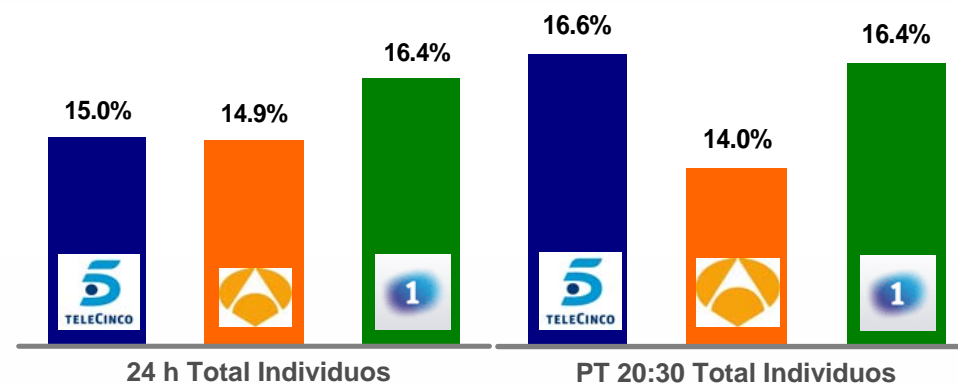
TELECINCO

**NUEVE MESES 2009
(Enero – Septiembre)**

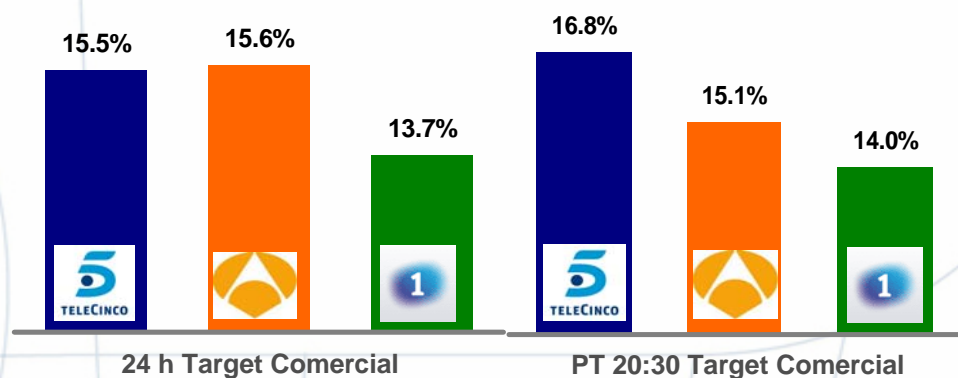
29 de Octubre de 2009



Audiencia, 1 de Enero – 27 de Octubre de 2009



Audiencia, 1 de Enero – 27 de Octubre de 2009



(€millones)

	9M09	9M08	VAR. %
Total Ingresos	432.2	734.9	-41.2%
Total Costes Operativos	343.3	405.5	-15.3%
EBITDA adj.* (€mill)	89.0	329.4	-73.0%
EBITDA adj./Ingresos Netos	20.6%	44.8%	
EBIT (€mill)	82.5	324.3	-74.6%
EBIT/Ingresos Netos	19.1%	44.1%	
Beneficio Neto (€mill)	62.2	228.4	-72.8%
Beneficio Neto Ajustado** (€m)	78.5	242.4	-67.6%
FCF (€mill)	70.0	283.6	-75.3%
FCF/Total Ingresos Netos	16.2%	38.6%	
Posición Neta de Caja	-176.9	-51.1	n.a.

* Después de consumo de derechos

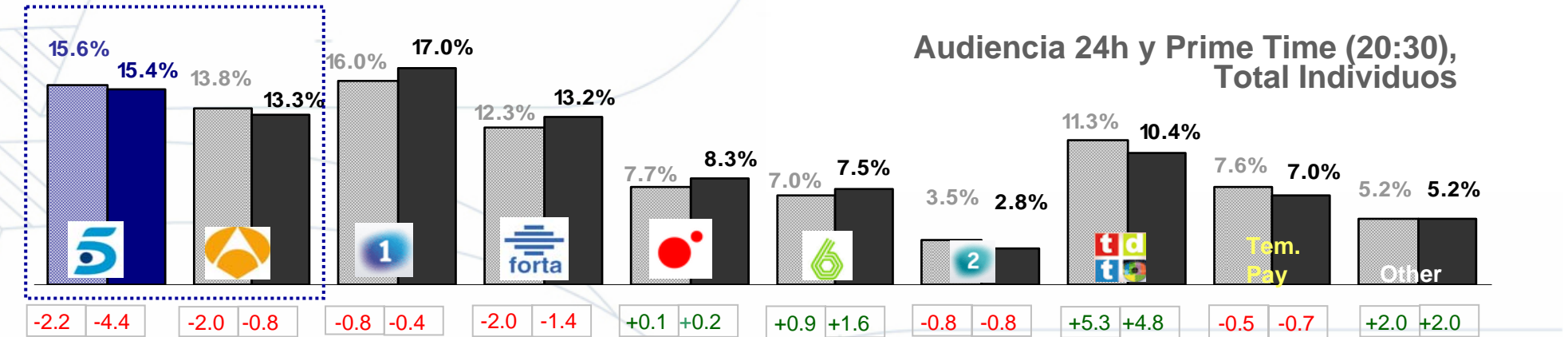
** Excluyendo impacto neto del PPA de Endemol



TELEVISION
Nueva Temporada

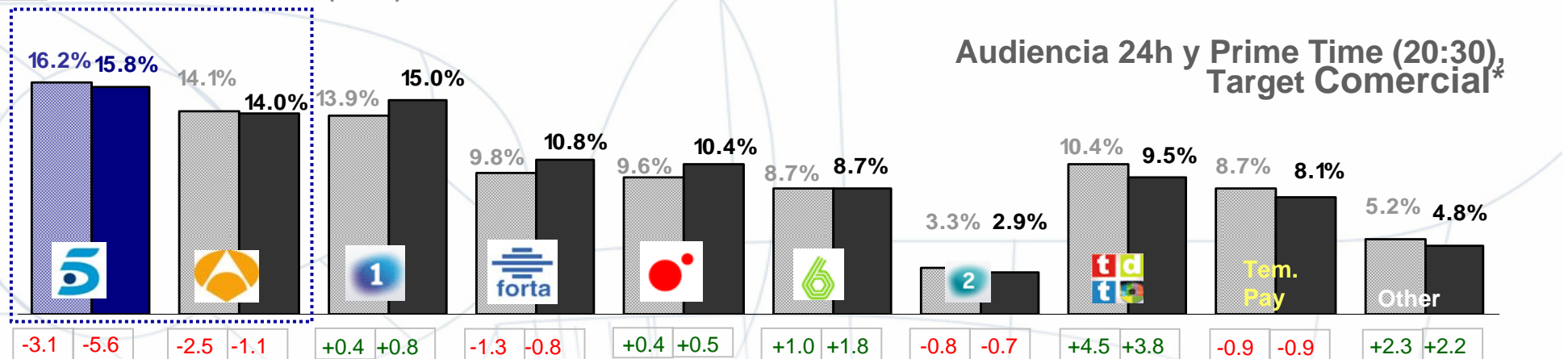
TELEVISIÓN

1 de Septiembre – 27 de Octubre de 2009



Audiencia 24h
 Audiencia Prime Time (20:30)

Vs. 2008



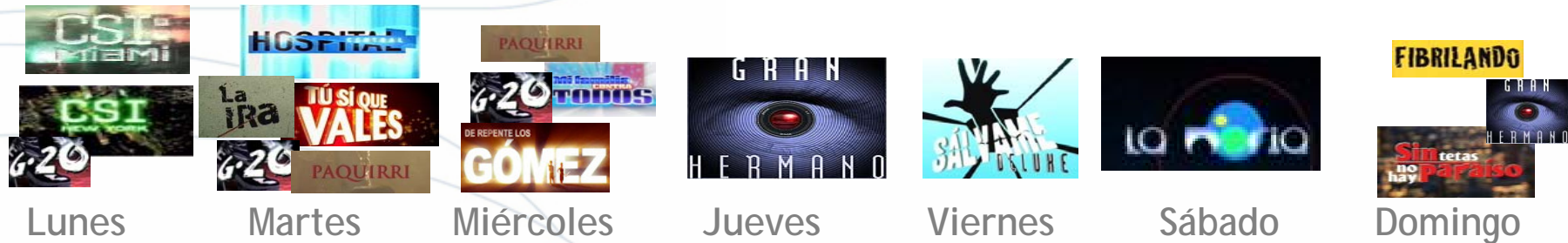
* **Target Comercial:** Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.









En la nueva temporada TL5 recupera el liderazgo entre los operadores privados.

TELEVISIÓN

Audiencia en Prime Time: 1 de Septiembre – 27 de Octubre de 2009



	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	17.5	12.9	13.1	20.6	14.9	15.7	16.0
	11.8	17.0	15.2	10.0	14.2	13.1	14.1
	16.6	17.7	17.4	19.5	13.8	11.9	16.7
	12.6	11.1	14.4	12.9	13.7	13.0	12.8
	11.2	10.2	8.7	8.2	10.6	7.0	8.2
	5.9	7.0	8.5	7.2	6.0	14.7	6.9

Franja: 22:00-0:00 Todos individuos



TL5, en la nueva temporada es líder cuatro de siete noches de la semana



TELEVISION DIGITAL

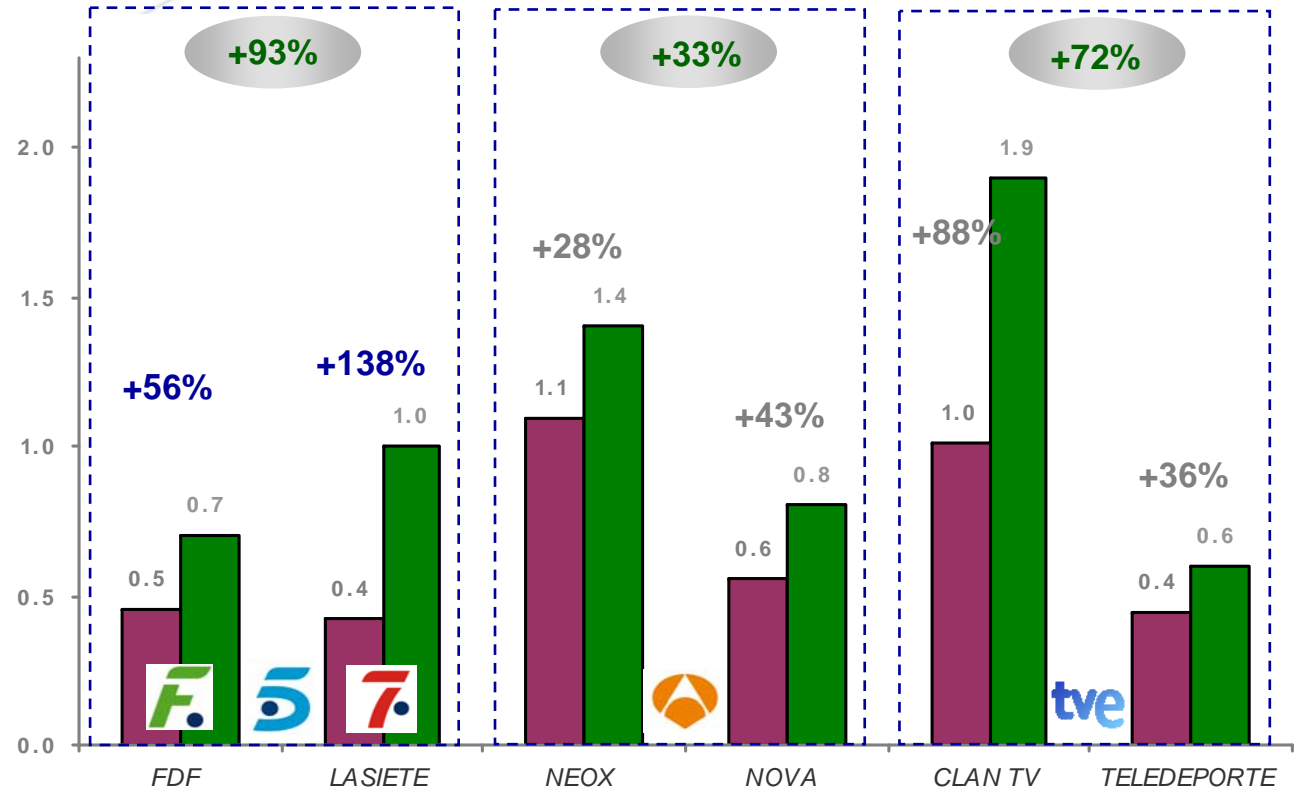
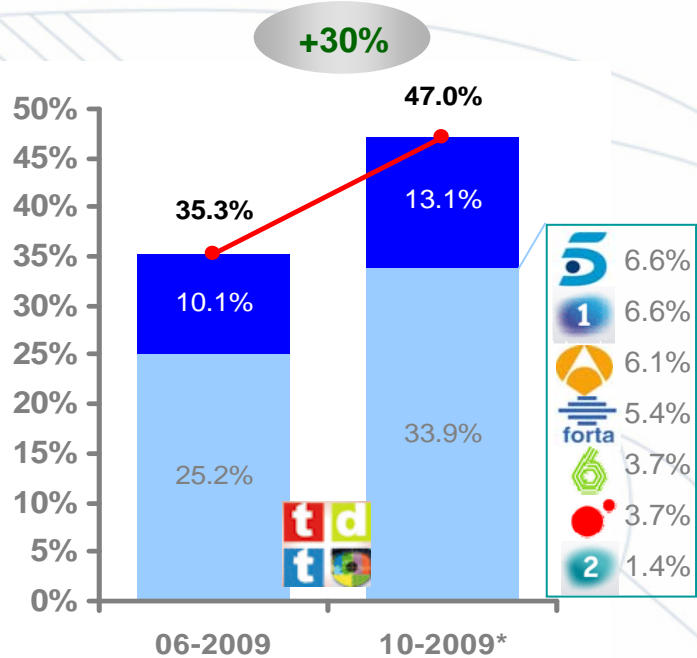
CANALES EXCLUSIVOS EN TDT

Audiencia 24h, Total Individuos, Total TV (%)

● Total Audiencia TDT

■ Canales exclusivos en TDT

■ Canales analógicos en simulcast



Cobertura técnica: 93%

Penetración por Hogares: 70,0% (Fuente: SOFRES)

Sintonizadores vendidos: 21.755.281 (Unidades)

■ Junio 2009

■ Octubre 1-27 2009

Fuente: SOFRES
*Octubre 1-27

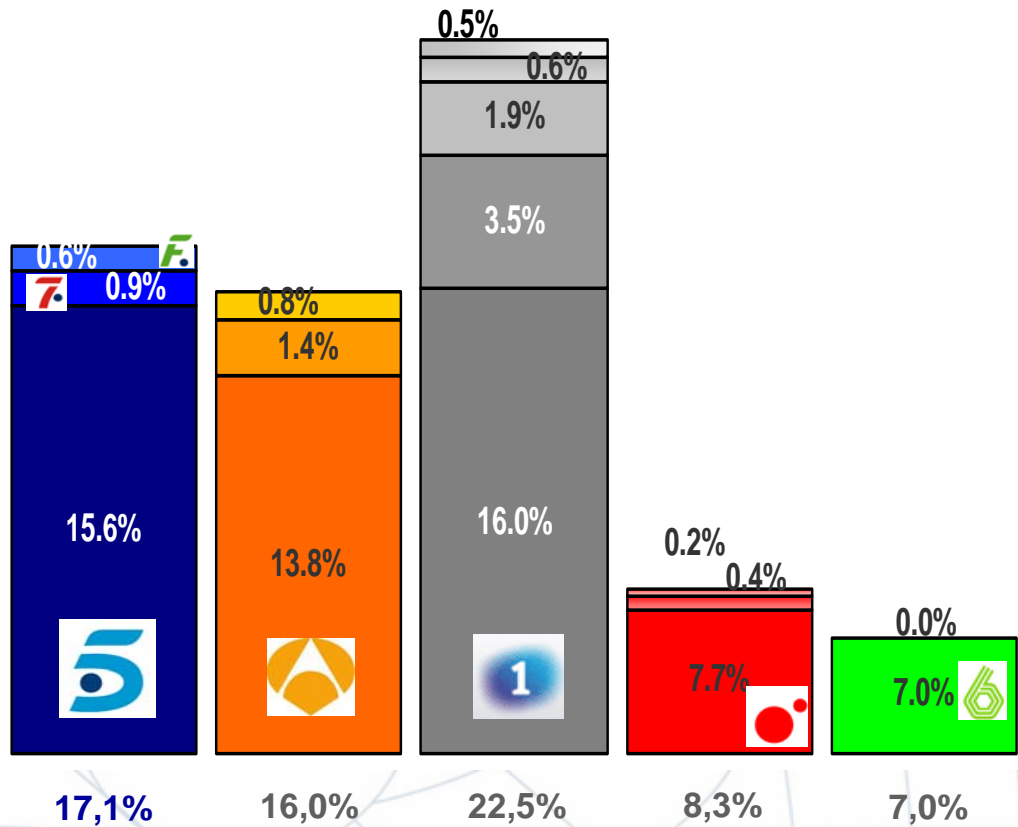


La audiencia de los canales digitales de TL5 crece un 93% en el 9M09

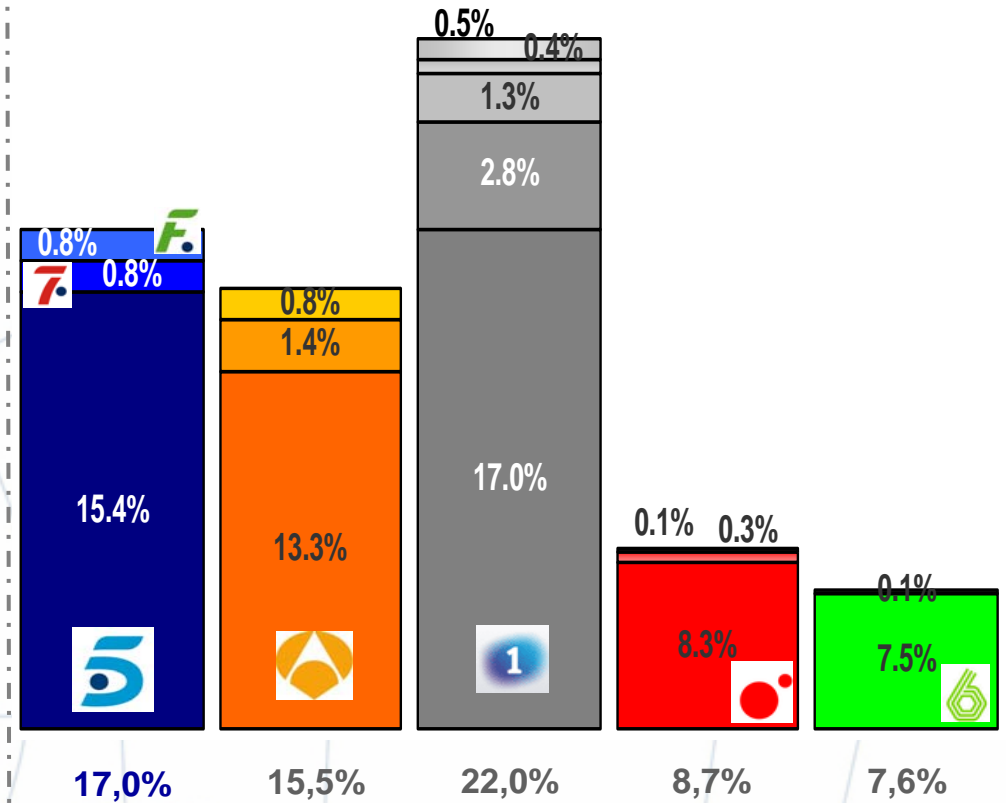
TELEVISION DIGITAL

1 de Septiembre – 27 de Octubre de 2009

Audiencia 24h Total Individuos



Audiencia Prime Time Total Individuos



Telecinco lidera en audiencia por Grupos: tanto en Total Individuos como en Target Comercial (18,0% y 17,5%)

Fuente: SOFRES

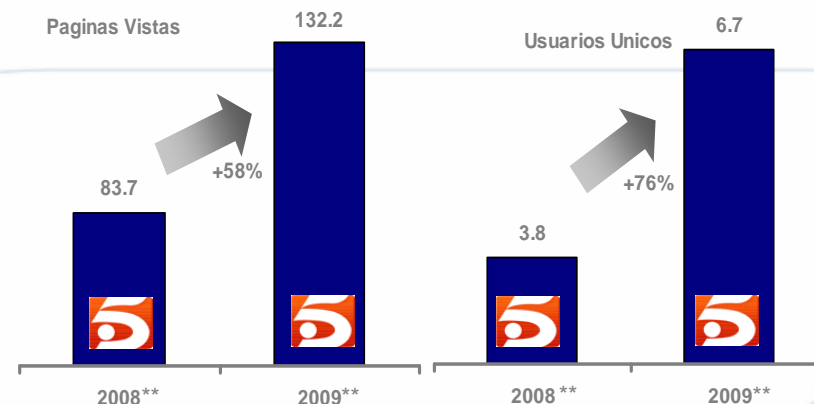
Nº1 entre las páginas WEB de operadores TV

Septiembre 09		Usuarios únicos*		Paginas vistas*		Minutos de navegación*	
➔ 1	Telecinco.es	6.71	24%	132.21	50%	07:04	13%
➔ 2	RTVE.es	4.46	10%	69.46	24%	23:59	107%
➔ 3	Antena3tv.com	3.13	-6%	59.27	-16%	07:51	-6%

Nº4 entre las páginas WEB de compañías media

Septiembre 09		Usuarios únicos*		Paginas vistas*		Minutos de navegación*	
↔ 1	El Mundo	23.74	10%	393.93	7%	08:17	2%
↔ 2	Marca.com	19.94	4%	499.42	11%	09:14	22%
↔ 3	20Minutos.es	9.18	5%	99.35	-7%	06:13	-9%
↑ 4	Telecinco.es	6.71	24%	132.21	50%	07:04	13%
↓ 5	Sport.es	5.03	-7%	92.62	-18%	05:14	11%

En Septiembre 2009, Telecinco consigue mejorar sus registros de usuarios y de páginas vistas.



Fuente: datos Nielsen Online (obtenidos por la herramienta Country Market Intelligence), auditados para OJD.

* Datos en millones y % respecto a Junio 2009

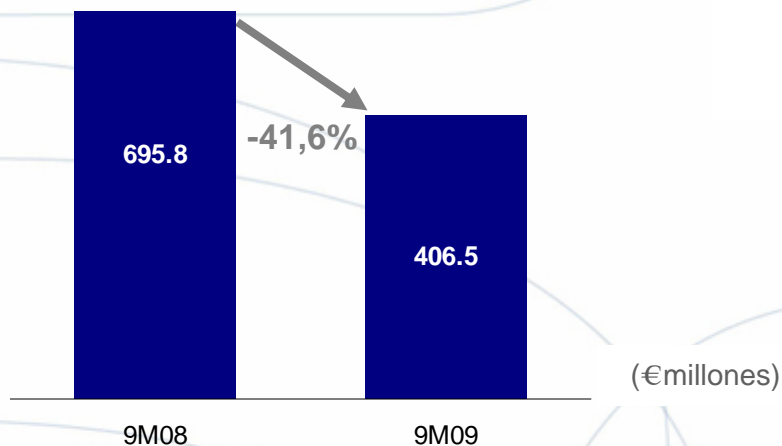
** Datos relativos al mes de Septiembre

PUBLICIDAD



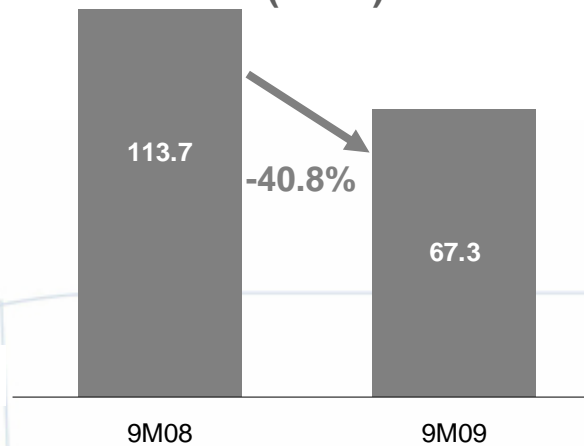
Ingresos publicitarios en el 9M2009

Ingresos Publicitarios Brutos de Televisión (mill €)



Cuota de las Iniciativas Especiales sobre el Total Ingresos Publicitarios de TL5 en 9M09 16,6%

Iniciativas Especiales (mill €)



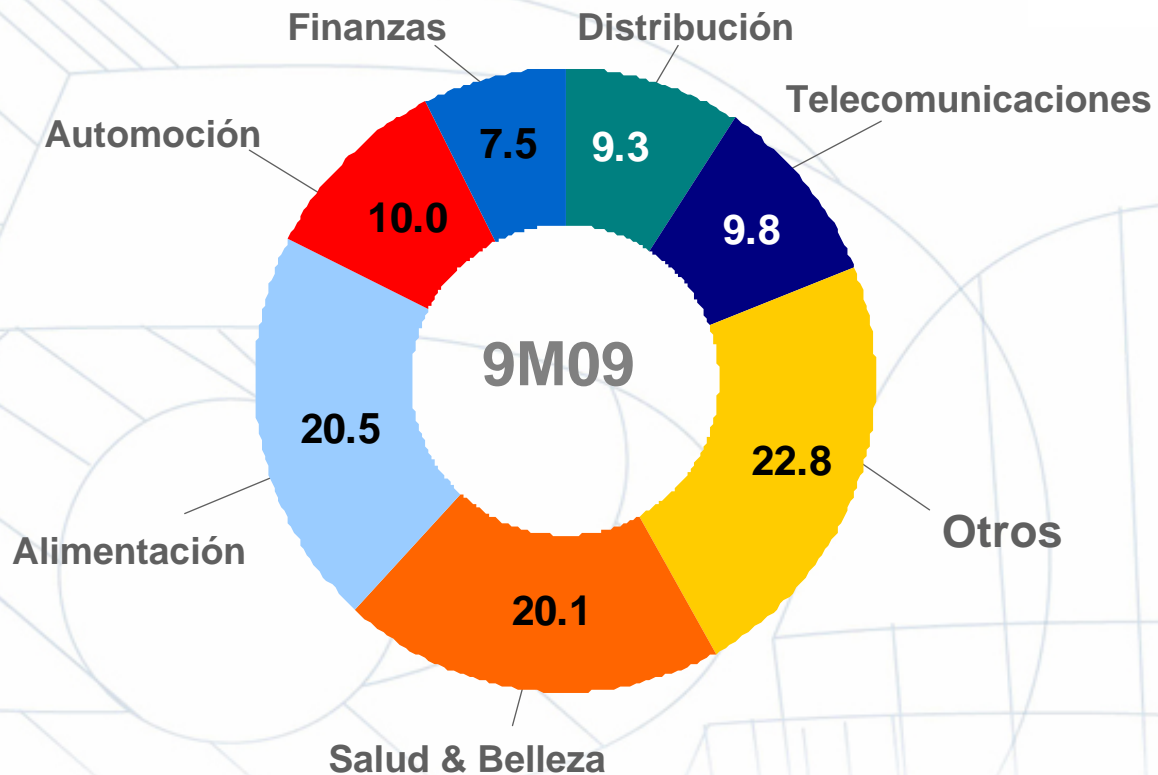
Estrategia Comercial, 9M2009

Cuota Audiencia		SEGUNDOS	GRP's (20'')	C/GRP's (20'')	Ingresos Brutos de Publicidad TV	
%	△%	△%	△%	△%	€Mill.	△%
15,0%	-18,5%	+3,6%	-17,0%	-30,2%	406,5	-41,6%

Fuente: TNS y Publiespaña

Inversión mercado publicitario de Televisión por sectores

Sectores Anunciantes (% sobre total)



Crecimiento sectores (9M09 vs. 9M08)





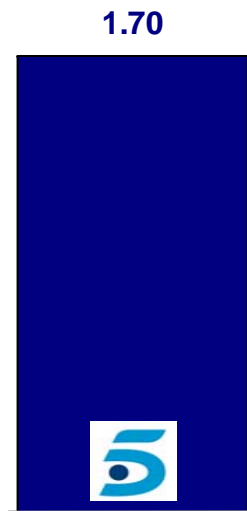
LIDER EN POWER RATIO

Power ratio incluyendo los canales Digitales



9M09

Power Ratio de Telecinco



9M09

Una estrategia que da buenos resultados en el medio/largo plazo

LINEA 11	PAQUETE	ESTRUC. 11	CONDUCTOR	PROGRAMA	GENERO	PAQUETE 11	CONDUCTOR 11	PROGRAMA 11	GENERO 11
5	5	5	5	5	5	7	7	7	7
7	7	7	7	7	7	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	7	7	7	7
7	7	7	7	7	7	5	5	5	5

Fuente: TNS y Publiespaña



Construyendo un liderazgo en multichannel

Parrillas multicanales de TL5 de la semana 19-25 de Octubre de 2009

RESULTADOS FINANCIEROS



RESULTADOS FINANCIEROS

	9M09	9M08	VAR %
Total Ingresos Netos	432.2	734.9	-41.2%
Total Costes	349.8	410.6	-14.8%
Personal	59.3	63.3	-6.3%
Costes Operativos	182.9	238.1	-23.2%
Amortización y Depreciación	107.6	109.2	-1.5%
EBITDA (1)	89.0	329.4	-73.0%
EBIT	82.5	324.3	-74.6%
Beneficio Antes de Impuestos	58.5	292.4	-80.0%
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	62.2	228.4	-72.8%
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	78.5	242.4	-67.6%
EBITDA/ INGRESOS NETOS	20.6%	44.8%	
EBIT/ INGRESOS NETOS	19.1%	44.1%	
BENEFICIO NETO/ INGRESOS NETOS	14.4%	31.1%	
BENEFICIO NETO Ajustado/ INGRESOS NETOS	18.2%	33.0%	

(1) Después consumo de derechos

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

(€millones)

14



RESULTADOS FINANCIEROS

<u>€millones</u>	9M09	9M08	Efecto Cambio en €	Crecimiento Orgánico en €
Ingresos Netos Consolidados	862.7	948.3	-8.7	-76.9
Margen Bruto	241.6	277.2	-4.5	40.1
EBITDA	209.9	162.1	-2.5	50.3
Beneficio Neto*	-34.0	-90.1	-2.5	58.6

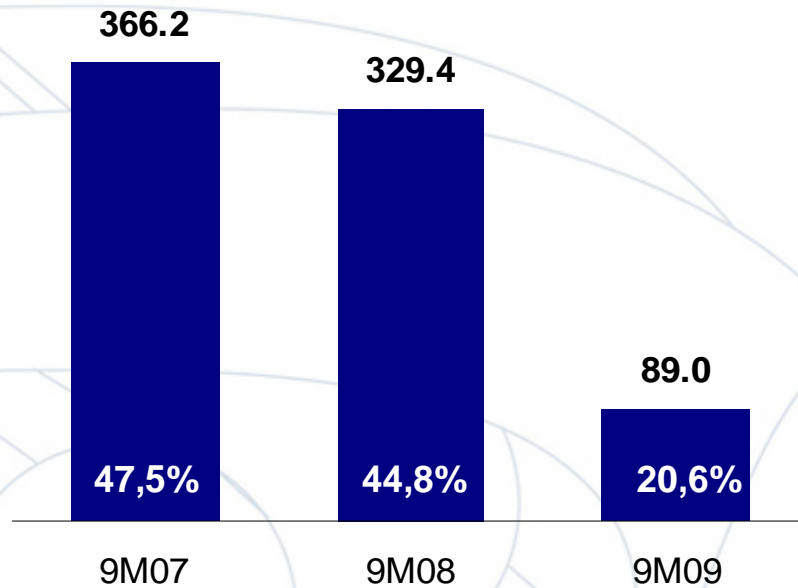
* **Beneficio Neto** incluye amortización de PPA por €102m (€72m al neto de créditos de impuestos).

RESULTADOS FINANCIEROS

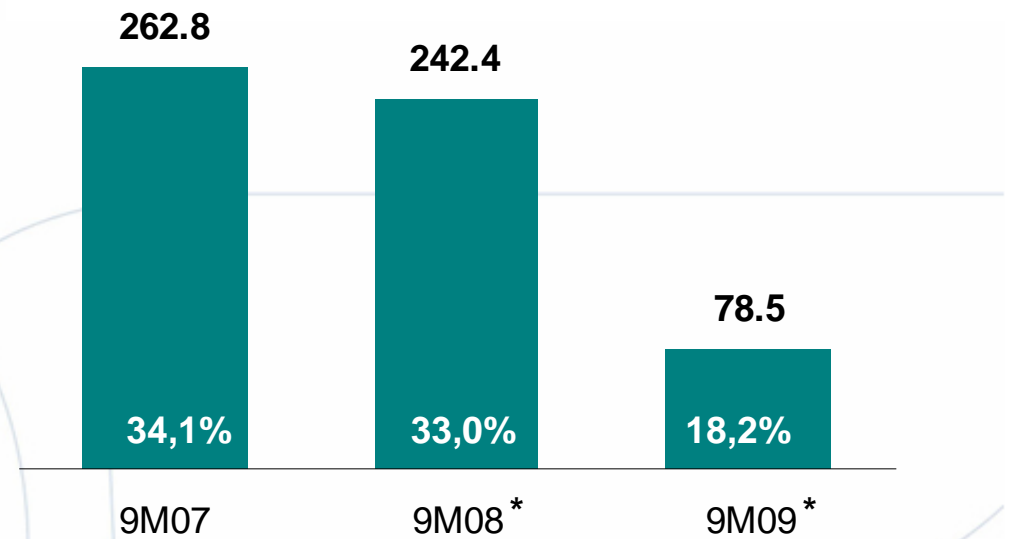
	9M09	9M08	Dif. en €millones
Posición Financiera Neta Inicial	-25.9	13.2	-39.0
Cash Flow Libre	70.0	283.6	-213.6
Cash Flow Operativo	195.4	355.0	-159.5
Inversiones Netas	-135.8	-159.7	23.9
Variación Fondo de Maniobra	10.4	88.4	-78.0
Movimiento Patrimonio	-2.8	-8.6	5.8
Inversiones Financieras	-9.8	-23.4	13.6
Dividendos cobrados	1.8	1.6	0.2
Dividendos pagados	-210.3	-317.6	107.3
Incremento Neto de Posición Financiera	-151.1	-64.3	-86.8
Posición Financiera Neta Final	-176.9	-51.1	-125.8
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	16.2%	38.6%	

RESULTADOS FINANCIEROS

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



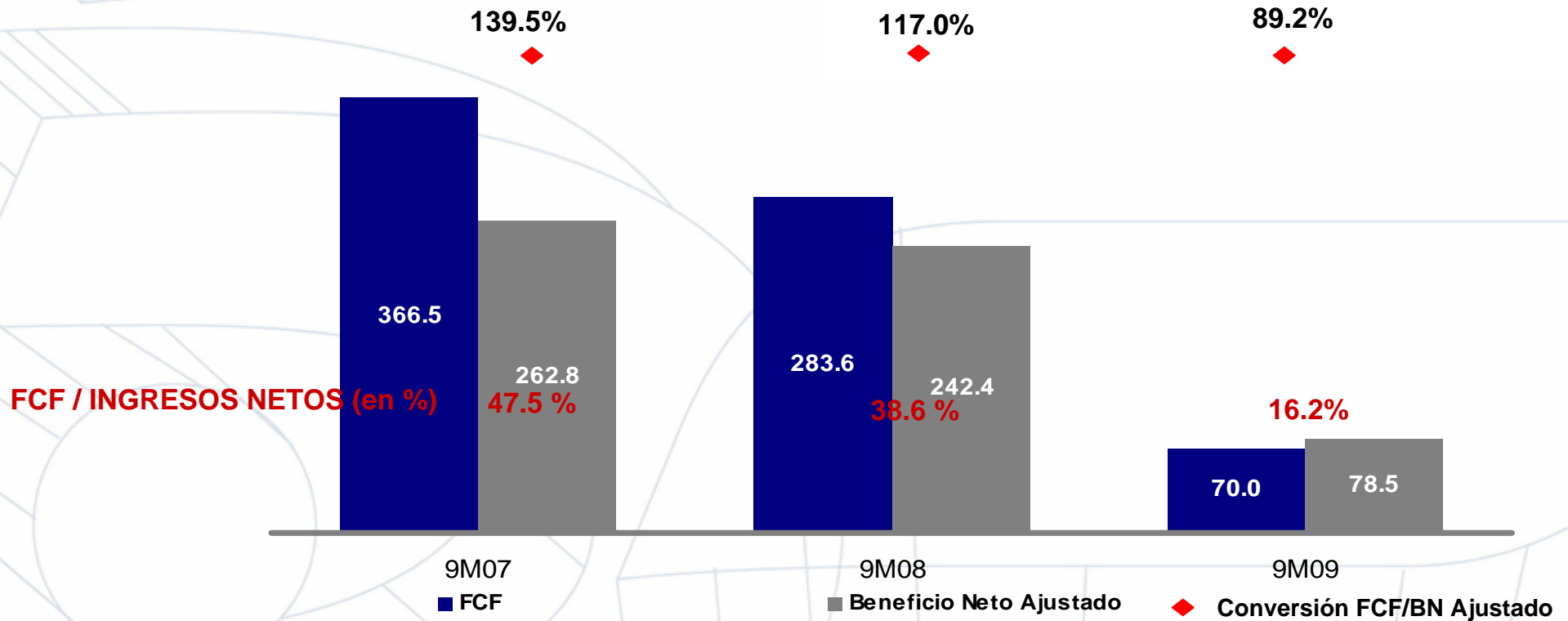
BENEFICIO NETO (en mill €)
BENEFICIO NETO/INGRESOS NETOS (en %)



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

RESULTADOS FINANCIEROS

CASH FLOW LIBRE (€mill)

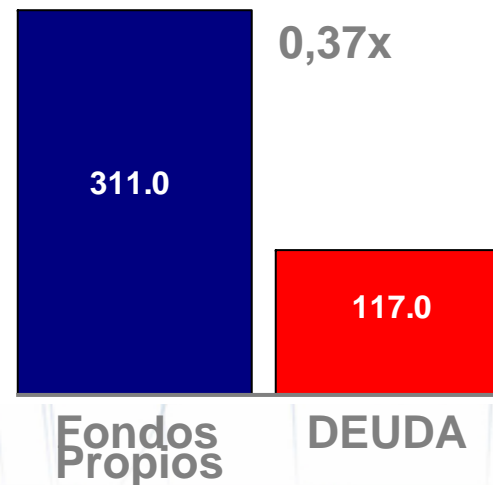


RESULTADOS FINANCIEROS

Posición Financiera

Posición financiera de Grupo a 30/09/09:	-€176,9
Exposición financiera neta*:	-€117,0
Porcentual de utilización de las líneas de crédito :	39,6%
Porcentual de utilización media anual de las líneas de crédito:	23,5%

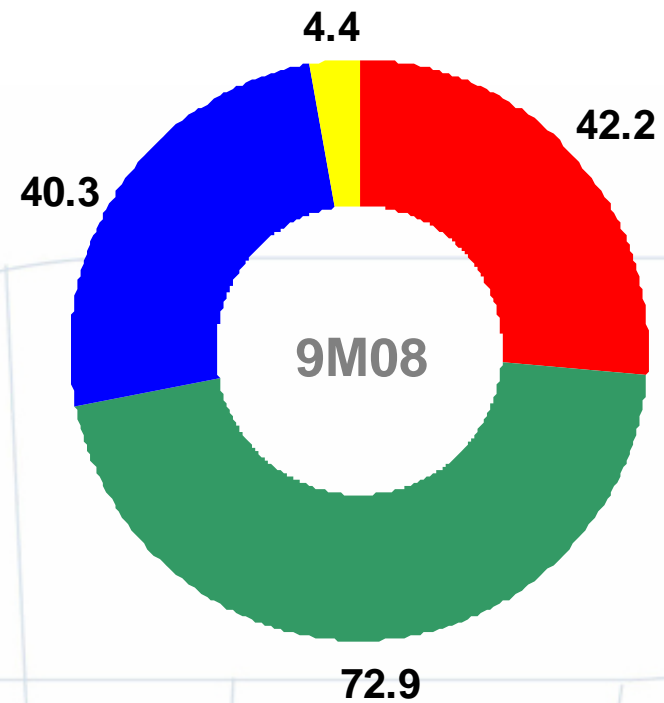
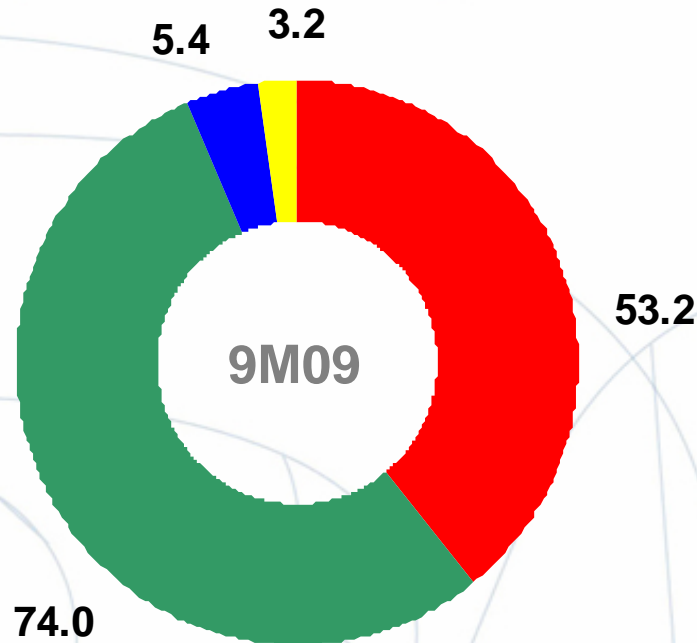
Principales ratios de Deuda



RESULTADOS FINANCIEROS

€135.8 millones

€159.7 millones



■ Derechos TV no-Ficción
 ■ Derechos TV Ficción
 ■ Co-producción Distribución
 ■ Activos Fijos Tangibles e Intangibles

Back Up slides



RESULTADOS FINANCIEROS

	9M09	9M08	VAR %
Ingresos Brutos de Publicidad	414.5	703.7	-41.1%
- Televisión	406.5	695.8	-41.6%
- Otros	8.0	7.9	1.1%
Descuentos	-19.8	-32.9	-39.7%
Ingresos Netos de Publicidad	394.6	670.8	-41.2%
Otros Ingresos	37.6	64.1	-41.3%
TOTAL INGRESOS NETOS	432.2	734.9	-41.2%
Personal	59.3	63.3	-6.3%
Consumo Derechos	101.1	104.1	-2.8%
Otros Costes Operativos	182.9**	238.1***	-23.2%
Total Costes	343.3	405.5	-15.3%
EBITDA adj*	89.0	329.4	-73.0%

** Incluye la reversión de una provisión por 34 millones de Euros

*** Incluye la reversión de una provisión por 5 millones de Euros

* Después de consumo de derechos

RESULTADOS FINANCIEROS

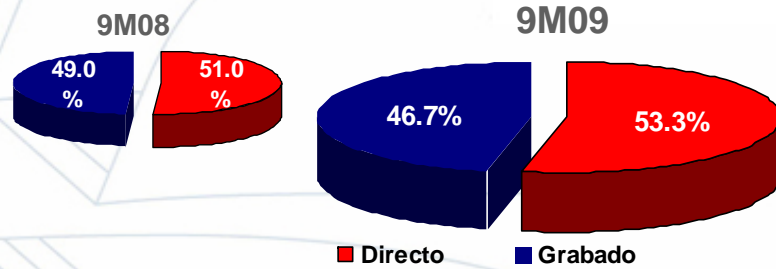
	9M09	9M08	VAR %
EBITDA adj*	89.0	329.4	-73.0%
Otras Amortizaciones y Depreciaciones	-6.5	-5.1	25.7%
EBIT	82.5	324.3	-74.6%
Resultado de Participadas	-26.4	-30.0	-12.0%
Resultados Financieros	2.3	-1.9	n.a.
EBT	58.5	292.4	-80.0%
Impuestos de Sociedades	0.0	-73.3	n.a.
Intereses Minoritarios	3.7	9.3	-60.2%
Beneficio Neto	62.2	228.4	-72.8%
Beneficio Neto Ajustado**	78.5	242.4	-67.6%

*Después de consumo de derechos

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

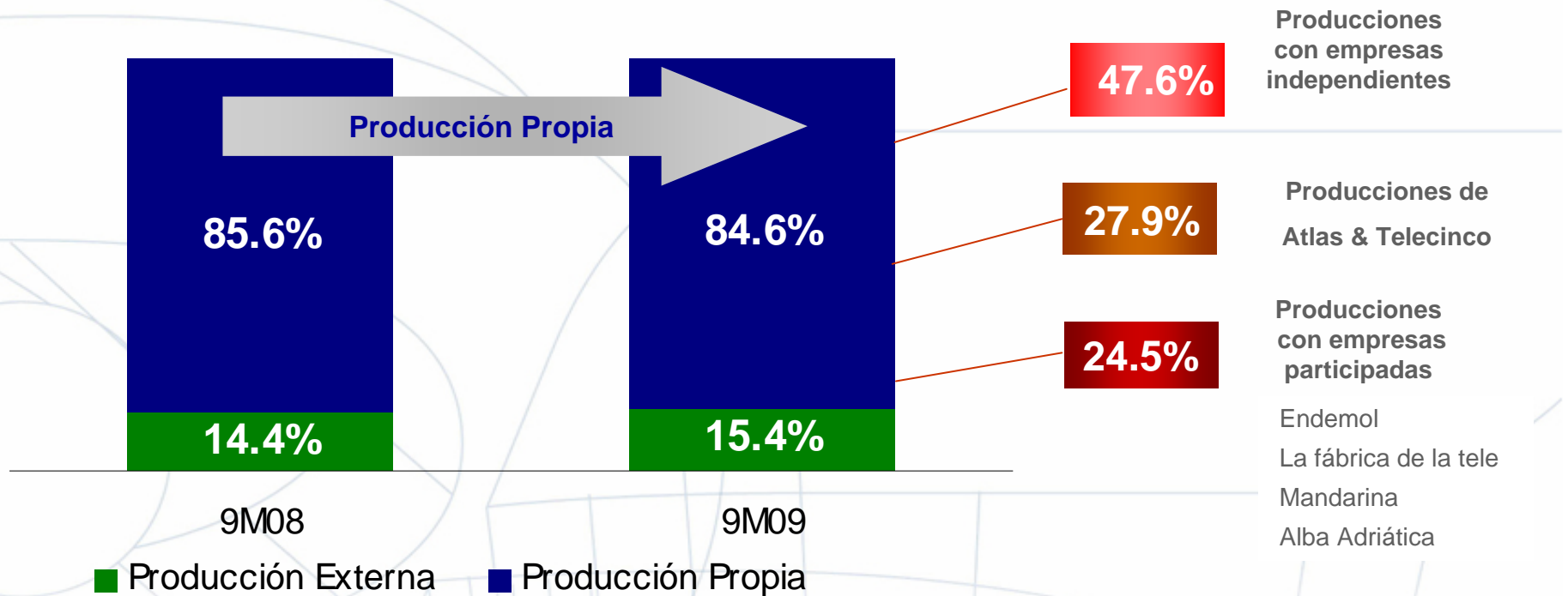
RESULTADOS FINANCIEROS

	9M09	9M08	2008
Inmovilizado	306.0	521.7	323.6
-Financiero	252.4	464.4	264.5
-No Financiero	53.6	57.3	59.1
Derechos Audiovisuales y Anticipos	221.4	236.3	190.7
-Derechos de Terceros	123.1	116.3	96.6
-Ficción	31.1	33.3	27.3
-Co-producción / distribución	67.2	86.7	66.9
Impuesto Anticipado	81.3	16.2	26.3
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	608.7	774.1	540.7
Activo Corriente	124.8	175.4	251.8
Activo Financiero y Tesorería	12.3	10.7	35.1
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	137.1	186.0	286.9
TOTAL ACTIVO	745.8	960.1	827.6
Fondos Propios	311.0	564.7	461.5
Provisiones	45.2	73.4	43.8
Acreedores no corrientes	0.4	1.0	0.2
Pasivo Financiero no corriente	75.9	60.7	59.8
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	121.5	135.1	103.8
Acreedores Corrientes	199.9	259.2	261.1
Pasivo Financiero Corriente	113.3	1.1	1.2
TOTAL PASIVO CORRIENTE	313.3	260.3	262.3
TOTAL PASIVO	745.8	960.1	827.6



Mix de programación en los primeros 9 meses de 2009

Producción Propia vs. Producción externa por horas emitidas



Investor Relations Department

Phone: +34 91 396 67 83

Fax: + 34 91 396 66 92

Email: inversores@telecinco.es

WEB: <http://www.telecinco.es/inversores/es/>

DISCLAIMER

Statements contained in this document, particularly the ones regarding any Telecinco possible or assumed future performance, are or may be forward looking statements and in this respect they involve some risks and uncertainties.

Telecinco actual results and developments may differ materially from the ones expressed or implied by the above statements depending on a variety of factors.

Any reference to past performance of Telecinco shall not be taken as an indication of future performance.

The content of this document is not, and shall not be considered as, an offer document or an offer or solicitation to buy or sell any stock.



TELECINCO

**RESULTADOS NUEVE MESES 2009
(Enero – Septiembre)**

29 de Octubre de 2009

www.telecinco.es/inversores/es/