

MEDIASET **españa.**

Presentación de resultados del 1er semestre de 2011
(Enero – Junio)

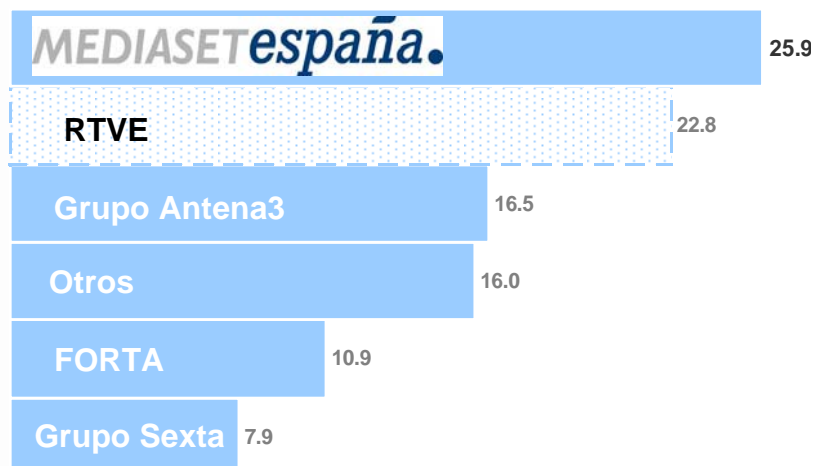


Madrid, 28 de Julio de 2011

El margen de EBITDA recurrente crece hasta el 22.9% gracias a la capacidad de gestión de los costes de **Mediaset *españa.***

Millones de €	1S11	1S10 <i>Pro-forma*</i>	Var %	1S10 Reported
Total ingresos netos	540.9	631.8	-14.4%	461.0
Total costes operativos	416.9	502.0	-16.9%	318.1
EBITDA recurrente adj**	124.0	129.8	-4.5%	142.9
Margen EBITDA recurrente	22.9%	20.5%		31.0%
EBIT	102.4	132.5	-22.7%	146.3
Margen EBIT	18.9%	21.0%		31.7%
Beneficio neto	85.1	97.7	-12.9%	107.4
Beneficio neto adj***	89.1	104.7	-14.9%	114.4
BPA adj.	0.219 €			
Posicion financiera	-85.6			-99.8

Audiencia (por grupos), 24h tot individuos



Cuota mercado publicitario



*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogcuatro

**EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV y excluye : los elementos de costes no recurrentes

*** Beneficio neto ajustado excluye el impacto de todos elementos no cash como la amortización de PPA (tanto de Sogcuatro como Endemol)

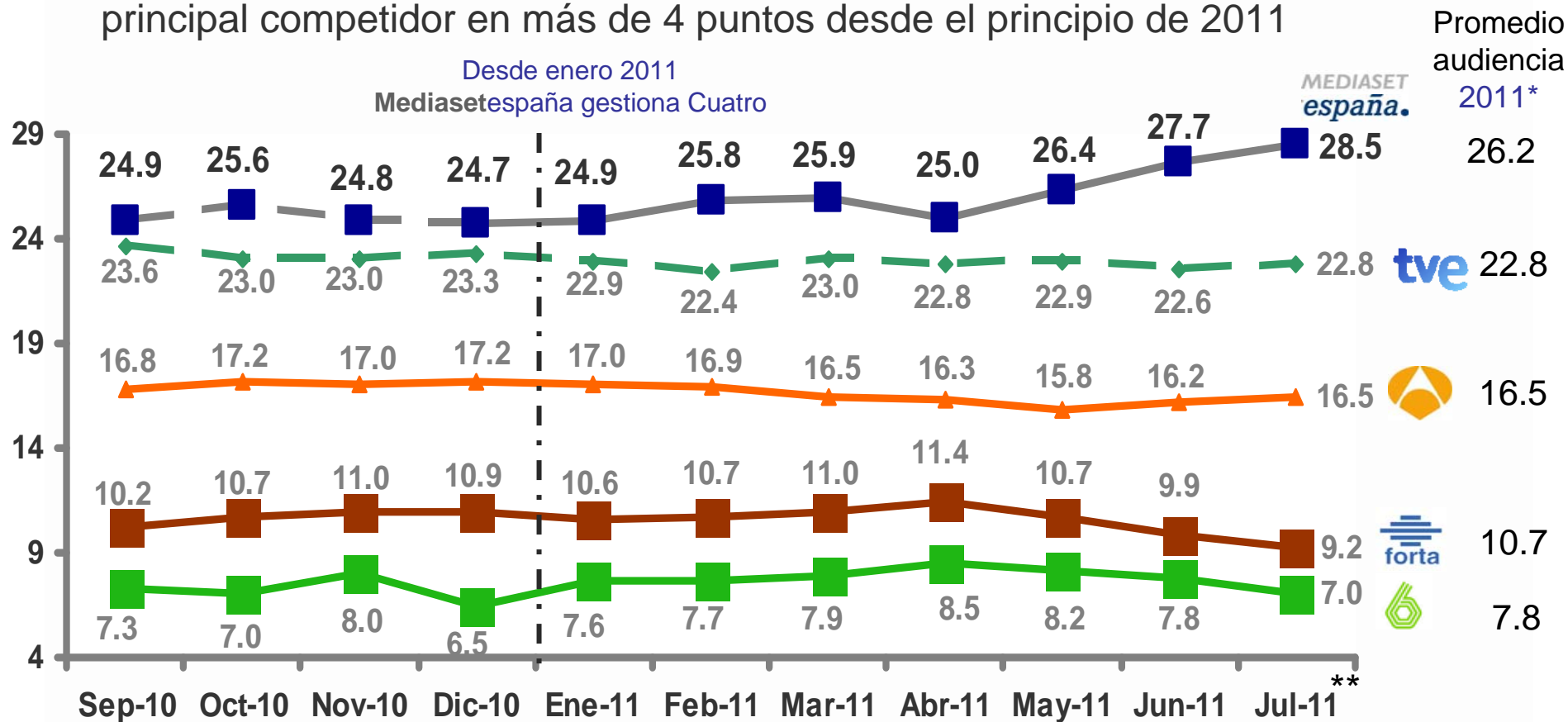
MEDIASET *españa.*

TELEVISIÓN





Mediaset **españa** incrementa el diferencial de audiencia con su principal competidor en más de 4 puntos desde el principio de 2011

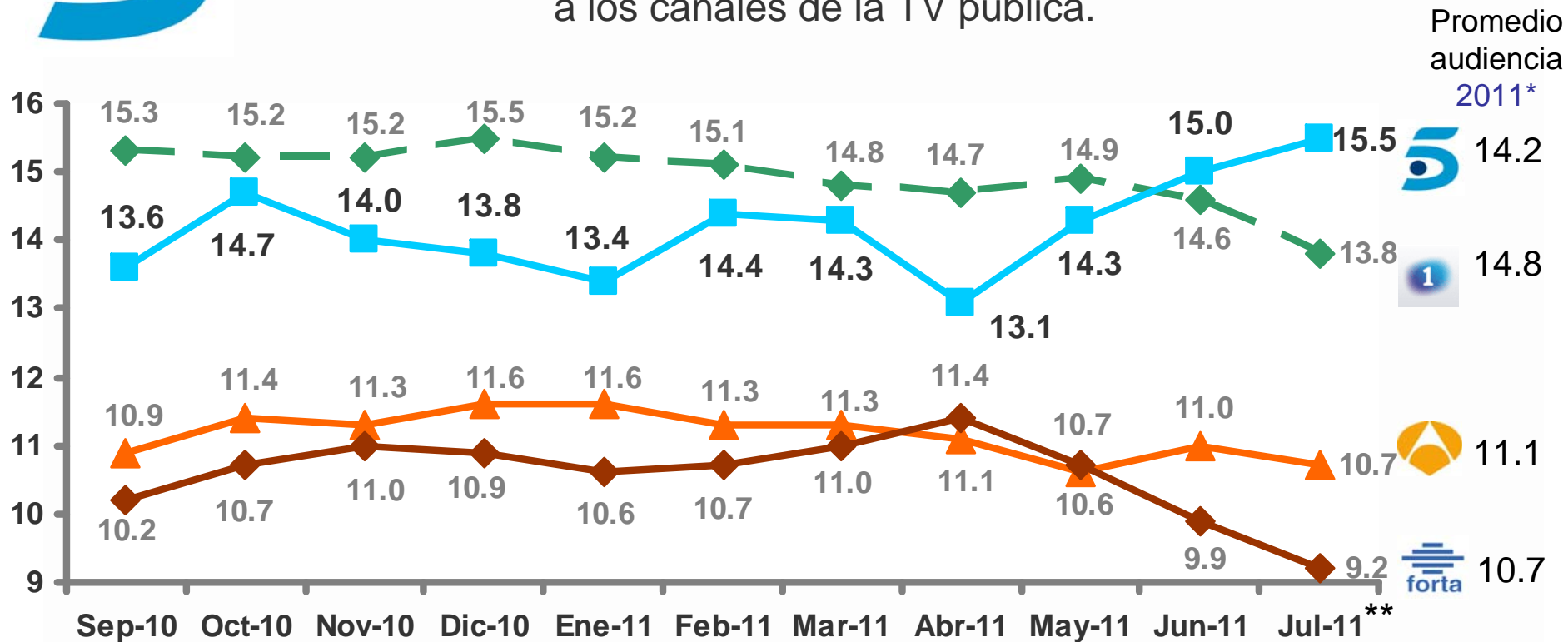


Mediaset *españa.* es el grupo líder, con un variado perfil de audiencia comercial

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-25/7/11
 ** Promedio 1/7-25/7/11

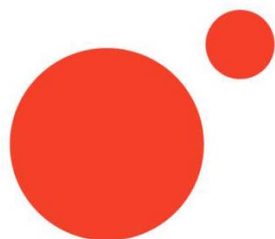


Telecinco es el canal comercial líder en audiencia masculina y femenina, en especial en las franjas más interesantes. En los últimos dos meses el canal es también líder respecto a los canales de la TV pública.

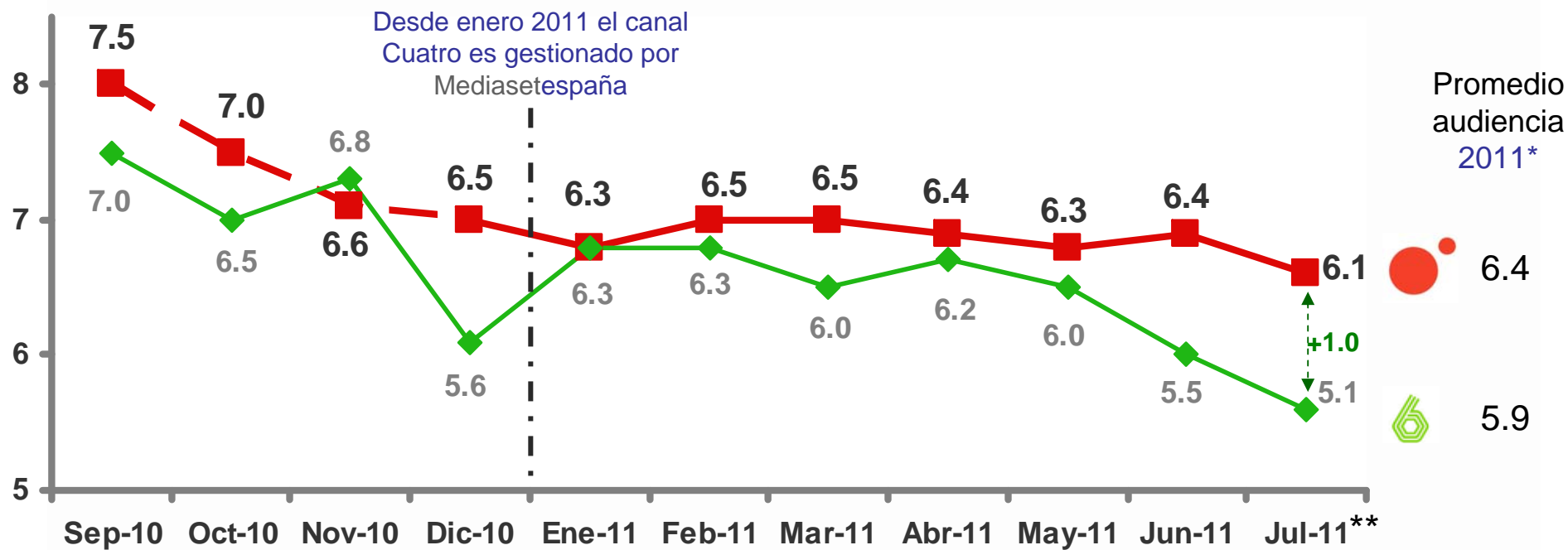


TL5 es el canal comercial líder

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-25/7/11
 ** Promedio 1/7-25/7/11



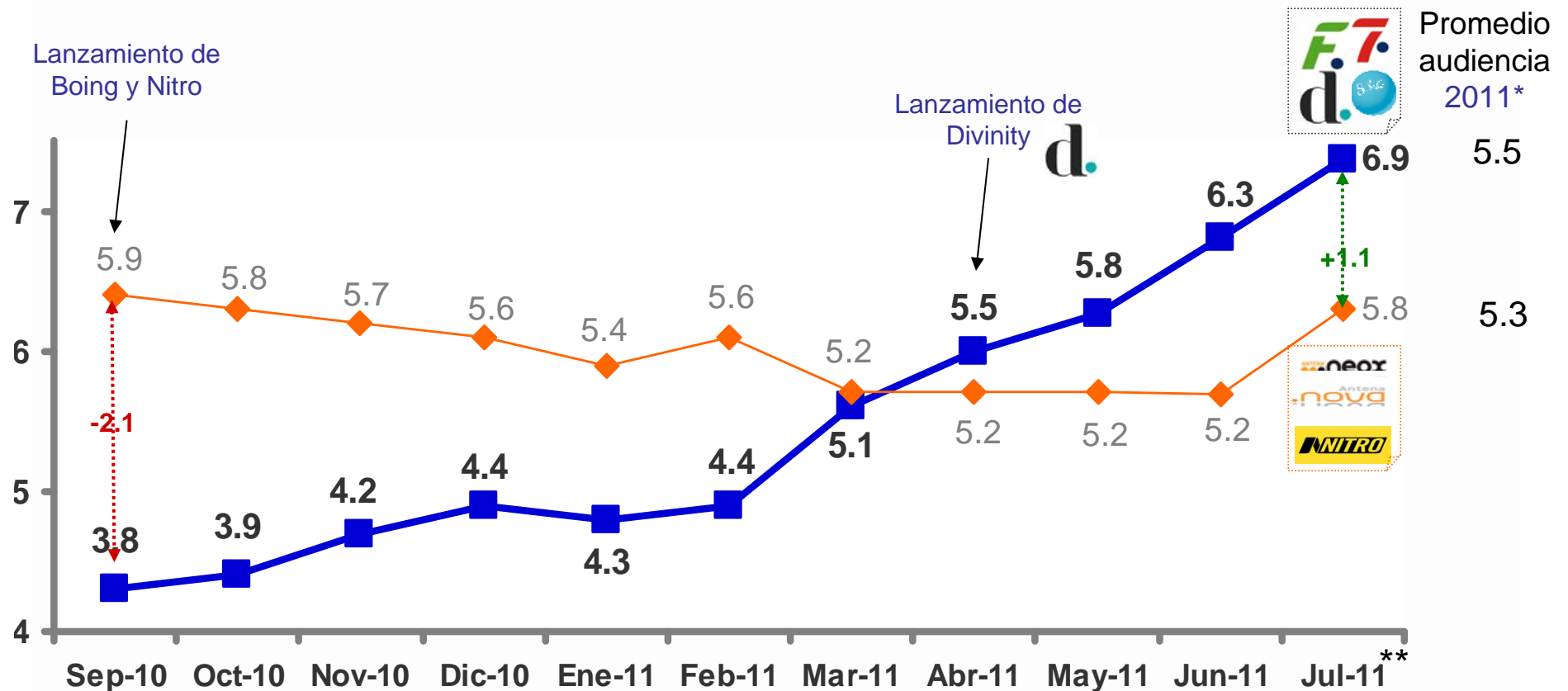
Cuatro es uno de los canales líder entre la audiencia joven y masculina. Además, desde la entrada en **Mediaset España**, el canal ha incrementado a +1 punto el diferencial de audiencia con su principal competidor



Cuatro supera a sus competidores en audiencia joven (13-34 años)

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-25/7/11
 ** Promedio 1/7-25/7/11

La suma de canales de “segunda generación” de **Mediaset *españa*** se acercan a una audiencia del 7% en julio'11**

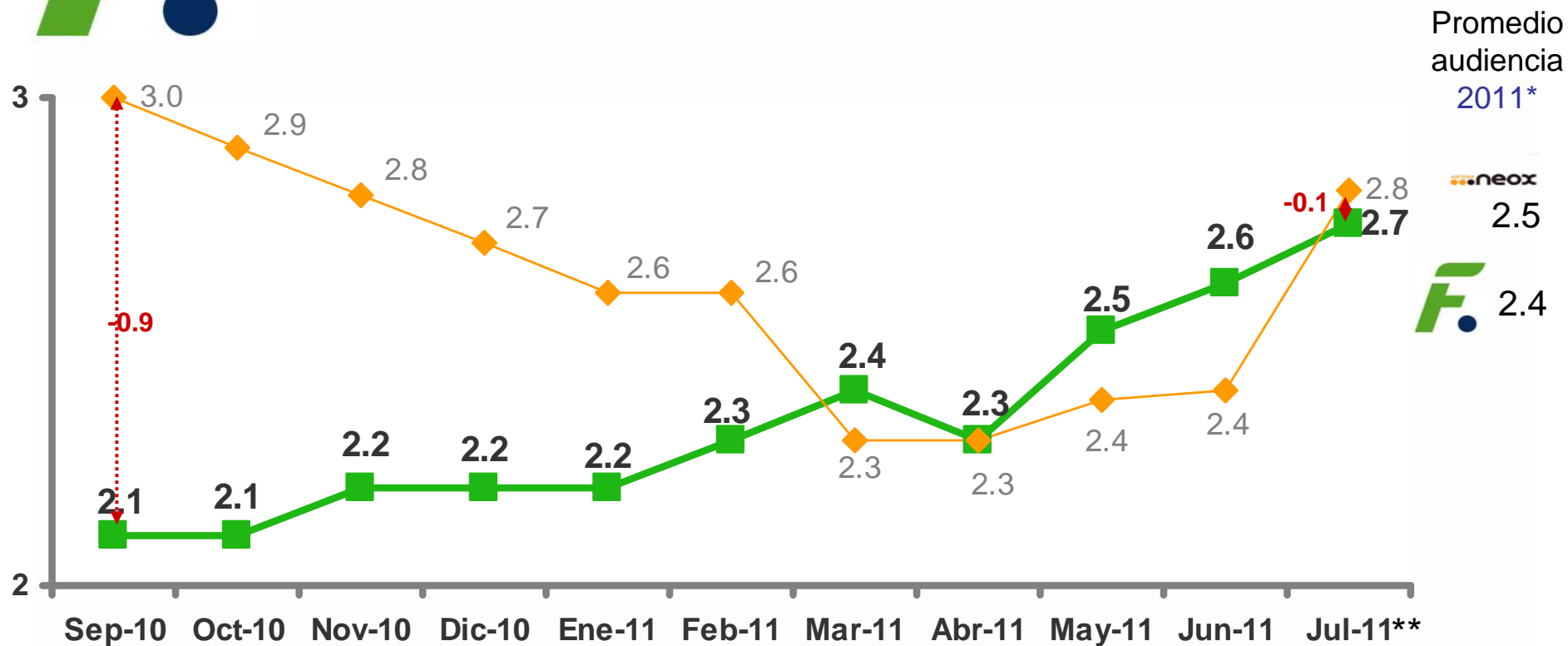


Los nuevos canales de **Mediaset *españa*** son líderes con una clara evolución positiva en los últimos 11 meses (+81%)

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-25/7/11
 ** Promedio 1/7-25/7/11



En menos de un año, **Factoría de Ficción** anula el diferencial de audiencia con su principal competidor, y es, un mes más, el canal de “segunda generación” líder en Prime Time (2.9% en julio'11**)

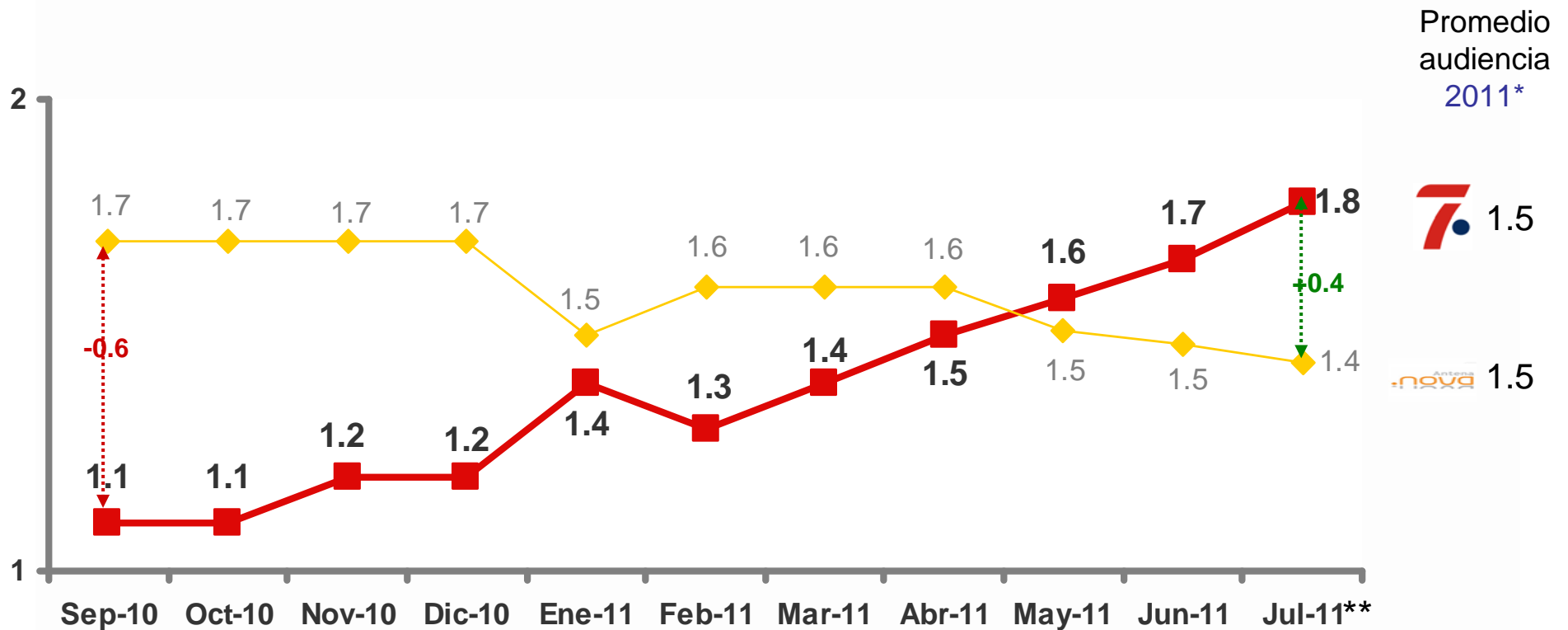


FDF ha incrementado su audiencia un 30% en los últimos 11 meses

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-25/7/11
 ** Promedio 1/7-25/7/11



La **Siete** crece un 66% en audiencia en menos de un año y, desde mayo'11, supera en audiencia a su principal competidor

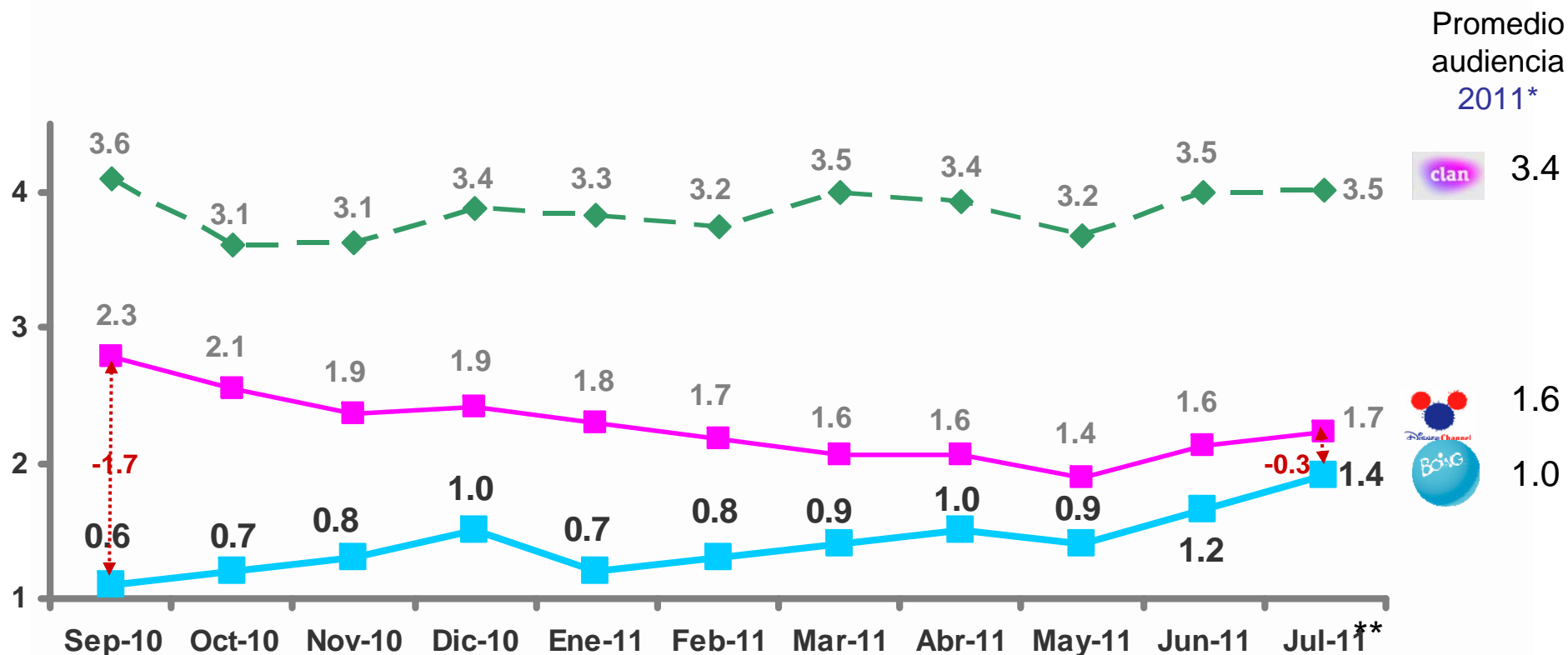


En los últimos 11 meses la audiencia de **La7** ha crecido hasta superar a su principal competidor

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-25/7/11
 ** Promedio 1/7-25/7/11



En sus primeros 11 meses de emisión, **Boing** consigue reducir sensiblemente el gap de audiencia respecto a su principal competidor comercial



El canal infantil Boing ha reducido en 5,5 veces el gap de audiencia con su competidor comercial en menos de un año

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-25/7/11
 ** Promedio 1/7-25/7/11

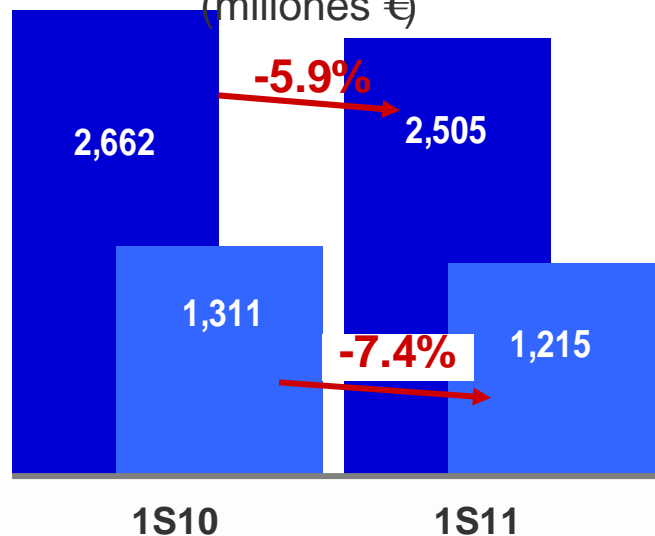
MEDIASET *españa.*

PUBLICIDAD



Mercado publicitario

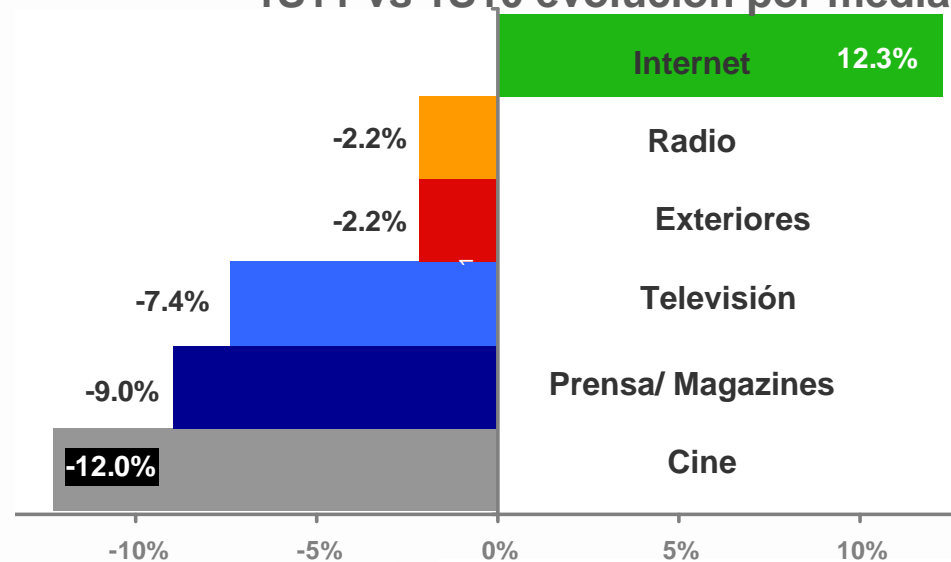
(millones €)

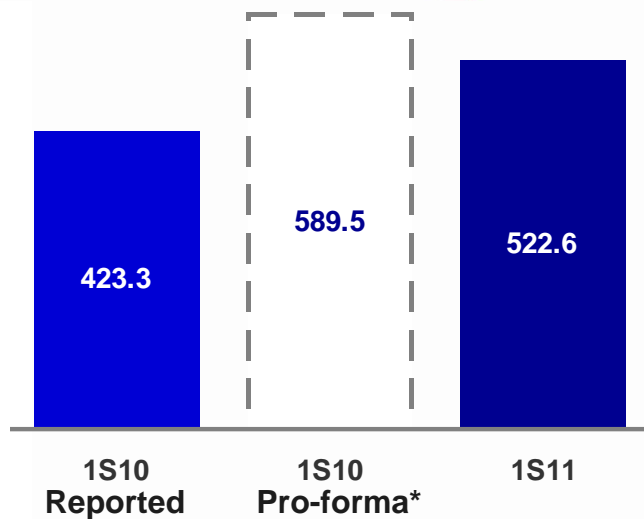


- Total mercado publicitario
- Total mercado publicitario TV



1S11 vs 1S10 evolución por medio





Multiplex de Mediaset España**
facturación publicitaria
Millones de €

Estrategia comercial**, 1S2011

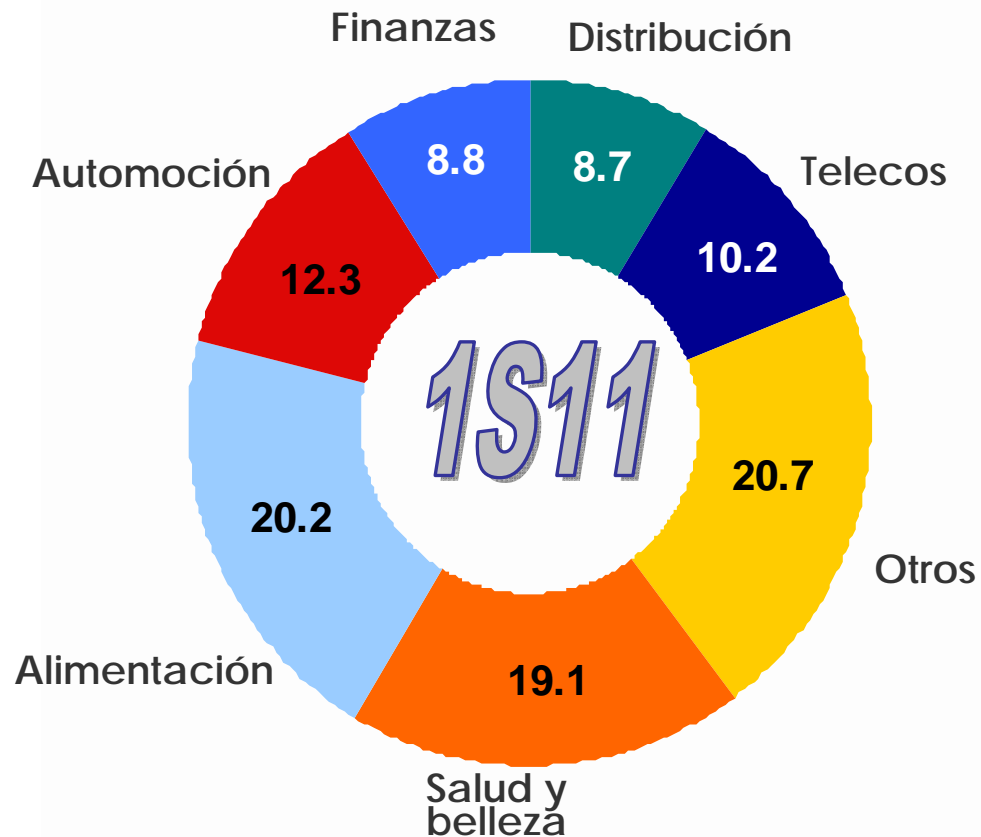
	Audiencia	Segundos	GRP(20'')	C/GRP's	Ingresos
Telecinco + NSF	18,6% +4,9%	-1,5%	-4,4%	-	-
Cuatro	6,4% -9,3%	-9,7%	-16,6%	-	-
Boing	0,9% +100%	+100%	+100%	-	-
MEDIASET <i>españa.</i> Group	25,9% +4,6%	+2,0%	-6,6%	-4,6%	€22,6m -11,3%

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

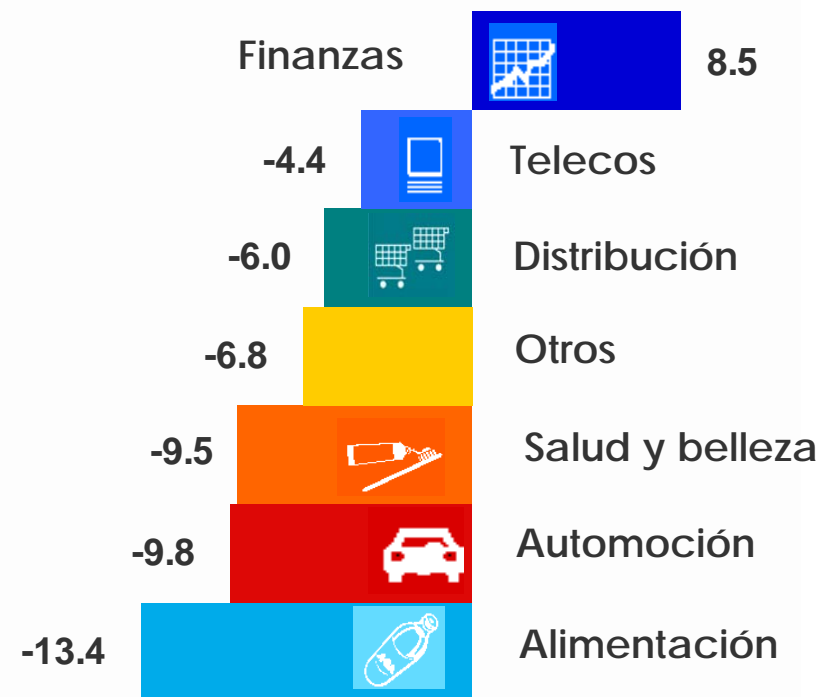
**Datos: Telecinco, Cuatro, Boing y NSF (Factoría de Ficción, La Siete, Divinity y Gran Hermano 24h)

Inversión de mercado publicitario TV por sectores

**Cuota de sectores de anunciantes
(% sobre total)**



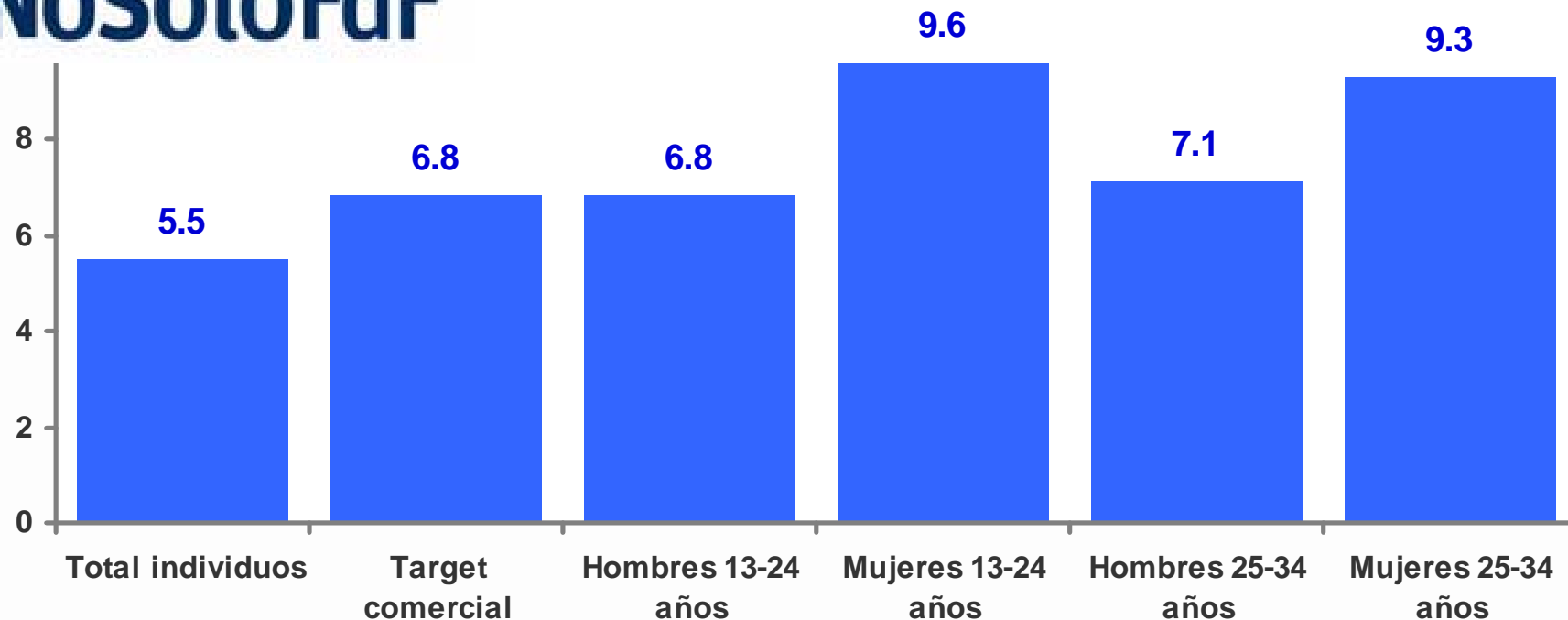
**Crecimiento sectores
(1S11 vs. 1S10)**





NoSoloFdF

Un nuevo “canal comercial” que en el mes de julio de 2011* consigue una audiencia superior al 6% en los target de público más atractivos para los anunciantes



* **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.

NSF= Factoría de Ficción, La Siete y Divinity
Fuente: Kantar Media

* Julio 2011: promedio 1-25

RESULTADOS FINANCIEROS



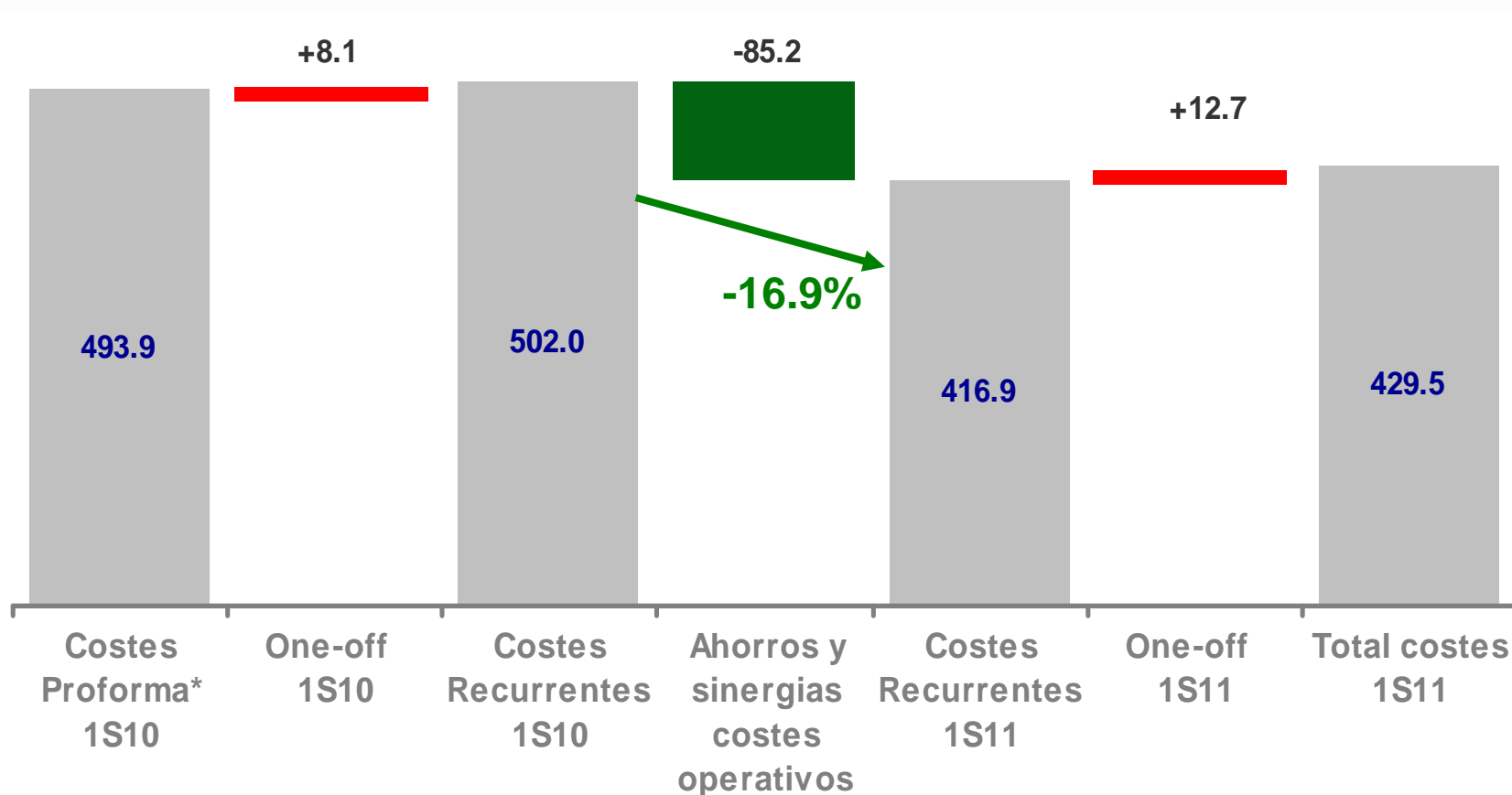
Millones de €	1S11	1S10 Pro-forma*	VAR %	1S10 Reported
Total ingresos netos	540.9	631.8	-14.4%	461.0
Total costes recurrentes	416.9	502.0	-16.9%	318.1
Personal	54.2	56.1	-3.4%	39.0
Consumo derechos TV	111.4	114.7	-2.8%	72.3
Otros costes operativos	251.3	331.2	-24.1%	206.8
EBITDA ajustado recurrente (1)	124.0	129.8	-4.5%	142.9
Costes no recurrentes	12.7	-8.1	n.a.	-8.1
EBITDA adj (1)	111.3	137.9	-19.3%	151.0
Amortización PPA (<i>provisional</i>)	4.0	-	n.a.	-
Amortización y Depreciación	4.9	5.4	-8.4%	4.8
EBIT	102.4	132.5	-22.7%	146.3
Beneficio Antes de Impuestos	103.3	116.8	-11.6%	130.6
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	85.1	97.7	-12.9%	107.4
BPA	0.209 €			
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	89.1	104.7	-14.9%	114.4
BPA ajustado	0.219 €			
EBITDA recurrente adj/ Ingresos netos	22.9%	20.5%		31.0%
EBITDA/ Ingresos netos	20.6%	21.8%		32.8%
EBIT/ Ingresos netos	18.9%	21.0%		31.7%
Beneficio neto/ Ingresos netos	15.7%	15.5%		23.3%
Beneficio neto ajustado/ ingresos netos	16.5%	16.6%		24.8%

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

(1) Después de consumos de derechos TV

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

La integración de Cuatro genera beneficios ya desde el 1S11
Fuerte reducción de los costes recurrentes**, un 16.9%, hasta los €416.9m



Millones de €

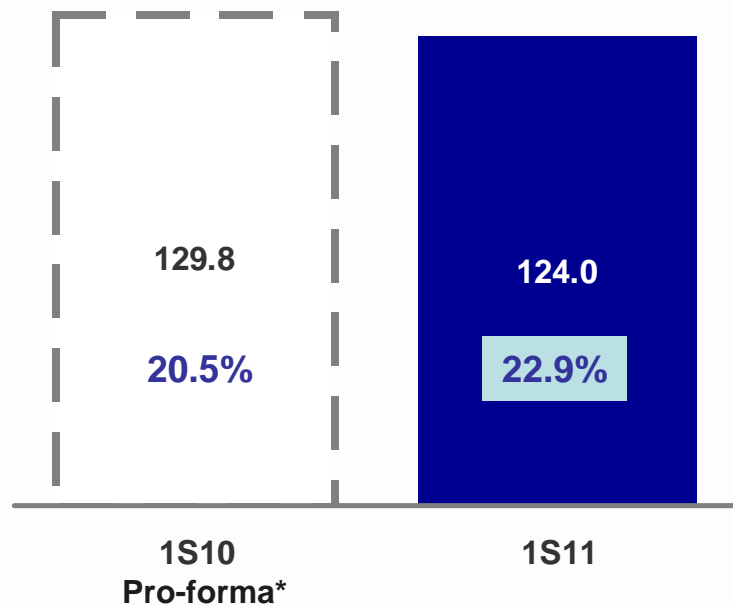
*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Costes: excluidas amortizaciones de PPA y otras amortizaciones y depreciaciones.

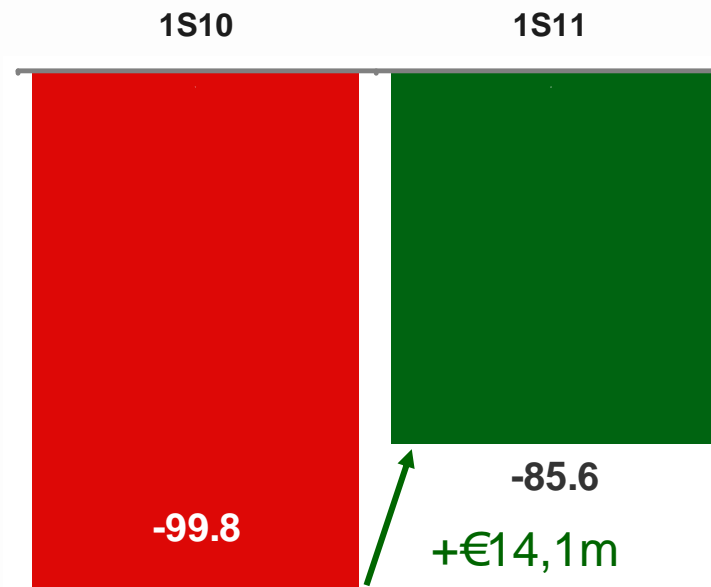
Reducción de costes en 1S11

Millones de €	1S11	1S10 Reported
Posición Financiera Neta Inicial	-28.0	-156.0
Cash Flow Libre	60.4	130.6
Cash Flow Operativo	212.3	199.4
Inversiones Netas	-151.6	-82.6
Variación Fondo de Maniobra	-0.2	13.8
Movimiento Patrimonio	0.4	1.0
Inversiones Financieras	19.9	-27.9
Dividendos cobrados	1.9	1.0
Dividendos pagados	-140.2	-48.4
Incremento Neto de Posición Financiera	-57.6	56.3
Posición Financiera Neta Final	-85.6	-99.8
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	11.2%	28.3%

EBITDA recurrente adj** EBITDA recurrente adj*/Total ingresos netos



Posición financiera

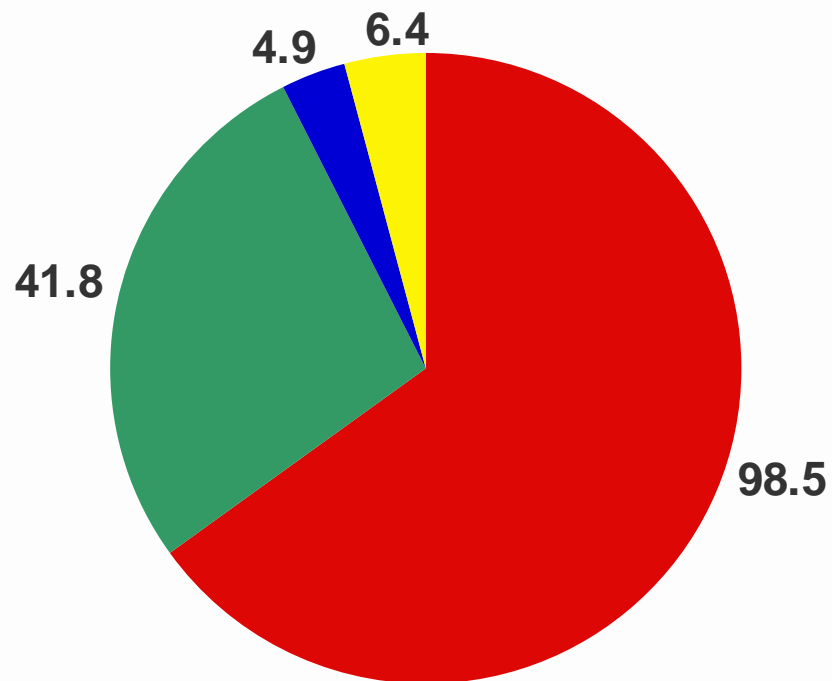


Millones de €

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

**EBITDA recurrente Adj, incluye el consumo de derechos TV y excluye : los elementos de costes no recurrentes

Total inversiones netas
1S11 €151,6m



 **Derechos TV**

 **Derechos TV ficción**

 **Co-producción Distribución**

 **Activos fijos tangibles e intangibles**

Titulares

Mediasetespaña genera ahorros por €85m (-17%) en solo seis meses

Mediasetespaña, gracias a su fuerte capacidad de controlar los costes, se confirma líder en márgenes operativos

Mediasetespaña apunta una evolución muy positiva de la audiencia que vuelve a colocar el Grupo como líder indiscutible en España

Mediasetespaña es el grupo español líder del mercado publicitario

BACK UP



Millones de €

	1S11	1S10 <i>Pro-forma*</i>	Var %	1S10 Reported
Ingresos brutos de publicidad	540.0	617.2	-12.5%	442.5
- Multiplex Mediaset España	522.6	589.5	-11.3%	423.3
- Otros	17.4	27.7	-37.1%	19.2
Descuentos	-31.4	-31.0	1.5%	-20.5
Ingresos netos de publicidad	508.6	586.2	-13.2%	422.0
Otros ingresos	32.3	45.6	-29.0%	39.0
TOTAL INGRESOS NETOS	540.9	631.8	-14.4%	461.0
Personal	54.2	56.1	-3.4%	39.0
Consumo de derechos TV	111.4	114.7	-2.8%	72.3
Otros costes operativos	251.3	331.2	-24.1%	206.8
<i>Total costes (1)</i>	<i>416.9</i>	<i>502.0</i>	<i>-16.9%</i>	<i>318.1</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	124.0	129.8	-4.5%	142.9
EBITDA adj/Total ingresos netos	22.9%	20.5%		31.0%
Costes no recurrentes (2)	12.7	-8.1	n.a.	-8.1
EBITDA adj**	111.3	137.9	-19.3%	151.0

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

Millones de €

	1S11	1S10 Pro-forma*	Var %	1S10 Reported
EBITDA adj**	111.3	137.9	-19.3%	151.0
Amortización de PPA (<i>provisional</i>) (3)	4.0	0.0	n.a.	0.0
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	4.9	5.4	-8.4%	4.8
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>438.5</i>	<i>499.3</i>	<i>-12.2%</i>	<i>314.7</i>
EBIT	102.4	132.5	-22.7%	146.3
EBIT/Total ingresos netos	18.9%	21.0%		31.7%
Res. Participadas y depr. Activos financieros	-1.6	-20.5	n.a.	-20.5
Resultados financieros	2.5	4.8	-47.7%	4.9
BAI	103.3	116.8	-11.6%	130.6
Impuestos de sociedades	-18.1	-23.9	-24.5%	-28.1
Intereses minoritarios	0.0	4.8	n.a.	4.8
Beneficio neto	85.1	97.7	-12.9%	107.4
Beneficio neto ajustado***	89.1	104.7	-14.9%	114.4
BPA	0.209 €			
BPA ajustado***	0.219 €			
Beneficio neto/Total ingresos netos	15.7%	15.5%		23.3%
Beneficio neto adj/Total ingresos netos	16.5%	16.6%		24.8%

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

***Excluyendo el impacto de amortización del PPA de Sogecuatro y de Endemol

Millones de €	1S11	2010
Inmovilizado	1,113.8	1,149.8
-Financiero	1,057.9	1,094.9
-No Financiero	55.9	54.9
Derechos Audiovisuales y Anticipos	308.0	264.9
-Derechos de Terceros	232.5	190.4
-Ficción	31.3	32.1
-Co-producción / distribución	44.2	42.4
Impuesto Anticipado	159.3	154.1
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1,581.1	1,568.7
Activo Corriente	254.8	295.8
Activo Financiero y Tesorería	104.1	116.4
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	358.9	412.2
TOTAL ACTIVO	1,939.9	1,980.9
Fondos Propios	1,321.1	1,376.1
Provisiones	33.5	32.0
Acreedores no corrientes	4.7	0.8
Pasivo Financiero no corriente	73.2	73.1
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	111.3	105.8
Acreedores Corrientes	391.0	427.6
Pasivo Financiero Corriente	116.5	71.3
TOTAL PASIVO CORRIENTE	507.5	498.9
TOTAL PASIVO	1,939.9	1,980.9

Millones de €

	2T11	2T10 Pro-forma*	Var %	2T10 Reported
Ingresos brutos de publicidad	272.8	341.4	-20.1%	241.7
- Multiplex Mediaset España	264.3	323.9	-18.4%	229.1
- Otros	8.5	17.5	-51.2%	12.7
Descuentos	-16.0	-16.8	-5.1%	-10.9
Ingresos netos de publicidad	256.9	324.5	-20.9%	230.9
Otros ingresos	17.9	20.4	-11.9%	18.2
TOTAL INGRESOS NETOS	274.8	344.9	-20.3%	249.0
Personal	27.2	28.9	-5.8%	19.8
Consumo de derechos TV	61.2	55.7	9.8%	37.2
Otros costes operativos	126.4	188.5	-32.9%	118.5
<i>Total costes (1)</i>	<i>214.7</i>	<i>273.0</i>	<i>-21.4%</i>	<i>175.5</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	60.1	71.9	-16.4%	73.6
EBITDA adj/Total ingresos netos	21.9%	20.8%		29.5%
Costes no recurrentes (2)	0.2	0.0	0.0%	0.0
EBITDA adj**	59.9	71.9	-16.6%	73.6

*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

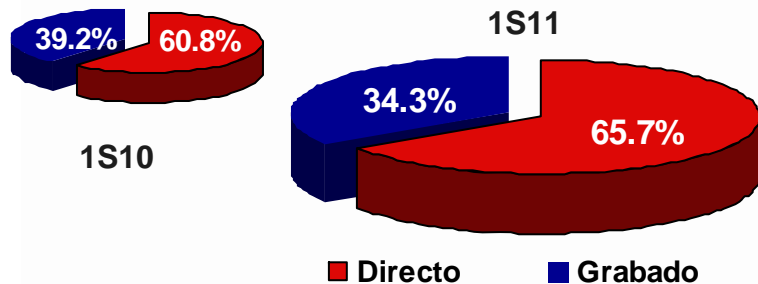
Millones de €

	2T11	2T10 Pro-forma*	Var %	2T10 Reported
EBITDA adj**	59.9	71.9	-16.6%	73.6
Amortización de PPA (<i>provisional</i>) (3)	2.0	0.0	n.a.	0.0
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	2.1	3.9	-45.2%	3.4
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>219.0</i>	<i>276.9</i>	<i>-20.9%</i>	<i>178.8</i>
EBIT	55.8	68.0	-18.0%	70.2
EBIT/Total ingresos netos	20.3%	19.7%		28.2%
Res. Participadas y depr. Activos financieros	-3.3	-9.2	n.a.	-9.2
Resultados financieros	0.0	3.2	n.a.	3.2
BAI	52.5	62.0	-15.3%	64.2
Impuestos de sociedades	-7.4	-17.1	-56.8%	-18.1
Intereses minoritarios	0.0	2.5	n.a.	2.5
Beneficio neto	45.1	47.3	-4.7%	48.5
Beneficio neto ajustado***	47.1	50.8	-7.2%	52.0
BPA	0.111 €			
BPA ajustado***	0.116 €			
Beneficio neto/Total ingresos netos	16.4%	13.7%		19.5%
Beneficio neto ajd/Total ingresos netos	17.1%	14.7%		20.9%

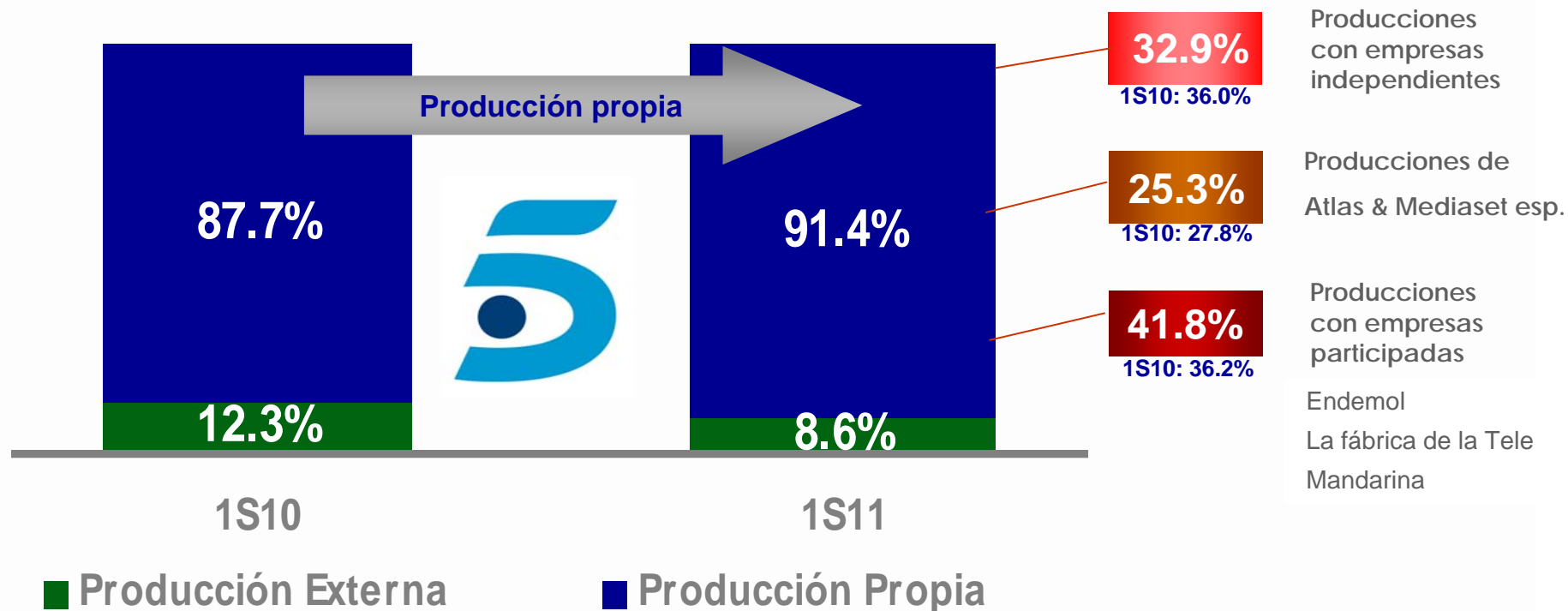
*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IRFS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro

** Después consumo de derechos

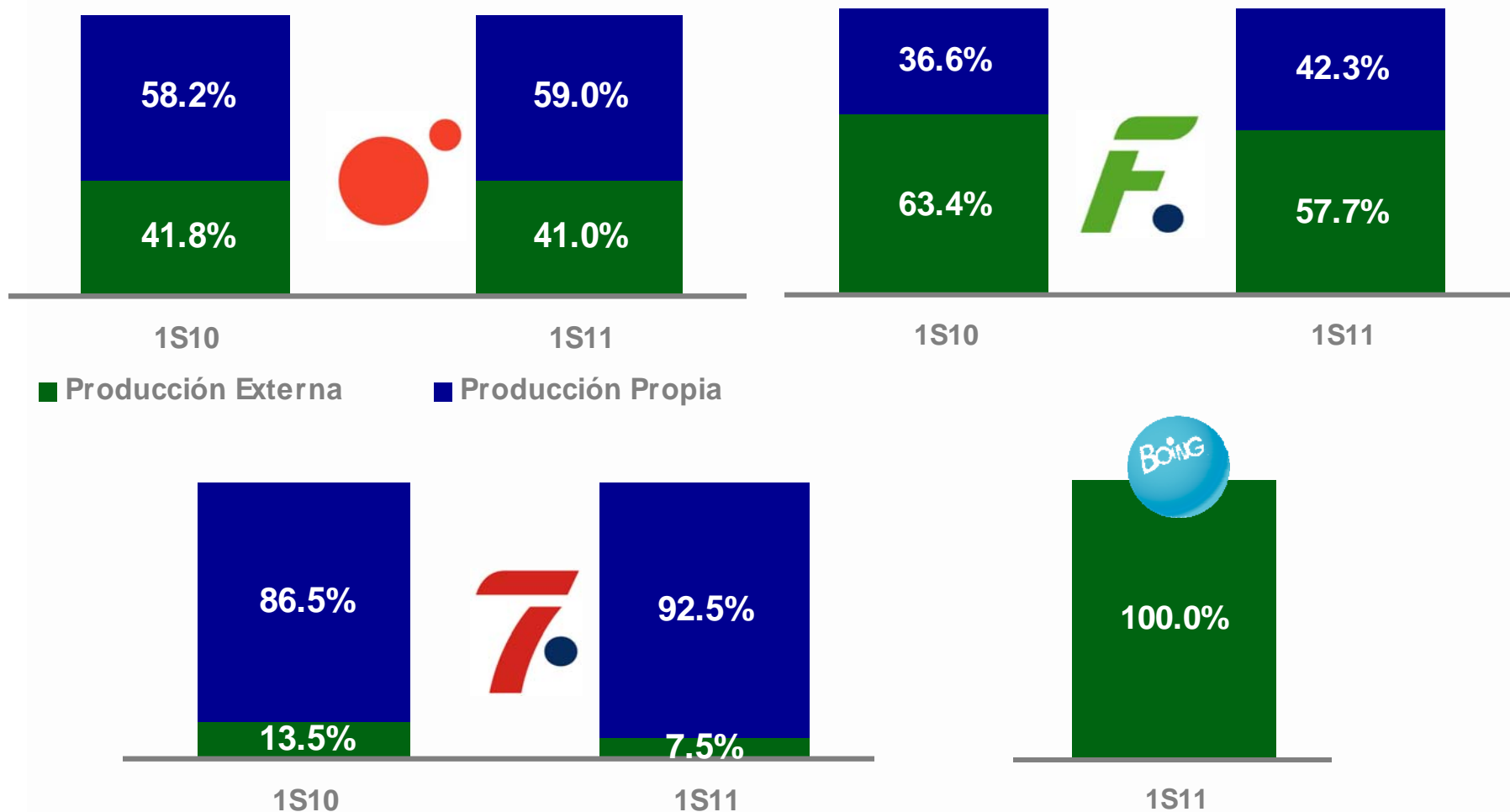
***Excluyendo el impacto de amortización del PPA de Sogecuatro y de Endemol



TELECINCO
 Mix de programación en 1S11; 1 de enero – 30 de junio
 Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas



Mix de programación en 1S11; 1 de enero – 30 de junio
Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas



Audiencia (por grupos), 24h tot individuos

Audiencia 1 de enero -
30 de junio de 2011



diferencia
vs 2010

Audiencia (por grupos), Prime time tot individuos



diferencia
vs 2010

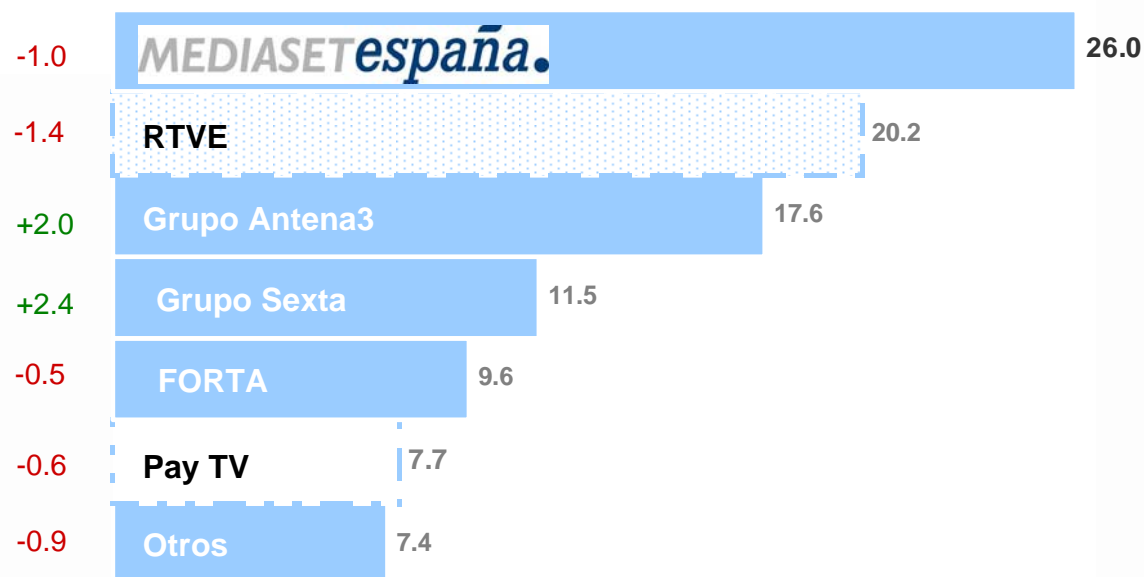
Audiencia (por grupos), 24h target comercial*

Audiencia 1 de enero -
30 de junio de 2011



diferencia
vs 2010

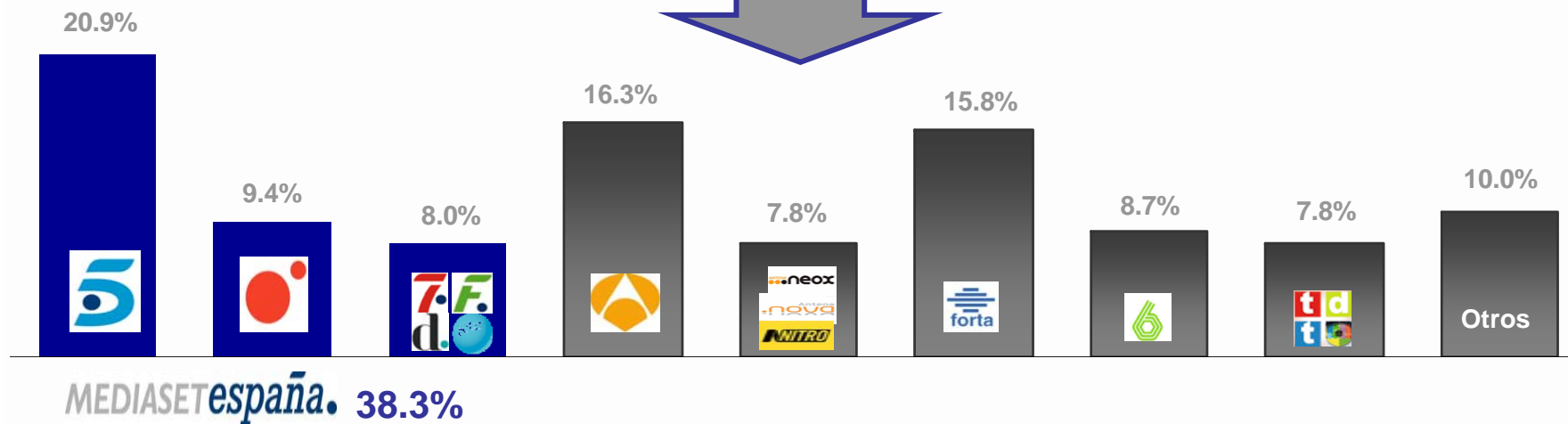
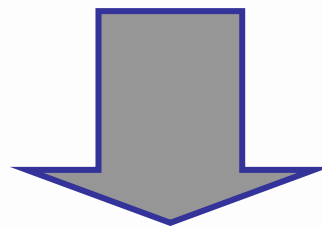
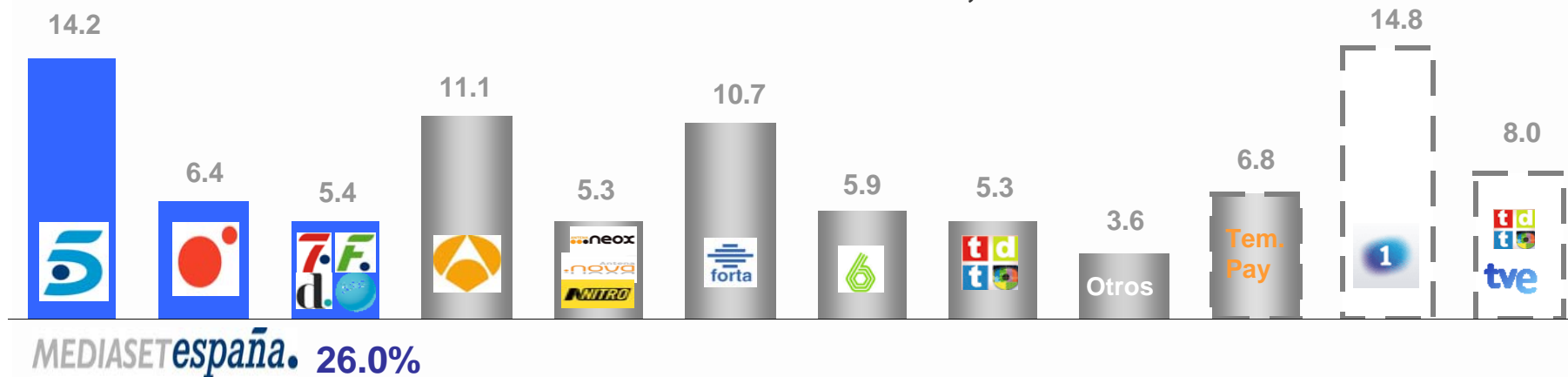
Audiencia (por grupos), Prime time target comercial*



diferencia
vs 2010

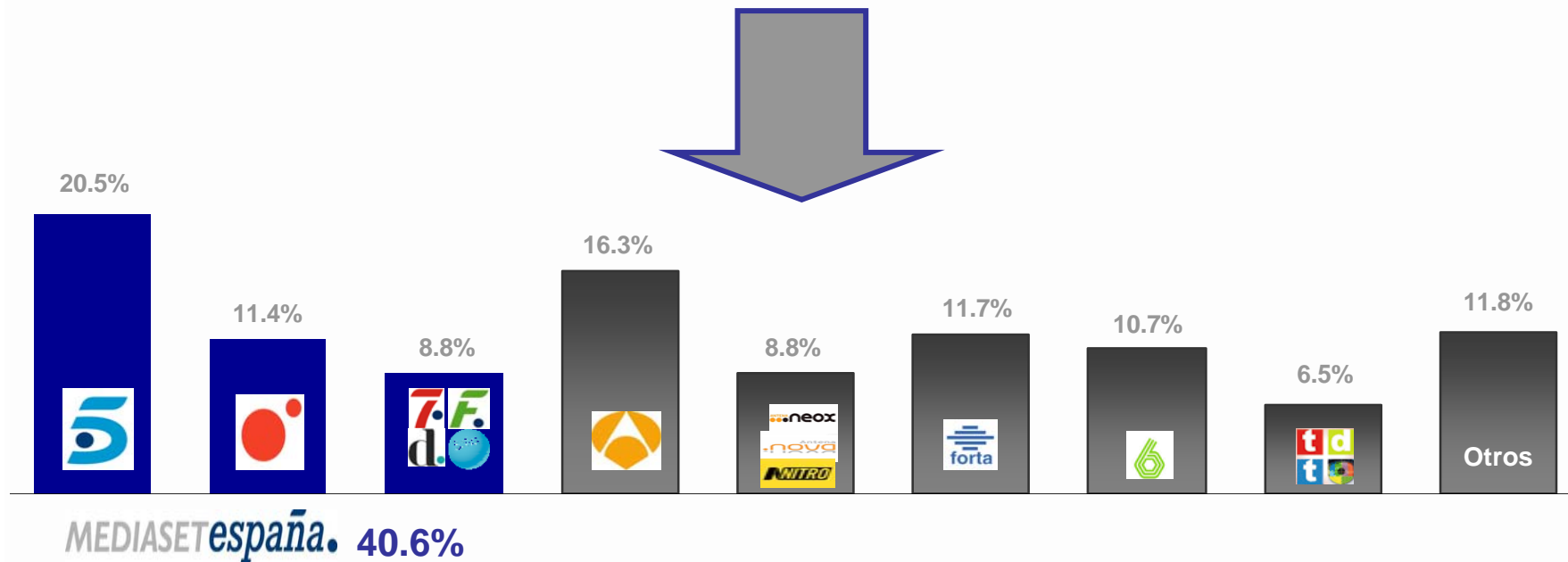
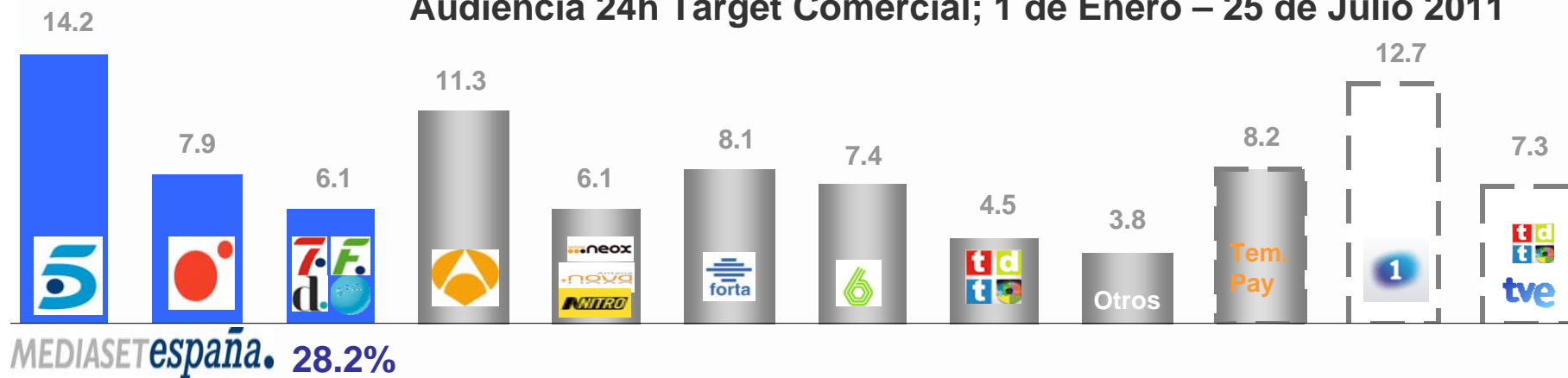
* **Target Comercial:** Grupo de audiencia compuesto por individuos entre 16 y 59 años que vive en poblaciones superiores a 10.000 habitantes y de todas las clases sociales excepto clase baja.

Audiencia 24h Total Individuos; 1 de Enero – 25 de Julio 2011



**Mediaset españa alcanza una audiencia del 38.3%
entre los canales comerciales hasta julio 2011**

Audiencia 24h Target Comercial; 1 de Enero – 25 de Julio 2011



**Mediaset españa alcanza una audiencia del 40.6%
entre los canales comerciales hasta julio 2011**

Ranking por medio

2011*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
Marca.com	32.84	751.46
Elmundo.es	29.19	370.98
20Minutos.es	12.87	85.65
ABC.es	11.30	86.22
RTVE.es	11.16	207.68
Telecinco.es	9.18	162.46

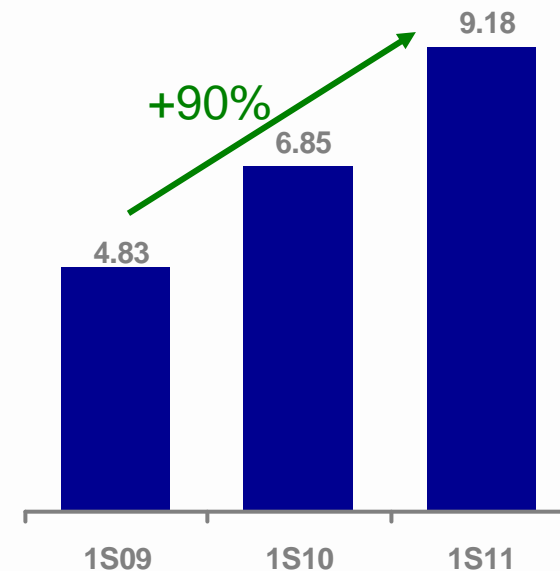
Ranking por cadena

2011*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
RTVE.es	11.16	207.68
Telecinco.es	9.18	162.46
Antena3TV.com	8.95	187.17
Cuatro.com	3.16	24.38

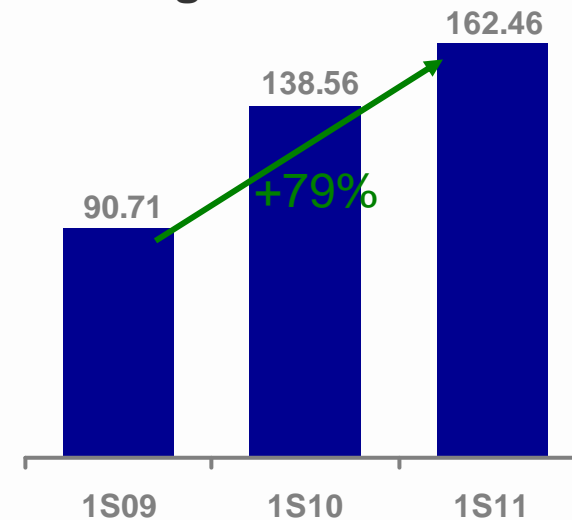
Fuente: datos Nielsen Online (obtenidos por la herramienta Country Market Intelligence), auditados para OJD.

*Promedio 1er semestre 2011; datos en millones

Usuarios únicos



Páginas vistas



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>

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 subscribe for, buy or sell any stock.

The shares of Telecinco may not be offered or sold in the United States of America except pursuant to an effective registration statement under the U.S. Securities Act of 1933, as amended, or pursuant to a valid exemption from registration



MEDIASET **españa.**

Presentación de resultados del 1er semestre de 2011
(Enero – Junio)

www.telecinco.es/inversores/es/



Madrid, 28 de Julio de 2011