

MEDIASET *españa.*

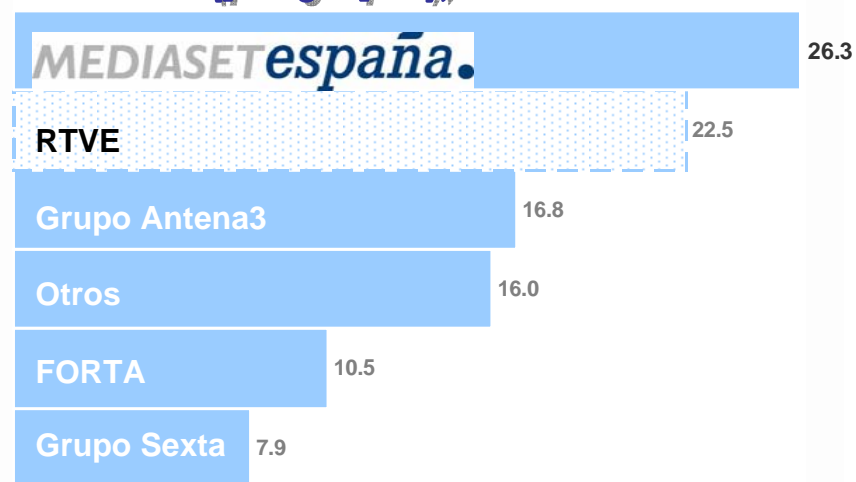
9M11 presentación de resultados
(Enero – Septiembre)

Madrid, 27 de octubre de 2011

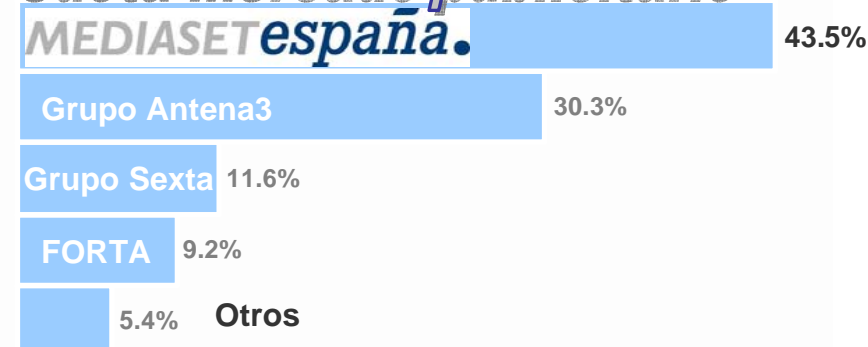


El margen EBITDA recurrente crece hasta el 19.7% gracias a la capacidad de gestión de los costes de **Mediaset *españa.***

Audiencia (por grupos), 24h tot individuos



Cuota mercado publicitario



(millones €)	9M11	9M10 Pro-forma*	Var %	9M10 Reported
Total ingresos netos	731.6	851.3	-14.1%	622.4
Total costes operativos	587.3	702.6	-16.4%	453.3
EBITDA recurrente adj**	144.3	148.7	-3.0%	169.1
Margen EBITDA recurrente	19.7%	17.5%		27.2%
EBIT	120.1	145.6	-17.6%	166.9
Margen EBIT	16.4%	17.1%		26.8%
Beneficio neto	107.7	16.9	n.a.	32.2
Beneficio neto adj***	113.7	105.9	7.3%	121.2
BPA adj.	0.279 €			
Posicion financiera	-83.7			-82.5

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, 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 Sogecuatro como Endemol)

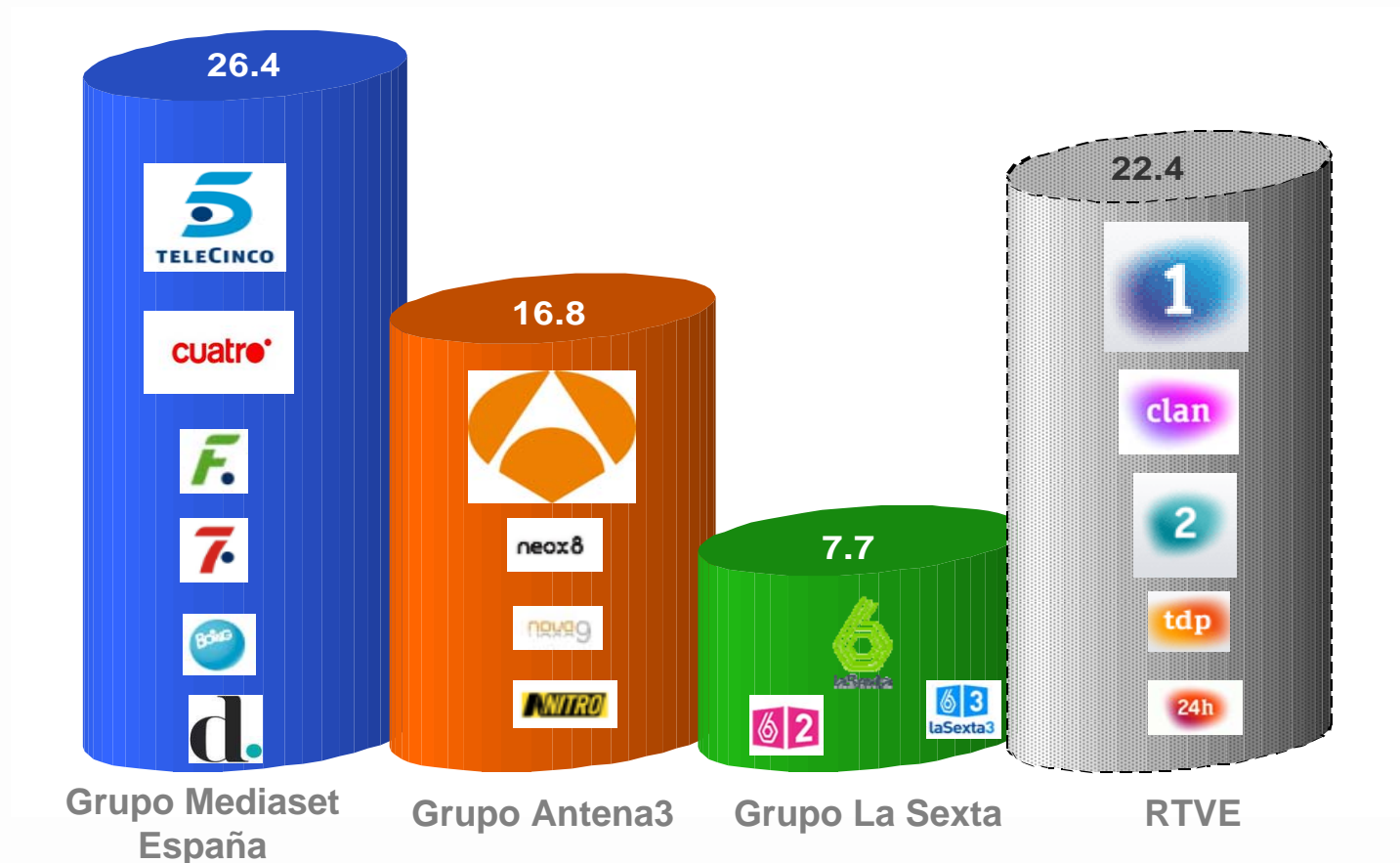
MEDIASET *españa.*

TELEVISIÓN



Año 2011*, total día. total individuos; grupos de televisión

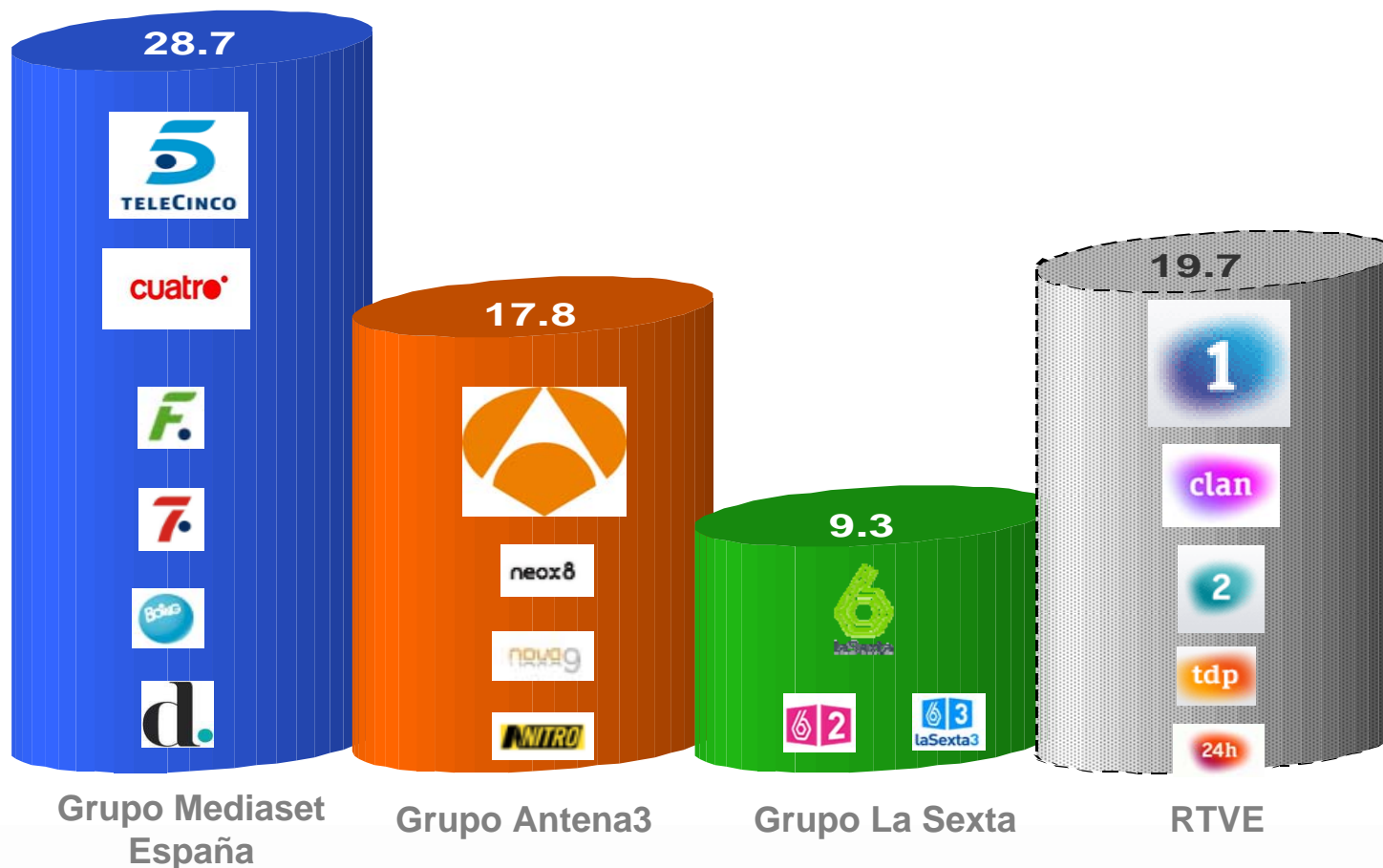
La oferta de Mediaset España acumula un 26.4% de la audiencia en 2011. Es el grupo líder con 4.0 puntos sobre RTVE y 9.6 respecto a Antena3 (la segunda oferta comercial).



Fuente: Kantar Media
*Datos: promedio 1 de enero – 24 de octubre de 2011

Año 2011*, total día, target comercial Grupos de televisión

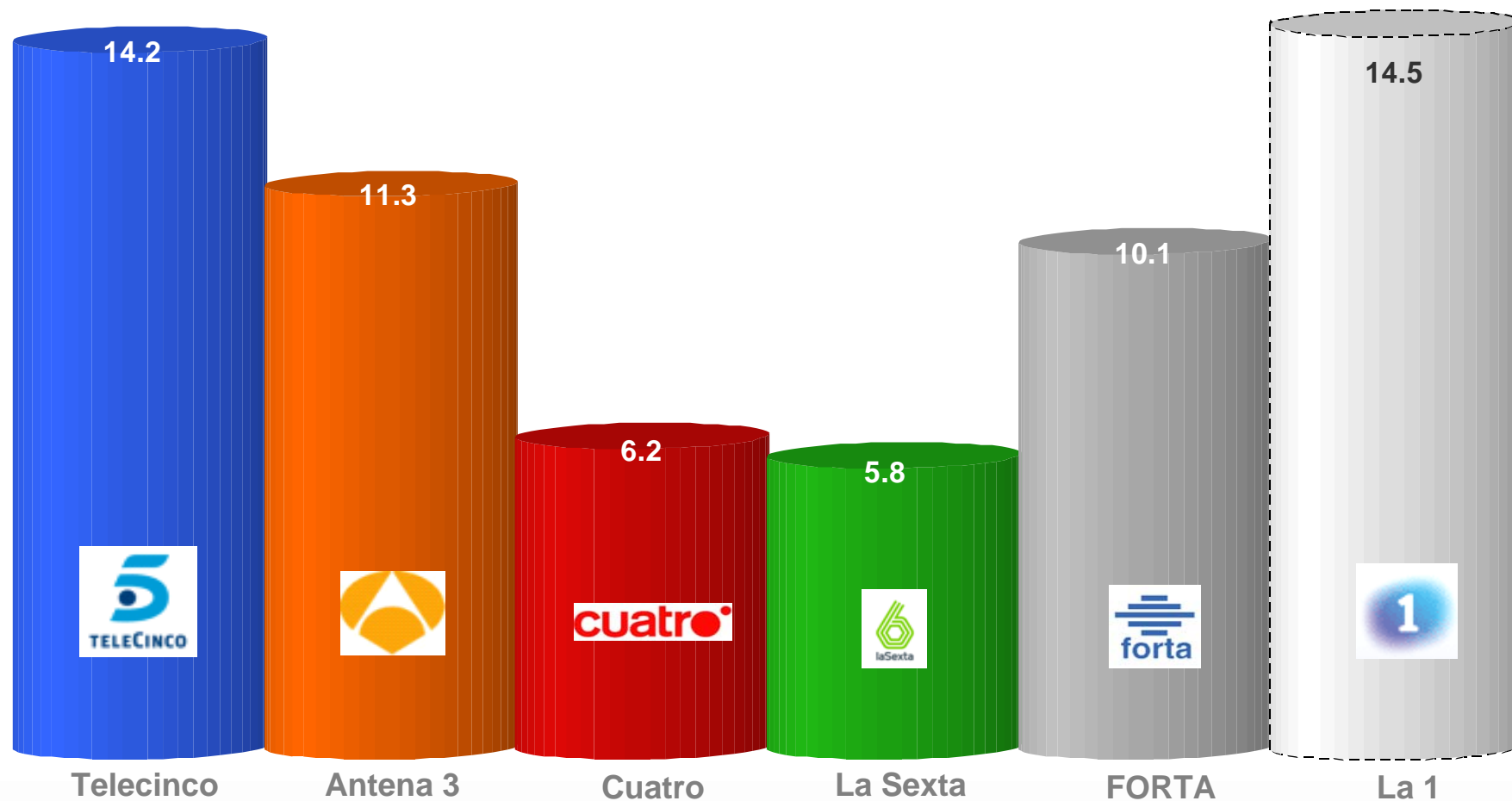
Mediaset España consolida su liderazgo en el Target Comercial. Mejora sus registros en 2.3 puntos (respecto al dato de audiencia de total individuos) y llega a un 28.7%. Amplía la distancia respecto a Antena3.



Fuente: Kantar Media
*Datos: promedio 1 de enero –
24 de octubre de 2011

Año 2011*, total día. Total individuos

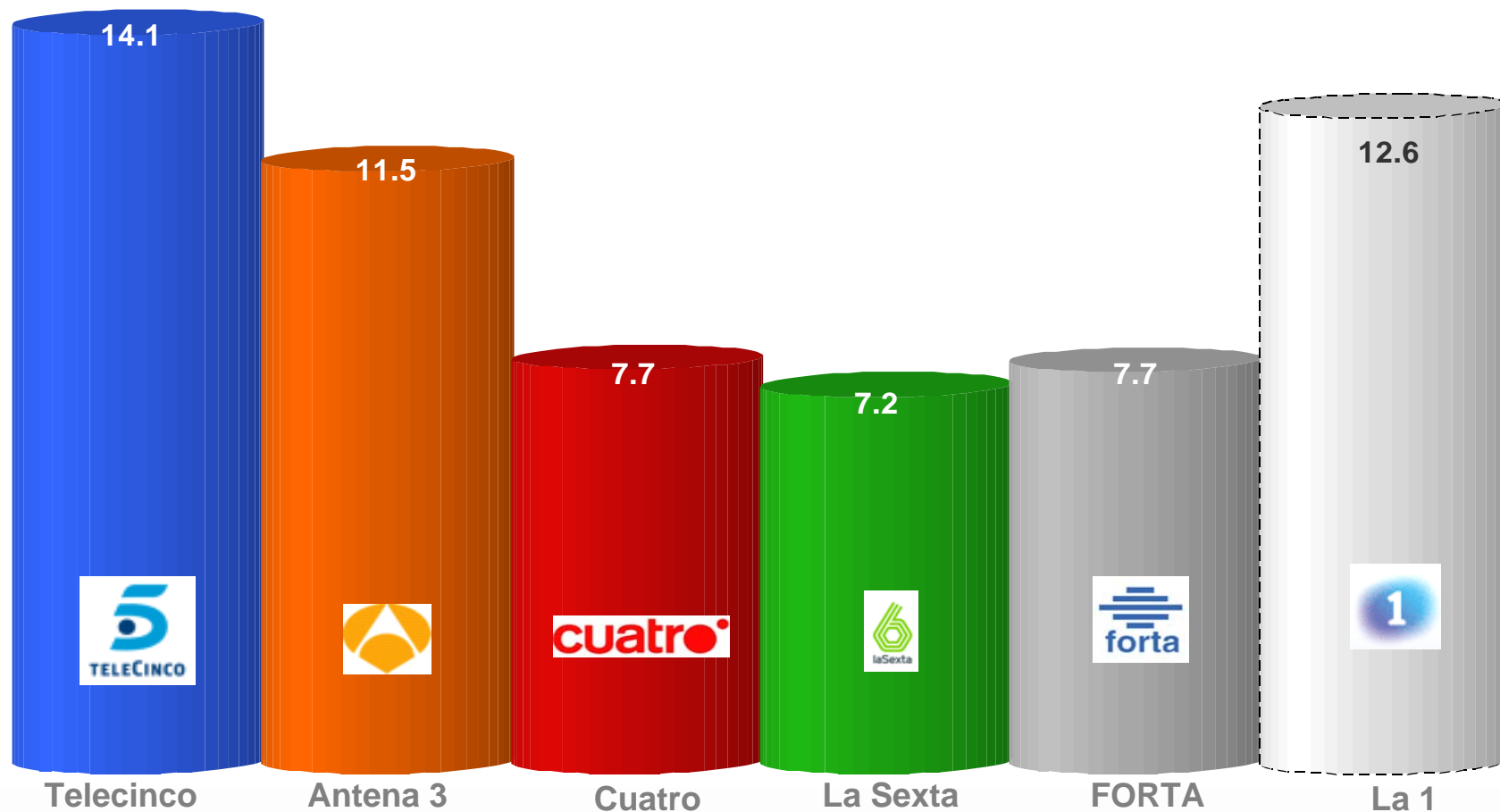
Telecinco es la cadena comercial líder en 2011 con un 14.2% de cuota, casi tres puntos por encima de Antena3. Cuatro también supera a La Sexta.



Fuente: Kantar Media
*Datos: promedio 1 de enero –
24 de octubre de 2011

Año 2011*, total día, target comercial







Telecinco es la cadena líder en el Target Comercial con un 14.1% de cuota. Supera a Antena3 por 2.6 puntos y a La1 por 1,5 puntos. Cuatro aumenta su ventaja sobre La Sexta a medio punto



Fuente: Kantar Media
*Datos: promedio 1 de enero –
24 de octubre de 2011

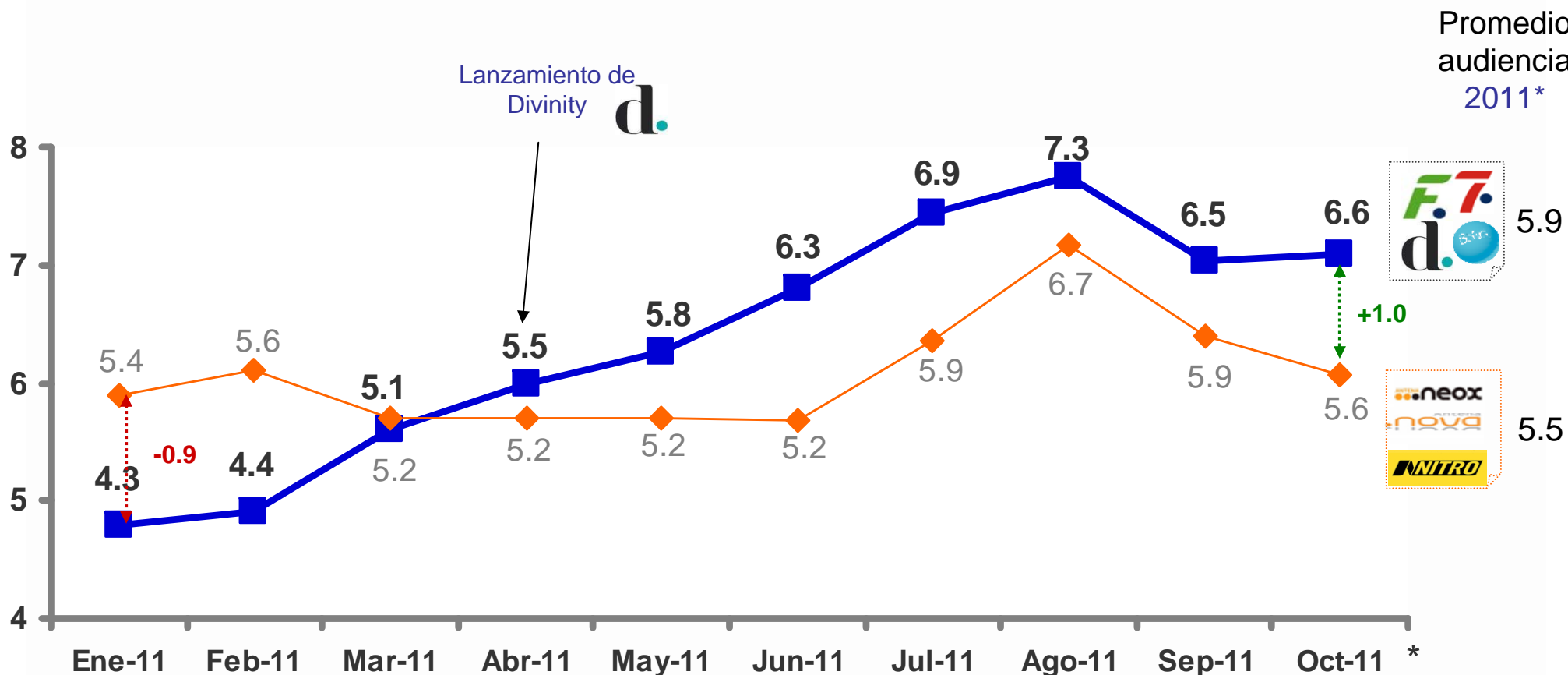
Parrila PrimeTime de Mediaset España, septiembre '11

Los canales de Mediaset España siguen una estrategia complementaria en sus parrillas. Cada canal busca públicos diferentes con géneros alternativos.

						
Lunes	CSI Ficcin Extranjera	UNO PARA GANAR Concurso	LA QUE SE AVECINA Ficcin Macional	SÁLVAME: DELUXE Entretenimiento	CINE:EL CLIENTE Cine	MALCOM Ficcin Extranjera
Martes	HOMICIDIOS Ficcin Macional	FALLING SKIES Ficcin Extranjera	THE CLOSER Ficcin Extranjera	CONEXIÓN SAMANTA Reportajes	CINE:EL DÍA DE LA BODA Cine	MALCOM / VIVIENDO CON DEREK Ficcin Extranjera
Miercoles	TIERRA DE LOBOS Ficcin Macional	GRANJERO BUSCA ESPOSA Reality	AÍDA Ficcin Macional	DEBATE:AVENTURA EN EL BOSQUE Reality	CALLEJEROS:VIAJEROS Docu-show	MALCOM / VIVIENDO CON DEREK Ficcin Extranjera
Jueves	ACORRALADOS Reality	MENTES CRIMINALES Ficcin Extranjera	MEDIUM Ficcin Extranjera	CALLEJEROS:VIAJEROS Docu-show	TU ESTILO A JUICIO Docu Reality	MALCOM / VIVIENDO CON DEREK Ficcin Extranjera
Viernes	SÁLVAME: DELUXE Entretenimiento	SUPERNANNY Docu-show	CHEERS Ficcin Macional	UNO PARA GANAR Concurso	SEXO EN NY Ficcin Extranjera	CINE:HÉROE A RAYAS Cine
Sabado	LA NORIA Actualidad	CINE CUATRO:HELLBOY 2 Cine	C.S.I MIAMI Ficcin Extranjera	ACORRALADOS Reality	CONEXIÓN SAMANTA Reportajes	DOCTOR WHO Ficcin Extranjera
Domingo	TÚ SÍ QUE VALES Concurso-reality	PEKÍN EXPRESS Reality	MENTES CRIMINALES Ficcin Extranjera	LA NORIA Actualidad	ME CAMBIO DE FAMILIA Docu-show	DOCTOR WHO Ficcin Extranjera
	Ficcin Extranjera	Ficcin Macional	Concurso	Actualidad	Infantil	
	Reality	Cines	Entretenimiento	Docu-show		

El “sudoku” de la programación de los canales de MES muestra la variedad de programas ofrecida por el grupo

La suma de audiencia de los canales de segunda generación de Mediaset españa consigue el 6.6% de cuota en octubre 2011



Los canales de segunda generación de MES lideran con una clara evolución positiva (+69% en los últimos 12 meses)

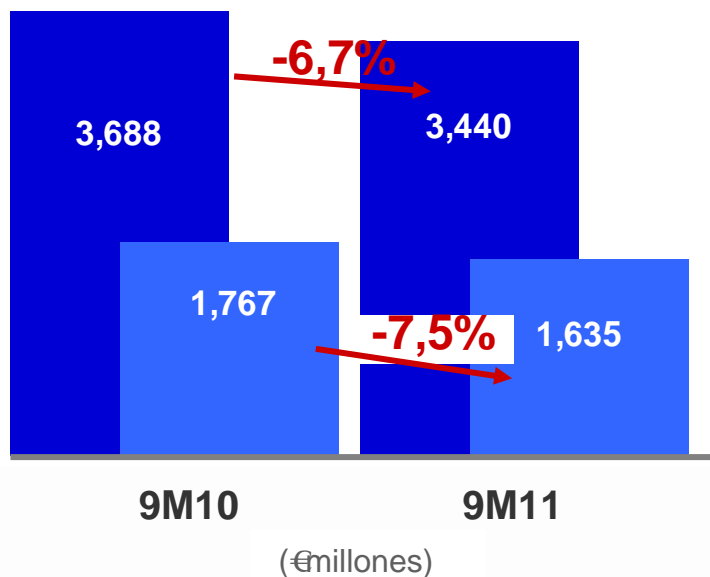
Fuente: Kantar Media
 Datos: Total individuos total día
 • Promedio 1 de enero- 24 de octubre de 2011
 ** Promedio Octubre 1- 24

MEDIASET *españa.*

PUBLICIDAD



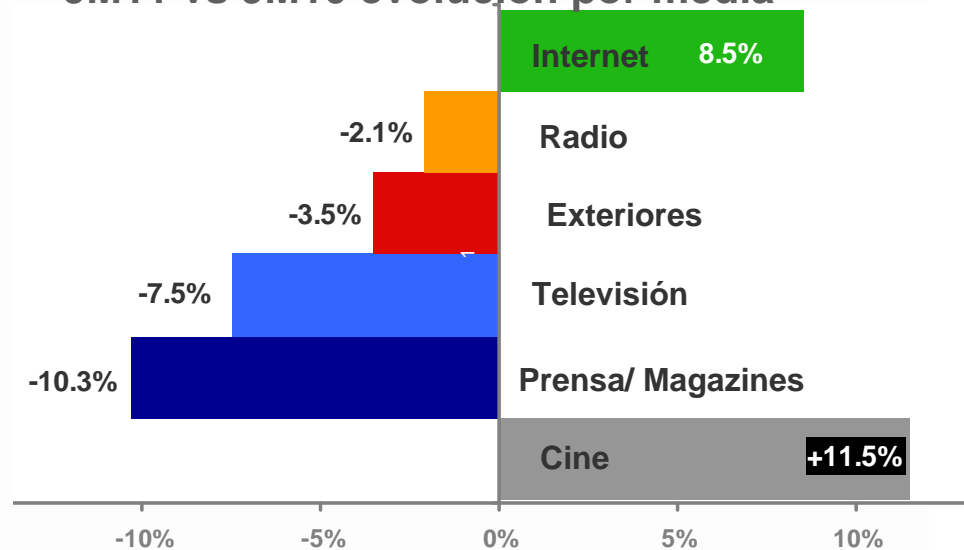
Mercado publicitario (millones €)



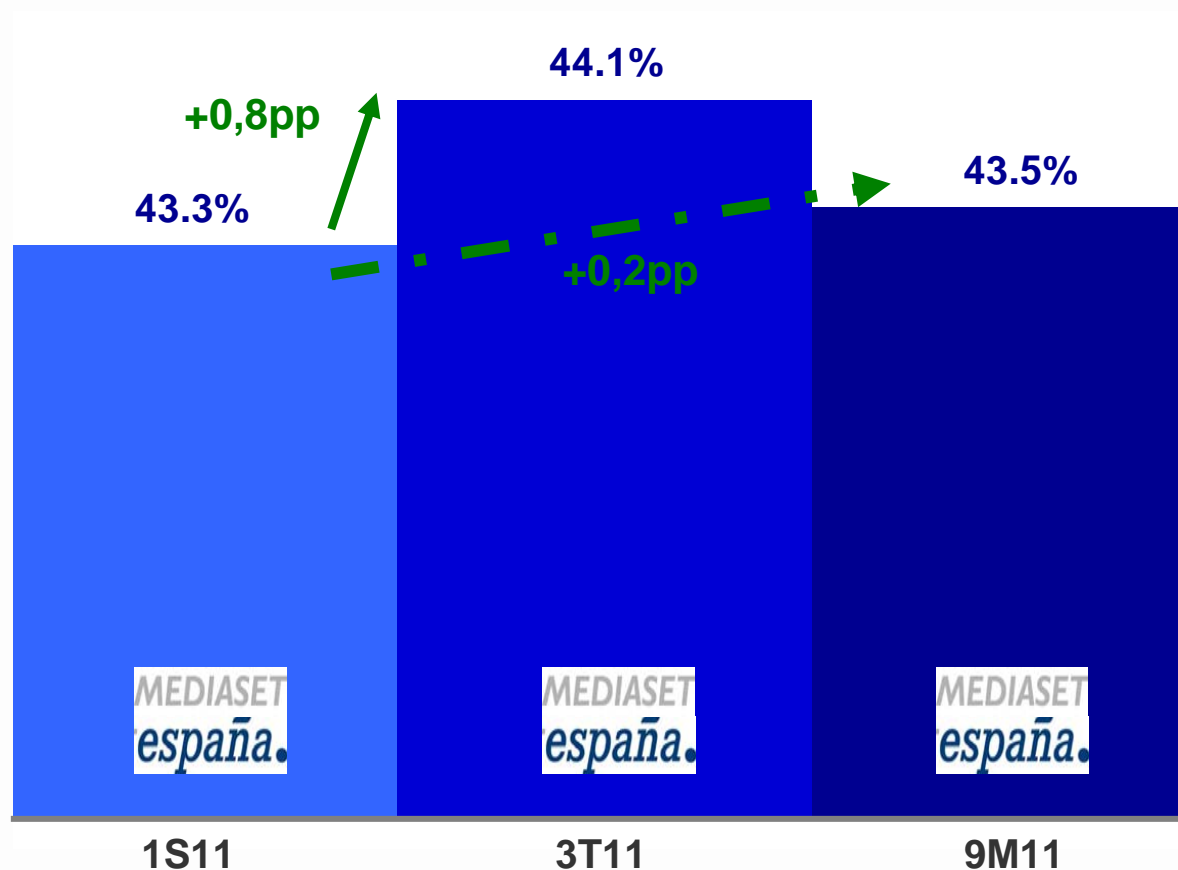
- Total mercado publicitario
- Total mercado publicitario TV

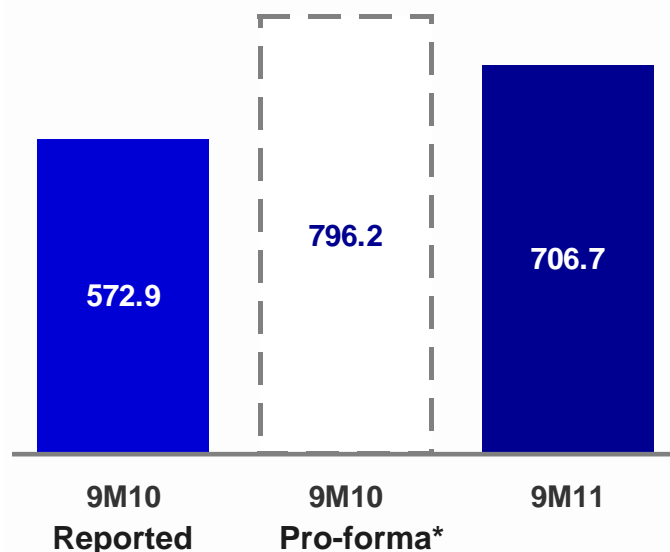


9M11 vs 9M10 evolución por media



En el tercer trimestre Mediaset españa incrementa su cuota de mercado









Multiplex de Mediaset España**
facturación publicitaria

(€ millones)

Estrategia comercial**, 9M2011

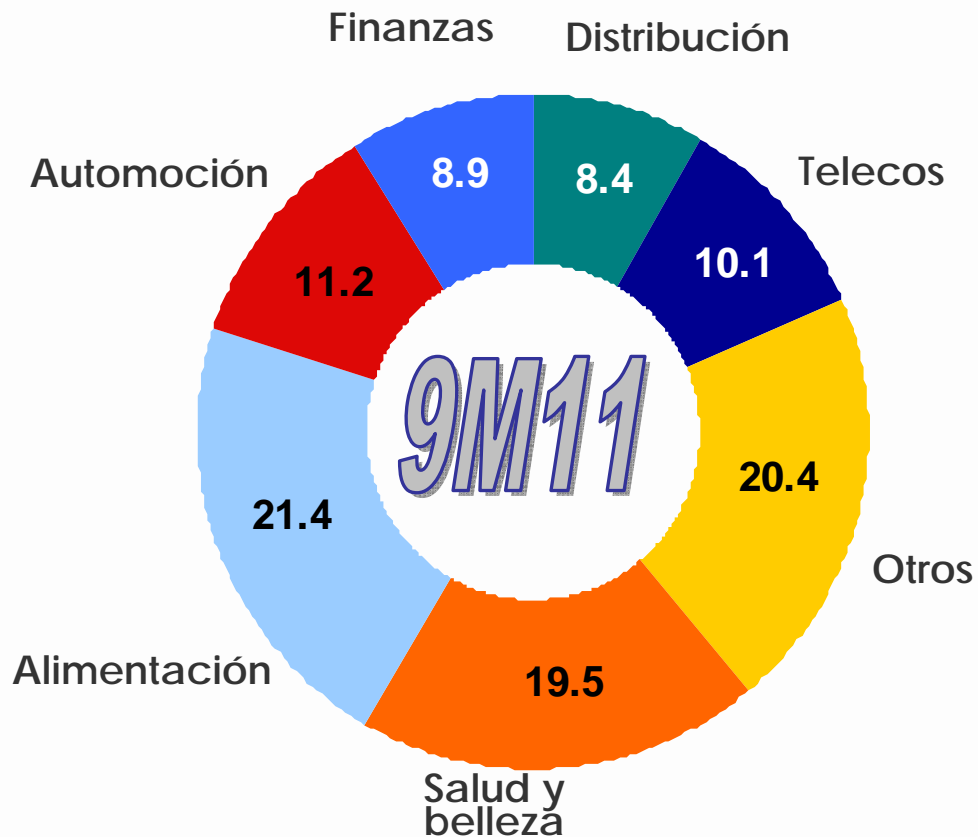
		Audiencia	Segundos	GRP(20'')	C/GRP's	Ingresos
	Telecinco + NSF	19,0% +6,4%	+5,5%	+1,0%	-	-
	Cuatro	6,2% -13,0%	-4,2%	-18,0%	-	-
	Boing	1,1% +100%	+100%	+100%	-	-
	Group	26,3% +4,8%	+7,7%	-3,1%	-7,7%	€706,7m -11,3%

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

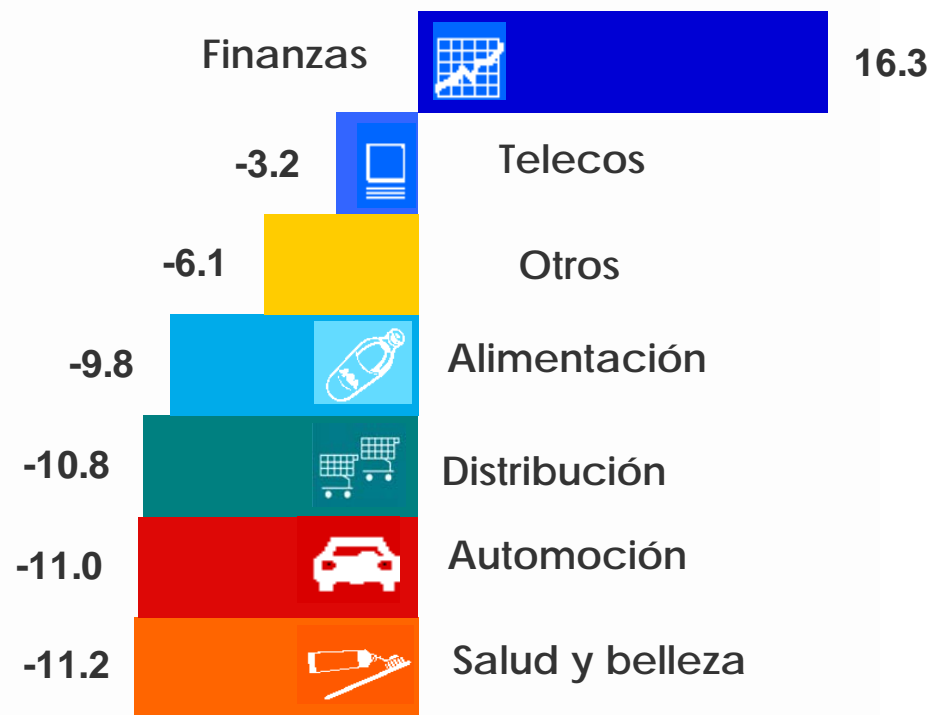
**Datos: Telecinco, Cuatro, Boing y NSF (Factoría de Ficción, La Siete, Divinity y Gran Hermano 24h)

Inversión de mercado publicitario TV por sectores

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



**Crecimiento sectores
(9M11 vs. 9M10)**



RESULTADOS FINANCIEROS



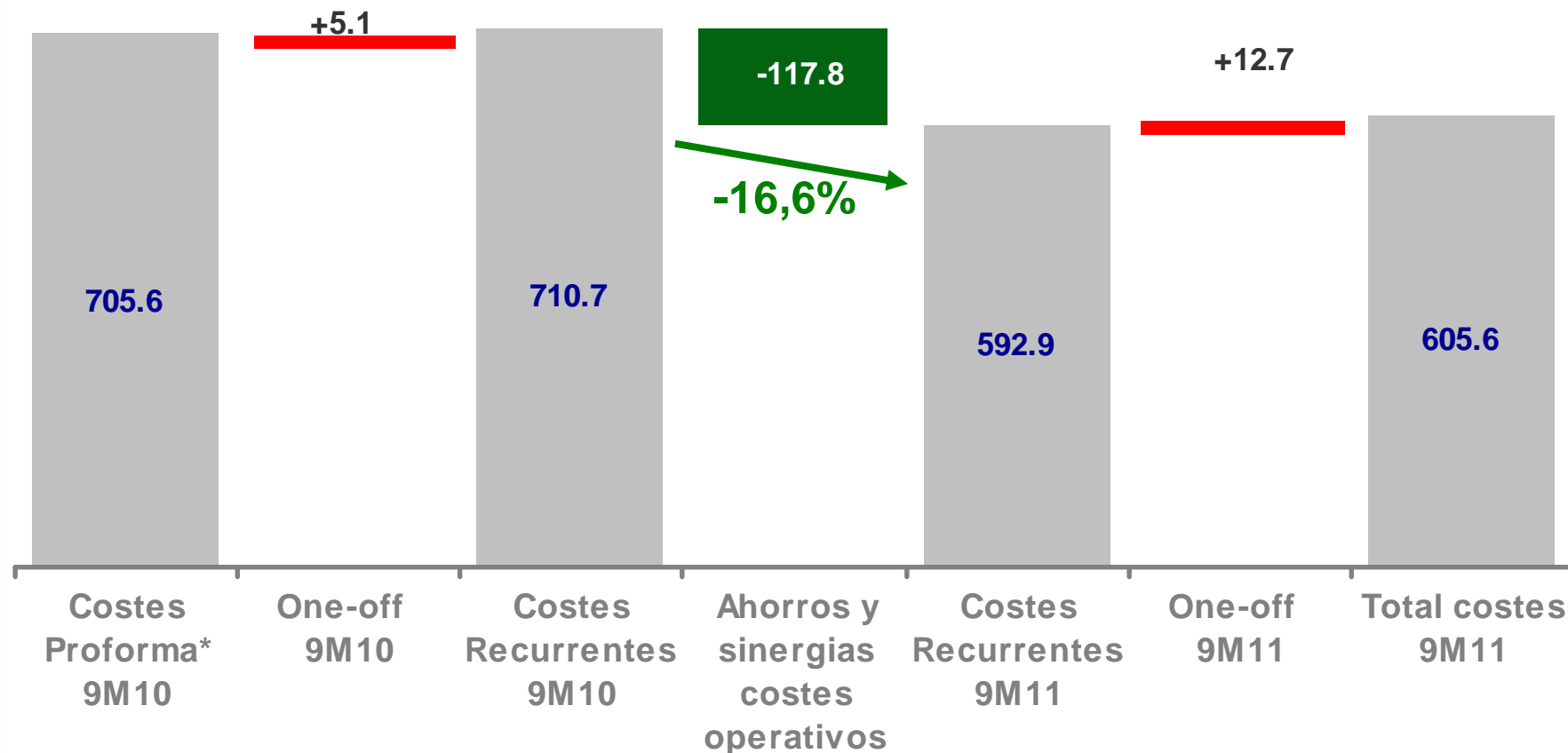
(€millones)	9M11	9M10 Pro-forma*	VAR %	9M10 Reported
Total ingresos netos	731.6	851.3	-14.1%	622.4
Total costes recurrentes	587.3	702.6	-16.4%	453.3
Personal	76.6	83.7	-8.6%	58.8
Consumo derechos TV	160.0	158.7	0.8%	101.4
Otros costes operativos	350.8	460.1	-23.8%	293.1
EBITDA ajustado recurrente (1)	144.3	148.7	-3.0%	169.1
Costes no recurrentes	12.7	-5.0	n.a.	-5.0
EBITDA adj (1)	131.6	153.7	-14.4%	174.2
Amortización PPA (<i>provisional</i>)	6.0	-	n.a.	-
Amortización y Depreciación	5.5	8.1	-31.9%	7.3
EBIT	120.1	145.6	-17.6%	166.9
Beneficio Antes de Impuestos	130.4	-20.4	n.a.	1.3
BENEFICIO NETO después de Minoritarios	107.7	16.9	n.a.	32.2
BPA	0.265 €			
BENEFICIO NETO Ajustado (2)	113.7	105.9	7.3%	121.2
BPA ajustado	0.279 €			
EBITDA recurrente adj/ Ingresos netos	19.7%	17.5%		27.2%
EBITDA/ Ingresos netos	18.0%	18.1%		28.0%
EBIT/ Ingresos netos	16.4%	17.1%		26.8%
Beneficio neto/ Ingresos netos	14.7%	2.0%		5.2%
Beneficio neto ajustado/ ingresos netos	15.5%	12.4%		19.5%

*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 continua generando beneficios
Fuerte reducción de los costes recurrentes**, un 16.6%, hasta los €592.9m



(€millones)

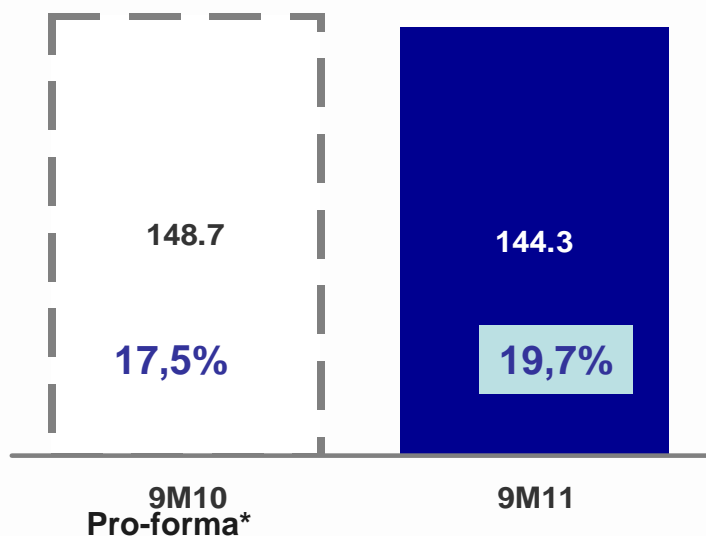
*Pro-forma: consolidado elaborado con criterios contables IFRS, del Grupo Telecinco y Grupo Sogecuatro
** Costes: excluidas amortizaciones de PPA y otras amortizaciones y depreciaciones.

Reducción de costes en 9M11

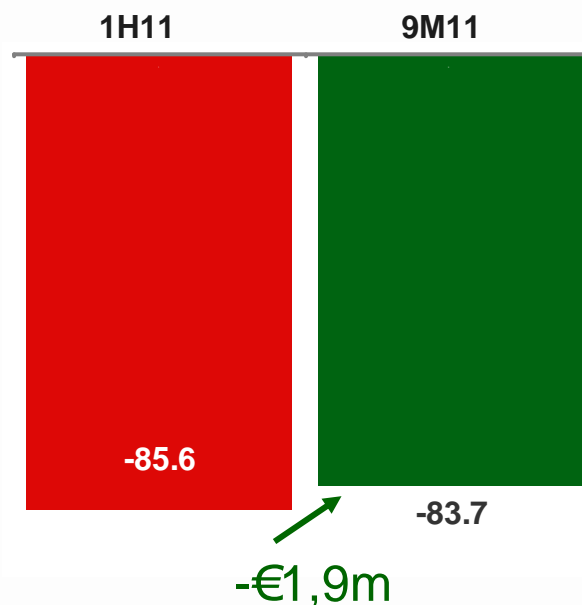
(€millones)

	9M11	9M10 Reported
Posición Financiera Neta Inicial	-28.0	-156.0
Cash Flow Libre	56.9	185.4
Cash Flow Operativo	285.4	279.6
Inversiones Netas	-200.6	-121.0
Variación Fondo de Maniobra	-27.9	26.9
Movimiento Patrimonio	0.7	1.4
Inversiones Financieras	25.0	-65.8
Dividendos cobrados	1.9	1.0
Dividendos pagados	-140.2	-48.4
Incremento Neto de Posición Financiera	-55.7	73.5
Posición Financiera Neta Final	-83.7	-82.5
Cash Flow Libre Operativo/Total Ingresos	7.8%	29.8%

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



Posición financiera



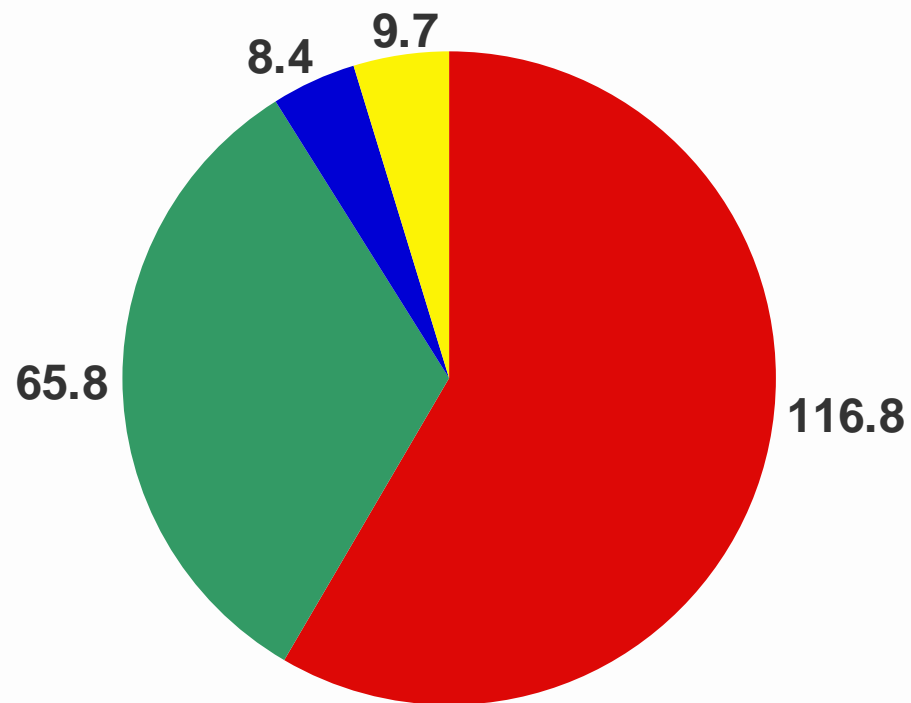
(€millones)

*Pro-forma: Consolidado elaborado con criterios contables IFRS, 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

9M11 €200,6m



Derechos TV

Derechos TV ficción

Co-producción Distribución

Activos fijos tangibles e intangibles

Highlights:

Mediaset*españa* ahorra €118m (-17%) en los primeros nueve meses de 2011

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

Mediaset*españa* fuerte estructura de balance con ausencia de endeudamiento bancario

Mediaset*españa* apunta una evolución muy positiva de la audiencia que coloca al Grupo como líder indiscutible en España (26.4% cuota de audiencia en el año)

Mediaset*españa* es el grupo español líder del mercado publicitario (43,5% cuota de mercado publicitario TV a 9M11)

BACK UP



(€millones)

	9M11	9M10 <i>Pro-forma*</i>	Var %	9M10 Reported
Ingresos brutos de publicidad	730.4	835.8	-12.6%	601.9
- Multiplex Mediaset España	706.7	796.2	-11.3%	572.9
- Otros	23.7	39.5	-40.0%	29.0
Descuentos	-42.5	-42.0	1.2%	-28.0
Ingresos netos de publicidad	687.8	793.7	-13.3%	573.9
Otros ingresos	43.8	57.5	-23.9%	48.5
TOTAL INGRESOS NETOS	731.6	851.3	-14.1%	622.4
Personal	76.6	83.7	-8.6%	58.8
Consumo de derechos TV	160.0	158.7	0.8%	101.4
Otros costes operativos	350.8	460.1	-23.8%	293.1
<i>Total costes (1)</i>	<i>587.3</i>	<i>702.6</i>	<i>-16.4%</i>	<i>453.3</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	144.3	148.7	-3.0%	169.1
EBITDA adj/Total ingresos netos	19.7%	17.5%		27.2%
Costes no recurrentes (2)	12.7	-5.0	n.a.	-5.0
EBITDA adj**	131.6	153.7	-14.4%	174.2

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

** Después consumo de derechos

(€millones)	9M11	9M10 Pro-forma*	Var %	9M10 Reported
EBITDA adj**	131.6	153.7	-14.4%	174.2
Amortización de PPA (<i>provisional</i>) (3)	6.0	0.0	n.a.	0.0
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	5.5	8.1	-31.9%	7.3
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>611.5</i>	<i>705.6</i>	<i>-13.3%</i>	<i>455.5</i>
EBIT	120.1	145.6	-17.6%	166.9
EBIT/Total ingresos netos	16.4%	17.1%		26.8%
Res. Participadas y depr. Activos financieros	5.9	-168.8	n.a.	-168.8
Resultados financieros	4.5	2.8	63.0%	3.3
BAI	130.4	-20.4	n.a.	1.3
Impuestos de sociedades	-22.8	6.5	n.a.	-0.1
Intereses minoritarios	0.1	30.9	n.a.	30.9
Beneficio neto	107.7	16.9	n.a.	32.2
Beneficio neto ajustado***	113.7	105.9	7.3%	121.2
BPA	0.265 €			
BPA ajustado***	0.279 €			
Beneficio neto/Total ingresos netos	14.7%	2.0%		5.2%
Beneficio neto adj/Total ingresos netos	15.5%	12.4%		19.5%

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

** Después consumo de derechos

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

(€millones)

	9M11	2010
Inmovilizado	1,116.5	1,149.8
-Financiero	1,059.7	1,094.9
-No Financiero	56.7	54.9
Derechos Audiovisuales y Anticipos	297.0	264.9
-Derechos de Terceros	220.1	190.4
-Ficción	30.8	32.1
-Co-producción / distribución	46.2	42.4
Impuesto Anticipado	152.1	154.1
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1,565.5	1,568.7
Activo Corriente	218.6	295.8
Activo Financiero y Tesorería	85.0	116.4
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	303.6	412.2
TOTAL ACTIVO	1,869.1	1,980.9
Fondos Propios	1,343.8	1,376.1
Provisiones	33.3	32.0
Acreedores no corrientes	4.0	0.8
Pasivo Financiero no corriente	73.4	73.1
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	110.7	105.8
Acreedores Corrientes	319.3	427.6
Pasivo Financiero Corriente	95.3	71.3
TOTAL PASIVO CORRIENTE	414.6	498.9
TOTAL PASIVO	1,869.1	1,980.9

(€millones)	3T11	3T10 <i>Pro-forma*</i>	Var %	3T10 Reported
Ingresos brutos de publicidad	190.4	218.6	-12.9%	159.4
- Multiplex Mediaset España	184.1	206.8	-11.0%	149.6
- Otros	6.3	11.8	-46.8%	9.7
Descuentos	-11.1	-11.1	0.4%	-7.5
Ingresos netos de publicidad	179.2	207.5	-13.6%	151.8
Otros ingresos	11.4	12.0	-4.3%	9.6
TOTAL INGRESOS NETOS	190.7	219.4	-13.1%	161.4
Personal	22.4	27.6	-19.0%	19.8
Consumo de derechos TV	48.6	44.1	10.3%	29.1
Otros costes operativos	99.5	128.9	-22.8%	86.3
<i>Total costes (1)</i>	<i>170.4</i>	<i>200.6</i>	<i>-15.0%</i>	<i>135.2</i>
EBITDA adj ex costes no recurrentes	20.3	18.9	7.4%	26.2
EBITDA adj/Total ingresos netos	10.6%	8.6%		16.2%
Costes no recurrentes (2)	0.0	3.1	0.0%	3.1
EBITDA adj**	20.2	15.8	28.0%	23.1

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

** Después consumo de derechos





(€millones)	3T11	3T10 Pro-forma*	Var %	3T10 Reported
EBITDA adj**	20.2	15.8	28.0%	23.1
Amortización de PPA (<i>provisional</i>) (3)	2.0	0.0	n.a.	0.0
Otras amortizaciones y depreciaciones (4)	0.6	2.7	n.a.	2.5
<i>Total Costes (1+2+3+4)</i>	<i>173.0</i>	<i>206.4</i>	<i>-16.1%</i>	<i>140.8</i>
EBIT	17.7	13.1	34.9%	20.6
EBIT/Total ingresos netos	9.3%	6.0%		12.8%
Res. Participadas y depr. Activos financieros	7.5	-148.3	n.a.	-148.3
Resultados financieros	2.0	-2.0	n.a.	-1.6
BAI	27.2	-137.2	n.a.	-129.3
Impuestos de sociedades	-4.8	30.4	n.a.	28.0
Intereses minoritarios	0.1	26.0	n.a.	26.0
Beneficio neto	22.5	-80.8	n.a.	-75.2
Beneficio neto ajustado***	24.5	1.2	n.a.	6.7
BPA	0.055 €			
BPA ajustado***	0.060 €			
Beneficio neto/Total ingresos netos	11.8%	-36.8%		-46.6%
Beneficio neto adj/Total ingresos netos	12.9%	0.5%		4.2%

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

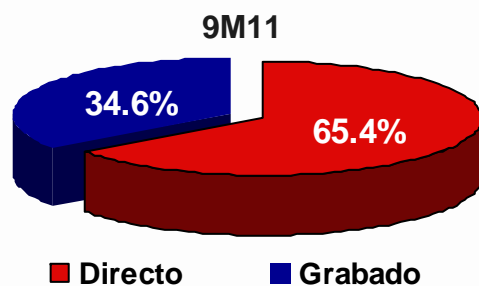
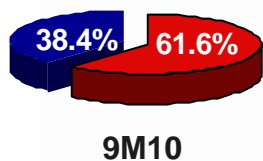
** Después consumo de derechos

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

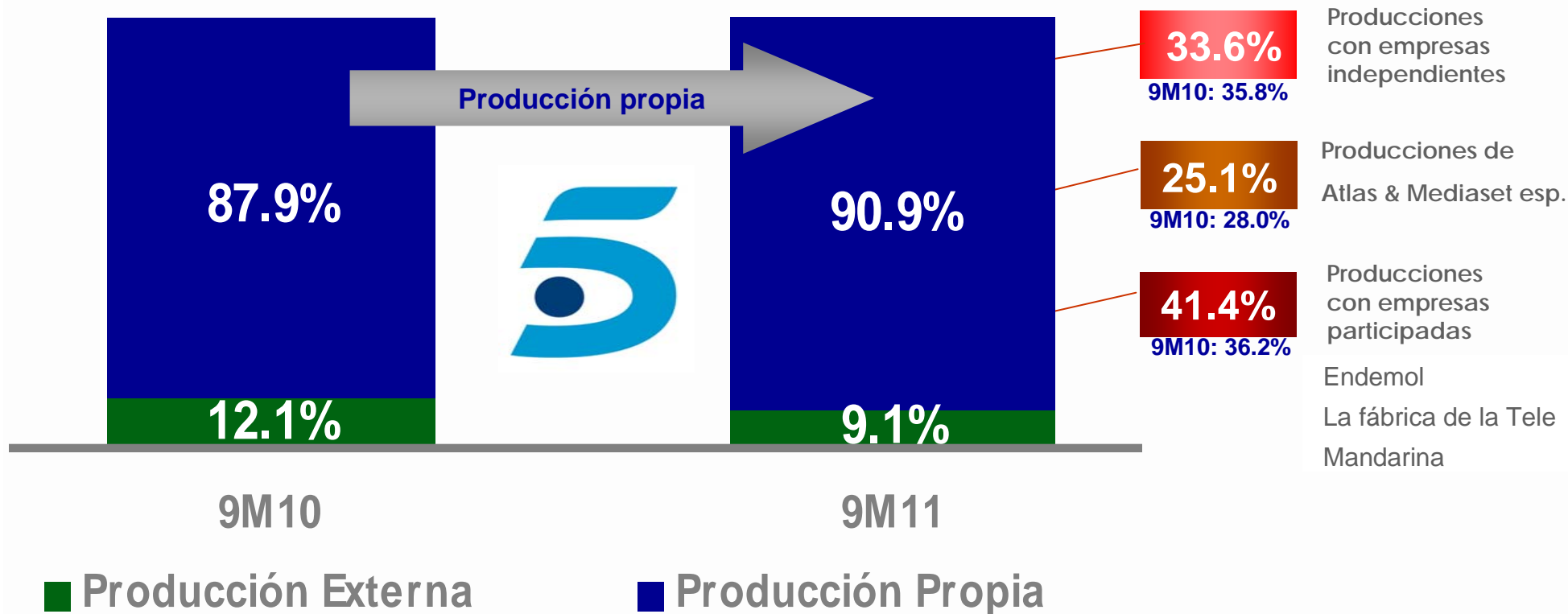
Estrategia comercial*, 3T2011

		Segundos	GRP(20'')	C/GRP's	Ingresos	
	Telecinco + NSF	+19,8%	+13,6%	-	-	
	Cuatro	+8,0%	-21,1%	-	-	
	Boing	+100%	+100%	-	-	
	Group	+19,3%	+5,1%	-14,0%	€184,1m	-11,0%

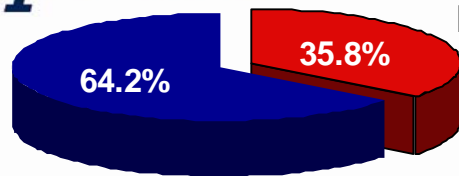
*Datos: Telecinco, Cuatro, Boing y NSF (Factoría de Ficción, La Siete, Divinity y Gran Hermano 24h)



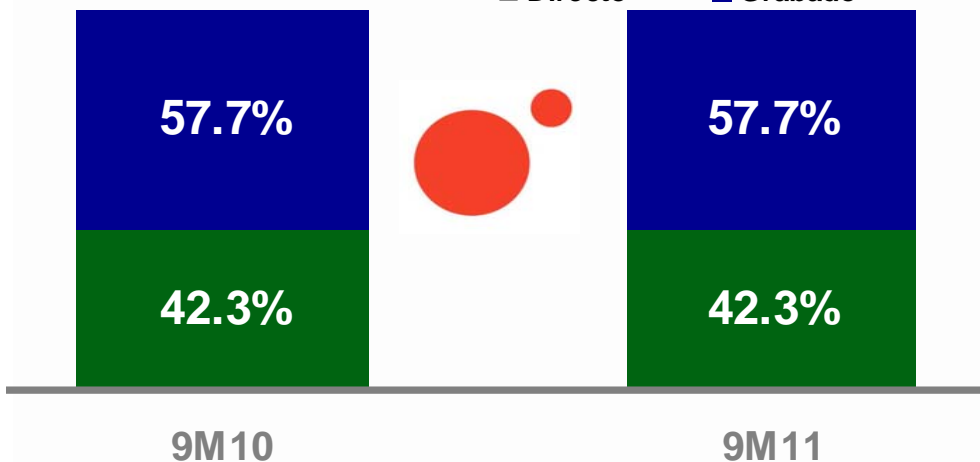
TELECINCO
 Mix de programación en 9M11 (1 de enero/30 de septiembre)
 Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas



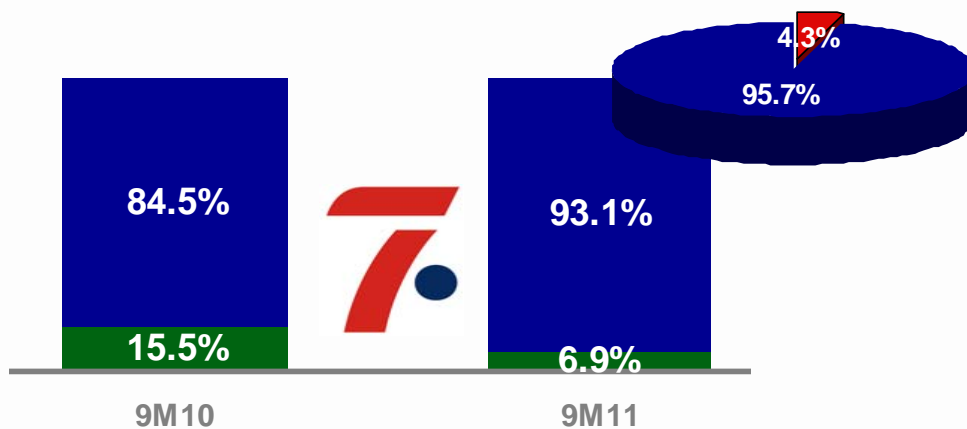
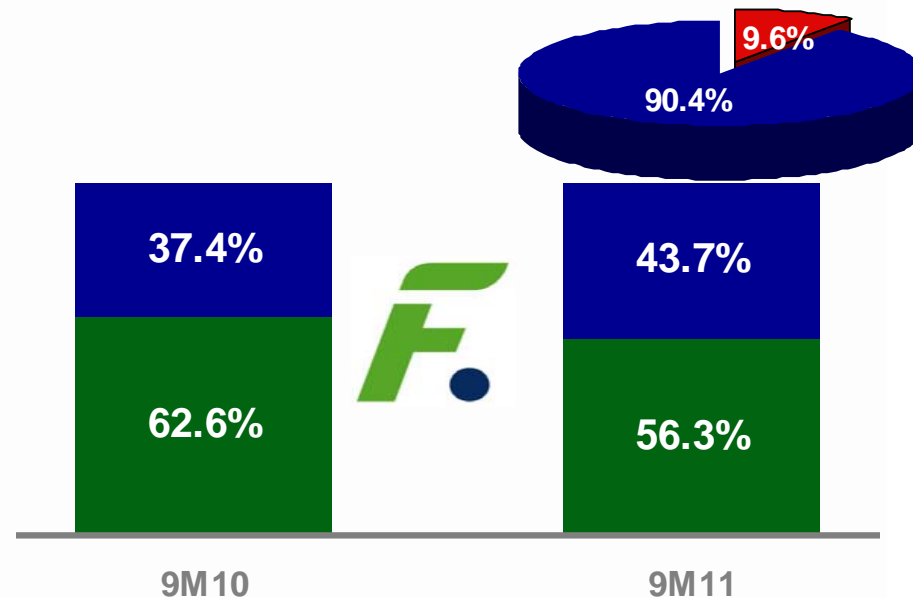
Mix de programación en 9M11 (1 de enero/30 de septiembre)
Producción propia vs. ajena en términos de horas emitidas



■ Directo ■ Grabado

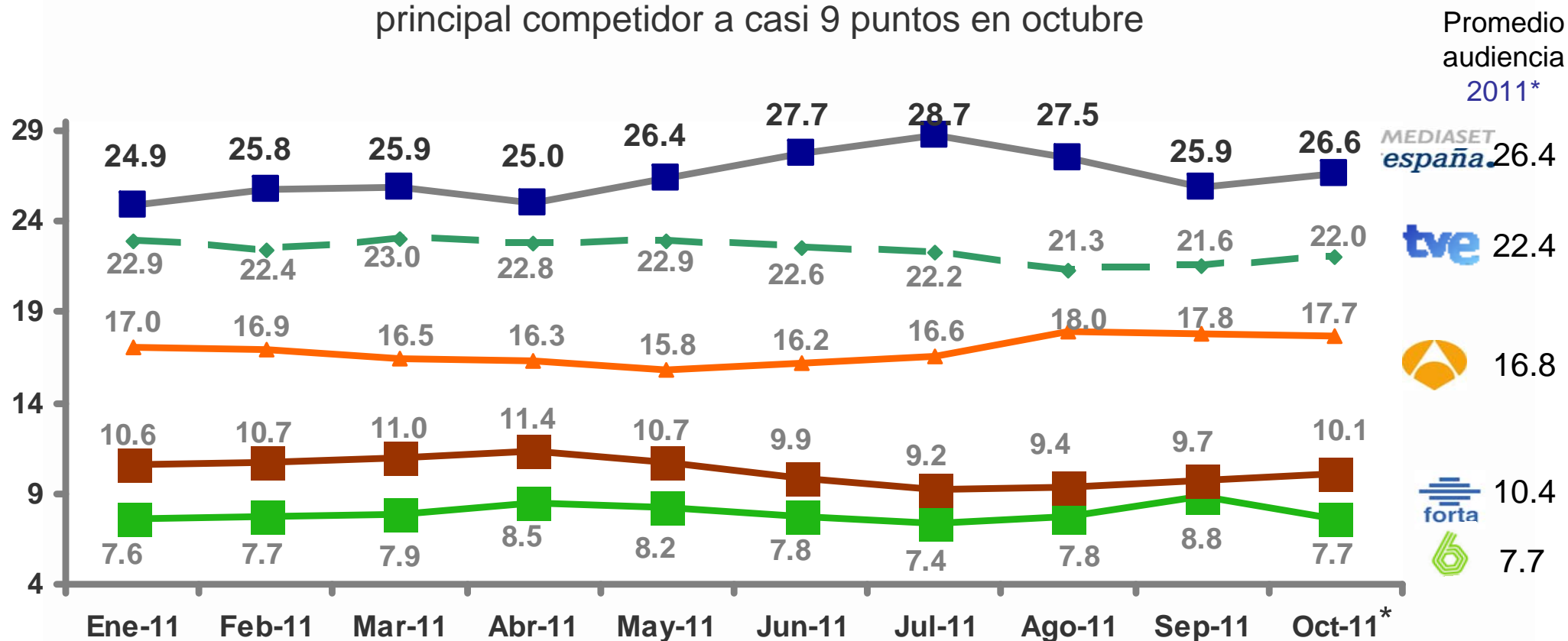


■ Producción Externa ■ Producción Propia





Mediaset **españa** incrementa el diferencial de audiencia con su principal competidor a casi 9 puntos en octubre

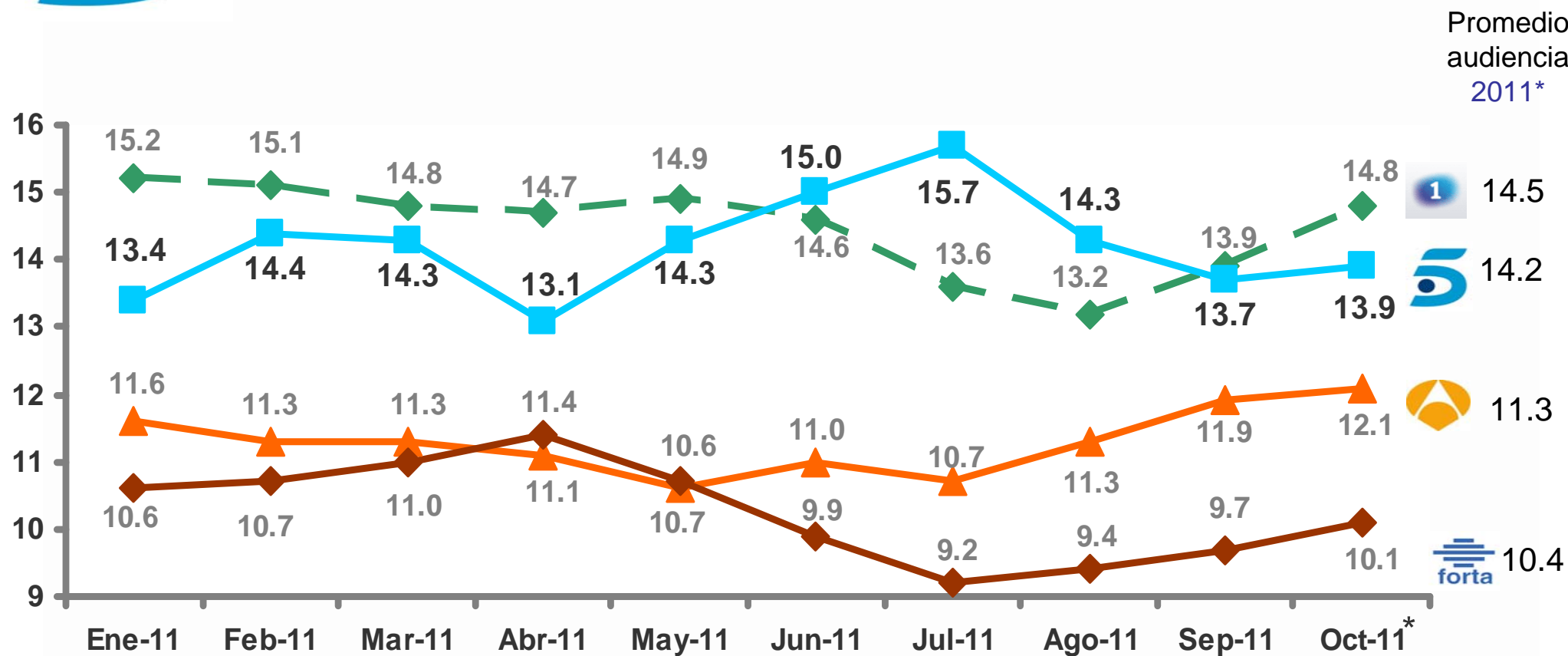


Mediaset **españa** es el grupo líder, con un variado perfil de audiencia comercial

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-24/10/11
 ** Promedio 1/7-24/10/11

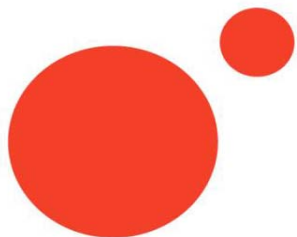


Telecinco es el canal comercial líder en audiencia masculina y femenina, en especial en las franjas más interesantes.

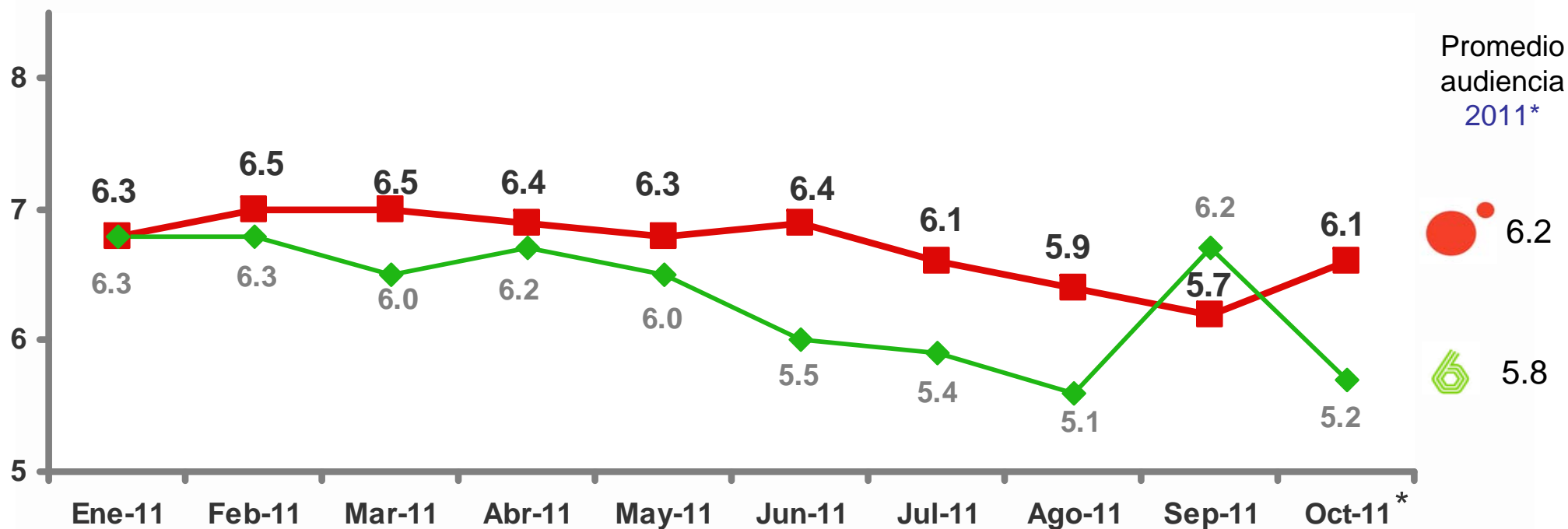


Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-24/10/11
 ** Promedio 1/7-24/10/11

TL5 es el canal comercial líder



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

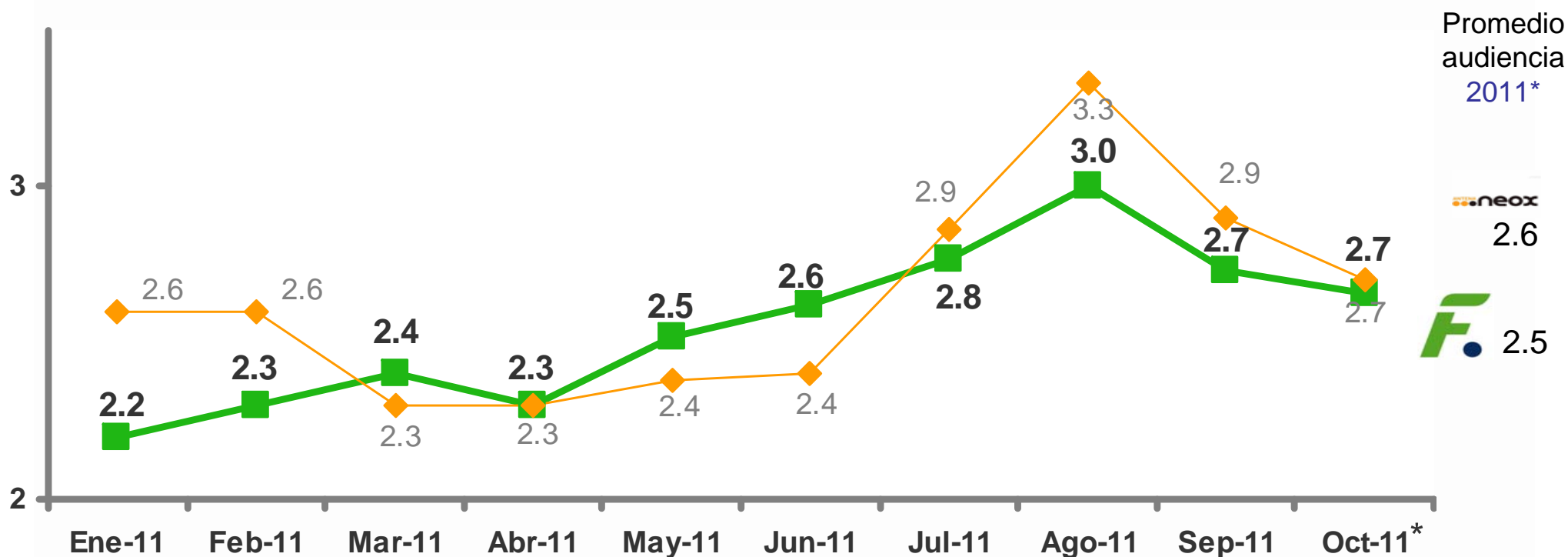


Cuatro supera a sus competidores en audiencia joven (13-34 años)

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-24/10/11
 ** Promedio 1/7-24/10/11



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 (2.6% en octubre '11**)



FDF ha incrementado su audiencia un 21% en los últimos 11 meses

Fuente: KANTAR MEDIA

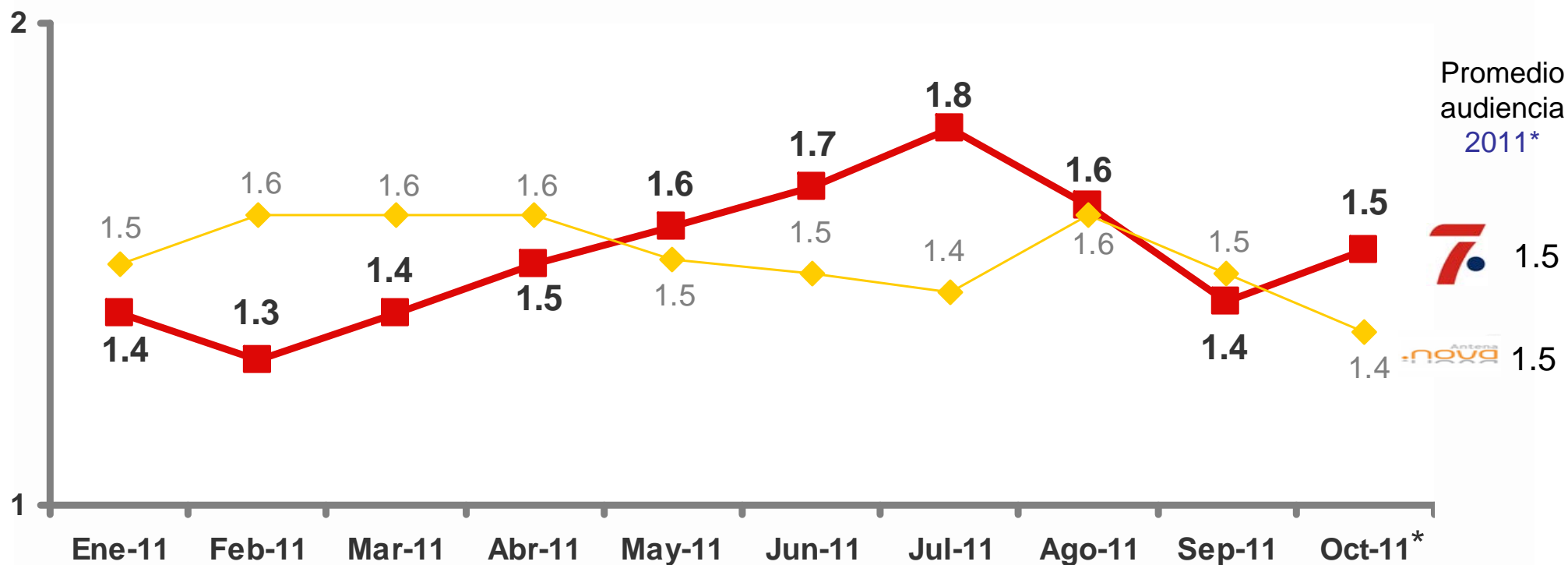
Datos: audiencia 24h total individuos

*Promedio 1/1-24/10/11

** Promedio 1/7-24/10/11



La **Siete** crece un 28% en audiencia en el ultimo año y, desde mayo'11, supera en audiencia a su principal competidor

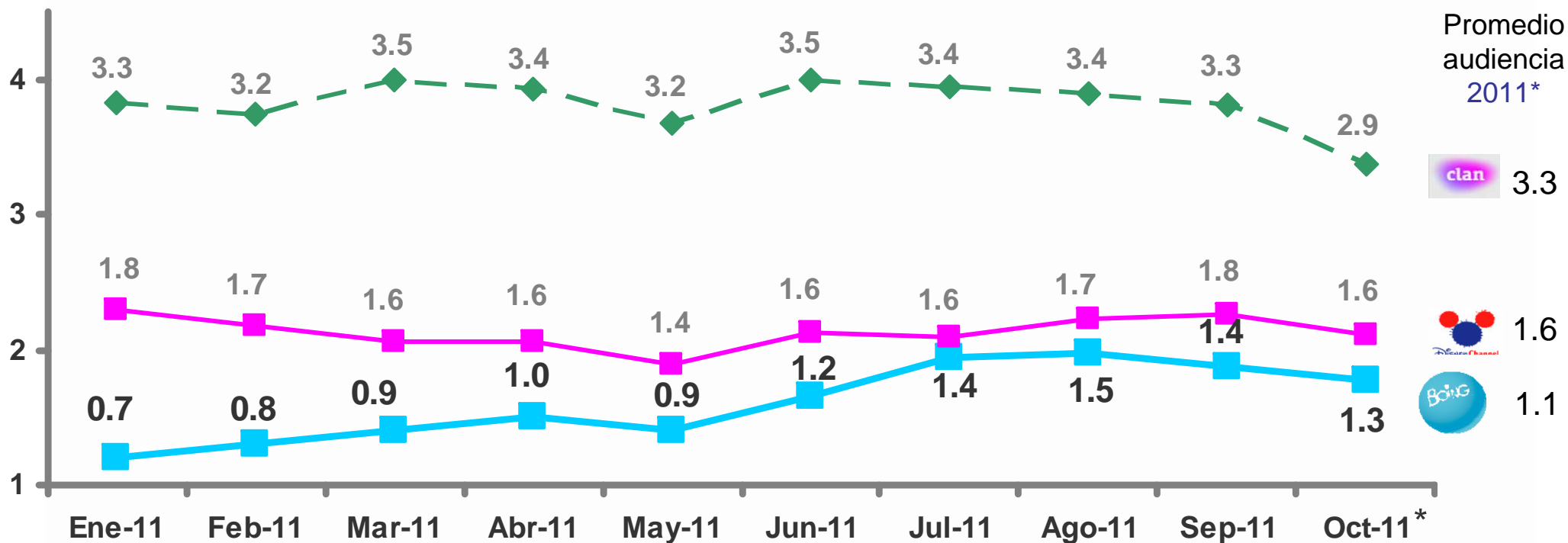


En los últimos 12 meses la audiencia de **La7** ha crecido hasta sobrepasar a su principal competidor

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-24/10/11
 ** Promedio 1/7-24/10/11



En el primer año de emisión, **Boing** consigue reducir sensiblemente el gap de audiencia respecto a su principal competidor comercial



El canal infantil **Boing** ha **reducido en 4,1 veces** el gap de audiencia con su competidor comercial en un año

Fuente: KANTAR MEDIA
 Datos: audiencia 24h total individuos
 *Promedio 1/1-24/10/11
 ** Promedio 1/7-24/10/11

Ranking por medio

2011*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
Marca.com	32.50	734.85
Elmundo.es	28.33	353.06
20Minutos.es	12.92	83.61
ABC.es	10.91	84.09
RTVE.es	10.93	197.70
Telecinco.es	9.12	150.51

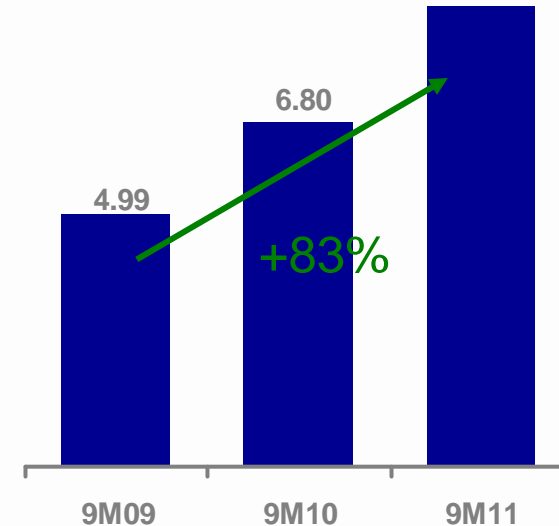
Ranking por cadena

2011*	Usuarios Únicos	Páginas vistas
RTVE.es	10.93	197.70
Telecinco.es	9.12	150.51
Antena3TV.com	8.68	176.84
Cuatro.com	2.82	20.24
Lasexta.com	2.75	16.13

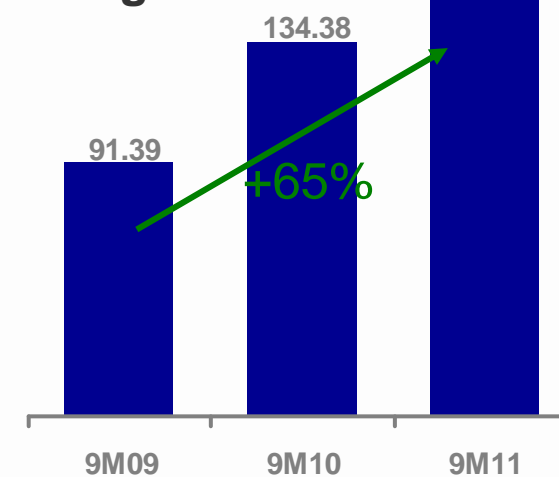
Fuente: datos Nielsen Online (obtenidos por la herramienta Country Market Intelligence), auditados para OJD.

*Promedio 1eros nueve meses 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/en>

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

