



**RESULTADOS
TERCER TRIMESTRE 2010
(Enero – Septiembre)**

Madrid, 28 de Octubre de 2010

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. En los primeros nueve meses del año 2010, la eliminación de la publicidad en TVE ha permitido el crecimiento de ingresos de las televisiones comerciales, que han absorbido la totalidad de la inversión que estaba destinada a TVE. Asimismo, se ha iniciado un ajuste de precios del mercado publicitario en televisión, para recuperar los niveles tras la salida de TVE del mercado publicitario.

Según el último informe de Infoadex, la inversión publicitaria en televisión en los primeros nueve meses de 2010 ha sido un 7,1% superior a la del mismo periodo del 2009, alcanzando los 1.767,3 millones de euros. Este dato demuestra, una vez más el liderazgo y la fuerza del sector Televisión que incrementa su cuota hasta el 47,0% del total de inversión publicitaria.

El Grupo Telecinco se mantiene líder en volumen de facturación en el periodo, con una cuota del 32.5%.

Los **ingresos totales netos de explotación** en los primeros nueve meses de 2010 alcanzan los 622,42 millones de Euros frente a los 432,25 millones de euros del mismo periodo del año 2009, un incremento de +44,0%. Los “Ingresos Publicitarios Brutos del Multiplex Telecinco” en el periodo suman 572,89 millones de Euros comparado con los 406,52 millones de Euros del mismo periodo de 2009. Los “Ingresos Publicitarios de Otros Medios” alcanzan 28,98 millones de Euros, frente a los 7.97 millones de Euros en 2009. Esto hace un “Total de ingresos brutos de Publicidad” de 601,87 millones de Euros, un 45,2% superior al registro de 2009. Los “otros ingresos” ascienden a 48,55 millones de Euros, un +29,1% respecto a los 37,60 millones obtenidos en el mismo periodo de 2009, principalmente debido a la contribución –en la primera parte de 2010- de los ingresos procedentes de las películas “Agora”, “Celda 211” y “Spanish Movie”.

2. La **audiencia** media del Grupo Telecinco en los primeros nueve meses de 2010, en total individuos (total día), se sitúa en el 17,4%, adelantando en 1,9 puntos el Grupo de canales de Antena3, que consigue un 15,5%. En cuanto a la audiencia en el periodo del canal Telecinco, en total individuos (total día), ha sido 14,7%, dato que sitúa a la cadena en primera posición de las cadenas comerciales, adelantando en 2,9 puntos a Antena3 (11.8%).

En cuanto a la audiencia media en target comercial¹ (total día), el Grupo Telecinco alcanza un 18,2%, 1,9 puntos por encima del Grupo Antena3 (16,3%). Teniendo en cuenta sólo la cadena Telecinco, la audiencia es de 15,2%, 3,3 puntos por encima de la audiencia de Antena3 (11,9%).

Respecto a los nuevos canales del grupo, LA SIETE, FACTORIA DE FICCION y BOING, la evolución de las audiencias sigue siendo positiva, situándose la suma de los dos canales en torno al 4% en los primeros nueve meses de 2010, en total día, tanto en total individuos como en target comercial.

La emisión de los partidos de España del Mundial de Fútbol, sitúa a Telecinco como líder de audiencia en Junio y Julio.

El Grupo Telecinco consolida, en los primeros nueve meses, su liderazgo entre las cadenas comerciales aumentando la distancia con sus principales competidores.

¹ 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. Los **costes operativos totales** del Grupo Telecinco de 455,54 millones de Euros, han crecido un 30,2%. Este incremento se debe fundamentalmente a los costes de venta de la publicidad y del cine, al impacto del impuesto del 3% sobre ingresos para financiar TVE que este año opera en todo el ejercicio mientras que el año pasado afectó solamente al último cuadrimestre y al efecto que en términos de comparativa interanual tiene la reversión de una provisión específica que tuvo lugar en 2009.

En términos de porcentaje, Telecinco ha incrementado sus márgenes operativos sobre ingresos netos, gracias a la recuperación de los precios de la publicidad a consecuencia de la eliminación de la publicidad en RTVE a partir del 1 de enero que ha afectado muy positivamente a los ingresos publicitarios. En efecto, el margen de **EBITDA Ajustado**² alcanza el 28,0% (20,6% en 2009) y el margen de **EBIT** 26,8% (19,1% en 2009). Todo esto coloca, una vez más, a Telecinco entre las compañías de televisión más rentables en Europa.

La solidez de los márgenes operativos, el ajuste de precios del mercado publicitario, los buenos datos de audiencias y la tradicional gestión rigurosa de los costes son elementos de gran importancia para ayudar al desarrollo del negocio en un entorno económico donde la crisis de deuda soberana que atraviesa Europa, provoca incertidumbre sobre la evolución de los mercados.

En este sentido, Telecinco cuenta con una posición de privilegio debido a la singular robustez de su modelo de negocio y a su liderazgo de audiencias entre las cadenas comerciales, así como a su eficaz gestión de la comercialización de la publicidad.

4. El **resultado neto** a 30 de septiembre de 2010 asciende a 32,16 millones de Euros, frente a los 62,16 millones en el mismo periodo de 2009. A los efectos de una comparativa homogénea con el año anterior, si se aislara el impacto, neto de impuestos, del resultado del test de deterioro y de las amortizaciones de intangibles que se recoge dentro del resultado de sociedades participadas, el resultado neto ajustado mejoraría en 89,00 millones de Euros, alcanzando los 121,16 millones de Euros con un margen sobre ingresos netos del 19,5%.
5. El **flujo libre de caja** alcanza 185,36 millones de Euros, con un ratio de conversión de los Ingresos netos en Flujos libres de Caja del 29,8%, un parámetro de singular importancia para calibrar la capacidad del Grupo para atender a sus necesidades financieras tanto corrientes como de inversión.
6. La **posición financiera neta** a 30 de Septiembre de 2010 se sitúa en -82,47 millones de Euros, de los cuales 72,5 millones de Euros corresponde principalmente a un préstamo de Mediaset al Grupo para la adquisición del capital de la sociedad matriz del Grupo Endemol en 2007. Asimismo, se ha descontado el pago efectuado el 10 de marzo de 2010, de 48,44 millones de Euros en dividendos en proporción de €0,20 bruto por acción en circulación. Este dividendo representa la distribución del 100% de pay-out sobre el beneficio neto del año 2009.

² (EBITDA después de consumo de derechos)

7. Con fecha 14 de abril de 2010 el Grupo Telecinco y el Grupo Prisa firmaron el contrato marco para la integración de Cuatro y la adquisición del 22% de Digital+. Prisa recibirá a cambio acciones de nueva emisión de Telecinco (ampliación no dineraria) que, tras la ampliación dineraria, equivaldrán al 18,337% del capital social; así como 491,1 millones de euros en efectivo. En este momento las compañías están a la espera de la autorización por parte de la Comisión Nacional de Competencia (CNC).

El 30 de junio de 2010, la CNC inició la segunda fase del procedimiento de control de las operaciones de Telecinco y Cuatro y de Telecinco, Telefónica y Digital+, según lo previsto en la Ley de Defensa de la Competencia, con el fin de realizar un análisis en profundidad de dichas operaciones.

2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Tabla 1: Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada

<i>Millones de €</i>	9M2010	9M2009	Variación %
TOTAL INGRESOS NETOS	622,42	432,25	44,0%
Consumo de derechos	(101,43)	(101,13)	0,3%
Costes de personal	(58,75)	(59,28)	(0,9%)
Otros costes operativos	(288,08)	(182,88)	57,5%
EBITDA ajustado	174,15	88,96	95,8%
Otras amortizaciones, provisiones	(7,28)	(6,46)	12,6%
EBIT	166,88	82,50	102,3%
Resultado de participadas	(168,79)	(26,36)	-
Resultado Financiero	3,26	2,34	39,2%
Beneficio antes de impuestos	1,35	58,48	(97,7%)
Impuesto de Sociedades	(0,06)	0,00	-
Minoritarios	30,88	3,68	-
Beneficio Neto	32,16	62,16	(48,3%)
Beneficio Neto Ajustado	121,16	78,46	54,4%

Como se ha explicado anteriormente, en condiciones homogéneas a las del resultado neto del mismo período de 2009, el Beneficio Neto Ajustado asciende a 121,16 millones de Euros (+54,4% respecto al resultado del mismo período de 2009), lo que supone un margen de 19,5% sobre ingresos.

La diferencia de 89,00 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) y del test de deterioro realizado sobre la participación en Edam en aplicación de las normas internacionales de contabilidad y que se ha recogido como write-off de la participación. 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

	9M2010	9M2009	Variación %
Ingresos brutos de publicidad	601,87	414,49	45,2%
- <i>Multiplex Telecinco</i>	572,89	406,52	40,9%
- <i>Otros</i>	28,98	7,97	-
Descuentos	(28,00)	(19,83)	41,2%
Ingresos netos de publicidad	573,87	394,65	45,4%
Otros ingresos	48,55	37,60	29,1%
TOTAL INGRESOS NETOS	622,42	432,25	44,0%

Los **ingresos brutos de publicidad** correspondientes a los primeros nueve meses de 2010 han alcanzado 601,87 millones de Euros, un 45,2% superior a los 414,49 millones de Euros registrados en el mismo periodo de 2009.

Los **ingresos brutos de publicidad del Multiplex Telecinco**, que incluyen los ingresos publicitarios tanto del canal TELECINCO como de LA SIETE, FACTORIA DE FICCION y BOING, se sitúan en 572,89 millones de Euros, respecto a los 406,52 millones del 2009, con un incremento del 40,9%.

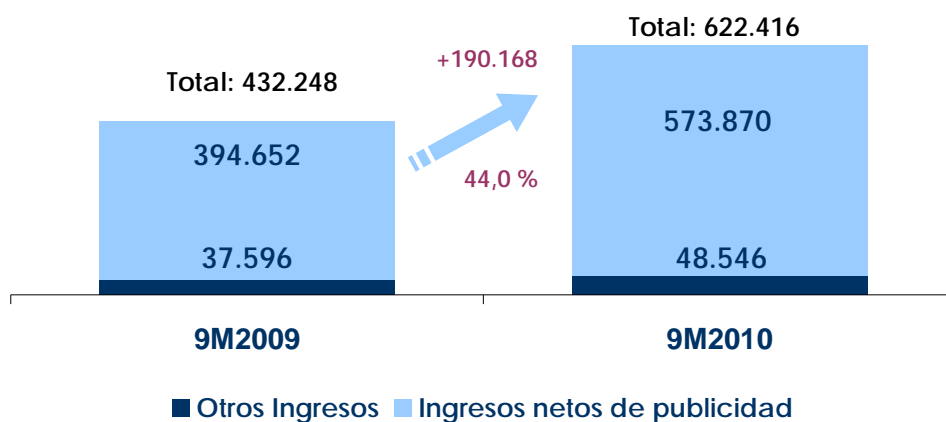
Los **Ingresos publicitarios de otros medios** alcanzan los 28,98 millones de Euros. Estos últimos incluyen ingresos publicitarios de otros soportes como canales temáticos, Internet y teletexto.

Los **ingresos netos de publicidad** después de comisiones y descuentos alcanzan los 573,87 millones de Euros, un 45,4% superior a los 394,65 millones de Euros en 2009.

“**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, Call TV y de servicios de audiotex. Dichos ingresos se sitúan en 48,55 millones de Euros, siendo un 29,1% superior a la cifra registrada en 2009, principalmente por los ingresos, en la primera mitad de 2010, de los derechos de las películas “Agora”, “Celda 211” y “Spanish Movie”, que compensan la caída de ingresos procedentes de SMS y Call TV, como consecuencia del cambio en la regulación y de la situación de la economía española, que ha reducido el consumo en este tipo de productos.

Finalmente, los **ingresos netos totales** suman 622,42 millones de Euros, un 44,0% superiores a los 432,25 millones de Euros del año anterior.

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



2.2. Costes operativos

Los **costes operativos totales**, a 30 de Septiembre de 2010, ascienden a 455.54 millones de Euros, lo que representa un incremento del 30,2% respecto a 2009; este incremento de costes se debe principalmente al incremento de coste de ventas, tanto publicitario como del cine, al impuesto del 3% sobre ingresos para financiar TVE, a la mayor inversión destinada a los nuevos canales, LA SIETE, FACTORIA DE FICCION y BOING y a una comparativa no enteramente homogénea con respecto al año anterior debido a la reversión de una provisión específica de 2009 que ascendió a 35 millones de euros. El Grupo ha procedido a hacer una provisión por la aportación de 3% de los ingresos brutos de explotación facturados, según contemplado en la Ley y sus normas³. En Fecha 6 de octubre el Grupo ha procedido al pago de los importes correspondientes al ejercicio 2009 y de los primeros nueve meses de 2010.

Si aislamos el impacto excepcional de las reversiones de provisiones tanto en este ejercicio (8 millones de euros) como en el anterior (35 millones de euros) y el impacto del impuesto para la financiación de RTVE, ya que en 2009 le era de aplicación solo a partir del 1 de septiembre, los costes se habrían incrementado un 17,4%.

Tabla 3: Costes operativos

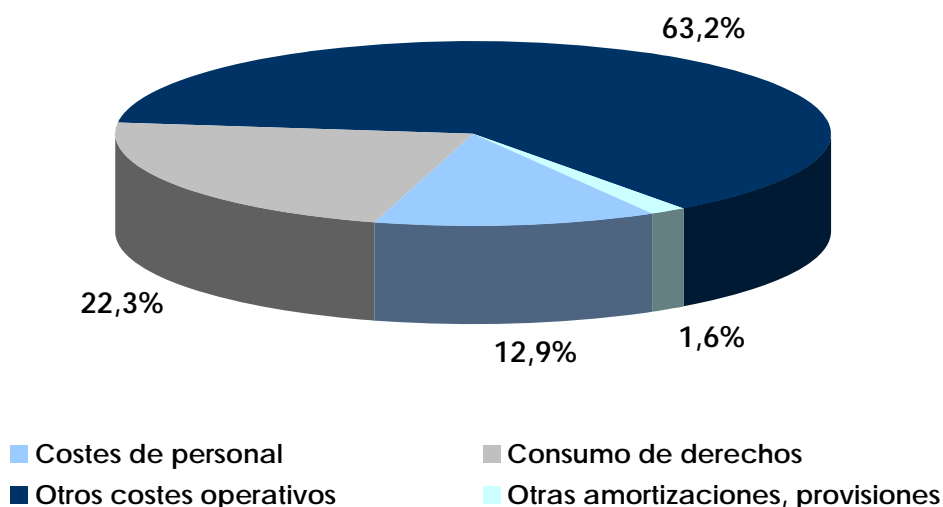
Millones de €	9M2010	9M2009	Variación %
Costes de personal	58,75	59,28	(0,9%)
Consumo de derechos	101,43	101,13	0,3%
Otros costes operativos	288,08	182,88	57,5%
Otras amortizaciones, provisiones	7,28	6,46	12,6%
TOTAL COSTES	455,54	349,75	30,2%

³ Ley 8/2009 de 28 de agosto de 2009 de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

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 2010, el 87,9% de la programación del canal Telecinco corresponde a producción propia y el 12,1% a programación de derechos de terceros (frente al 84,6% y al 15,4% de 2009, respectivamente).

En cuanto a los canales secundarios la parrilla de LA SIETE está también dominada por los contenidos de producción propia (84,5%) respecto a los derechos de terceros (15,5%); el canal FACTORIA DE FICCION tiene una parrilla más igualada, con un 37,4% de producción propia frente a un 62,6% de derechos de terceros; el recién lanzado canal infantil BOING, en su primer mes de emisión, muestra una preponderancia de los contenidos de terceros.

Estructura de Costes Operativos



2.3 Resultado de Explotación y Márgenes

El Resultado bruto de explotación, **EBITDA ajustado**, alcanzó 174,15 millones de Euros, con un incremento del 95,8% respecto a los primeros nueve meses de 2009. Representa un margen sobre ingresos netos del 28,0%.

El **resultado neto de explotación, EBIT**, ha alcanzado los 166,88 millones de Euros, lo que supone un incremento del 102,3% comparado con el año anterior. Representa un margen sobre ingresos netos del 26,8%,

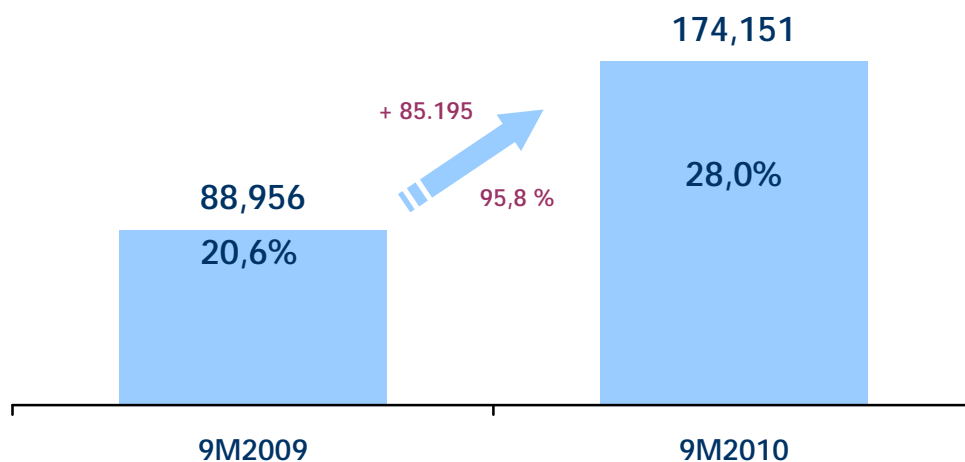
El nuevo contexto del mercado publicitario, tras la eliminación de la publicidad en TVE y la fortaleza del Grupo tanto en términos de audiencia como en capacidad publicitaria, así como una gestión rigurosa de los costes, ha permitido incrementar los niveles de los márgenes más significativos de la compañía a través de una recuperación de los precios de venta de la publicidad que ha impactado de manera muy positiva en la generación de ingresos.

Tabla 4: Márgenes

<i>Millones de €</i>	9M2010	9M2009	Variación %
Total ingresos netos	622,42	432,25	44,0%
EBITDA ajustado	174,15	88,96	95,8%
EBIT	166,88	82,50	102,3%
Beneficio Neto	32,16	62,16	(48,3%)
Beneficio Neto Ajustado	121,16	78,46	54,4%
EBITDA aj/ Total ingresos netos	28,0%	20,6%	
EBIT/ Total ingresos netos	26,8%	19,1%	
Beneficio Neto / Total ingresos netos	5,2%	14,4%	
Beneficio Neto Ajustado / Total Ingresos	19,5%	18,2%	

Los márgenes operativos (**EBITDA y EBIT**) en términos porcentuales se sitúan en torno al 30%, lo que demuestra la efectividad del modelo de negocio en cuanto a la capacidad de generación de márgenes, así como de la capacidad de gestión de la compañía para evolucionar teniendo en cuenta tanto el nuevo marco publicitario como el entorno multicanal que se dibuja a partir del apagón analógico que tuvo lugar la pasada primavera, lo que nos permite seguir mejorando los márgenes operativos.

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



2.4. Financieros, Resultado de Participadas

El **resultado financiero** obtenido es de 3,26 millones de Euros, debido principalmente a los ingresos procedentes de activos financieros a largo plazo reconocidos bajo el principio de “amortized cost” y al menor utilizzo de las líneas de crédito gracias a los sólidos flujos de caja que se han generado en el periodo.

Por otro lado, se ha registrado un resultado negativo de las **compañías consolidadas por puesta en equivalencia**⁴ de 168,79 millones de Euros. Este importe se explica por el write-off de la participación en Endemol a 30 de septiembre de 2010 como resultado del preceptivo test de deterioro (“impairment test”) llevado a cabo por el Grupo en aplicación de las normas contables en vigor.

2.5. Resultado del ejercicio

El **beneficio antes de impuestos**, correspondiente al periodo, alcanza los 1,35 millones de Euros frente a los 58,48 millones de Euros en 2009.

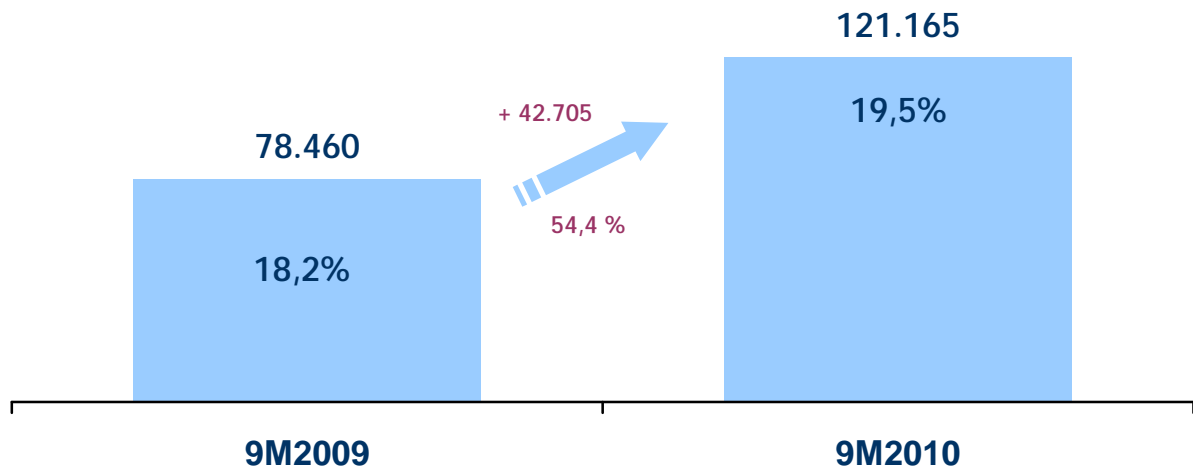
Tras contabilizar el gasto por impuesto de sociedades en 0,06 millones de Euros, calculado sobre la base del tipo oficial vigente, el **beneficio neto** del ejercicio, después de minoritarios, asciende a 32,16 millones de Euros.

En condiciones homogéneas a las de 2009, el Resultado Neto Ajustado, excluyendo el impacto sobre el resultado de las sociedades participadas (singularmente Endemol), de asignación del precio de adquisición y de las pruebas de deterioro, que no forman parte de los resultados operativos de las anteriormente mencionadas y que ascienden a 89,00 millones de Euros, éste se habría cifrado en 121,16 millones de Euros.

Dicho resultado neto ajustado supone un margen del 19,5%, que demuestra la capacidad de Telecinco para continuar desarrollando el negocio y crecer en un entorno económico delicado.

⁴ Las compañías consolidadas por puesta en equivalencia son: Premiere Megaplex S.A. (50% de participación), Pegaso Television Inc. (43,7%), Big Bang Media S.L. (30% participación indirecta), Producciones Mandarina S.L. (30% participación indirecta), La Fábrica de la Tele S.L. (30% participación indirecta), Edam Acquisition Holding Coöp (33% participación indirecta).

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



3. Generación de Cash Flow

El **flujo libre de caja operativo**, en los primeros nueve meses de 2010, asciende a 185,36 millones de Euros, respecto a los 70,02 millones de Euros del año anterior. El incremento de 115,34 millones se explica fundamentalmente por el impacto de la recuperación en la facturación publicitaria y a la mejora en el Fondo de Maniobra del Grupo.

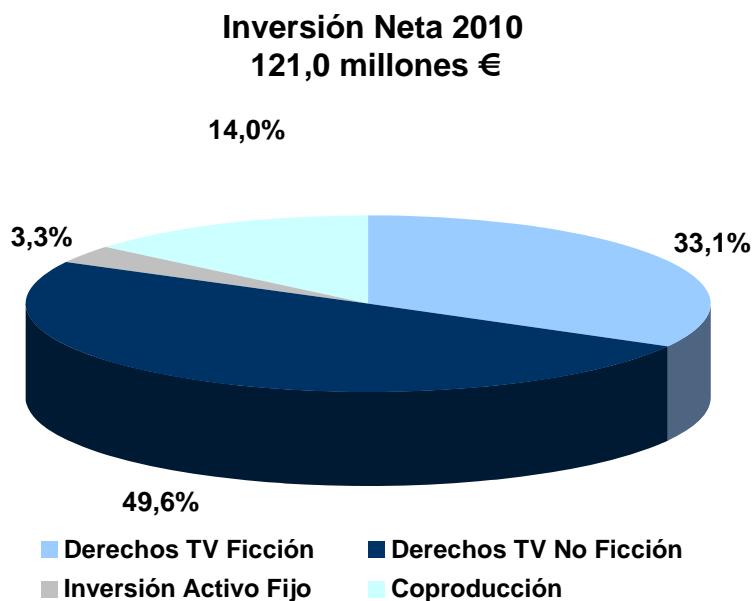
Tabla 5: Cash Flow

Millones de €	9M2010	9M2009	Variación en € millones
Beneficio Neto antes de minoritarios	1,29	58,48	(57,20)
Consumo de Derechos y Amortizaciones:	107,69	107,01	0,67
- Consumo Derechos	101,43	101,13	0,30
- Amortizaciones	6,25	5,88	0,37
Provisiones	1,03	0,54	0,49
Otros	169,56	29,39	140,17
CASH FLOW OPERATIVO	279,55	195,42	84,13
Inversión en Derechos	(117,02)	(132,62)	15,60
Inversiones, otras	(4,02)	(3,18)	(0,84)
Variación Fondo de Maniobra	26,85	10,40	16,45
CASH FLOW LIBRE OPERATIVO	185,36	70,02	115,34
Movimientos Patrimonio	1,35	(2,83)	4,18
Inversiones financieras	(65,76)	(9,79)	(55,97)
Dividendos cobrados	1,01	1,79	(0,78)
Pago de Dividendos	(48,44)	(210,27)	161,83
Variación Neta de Tesorería	73,53	(151,08)	224,61
POSICIÓN FINANCIERA NETA INICIAL	(156,01)	(25,85)	(130,16)
POSICIÓN FINANCIERA NETA FINAL	(82,47)	(176,93)	94,45



En los primeros nueve meses de 2010, la **inversión neta total** alcanzó los 121,0 millones de Euros, lo que supone una disminución de 14,8 millones de Euros, frente al mismo periodo del año anterior.

La menor inversión en series de ficción nacional (-34,0 millones de Euros) se ve parcialmente compensada con una mayor inversión en co-producciones cinematográficas (+11,5 millones de Euros) y en producción ajena (+6,8 millones de Euros), como se puede observar en el cuadro siguiente:



4. Balance de Situación

Tabla 6: Balance de Situación

<i>Millones de €</i>	<i>Septiembre 2010</i>	<i>Diciembre 2009</i>
Inmovilizado	124,64	221,70
- Inm. Financiero	74,98	168,67
- Otro Inmovilizado	49,66	53,03
Derechos y Anticipos	206,68	193,99
- Terceros	136,87	121,27
- Ficción	32,20	37,12
- Coproducción / Distribución	37,61	35,60
Impuesto Anticipado	132,77	108,21
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	464,09	523,91
Activo corriente	155,83	199,48
Activo financiero y tesorería	63,94	10,70
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	219,77	210,18
TOTAL ACTIVO	683,86	734,09
Fondos Propios	252,49	291,61
Provisiones	21,73	21,32
Acreedores no corrientes	0,78	0,26
Pasivo financiero no corriente	97,96	90,67
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	120,47	112,26
Acreedores corrientes	262,44	254,19
Pasivo financiero corrientes	48,45	76,03
TOTAL PASIVO CORRIENTE	310,89	330,23
TOTAL PASIVO	683,86	734,09

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 a consecuencia de una mayor necesidad de contenido para los canales secundarios. Este incremento se compensa parcialmente con una menor inversión en derechos de ficción.

El **total activo corriente** aumenta en septiembre por un incremento de los activos financieros y la tesorería debido a la mejora en los flujos libres de caja, parcialmente compensado por un menor saldo de clientes producto de una menor facturación en el periodo debido a la estacionalidad del negocio.

El **pasivo corriente** decrece con respecto al nivel alcanzado al 31 de diciembre de 2009, gracias a la mejora en los flujos de caja libres a finales de septiembre.

La **posición financiera neta** ha alcanzado, al finalizar el periodo, la cifra de -82,47 millones de Euros.

5. Evolución de la audiencia

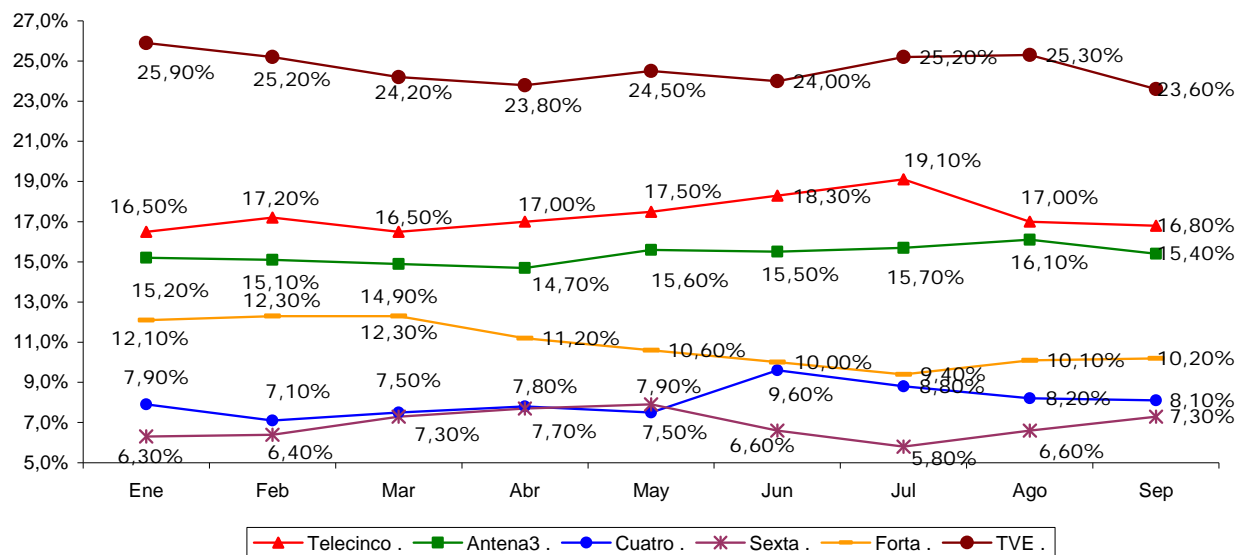
Tabla 7: Audiencia media GRUPO Telecinco período Enero-Septiembre

	9M2010	9M2009
Total Individuos		
Total Día	17,5%	15,9%
PRIME TIME	17,4%	17,7%
DAY TIME	17,3%	15,1%
Target Comercial		
Total Día	18,1%	16,6%
PRIME TIME	17,8%	18,0%
DAY TIME	18,2%	15,7%

Los datos de audiencias de Grupo para los primeros nueve meses de 2010 consolidan al Grupo Telecinco como líder de las televisiones comerciales en el periodo. La audiencia en total día total individuos del periodo se sitúa en 17,4%, adelantando en 1,9 puntos el Grupo de canales de Antena3 que consigue un 15,5%.

En relación a la cuota de audiencia en target comercial, el Grupo Telecinco (18,2%) tiene un promedio semestral 1,9 puntos por encima del Grupo Antena3 (16,3%).

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en % por Grupos



Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en % por Grupos

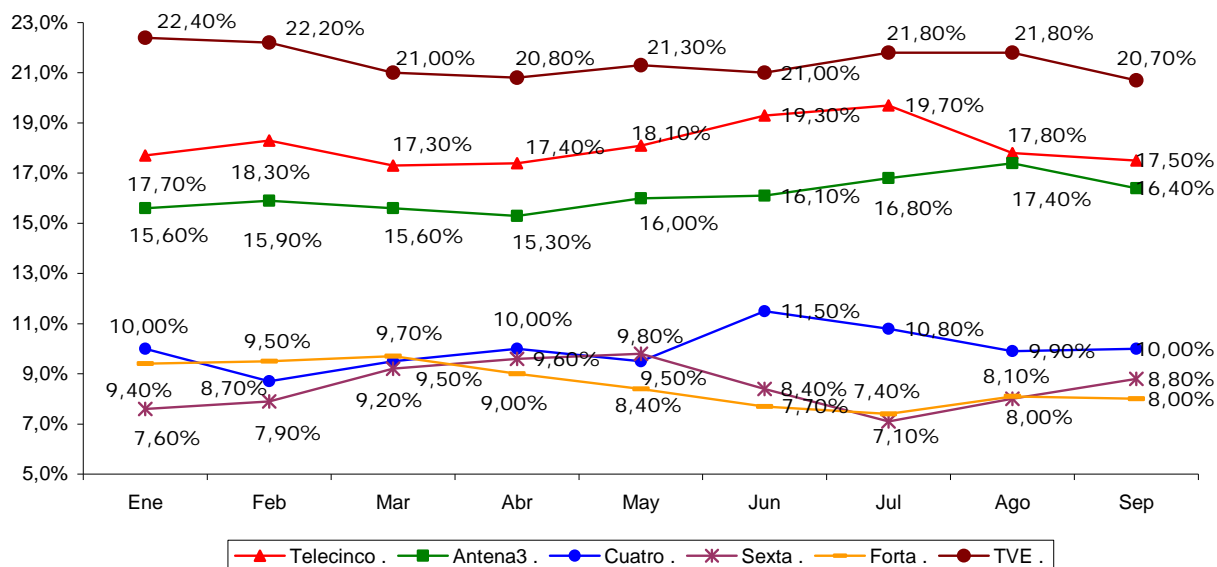


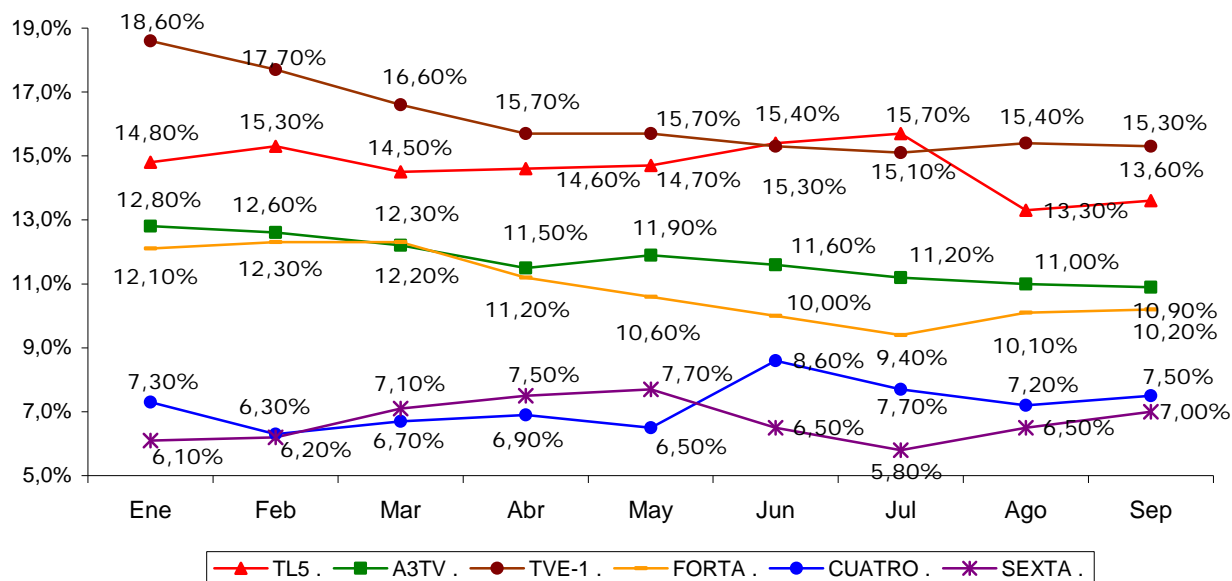
Tabla 8: Audiencia media CANAL Telecinco período Enero-Septiembre

	9M2010	9M2009
Total Individuos		
Total Día	14,7%	15,0%
PRIME TIME	14,7%	16,8%
DAY TIME	14,7%	14,2%
Target Comercial		
Total Día	15,2%	15,5%
PRIME TIME	14,8%	17,0%
DAY TIME	15,4%	14,7%

Telecinco ha cerrado los primeros nueve meses de 2010 en primera posición entre los canales comerciales en total día total individuos, con un promedio de 14,7%, adelantando de 2,9 puntos a Antena3 (11,8%).

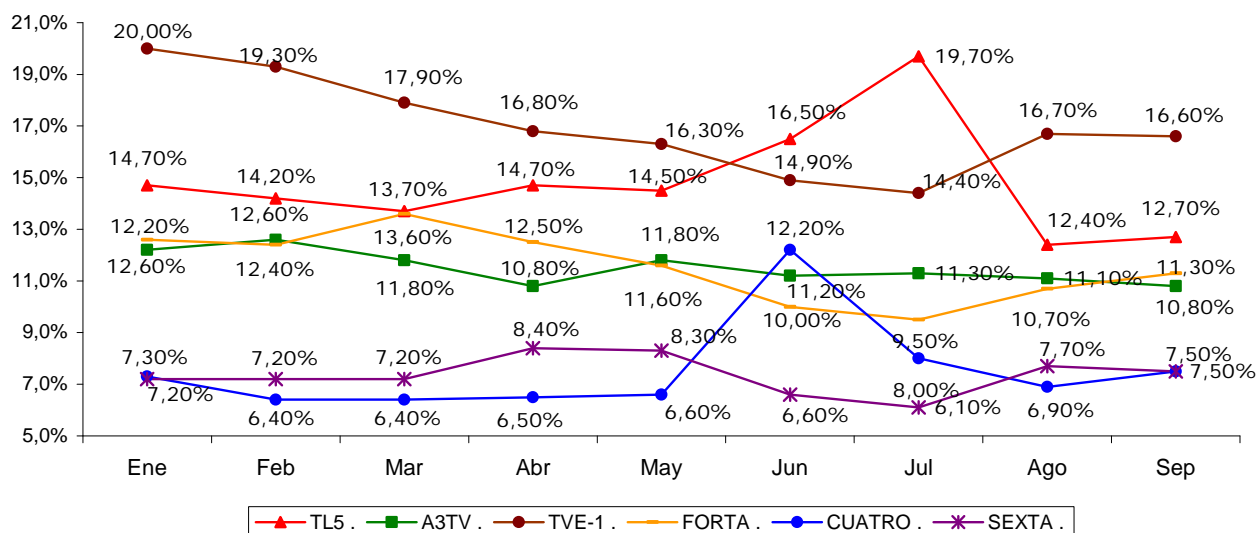
En relación a la cuota de audiencia en target comercial, Telecinco (15,2%) tiene un promedio semestral 3,3 puntos por encima de Antena3 (11,9%).

Audiencias, 24 Horas, Total Individuos en %



La emisión de los partidos de España del Mundial de fútbol de Sudáfrica en junio y julio, sitúa a Telecinco líder en 24h. y en "prime time"⁵, total individuos.

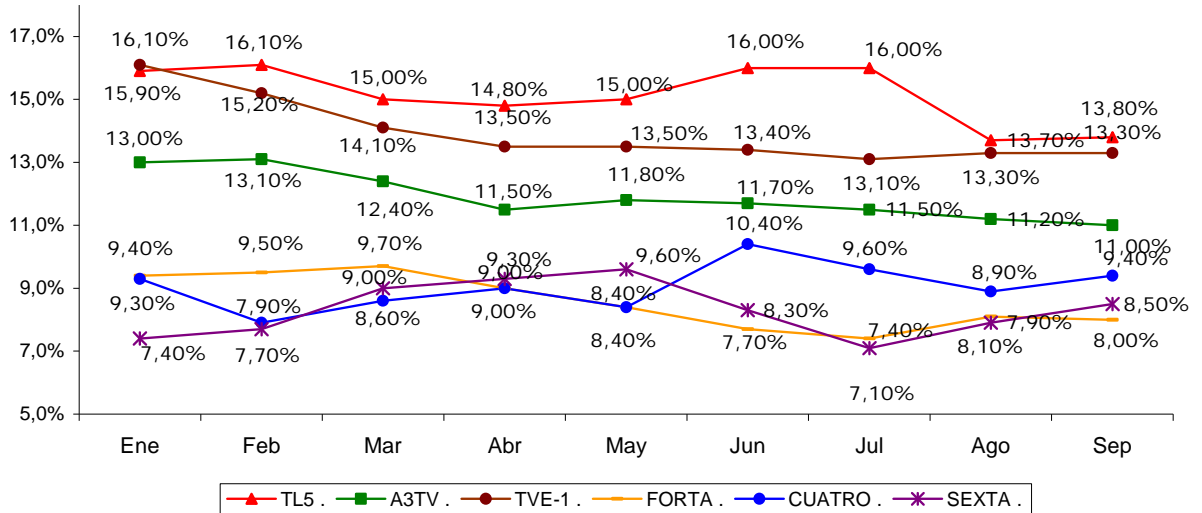
Audiencias, Prime Time, Total Individuos en %



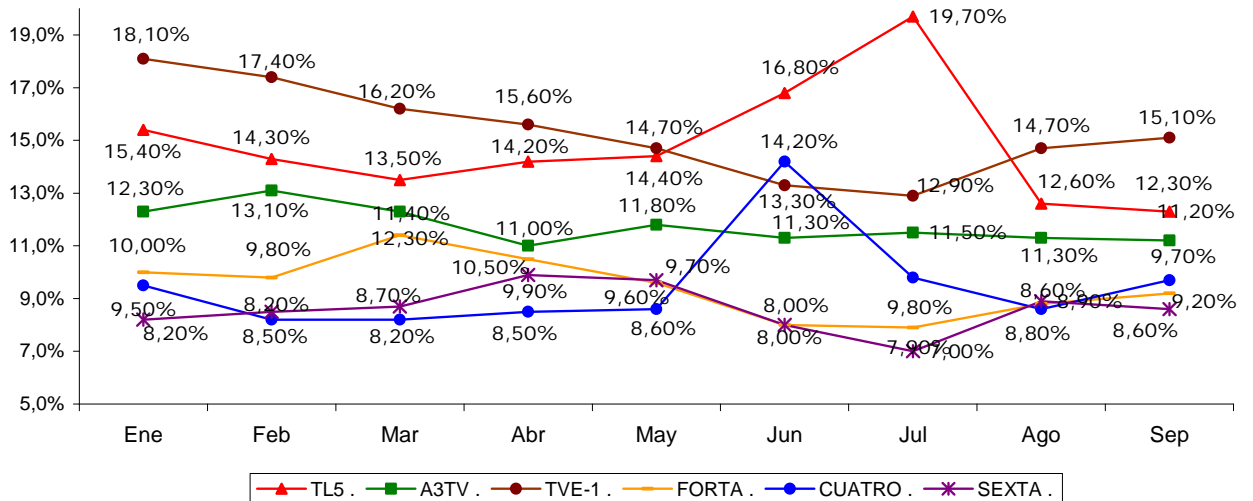
En cuanto al share de audiencia en target comercial, tanto para 24 horas como para prime time, Telecinco mantiene el liderazgo en 2010, aumentando la distancia con sus principales competidores.

⁵ Prime Time: Franja horaria de mayor consumo televisivo del día, de 20:30h a 24:00h.

Audiencias, 24 Horas, Target Comercial en %



Audiencias, Prime Time, Target Comercial en %





En 2010 continúa el desarrollo de los nuevos canales LA SIETE (7), FACTORIA DE FICCION (FDF) y el, recién lanzado, canal infantil BOING, siguiendo la estrategia iniciada en septiembre de 2009.

En el mes de Septiembre FACTORIA DE FICCION ha alcanzado una cuota de audiencia total día del 1,8%, LA SIETE del 1,4% mientras que BOING, en un solo mes de programación ha conseguido un notable 0,6%.

Audiencias, 24 horas, TDT %

