

# vocento



**Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes**  
**Informe de Gestión Intermedio Consolidado**  
**Primer Semestre de 2010**

## **INTRODUCCIÓN: EVOLUCION DEL ENTORNO ECONÓMICO**

La difícil situación de la coyuntura macroeconómica en España, está impactando en la evolución de la inversión publicitaria cuyo descenso se estima que en 2010e alcance el -1,6% (Fuente Zenith Vigía julio 2010) en comparación con 1S10 +3,5% estimado por Infoadex.

VOCENTO, en el entorno actual, mejora el resultado operativo y mantiene el foco en la reducción y control de costes en todas las áreas, gracias a la de fortaleza de su balance y su sólida posición financiera neta. Estratégicamente, y ante un sector que se transforma desde un negocio de soportes hacia un negocio basado en marcas, VOCENTO destaca por la fortaleza de sus marcas y la apuesta clara por dos sectores en crecimiento: Internet, dónde los medios de VOCENTO se encuentran entre los top10 de los grupos de Internet, y Audiovisual, dónde se produce el lanzamiento del proyecto nacional de TDT con dos nuevos canales (MTV y "La 10") que permiten a VOCENTO acceder al total de la tarta publicitaria de TV (42% Infoadex 2009).

## **EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE VOCENTO**

VOCENTO es un grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es VOCENTO, S.A., dedicado a las diferentes áreas que configuran la actividad en medios de comunicación.

La dirección de VOCENTO organiza la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa, de acuerdo a las distintas líneas de actividad definidas: Medios Impresos, Audiovisual, Internet y Otros Negocios. Este mismo esquema, útil y fiable para la gestión del grupo, es el utilizado para el reporte al mercado. Esta agrupación de la información presenta todos los periódicos, todas las ediciones digitales, todas las televisiones a nivel regional y nacional, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada línea de actividad. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los segmentos mencionados.

La información financiera contenida en este documento ha sido preparada de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

A continuación a efectos informativos se muestran gráficamente las áreas de actividad en las que opera VOCENTO:

MEDIOS IMPRESOS			
PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Correo</li> <li>▪ El Diario Vasco</li> <li>▪ El Diario Montañés</li> <li>▪ La Verdad</li> <li>▪ Ideal</li> <li>▪ Hoy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur</li> <li>▪ La Rioja</li> <li>▪ El Norte de Castilla</li> <li>▪ El Comercio</li> <li>▪ Las Provincias</li> <li>▪ La Voz de Cádiz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diario ABC</li> <li>▪ Incluye edición ABC Sevilla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Qué!</li> <li>▪ XL Semanal</li> <li>▪ Mujer Hoy</li> <li>▪ Hoy Corazón</li> <li>▪ Pantalla Semanal</li> <li>▪ Inversión y Finanzas</li> <li>▪ Colpisa</li> </ul>

AUDIOVISUAL		
TELEVISIÓN NACIONAL	RADIO	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TDT – Net TV</li> <li>- Canal Disney</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Punto Radio</li> <li>▪ 2 licencias de radio digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veralia</li> </ul>
<div style="background-color: #333; color: white; padding: 5px; text-align: center;">TELEVISIÓN AUTONÓMICA</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TDT autonómicas</li> <li>▪ TDTs locales</li> </ul>		Producción: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ BocaBoca</li> <li>▪ Europroducciones</li> <li>▪ Hill Valley</li> <li>▪ Videomedia (30%)</li> </ul> Distribución: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tripictures</li> </ul>

INTERNET			
EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 12 portales locales</li> <li>▪ ABC.es</li> <li>▪ Que.es</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mujerhoy.com</li> <li>▪ Finanzas.com</li> <li>▪ Hoy Cinema</li> </ul>	Clasificados: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pisos.com</li> <li>▪ Infoempleo</li> <li>▪ Autocasión</li> <li>▪ Tus anuncios</li> </ul>	Directorios: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 11870</li> </ul> Sarenet <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunica Mediatrader</li> </ul>

OTROS NEGOCIOS		
IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comeco Impresión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Distribuciones Comecosa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Otras participadas multimedia regional</li> </ul>

## Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

**EBITDA 1S10 28.229 miles euros, +27,4%<sup>1</sup>**

**Los ingresos por publicidad de Internet y Audiovisual representan el 19,4% de los ingresos publicitarios de VOC**

**Internet: ingresos publicitarios +27,5%, por encima del mercado (+13,5%<sup>2</sup>)**

**Audiovisual: lanzamiento del proyecto nacional de TDT con MTV y "La 10"**

**ABC cierra diferencial vs. #2 a 41.508 ejemplares en 1S10 y supera en crecimiento de publicidad al mercado (-1,6% vs. -2,4%<sup>2</sup> y ABC.es +28,0% vs 13,5%<sup>2</sup>)**

**La sólida posición financiera permite respaldar el modelo de negocio de VOC enfocado en crecimiento**

### ▪ Mantenimiento del foco en la transformación para capturar el crecimiento futuro:

- i. Reducción de costes por importe de 22.815<sup>1</sup> miles de euros, -6,2%, especialmente gastos de personal (-9,2%), aprovisionamientos (-7,6%) y servicios exteriores (-4,3%).
- ii. Descenso de gastos de explotación en todas las áreas de negocio.

EBITDA POR ÁREA (NIIF Miles de Euros)	1S10	1S09 <sup>3</sup>	Var Abs
Medios Impresos	23.310	(12.532)	35.843
Audiovisual	7.639	5.324	2.315
Internet	(259)	(1.544)	1.285
Otros Negocios	7.555	6.219	1.336
Estructura y Otros	(10.016)	(7.005)	(3.011)
<b>EBITDA</b>	<b>28.229</b>	<b>(9.538)</b>	<b>37.768</b>

*Nota 3: incluye inversión en reestructuración 1S09 por importe de -31.690 miles de euros.*

### ▪ Estrategia de marcas hacia la generación de contenidos multicanal y convergencia Internet-Audiovisual:

- i. Los ingresos publicitarios de Audiovisual e Internet representan el 19,4% de los ingresos por publicidad de VOC, +3,5 p.p. vs primer semestre de 2009.
- ii. ABC reduce el gap en difusión vs. El Mundo por debajo de los 42mil ejemplares y mejora en comportamiento publicitario al mercado (ABC -1,6% vs. mercado prensa -2,4%<sup>2</sup>).
- iii. Crecimiento en Internet: publicidad +27,5% vs. mercado +13,5%<sup>2</sup> representando ya el 10,6% de los ingresos publicitarios totales de VOC. Refuerzo de la estrategia de marcas offline+online y destacable crecimiento en Clasificados de los ingresos publicitarios +47,4%.
- iv. Audiovisual: lanzamiento proyecto nacional de TDT con dos nuevos canales, MTV y "La 10", que permite a VOCENTO acceder al total de la tarta publicitaria de TV (42% Infoadex 2009). La TDT Nacional alcanza un EBITDA en el primer semestre de 2010 de 2.259 miles de euros.

### ▪ Mantenimiento de una sólida posición financiera: Deuda financiera neta 1S10 -98.619 miles de euros, y efectivo y otros medios equivalentes 78.567 miles de euros:

- i. Permite seguir respaldando el modelo de negocio.
- ii. El calendario de amortización de la deuda es a largo plazo, estando vinculada principalmente a leasing y planes de pensiones.
- iii. La salida de caja en el primer semestre de 2010 esta principalmente destinada a inversión en plantas de impresión y reestructuración acometida durante 2009.

<sup>1</sup> Ajustado por inversión en reestructuración 1S09 por importe de -31.690 miles de euros.

<sup>2</sup> Infoadex 1S10.

## Principales datos financieros

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1S10	1S09 <sup>1</sup>	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	134.759	137.827	(3.068)	(2,2%)
Ventas de publicidad	136.997	140.346	(3.349)	(2,4%)
Otros ingresos	98.877	109.197	(10.320)	(9,5%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>370.633</b>	<b>387.370</b>	<b>(16.737)</b>	<b>(4,3%)</b>
Personal	(113.898)	(157.141)	(43.243)	(27,5%)
Aprovisionamientos	(66.411)	(71.884)	(5.473)	(7,6%)
Servicios exteriores	(159.257)	(166.468)	(7.212)	(4,3%)
Provisiones	(2.837)	(1.415)	1.422	100,5%
Gastos de explotación sin amortizaciones	(342.403)	(396.908)	(54.505)	(13,7%)
<b>EBITDA</b>	<b>28.229</b>	<b>(9.538)</b>	<b>37.768</b>	<b>396,0%</b>
Amortizaciones	(22.776)	(22.379)	397	1,8%
Resultado por enajenación de inmovilizado <sup>2</sup>	(123)	22.464	(22.587)	(100,5%)
<b>EBIT</b>	<b>5.331</b>	<b>(9.453)</b>	<b>14.784</b>	<b>156,4%</b>
Resultado de sociedades por el método de participación	136	462	(325)	(70,4%)
Diferencial financiero	(3.951)	7.608	(11.560)	(151,9%)
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	(3)	(222)	218	98,5%
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>1.513</b>	<b>(1.605)</b>	<b>3.117</b>	<b>194,3%</b>
Impuesto sobre sociedades	(1.313)	2.591	(3.904)	(150,7%)
<b>Beneficio neto del ejercicio</b>	<b>200</b>	<b>986</b>	<b>(786)</b>	<b>(79,7%)</b>
Accionistas minoritarios	(3.912)	(855)	(3.057)	(357,5%)
<b>Beneficio atribuible sociedad dominante</b>	<b>(3.712)</b>	<b>131</b>	<b>(3.843)</b>	<b>n.r.</b>

*n.r.:* el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

*n.a.:* el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

*Nota 1:* incluye inversión en reestructuración por importe de -31.690 miles de euros en 1S09.

*Nota 2:* plusvalías procedentes de la venta de terrenos de ABC en enero de 2009 por 21.376 miles de euros, 17.371 miles de euros neto de impuestos.

### Ingresos de explotación

Los ingresos en el primer semestre de 2010 alcanzan 370.633 miles de euros comparados con 387.370 miles de euros en el mismo periodo de 2009:

- (i) Ventas de ejemplares (-2,2%) con un crecimiento de ingresos en ABC (+2,2%), y caídas en Prensa Regional (-5,8%) y en Suplementos y Revistas (-22,5% por efecto perímetro, ingresos pro forma -18,7%). ABC alcanza en el primer semestre de 2010 un promedio de difusión de 256.733 ejemplares diarios, reduciendo el diferencial con El Mundo según datos de OJD a 41.508 ejemplares diarios.
- (ii) Los ingresos de publicidad (-2,4%) mantienen su ralentización en el ritmo de caída respecto de 1T10 (2T10 -0,3% vs. 1T10 -4,7%) y muestran una diferente evolución entre la prensa de pago (-4,9% edición impresa y digital) y Prensa Gratuita (-29,4% edición impresa y digital), los Suplementos y Revistas (+15,0%) e Internet (+27,5%).

Especialmente destacable es el crecimiento de Internet (+27,5%) que vuelve a registrar un mejor crecimiento que el mercado (+13,5% según Infoadex 1S10) y que actualmente representa el 10,6% de los ingresos de publicidad de VOCENTO.

La estrategia de VOCENTO se centra en sus marcas con contenido multicanal y en la convergencia Internet-Audiovisual. De esta forma, se amplía el mercado publicitario objetivo al soporte total de TV que es actualmente el de mayor cuota en España (Infoadex 2009 42%) y al de Internet que es el de mayor crecimiento (Infoadex 1S10 +13,5%):

- i. Internet: Captación de gran parte del presupuesto publicitario destinado a Internet por la migración off-online, reflejado, entre otros, en el crecimiento publicitario del área de clasificados en el primer semestre +47,4%.
  - ii. Audiovisual: los dos nuevos canales audiovisuales (MTV y "La 10") además de impactar en la fragmentación de audiencias permiten el acceso al presupuesto publicitario destinado no solo a TV autonómica y temática sino también a la generalista.
- (iii) Descenso en Otros Ingresos (-9,5%, pro forma -6,3%) debido principalmente a los menores ingresos por promociones en ABC y Prensa Regional (con el consecuente menor impacto en costes), al efecto perímetro en el área de Distribución por la desconsolidación de Distrirutas y Sector MD, al retraso en estrenos de cine que afectan al área de Contenidos y al descenso en el segmento B2B.

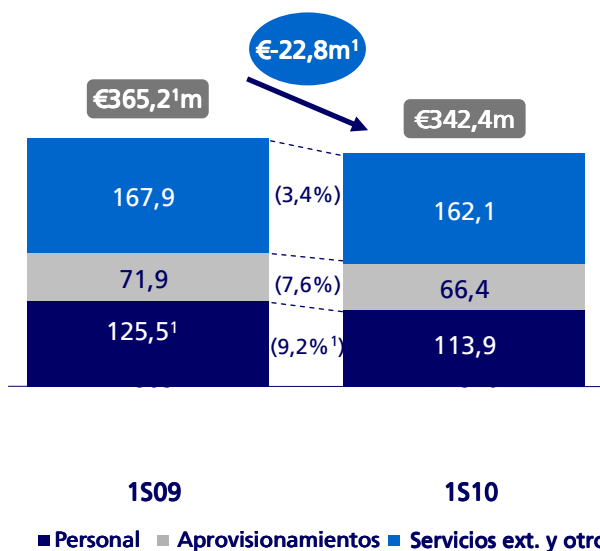
### **Gastos de explotación**

Las medidas de control y contención de costes, y la inversión en reestructuración realizada en 2008 y 2009 en todas las áreas, se traducen en una reducción de costes en el primer semestre de 2010 de -54.505 miles de euros, un descenso del -13,7% (-6,2% excluyendo la inversión en reestructuración acometida en 2009). Destacar los ahorros en gastos de personal (-27,5%, -9,2% excluyendo costes de reestructuración en 1S09 por -31.690 miles de euros), la reducción en aprovisionamientos (-7,6%), y en servicios exteriores y otros (-3,4%).

Por áreas, destacar (*más detalle en área de negocio*):

- (i) Medios Impresos (-52.646 miles de euros): ahorro de costes obtenido tras la inversión en reestructuración y otras medidas de contención del gasto realizada en el área en 1S09 por -30.412 miles de euros: ABC mejora en gastos de explotación -32.332 miles de euros (-5.956 miles de euros ex costes no recurrentes 1S09), Prensa Regional -13.500 miles de euros (9.705 miles de euros ex costes no recurrentes 1S09), Suplementos y Revistas -5.473 miles de euros y Prensa Gratuita -3.218 miles de euros.
- (ii) Audiovisual: estricto control de costes en TDT Autonómica y Radio con una reducción de gastos de explotación ajustado por perímetro 1S10 de Onda Ramblas del -16,6% (-1.888 miles de euros).
- (iii) Internet: el control de costes en el segmento de B2B (costes 1S10 -8,7%) compensa la mayor actividad derivada de la apuesta por el crecimiento en B2C.
- (iv) Otros Negocios: reducción gastos de explotación -8.643 miles de euros que ajustados por perímetro se mantienen prácticamente planos.
- (v) Estructura y Otros: la evolución del EBITDA (incremento de EBITDA negativo en -3.011 miles de euros) obedece, entre otros, a la provisión dotada por los planes de directivos aprobados en Junta General y a la Participación en beneficios del Consejo de Administración.

Gastos de explotación sin amortizaciones (€m)



Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 1S09 €-31,7m.

EBITDA

Incremento de EBITDA en el primer semestre de 2010 hasta 28.229 miles de euros comparado con -9.538 miles de euros en el mismo periodo de 2009 gracias al descenso de los gastos de explotación derivado del esfuerzo en contención y reducción de costes que absorbe el deterioro en ingresos.

EBITDA POR ÁREA (NIIF Miles de Euros)	1S10	1S09 <sup>3</sup>	Var Abs
Medios Impresos	23.310	(12.532)	35.843
Audiovisual	7.639	5.324	2.315
Internet	(259)	(1.544)	1.285
Otros Negocios	7.555	6.219	1.336
Estructura y Otros	(10.016)	(7.005)	(3.011)
<b>EBITDA</b>	<b>28.229</b>	<b>(9.538)</b>	<b>37.768</b>

Nota 3: incluye inversión en reestructuración 1S09 por importe de -31.690 miles de euros.

Resultado de explotación (EBIT)

En 1S09 el resultado por enajenación del inmovilizado incluye la plusvalía generada en la operación de venta de terrenos de ABC en enero 2009 por 21.376 miles de euros (hecho relevante del 10 de julio de 2008). El resultado de explotación en el primer semestre de 2010 es positivo y alcanza 5.331 miles de euros, una mejora de +14.784 miles de euros comparado con el EBIT del primer semestre 2009 sin ajustar por la citada plusvalía inmobiliaria.

Las amortizaciones del periodo se mantienen en -22.776 miles de euros, correspondientes principalmente a Contenidos -8.870 miles de euros, Medios Impresos -5.982 miles de euros, y en menor medida Impresión -3.540 miles de euros.

Diferencial financiero

En 1S09 se registró el cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros. Ajustado por dicho dividendo en 2009, el diferencial financiero en 1S10 se sitúa en un nivel similar al del mismo periodo de 2009 (-3.951 miles de euros y -3.229 miles de euros respectivamente).

**Impuesto sobre sociedades**

La evolución en el resultado de explotación determina el gasto por impuestos (-1.313 mil euros).

**Accionistas minoritarios**

La mejora de resultados en Prensa Regional, Suplementos, TDT Nacional y Radio explican la variación de -3.057 miles de euros respecto del primer semestre de 2009.

**Beneficio neto atribuible a la sociedad dominante**

El beneficio neto asciende a -3.712 miles de euros, una mejora de +13.528 miles de euros respecto al 2009 ajustado por la plusvalía neta de la venta de terrenos de ABC registrada el año anterior.

## Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1510	2009	Var abs	% Var
<b>Activos no Corrientes</b>	<b>697.777</b>	<b>701.167</b>	<b>(3.390)</b>	<b>(0,5%)</b>
Activo Intangible	270.188	277.267	(7.079)	(2,6%)
Propiedad, planta y equipo	237.154	230.352	6.802	3,0%
Part.valoradas por el método de participación	18.961	20.019	(1.058)	(5,3%)
Otros activos no corrientes	171.474	173.529	(2.055)	(1,2%)
<b>Activos Corrientes</b>	<b>323.297</b>	<b>349.339</b>	<b>(26.042)</b>	<b>(7,5%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	78.567	125.518	(46.951)	(37,4%)
Otros activos corrientes	241.039	220.130	20.909	9,5%
Activos mantenidos para la venta	3.691	3.691	0	0,0%
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.021.074</b>	<b>1.050.506</b>	<b>(29.432)</b>	<b>(2,8%)</b>
Patrimonio neto de la Sociedad Dominante	419.263	424.115	(4.852)	(1,1%)
Deuda financiera	177.186	200.197	(23.010)	(11,5%)
Otros pasivos	424.625	426.194	(1.569)	(0,4%)
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>1.021.074</b>	<b>1.050.506</b>	<b>(29.432)</b>	<b>(2,8%)</b>

*n.r.:* el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

*n.a.:* el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

*Se analizan aquellas variaciones significativas.*

### Patrimonio neto de la Sociedad Dominante

Durante el primer semestre de 2010 se han producido ampliaciones de capital en Radio Publi , S.L. y en Veralia Corporación de Productoras de Cine y Televisión, S.L., tras las cuales, las participaciones de VOCENTO pasan a ser del 79,21% y 69,99% respectivamente.

### Otros activos corrientes

La variación en el saldo de Otros activos corrientes se debe principalmente al incremento de clientes por mayor actividad en el primer semestre de 2010.

### Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -98.619 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 78.567 miles de euros. Las variaciones más significativas del semestre en el endeudamiento se deben a:

- (i) Salidas de caja en 1510 por -14.956 miles de euros correspondientes al plan de reestructuración realizado el pasado año.
- (ii) Inversiones en inmovilizado material e intangible con salida de caja por un total de -22.458 miles de euros.

Miles de Euros	NIIF			
	1510	2009	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	40.581	54.784	(14.203)	(25,9%)
Endeudamiento financiero a l.p.	136.606	145.413	(8.807)	(6,1%)
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>177.186</b>	<b>200.197</b>	<b>(23.010)</b>	<b>(11,5%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	78.567	125.518	(46.951)	(37,4%)
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>(98.619)</b>	<b>(74.679)</b>	<b>(23.941)</b>	<b>(32,1%)</b>

El endeudamiento a c/p incluye deuda con entidades de crédito por 32.702 miles de euros y otros pasivos con coste financiero corrientes por 7.879 miles de euros que incluyen planes de pensiones.

El endeudamiento a l/p incluye deuda con entidades de crédito por 115.419 miles de euros, vinculadas a deuda leasing relacionada con las plantas de impresión, Contenidos, Qué! y ABC, y otros pasivos con coste financiero no corrientes por 21.187 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

### Estado de flujo de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	1510	1509	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>(3.712)</b>	<b>131</b>	<b>(3.843)</b>	<b>n.r</b>
Ajustes resultado del ejercicio	32.893	(10.744)	43.637	(406,2%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante</b>	<b>29.181</b>	<b>(10.613)</b>	<b>39.794</b>	<b>(375,0%)</b>
Variación capital circulante	(6.713)	(19.521)	12.808	65,6%
Otras partidas a pagar	(29.166)	1.881	(31.047)	n.r
Impuesto sobre las ganancias pagado	(535)	(876)	341	38,9%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)</b>	<b>(7.233)</b>	<b>(29.129)</b>	<b>21.896</b>	<b>75,2%</b>
Adiciones al inm. material e inmaterial	(22.458)	(9.936)	(12.522)	(126,0%)
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	(1.722)	(3.239)	1.517	46,8%
Dividendos e intereses cobrados	1.080	11.913	(10.833)	(90,9%)
Otros cobros y pagos (inversión)	0	20.466	n.a	n.a
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)</b>	<b>(23.100)</b>	<b>19.204</b>	<b>(42.304)</b>	<b>(220,3%)</b>
Dividendos e intereses pagados	(6.799)	(7.857)	1.058	13,5%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	219	(7.267)	7.486	(103,0%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(10.036)	2.263	(12.299)	(543,5%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>(16.616)</b>	<b>(12.861)</b>	<b>(3.755)</b>	<b>(29,2%)</b>
<b>Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)</b>	<b>(46.949)</b>	<b>(22.786)</b>	<b>(24.163)</b>	<b>(106,0%)</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período</b>	<b>125.517</b>	<b>85.131</b>	<b>40.386</b>	<b>47,4%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>78.568</b>	<b>62.345</b>	<b>16.223</b>	<b>26,0%</b>

*n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.*

*n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.*

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a -7.233 miles de euros debido principalmente al resultado operativo del ejercicio, a la variación en el capital circulante y a otras partidas a pagar que incluye, entre otros, los pagos por la reestructuración realizada el pasado ejercicio (-14.956 miles de euros), por indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009 (-4.231 miles de euros), y por planes de pensiones (-4.767 miles de euros).

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -23.100 miles de euros debido a las inversiones en inmovilizado de la planta de Rotomadrid (salida de caja por -22.458 miles de euros relacionados con CAPEX).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -16.616 miles de euros y refleja en el epígrafe "Otros Cobros y pagos" la aportación de los minoritarios en la ampliación de capital de Veralia Corporación de Productoras de Cine y Televisión, S.L. (donde VOCENTO posee el 69,99%) y los pagos realizados por la compra de minoritarios en Las Provincias (ver Hecho Relevante de 30 de

noviembre de 2009). Adicionalmente, incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO, así como la amortización de deuda.

### Adiciones de inmovilizado material e intangible (CAPEX)

En el primer semestre de 2010, destacan las inversiones realizadas tanto en el área de otros negocios (inversiones de la planta de Rotomadrid y mejora en planta de impresión de Bepsa) como en Medios Impresos (inversiones en la redacción única de ABC).

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable (+513 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en el primer semestre de 2010 relacionadas con plantas de impresión.

	NIIF								
	1S10			1S09			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	511	5.203	5.714	1.148	1.882	3.030	(637)	3.321	2.684
Audiovisual	2.227	770	2.997	648	340	988	1.579	429	2.009
Internet	1.759	696	2.455	1.451	680	2.131	308	16	324
Otros Negocios	20	11.138	11.158	98	2.025	2.123	(78)	9.113	9.035
Estructura	166	482	648	33	527	560	133	(45)	88
<b>TOTAL</b>	<b>4.683</b>	<b>18.289</b>	<b>22.972</b>	<b>3.377</b>	<b>5.455</b>	<b>8.832</b>	<b>1.306</b>	<b>12.834</b>	<b>14.140</b>

### Información por área de actividad

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación por área de actividad.

<b>Miles de Euros</b>	<b>NIIF</b>			
	<b>1S10</b>	<b>1S09</b>	<b>Var Abs</b>	<b>Var %</b>
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Medios Impresos	247.703	264.505	(16.803)	(6,4%)
Audiovisual	60.809	57.677	3.132	5,4%
Internet	27.480	26.124	1.356	5,2%
Otros Negocios	99.264	106.571	(7.307)	(6,9%)
Estructura y Otros	(64.623)	(67.508)	2.885	4,3%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>370.633</b>	<b>387.370</b>	<b>(16.737)</b>	<b>(4,3%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Medios Impresos	23.310	(12.532)	35.843	286,0%
Audiovisual	7.639	5.324	2.315	43,5%
Internet	(259)	(1.544)	1.285	83,2%
Otros Negocios	7.555	6.219	1.336	21,5%
Estructura y Otros	(10.016)	(7.005)	(3.011)	(43,0%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>28.229</b>	<b>(9.538)</b>	<b>37.768</b>	<b>396,0%</b>
<b>Resultado Explotación</b>				
Medios Impresos	17.321	1.483	15.838	n.r.
Audiovisual	(2.517)	(2.970)	453	15,3%
Internet	(2.473)	(3.324)	851	25,6%
Otros Negocios	3.774	3.221	552	17,2%
Estructura y Otros	(10.775)	(7.864)	(2.911)	(37,0%)
<b>Total Resultado Explot.</b>	<b>5.331</b>	<b>(9.453)</b>	<b>14.784</b>	<b>156,4%</b>

*n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.*

*n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.*

## **Medios Impresos**

VOCENTO consolida el liderazgo indiscutible en prensa de información general según EGM (2ª Ola ac. 2010) con 4,6 millones de lectores.

### **Prensa Regional**

VOCENTO, en el área de Prensa Regional, es líder y referente en los mercados regionales en los que opera gracias al poder de prescripción y alto reconocimiento de sus marcas. Aunque la difusión de los diarios de información general ha venido experimentando un retroceso en sus cifras de circulación, los periódicos regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en la primera mitad del año 2010 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 26,3% (OJD primer semestre 2010), siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 10,8%.

En audiencia, la Prensa Regional de VOCENTO alcanza 2.319 miles de lectores según datos de EGM (2ª Ola ac. 2010) cerca de un millón de lectores sobre el siguiente grupo de comunicación regional.

La estrategia de VOCENTO durante la primera mitad del año 2010 sigue enfocada en: i) la transformación de un negocio de soportes a un negocio de marcas que permita acceder a nuevas audiencias en sus mercados, ii) la mejora continua del contenido y su componente audiovisual para captar nuevos anunciantes (i.e. gran consumo). Asimismo es fundamental la adaptación continua del modelo de negocio a la nueva realidad social y tecnológica resultando esencial la cercanía del medio con su comunidad, y iii) crecimiento en Internet vía liderazgo e integración de redacciones.

Para ello, la búsqueda de eficiencias es relevante manteniendo una estructura de costes ajustada ante el cambio de ciclo mediante, entre otros, la integración de redacciones o la generación de ingresos de las marcas en diferentes canales, la orientación hacia nuevos soportes, en todas sus versiones de movilidad, con el desarrollo de aplicaciones, contenidos de comunidad y participación que permiten adaptarse a las necesidades actuales de sus lectores.

### **Prensa Nacional- ABC**

ABC es el tercer diario nacional de España en número de ejemplares vendidos y máxima referencia en la historia de los siglos XX y XXI.

En la situación actual de crisis, ABC con una difusión de 256.733 ejemplares en el primer semestre de 2010 (OJD), registra un mejor comportamiento respecto del resto de la prensa nacional (ABC -4,0% vs. -5,0% del mercado ex Público, La Gaceta y ABC a efectos comparables) a la vez que reduce el diferencial con #2 a 41.508 ejemplares.

Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 751 mil lectores (2ª Ola ac. 2010) y es el único diario nacional que incrementa su cifra de audiencia: +3,2% comparado con el mercado de prensa nacional que retrocede -3,8% (ex Público, La Gaceta y ABC a efectos comparables).

Esta positiva evolución operativa se realiza manteniendo un equilibrio entre esfuerzo editorial y comercial y aplicación de medidas de contención y ahorro de costes ajustadas al ciclo actual.

ABC, dentro de la estrategia de refuerzo de la marca y del producto, ha realizado un lanzamiento conjunto ABC + ABC.es en junio 2010: i) la integración de sus redacciones y ii) desarrollo de contenidos y soluciones de movilidad compatibles con los nuevos soportes (iPad, i-phone, kindle de Amazon).

ABC ha continuado durante la primera mitad del año 2010 su intensa actividad social, cultural e institucional. Hechos representativos como la cobertura minuto a minuto del lanzamiento del iPad en España, el Festival de Cannes y Nómadas, la primera red social dedicada al mundo de la fotografía.

### **Prensa Gratuita- Qué!**

La prensa gratuita hace posible el acceso a nuevas audiencias que aportan una importante masa crítica. Qué! obtiene según 2ª Ola ac. EGM 2010 una audiencia de 1.547 miles de lectores.

En la primera mitad del año la compañía sigue centrada en la reducción de costes y ha centrado su presencia en los mercados más atractivos por ingresos publicitarios, alcanzando acuerdos comerciales con otros editores como respuesta al actual entorno publicitario. El desarrollo de la versión online del diario Que.es, se refleja en el crecimiento de su red social de noticias y en el lanzamiento reciente de su portal móvil. Que.es alcanza 1,25 millones de usuarios únicos según Nielsen Netview junio 2010.

### **Suplementos y Revistas**

VOCENTO edita cada semana el suplemento dominical líder en audiencia en España, XL Semanal y el suplemento femenino también más leído, Mujer Hoy.

Según datos de EGM, VOCENTO mantiene en la primera mitad del 2010 su liderazgo en el sector de suplementos de información general (XL Semanal, Mujer Hoy, Hoy Corazón y Pantalla Semanal) y en revistas especializadas (Inversión y Finanzas). Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan según EGM una audiencia de 5.721 mil lectores con un claro liderazgo de XLSemanal y Mujerhoy sobre sus competidores.

La gran cobertura sobre el territorio español, la calidad periodística de sus contenidos y la distribución semanal de los suplementos con marcas de periódicos de absoluta referencia en cada área de influencia, son valores que convierten a los suplementos de VOCENTO en vehículos publicitarios imprescindibles con mayor fuerza si cabe en un entorno de fragmentación de las audiencias.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Medios Impresos.

Miles de Euros	NIIF			
	1S10	1S09	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Prensa Regional	151.663	162.795	(11.132)	(6,8%)
Prensa Nacional	79.419	81.593	(2.175)	(2,7%)
Suplementos y Revistas	27.744	30.321	(2.578)	(8,5%)
Prensa Gratuita	6.378	9.174	(2.796)	(30,5%)
Eliminaciones	(17.501)	(19.378)	1.877	9,7%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>247.703</b>	<b>264.505</b>	<b>(16.803)</b>	<b>(6,4%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Prensa Regional	27.223	24.855	2.368	9,5%
Prensa Nacional	(7.004)	(37.161)	30.157	81,2%
Suplementos y Revistas	4.593	1.698	2.895	170,5%
Prensa Gratuita	(1.502)	(1.924)	422	21,9%
<b>Total EBITDA</b>	<b>23.310</b>	<b>(12.532)</b>	<b>35.843</b>	<b>286,0%</b>
<b>Resultado Explotación</b>				
Prensa Regional	24.016	21.588	2.428	11,2%
Prensa Nacional	(9.658)	(19.671)	10.012	50,9%
Suplementos y Revistas	4.444	1.485	2.959	199,2%
Prensa Gratuita	(1.480)	(1.919)	439	22,9%
<b>Total Resultado Explot.</b>	<b>17.321</b>	<b>1.483</b>	<b>15.838</b>	<b>n.r.</b>

*n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.*

*n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.*

*Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Pantalla Semanal, Mujer Hoy y Hoy Corazón) que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, y b) por los ingresos derivados de la venta y reparto de suscripciones entre los diferentes periódicos de VOCENTO.*

**Ingresos de Explotación:** asciende a 247.703 miles de euros comparado con 264.505 miles de euros en el mismo periodo de 2009. La Prensa Regional aporta 151.663 miles de euros (-6,8%), ABC 79.419 miles de euros (-2,7%), Suplementos y Revistas 27.744 miles de euros (-8,5%, -4,6% pro forma ajustado por perímetro de revistas corporativas en 1S09), mientras Prensa Gratuita aporta 6.378 miles de euros (-30,5%).

**Ventas de Ejemplares:** asciende a 111.937 miles de euros (-4,6%).

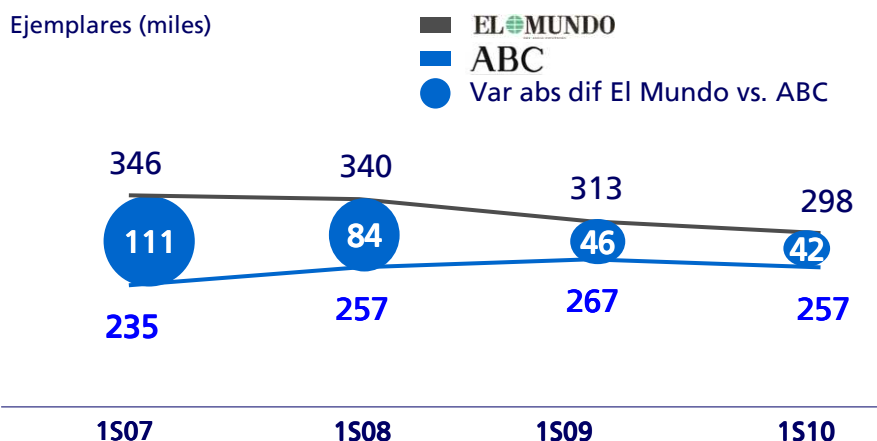
La Prensa Regional registra unas ventas de 68.849 miles de euros (-5,8%) reflejo de la menor difusión. Los periódicos regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en el primer semestre de 2010 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 26,3% (OJD 1S10).

Destacar que durante el primer semestre de 2010 los precios de cabecera se han mantenido por lo general sin cambios sobre el mismo periodo del año anterior, incrementándose el gap con la prensa nacional a 0,1 euros de lunes a viernes y a 0,5 euros los domingos.

ABC contribuye con 41.355 miles de euros (+2,2%) compensado la caída en difusión con incremento de precios (+0,1 euros de lunes a viernes y +0,20 euros en domingos) y confirmando la mejor evolución de difusión relativa de ABC comparado con El Mundo.

ABC reduce a una tercera parte el diferencial con El Mundo en los últimos tres años: gap de 41.508 ejemplares en el primer semestre de 2010 vs. 111.085 ejemplares en el mismo semestre de 2007.

### Evolución de la difusión de El Mundo vs. ABC



Fuente: Difusión media OJD (datos 2010 no auditados).

Suplementos y Revistas aporta 13.840 miles de euros (-22,5%) debido a la salida del negocio de revistas corporativas en 2009 (venta de ejemplares pro forma -18,7%), la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos, y al descenso en la difusión de la revista (Inversor y Finanzas.com) reflejo de la estrategia de VOCENTO enfocada en la captación de ingresos derivada de la migración de marcas al soporte de Internet.

**Ventas de Publicidad:** asciende a 108.545 miles de euros, -6,5% comparado con el mismo periodo de 2009: Prensa Regional 63.248 miles de euros (-8,7% vs. -27,8% en 1S09); ABC 26.825 miles de euros (-1,6% vs. -26,7% en 1S09). Los ingresos de publicidad de Suplementos y Revistas, 12.256 miles de euros, +15,0% se han visto favorecidos por su perfil de nicho diferenciado y por la amplia cobertura de los Suplementos por encima del +3,2% que según Infoadex 1S10 alcanza el mercado. Por último, los ingresos publicitarios de Qué! (6.235 miles de euros, -30,6%) muestran el adverso entorno publicitario de la prensa gratuita.

Destacar la mejor evolución en publicidad de ABC que el mercado de prensa: ABC -1,6% vs. mercado -2,4% según Infoadex 1S10.

Los ingresos por clasificados en papel representan el 8,2% de las ventas de publicidad (excluidos esquelas y cartelera) comparado con el 30,1% de peso de clasificados en Internet. Estas cifras reflejan la positiva captación de los ingresos publicitarios derivados de la migración de clasificados en papel a Internet.

**Otros Ingresos:** asciende a 27.221 miles de euros (-12,6%), reflejo de los menores ingresos por la disminución del número de promociones en Prensa Regional y ABC durante el primer semestre de 2010 que supone un ahorro en costes similar.

**EBITDA:** asciende a 23.310 miles de euros en el primer semestre de 2010, comparado con -12.532 miles de euros en el mismo periodo de 2009, con una mejora en todos los segmentos del área de negocio gracias a la reducción de costes:

**Detalle de gastos de explotación por área del segmento**

<b>Costes explotación (NIIF miles de euros)</b>	<b>1S10</b>	<b>1S09 <sup>1</sup></b>	<b>Var Abs</b>	<b>Var %</b>
Prensa Regional	124.440	134.145	(9.705)	(7,2%)
Prensa Nacional	86.423	92.379	(5.956)	(6,4%)
Suplementos y Revistas	23.151	28.614	(5.463)	(19,1%)
Prensa Gratuita	7.880	10.866	(2.986)	(27,5%)
Medios Impresos <sup>2</sup>	224.392	246.626	(22.234)	(9,0%)

*Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración por importe de -30.412 miles de euros.*

*Nota 2: incluye eliminaciones.*

- (i) Prensa Regional: alcanza EBITDA de 27.223 miles de euros, +2.368 mil euros sobre el primer semestre de 2009. Las medidas de control de costes y la reestructuración realizada en 2009 se reflejan en una reducción de costes del -7,2% (mejora de costes -9.705 miles de euros ajustado por inversión en reestructuración de -3.795 miles de euros) compensándose el impacto de la caída de publicidad. Destaca la reducción de costes de personal (-9,5% ajustado por costes de reestructuración), en comparación con el mismo periodo de 2009.

Estos ahorros permiten mejorar la rentabilidad de Prensa Regional alcanzando un margen EBITDA en el primer semestre de 2010 del 17,9%, +2,7 p.p. sobre el primer semestre de 2009 (+0,4 p.p. de mejora en margen EBITDA ajustado por inversión en reestructuración), a pesar del ciclo actual.

- (ii) ABC: reducción del EBITDA negativo +30.157 miles de euros hasta -7.004 miles de euros gracias a los efectos de las medidas de reducción de costes. Los gastos de personal se reducen un -35,4% excluyendo la inversión en reestructuración del 1S09 que ascendió a -26.376 miles de euros.
- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA de 4.593 miles de euros. Destaca la reducción de gastos de explotación por -5.463 miles de euros (-4.318 miles de euros ajustados por perímetro) que permite mejorar la rentabilidad del segmento alcanzando un margen EBITDA en el primer semestre de 2010 del 16,6% vs. 5,6% en el primer semestre de 2009.
- (iv) Prensa Gratuita: a pesar de la caída en publicidad, el EBITDA mejora en +422 miles de euros hasta -1.502 miles de euros, gracias a las medidas de optimización de costes adoptadas que reducen los gastos de explotación un -27,5% o -2.986 miles de euros.

## **Audiovisual**

Tras el apagón analógico producido el pasado mes de abril de 2010, VOCENTO se posiciona como un "jugador" más en el panorama audiovisual. VOCENTO opera de forma integrada en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de TDT, y diferentes licencias de TDT autonómica, una cadena generalista de radio, Punto Radio, así como con la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

### **• TDT- Televisión Digital Terrestre**

VOCENTO compite con el respaldo de licencias TDT nacionales y autonómicas, un recurso escaso y de gran valor, que permiten posicionarse de cara a los retos del nuevo panorama digital. El pasado día 16 de mayo, VOCENTO realiza el lanzamiento de una nueva marca "La 10" que apuesta por contenidos de proximidad, apoyados en un posicionamiento multimedia y multisoprote.

## **Mercado Nacional**

VOCENTO a través de su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV") es uno de los seis operadores privados que cuenta con una licencia de TDT Nacional y en la actualidad emite dos canales de TDT: Canal Disney e Intereconomía TV.

Desde el 1 de abril se produce el "apagón analógico" lo que significa que todos los canales de televisión emiten en TDT, por lo que las licencias de VOCENTO tanto en el ámbito nacional como autonómico están ya en igualdad de condiciones de cobertura y antenización que el resto de los operadores.

A partir de septiembre de 2010, y tras la concesión por Consejo de Ministros en julio de 2010 del multiplex completo, VOCENTO dispondrá a nivel nacional de un ancho de banda adicional al actual para el lanzamiento de dos canales de televisión adicionales; con este proceso los 6 operadores privados dispondrán cada uno de 4 canales o lo que es lo mismo la capacidad equivalente a un multiplex digital.

VOCENTO contará con 2 nuevos canales además de Disney Channel e Intereconomía: "La 10" que adquiere cobertura nacional con una oferta televisiva generalista y familiar, dando cabida a la actualidad informativa, el entretenimiento, la ficción, la cultura y el debate político; y MTV, una de las cadenas dirigidas al público juvenil más seguidas en todo el mundo, que se podrá ver en abierto por primera vez en España.

VOCENTO comparte accionariado en NET TV con The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20%). Disney Channel alcanza en el mes de junio de 2010 una cuota en TDT del 2,4%, siendo líder dentro de los canales temáticos objeto de target publicitario. (Fuente: Kantar Media)

## **Mercado Autonómico**

VOCENTO tiene una posición privilegiada al tener licencias en los mercados más relevantes desde el punto de vista publicitario: Madrid, Comunidad de Valencia, Andalucía y presencia en La Rioja, Murcia y País Vasco.

### **• Radio**

Punto Radio es una cadena radiofónica de ámbito nacional, que opera tanto a través de concesiones radiofónicas propias, como de terceros en régimen de asociación.

Durante la primera mitad del año 2010, la radio sigue centrando sus esfuerzos en tres elementos esenciales del negocio: la expansión y consolidación de la cobertura, la evolución de la programación y los contenidos y el continuo esfuerzo de ajuste de estructuras para responder al actual entorno económico y de competencia.

No obstante, de la amplia cobertura lograda, donde la cadena cuenta con una destacada presencia en todas las comunidades autónomas, el progresivo despliegue del plan técnico, todavía pendiente en algunos territorios, unido a los buenos resultados obtenidos por Punto Radio en aquéllas que ya han fallado sus respectivos concursos permite ser optimista respecto de futuras mejoras en la cobertura de la cadena. Asimismo la reciente adquisición de Onda Ramblas en Cataluña no solo aporta la titularidad de nuevos activos radiofónicos, sino que proporciona nuevas herramientas para competir en términos de rentabilidad económica.

Por otro lado la cadena continúa centrada en la continua evolución de su parrilla con comunicadores como Luis del Olmo o Felix Madero y en las continuas necesidades que demandan la realidad y las audiencias. Como consecuencia de estas actuaciones, Punto Radio consolida su audiencia en 2010 por encima de 560.000 oyentes con un crecimiento del +7,3% comparado con el año anterior (según promedio de olas EGM 2009/10).

Por último merece una atención la posición de VOCENTO dentro de la radio digital, donde mantiene dos concesiones de radio digitales en eMedia, y en Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A.

#### • Producción Audiovisual y Distribución.

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción y distribución de películas) se configura en torno a Veralia, holding de productoras audiovisuales que agrupa las productoras BocaBoca Producciones, Europroducciones (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia), Hill Valley (participación del 70%), y Videomedia (participación del 30%) y la distribuidora cinematográfica Tripictures.

Durante la primera mitad del año, los objetivos siguen centrados en la captación de nuevas audiencias derivadas de la cada vez mayor convergencia Internet-audiovisual, la diversificación de clientes en las productoras y obtención de sinergias en costes. La aparición de nuevos canales de TDT tanto nacionales como autonómicos, así como nuevas formas de distribución de los contenidos por ADSL, móvil y dispositivos inalámbricos hará que se multiplique la oferta televisiva con proliferación de cadenas y podría suponer una oportunidad de negocio ante la demanda de nuevos contenidos.

Las productoras de VOCENTO han cosechado éxitos durante esta temporada, con la producción de Guinness (emitido en Italia, Polonia y Grecia), Gana tu suerte, A tu Vera, La Hora de José Mota, 21 Días, Muchachada Nui o la producción de Miniseries para TV como El Pacto o Adolfo Suárez.

En la actualidad tiene entre desarrollo, preproducción, producción y emisión 33 formatos diferentes.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área Audiovisual.

Miles de Euros	NIIF			
	1S10	1S09	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
TDT Autónoma y Local	4.861	5.870	(1.009)	(17,2%)
TDT Nacional	12.825	8.871	3.954	44,6%
Radio	9.881	8.491	1.390	16,4%
Contenidos	37.247	35.923	1.324	3,7%
Eliminaciones	(4.005)	(1.478)	(2.527)	(171,0%)
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>60.809</b>	<b>57.677</b>	<b>3.132</b>	<b>5,4%</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT Autónoma y Local	(2.453)	(1.423)	(1.030)	(72,4%)
TDT Nacional	2.259	1.229	1.029	83,7%
Radio	(1.593)	(2.888)	1.295	44,8%
Contenidos	9.426	8.406	1.020	12,1%
<b>Total EBITDA</b>	<b>7.639</b>	<b>5.324</b>	<b>2.315</b>	<b>43,5%</b>
<b>Resultado Explotación</b>				
TDT Autónoma y Local	(3.189)	(1.920)	(1.269)	(66,1%)
TDT Nacional	2.259	1.229	1.029	83,7%
Radio	(2.117)	(2.511)	394	15,7%
Contenidos	531	232	299	129,0%
<b>Total Resultado Explot.</b>	<b>(2.517)</b>	<b>(2.970)</b>	<b>453</b>	<b>15,3%</b>

*n.r.:* el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

*n.a.:* el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

*Nota:* Las eliminaciones se producen por la venta de programas de las productoras a la TDT Nacional y a la Radio.

**Ingresos de Explotación:** alcanza 60.809 miles de euros, +5,4% en el primer semestre de 2010 debido a la positiva evolución de TDT Nacional, mayor actividad de las productoras en Contenidos, e incremento de la publicidad en Radio por la incorporación al perímetro 1T10 de la red catalana de radio Onda Ramblas.

Los ingresos de TDT Autónoma y Local, alcanzan 4.861 miles de euros (-17,2%). La mayor actividad en TDT Autónoma (desde mediados de mayo de 2010) compensa parcialmente el impacto de la desinversión selectiva en TV Local.

En TDT Nacional se produce una mejora de los ingresos de +3.954 miles de euros hasta 12.825 miles de euros, por la positiva evolución de los canales de Net TV.

En Radio se alcanzan unos ingresos de 9.881 miles de euros (+16,4%, -5,6% excluyendo Onda Ramblas).

Contenidos alcanza 37.247 miles de euros (+3,7%), registrando un comportamiento mixto: mayor actividad de las productoras, especialmente de su actividad internacional e impacto negativo del retraso de estrenos de la distribuidora de cine. Por otro lado, destacar que la estrategia de diversificación iniciada el pasado año supone que entre los clientes de las productoras existan canales generalistas (Cuatro), temáticos (Antena 3 Neox), autonómicos (Canal Sur), internacionales (Canale 5 en Italia), producción interna (Disney Channel ó La 10) e incluso nuevos soportes (Terra).

**EBITDA:** progresiva eficiencia con una mejora en EBITDA de +2.315 miles de euros con positivo por el esfuerzo realizado en reducción de costes:

- (i) TDT Autonómica y Local: EBITDA -2.453 miles de euros, las medidas de control de costes y desinversiones selectivas en televisiones locales compensan parcialmente el impacto en costes de programación del proyecto audiovisual "La 10".
- (ii) TDT Nacional: EBITDA de 2.259 miles de euros el primer semestre de 2010, prácticamente duplicando el resultado del mismo periodo del año anterior, lo que pone de manifiesto la rentabilidad del modelo de negocio en TDT. Destaca la mejora de márgenes de +3,8 p.p. 1S10 hasta 17,6% comparado con 1S09 13,9%.
- (iii) Radio: reducción del EBITDA negativo en +1.295 miles de euros, tras la incorporación al perímetro de Onda Ramblas y la reducción de costes.
- (iv) Contenidos: EBITDA 9.426 miles de euros, reflejando la mayor actividad del área. Se produce un mejora de rentabilidad (margen EBITDA 25,3%, +1,9 p.p.) consecuencia, entre otros, de la centralización de servicios corporativos y optimización de estructuras.

**Resultado de Explotación:** (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a -2.517 miles de euros (mejora de +453 miles de euros comparado con el mismo periodo de 2009), que incluyen amortizaciones por -8.870 miles de euros del segmento de Contenidos.

## Internet

Ante los cambios en los hábitos de consumo de la información con la aparición de nuevos canales, y la necesidad de movilidad, simultaneidad e interactividad, VOCENTO, apoyado en la fortaleza y reconocimiento de sus marcas, continúa reafirmando su posicionamiento en Internet.

Su doble carácter nacional y local, y su perfil multimedia permite explotar toda una red online compuesta por: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto las cabeceras regionales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (finanzas.com, HoyCinema, mujerhoy.com...), Clasificados (infoempleo.com, pisos.com y Autocasion.com, y Directorios (11870.com). La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarnet, compañía que ofrece soluciones de conectividad a empresas.

La estrategia de VOCENTO en Internet se basa en tres ejes fundamentales: mejora de contenidos online, desarrollo de red de clasificados, y nuevos canales de comunicación con la audiencia.

- (i) Mejora de contenidos online: destaca el rediseño de ABC.es, donde se ha remodelado la página web considerando las nuevas aplicaciones para el iPad, el iPhone y los smartphones, con el objetivo de acercar todavía más el periodismo al futuro (e.g. incorporación de más de 20 corresponsales de la edición papel, videoblogs del director de ABC Ángel Expósito, o de firmas de referencia como Carlos Herrera), mediante una información rigurosa y de calidad dónde, cuándo y cómo el lector quiera.
- (ii) Impulsar una red de clasificados nacional a través de la red de marcas de consumo local. Vocento está presente en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet. En el de motor con autocasion.com, en el de empleo con Infoempleo.com y en el inmobiliario con pisos.com. Estos nuevos soportes están reforzados por las versiones off-line de los medios Nacionales y Regionales de Vocento que permiten consolidar una oferta marcada por la experiencia y el conocimiento.
- (iii) En cuanto a los nuevos dispositivos en el mercado ABC ha sido el primer medio de comunicación español en estar presente en el iPad (tablet de Apple) que abre nuevas oportunidades de negocio. Como ya hizo para el iPhone, ABC ha optado por desarrollar una versión de su aplicación para el iPad, que aproveche sus prestaciones para la lectura del periódico, junto con las ventajas que proporciona en sus versiones 3G y Wifi, la actualización de la última hora al minuto y la visualización de los contenidos audiovisuales para llevar su información, su opinión, sus firmas y sus servicios allí donde se demanden. Además ABC también está disponible a través del kindle (libro electrónico de Amazon).

VOCENTO confirma de nuevo su liderazgo en Internet entre las compañías de medios de comunicación con una audiencia de diez millones de usuarios y un crecimiento en usuarios únicos mes del +7,1% según datos de Nielsen NetView a junio 2010, con crecimiento en el conjunto de todos sus segmentos de negocio: Ediciones Digitales, Portales Verticales, Clasificados y Directorios, y se refleja en la aportación creciente en los ingresos de publicidad del grupo que representa el 10,6% del total.

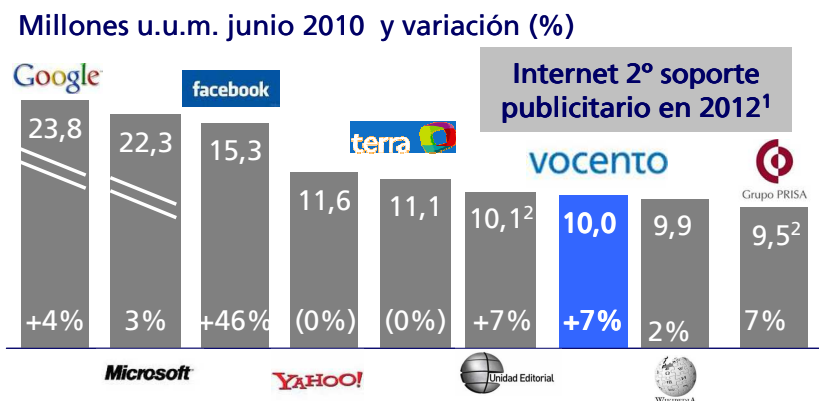
ABC.es incrementa su tráfico en el mes un +5,0%, comparado con descensos de Elpais.com y elmundo.es. El portal recorta distancia al líder de su categoría y gana cuota entre sus competidores (+1,4p.p, cuota del 23,2% en junio 2010 vs. 21,9% en junio 2009).

Los portales de clasificados con solidan su posición en top3 en las categorías clave: inmobiliario (pisos.com top#3), motor (autocasión top#3,) y empleo (Infoempleo top#2).

Entre los portales verticales destaca HoyCinema que lidera su categoría con 1.168 miles de usuarios y que se sitúa en el top#5 con 1.700 descargas en i-tunes, primera experiencia de pago por aplicación de VOCENTO.

Por último, 11870.com, apuesta por el negocio de ocio y directorios, alcanza 858 mil usuarios únicos mes con un crecimiento del +15,6% comparado con junio 2009.

A continuación incluimos el ranking Nielsen Netview de audiencias en Internet junio 2010:



Fuente: Nielsen Net view. Nota 1: Zenith Optimedia julio 2010. Nota 2: impacto Mundial de fútbol en Marca (+20%) y As (+14%).

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Internet.

	NIIF			
Miles de Euros	1S10	1S09	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Ediciones Digitales	9.933	8.746	1.186	13,6%
Portales Verticales	1.623	2.097	(474)	(22,6%)
Clasificados	6.960	5.940	1.020	17,2%
B2B	9.636	10.253	(617)	(6,0%)
Eliminaciones	(671)	(912)	241	26,4%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>27.480</b>	<b>26.124</b>	<b>1.356</b>	<b>5,2%</b>
<b>EBITDA</b>				
Ediciones Digitales	(562)	(1.252)	690	55,1%
Portales Verticales	(261)	(588)	327	55,6%
Clasificados	(1.671)	(1.848)	176	9,5%
B2B	2.236	2.144	91	4,3%
<b>Total EBITDA</b>	<b>(259)</b>	<b>(1.544)</b>	<b>1.285</b>	<b>83,2%</b>
<b>Resultado Explotación</b>				
Ediciones Digitales	(1.077)	(1.630)	553	33,9%
Portales Verticales	(567)	(834)	267	32,0%
Clasificados	(2.516)	(2.503)	(13)	(0,5%)
B2B	1.688	1.644	44	2,7%
<b>Total Resultado Explot.</b>	<b>(2.473)</b>	<b>(3.324)</b>	<b>851</b>	<b>25,6%</b>

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

Nota: Las principales eliminaciones provienen del servicio de conectividad se producen fundamentalmente entre Sarenet (B2B) y el resto de las sociedades que componen el área de actividad de Internet.

**Ingresos de Explotación:** ascienden a 27.480 miles de euros (+5,2%). El notable crecimiento en publicidad (+27,5%) compensa el descenso de otros ingresos por la menor actividad en B2B (impactado y reflejan el foco estratégico de B2C en el negocio publicitario).

**Venta de Publicidad:** incremento del +27,5% hasta 14.584 miles de euros resultado del crecimiento en usuarios únicos mensuales, el desarrollo de una red comercial de Clasificados con un posicionamiento líder de las marcas de VOCENTO en la categoría de noticias y la estrategia de marca que permite la migración off-online del anunciante.

El peso de los ingresos por publicidad de Internet contribuye el 10,6% de la venta de publicidad de VOCENTO. El crecimiento por segmento de negocio: Ediciones Digitales +18,1% (ABC.es +28,0%), Portales Verticales +15,4% y Clasificados +47,4%.

El crecimiento en ingresos publicitarios de Clasificados del +47,4% compara con un crecimiento del mercado de Internet del +13,5%, según los datos Infoadex del primer semestre de 2010. En el primer semestre de 2010, el peso de los ingresos por clasificados online supone el 30,1% de la venta de publicidad en Internet.

**Otros Ingresos:** alcanza 12.862 miles de euros un descenso del -12,0%, por la menor actividad en B2B, y el foco estratégico de VOCENTO en el modelo de negocio publicitario en Ediciones Digitales y Portales Verticales.

**EBITDA:** alcanza -259 miles de euros, produciéndose una mejora de EBITDA y de rentabilidad en todas las áreas. En Ediciones Digitales y Clasificados, se absorbe el incremento de costes derivado de la apuesta estratégica y continuo desarrollo de las áreas por el mejor comportamiento publicitario. En el área de B2B se compensan los menores ingresos con ahorro de costes.

## **Otros Negocios**

Adicionalmente a las actividades en Medios Impresos, Audiovisual e Internet mencionadas anteriormente, VOCENTO desarrolla los siguientes negocios: Impresión, Distribución, y Otras Participadas vinculadas con la multimedia regional.

Dentro de las principales actividades destaca Comeco Impresión y Distribuciones Comecosa cuyo negocio está vinculado al área de Medios Impresos. A finales de 2006, se puso en marcha el plan de segregación de centros de impresión de ciertos periódicos regionales, junto con otros grupos editoriales, o en solitario para, por un lado, liberar de operaciones industriales al editor, y por otro realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión, así como las posibilidades de encartes y manipulados.

Dentro del citado proceso de segregación, destacar que desde el mes de noviembre de 2009 la impresión del diario ABC se produce en la nueva planta de Rotomadrid que comercialmente permite la impresión del diario en "full colour".

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Otros Negocios.

Miles de Euros	NIIF			
	1S10	1S09	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Distribucion	75.349	85.980	(10.631)	(12,4%)
Impresión	20.941	14.982	5.959	39,8%
Otras Participadas	3.144	6.093	(2.948)	(48,4%)
Eliminaciones	(170)	(484)	314	64,9%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>99.264</b>	<b>106.571</b>	<b>(7.307)</b>	<b>(6,9%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Distribucion	1.329	1.383	(54)	(3,9%)
Impresión	6.229	4.777	1.453	30,4%
Otras Participadas	(3)	59	(62)	(105,4%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>7.555</b>	<b>6.219</b>	<b>1.336</b>	<b>21,5%</b>
<b>Resultado Explotación</b>				
Distribucion	1.136	1.147	(11)	(0,9%)
Impresión	2.690	2.085	604	29,0%
Otras Participadas	(53)	(11)	(41)	(367,2%)
<b>Total Resultado Explot.</b>	<b>3.774</b>	<b>3.221</b>	<b>552</b>	<b>17,2%</b>

*n.r.:* el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

*n.a.:* el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

*Nota:* Las eliminaciones que se producen se deben: a) la distribución de los gratuitos por parte de las distribuidoras y b) a la eliminación de la impresión de los gratuitos.

**Ingresos de Explotación:** alcanzan 99.264 miles de euros, -6,9%, debido a la vinculación de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos y, especialmente al impacto en perímetro de consolidación derivado de la incorporación en 1S10 de Rotomadrid y la salida en 1S09 de Distrirutas y Sector MD (ingresos pro forma -0,6%).

**EBITDA:** asciende a 7.555 miles de euros, +21,5% de mejora respecto al primer semestre de 2009. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 6.229 miles de euros, debido a la incorporación de la actividad de la planta que imprime ABC y Qué (Rotomadrid) que obtiene un EBITDA de 2.327 miles de euros. Esta mejora debería analizarse junto al resultado de ABC, dado que antes de la segregación de la planta en 2009, dicho resultado se registraba dentro de la cabecera. En Distribución, el EBITDA alcanza 1.329 miles de euros compensándose la menor actividad en Distribución con un esfuerzo en costes, y la diversificación en la distribución de productos (revistas).

## Principales datos operativos

### Medios Impresos

Datos de Difusión Media	1S10	1S09	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	256.733	267.359	(10.626)	(4,0%)
Prensa Regional	429.392	463.756	(34.365)	(7,4%)

Fuente: OJD. Datos 2009 certificados

Audiencia ('000)	2ª Ola 10	2ª Ola 09	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	751	728	23	3,2%
Prensa Regional	2.319	2.565	(246)	(9,6%)
Suplementos	5.648	5.795	(147)	(2,5%)
Inversión y Finanzas	73	117	(44)	(37,6%)

**Prensa Gratuita-Qué** 1.547 1.885 (338) (17,9%)

Fuente: EGM Olas Acumuladas. Datos de Prensa Regional y suplmentos como suma de de los periódicos y suplementos

### Audiovisual

Mercado TDT Nacional	1S10	1S09	Var Abs
Cuota audiencia Disney Channel <sup>(1)</sup>	2,4%	1,5%	0,9 p.p.

PUNTO RADIO	2010	2009	Var Abs	Var%
Oyentes (L-V) <sup>(2)</sup>	569	530	39	7,3%

Fuentes:

(1) Kantar Media último mes (2) Promedio olas EGM- Radio XXI

### Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	jun-10	jun-09	Var Abs	Var%
Vocento	9.960	9.303	657	7,1%

Fuente: Nielsen Net View

## **RETRIBUCIÓN AL ACCIONISTA**

Según se comunicó a la CNMV en Hecho Relevante de 30 de julio de 2008, los accionistas de VOCENTO aprobaron en la Junta General Extraordinaria la distribución de reservas en especie de 14.878.258 acciones de Telecinco, equivalentes al 6,0% de su capital social, y una distribución de reservas en metálico de 6.585 miles de euros, lo que supuso adelantar el dividendo correspondiente a los ejercicios 2008 y 2009 y modificar la política de dividendos comunicada al mercado (75% pay out).

En el período de seis meses terminado el 30 de junio de 2010 la Sociedad no ha repartido ningún dividendo.

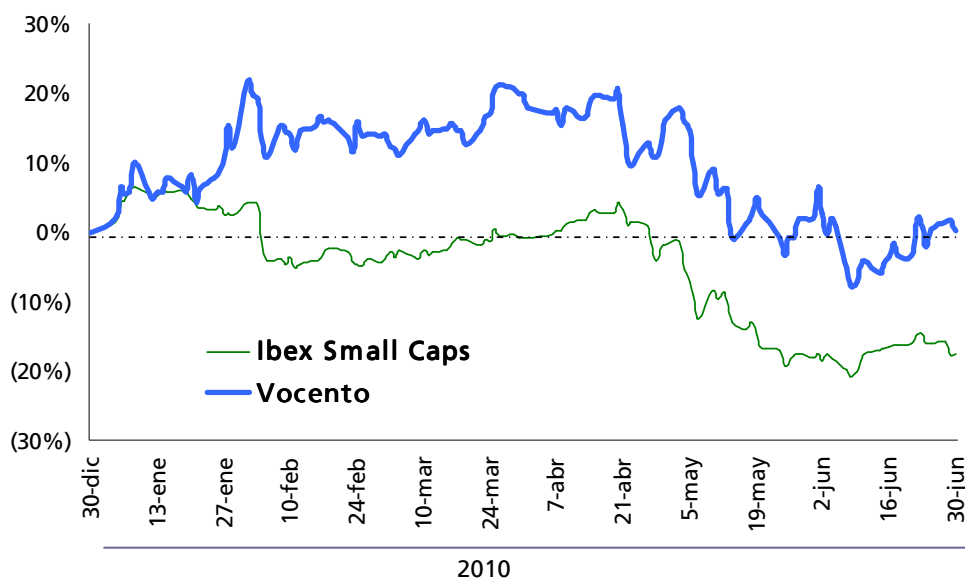
## **ACCIONES PROPIAS**

Con fecha 14 de diciembre de 2009 VOCENTO ha adquirido 1.249.703 acciones que representan el 1% del capital social (ver Hecho Relevante 14 de diciembre de 2009) con un desembolso de 4.812 miles de euros. Tras esta operación, la posición de autocartera asciende al 2,81% del capital de la compañía (3.508.086 acciones) registradas en balance minorando fondos propios por un importe de 32.171 miles de euros a 30 de junio de 2010.

## **EVOLUCION DE LA ACCION**

La acción de VOCENTO ha cerrado el primer semestre de 2010 con una cotización de 3,94 euros por acción, que corresponde a una capitalización bursátil de 491,8 millones de euros a 30 de junio de 2010.

Los títulos de VOCENTO cotizan en las bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. A continuación se muestra la evolución relativa de la cotización de VOCENTO versus IBEX Small Caps en el primer semestre de 2010:



Fuente: Infobolsa

## **PLAN DE DIRECTIVOS**

La Junta General de Accionistas celebrada el 29 de abril 2009 acordó aprobar un nuevo plan de La Junta General de Accionistas celebrada el 29 de abril 2009 acordó, aprobar un plan de incentivos dirigido al consejero ejecutivo, altos directivos y directivos de Vocento que consiste en el establecimiento de una retribución variable única, equivalente al 25% de la retribución fija anual de

cada directivo afecto al plan (excepto para el Consejero Delegado, que ascenderá al 50% del importe de su retribución fija), y cuya liquidación será el 75% en metálico y el resto en acciones de Vocento, S.A., vinculada al cumplimiento del resultado de explotación presupuestado para el ejercicio 2011. En el caso del Consejero Delegado del Grupo, el 100% de la retribución variable será liquidada en acciones.

En el momento del establecimiento del plan el número máximo de acciones a utilizar para la liquidación del citado plan ascendía a 460.361 acciones.

Adicionalmente, la Junta General de Accionistas celebrada el 14 de abril 2010 acordó un nuevo plan de incentivos con características similares al aprobado en el ejercicio 2009. Este nuevo plan sigue estando dirigido al consejero ejecutivo, altos directivos y directivos de Vocento y consiste en el establecimiento de una retribución variable única, y cuya liquidación será el 75% en metálico y el resto en acciones de Vocento, S.A., vinculada al cumplimiento del resultado de explotación presupuestado para el ejercicio 2012. En el caso del Consejero Delegado del Grupo, el 100% de la retribución variable será liquidada en acciones.

En el momento del establecimiento del plan el número máximo de acciones a utilizar para la liquidación del citado plan asciende a 408.001 acciones.

De acuerdo con la valoración de ambos planes al 30 de junio de 2010, el Grupo ha registrado un abono por importe de 690 y 278 miles de euros en los epígrafes "Provisiones para pagos basados en acciones" y "Reservas – Reservas para pagos basados en acciones", respectivamente, del balance de situación resumido consolidado al 30 de junio de 2010 adjunto y con cargo al epígrafe "Gastos de personal" de la cuenta de pérdidas y ganancias resumida consolidada.

#### **ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

Durante el primer semestre de 2010 VOCENTO no ha realizado inversiones significativas en actividades relacionadas con la Investigación y el Desarrollo.

#### **USO DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS**

El Grupo utiliza instrumentos financieros derivados para cubrir los riesgos a los que se encuentran expuestas sus actividades, operaciones y flujos de efectivo futuros, fundamentalmente riesgos derivados de las variaciones de los tipos de cambio y de los tipos de interés.

Además de los mencionados instrumentos financieros de cobertura, VOCENTO utiliza derivados de tipo de cambio por el posible efecto negativo que las variaciones en los tipos de cambio pudieran suponer en el valor razonable de las deudas correspondientes a contratos de suministro de derechos para la distribución de producciones cinematográficas nominados en dólares americanos.

#### **HECHOS POSTERIORES AL CIERRE**

Desde el 30 de junio de 2010 hasta la fecha de formulación de estas cuentas semestrales consolidadas no se ha producido ningún hecho significativo que pudiera afectar a la imagen fiel de las cuentas semestrales consolidadas correspondientes al periodo enero-junio de 2010.

#### **EVOLUCION PREVISIBLE**

La evolución de la Compañía estará condicionada por el entorno actual de crisis económica y financiera, con impacto directo en el PIB, caída de la actividad productiva y el empleo, contracción del consumo y de la inversión, incluyendo como es claro, la publicitaria.

Ante un sector de medios de comunicación que se transforma desde un negocio de soportes hacia un negocio de marcas por el cambio en los hábitos en el consumo de medios, VOCENTO destaca por la

fortaleza de sus marcas, muchas de ellas centenarias, por el diferencial de posicionamiento en medios regionales y nacionales y por una estrategia coordinada multisoporte.

VOCENTO para satisfacer los nuevos hábitos de consumo de noticias, ocio y entretenimiento, ha realizado una apuesta clara por Internet. Gracias a la migración del poder de prescripción de sus marcas desde soportes offline a online, VOCENTO lidera los rankings de las compañías de medios de comunicación según datos Nielsen Netview.

En el sector Audiovisual y tras el apagón analógico, surge para VOCENTO la oportunidad de ser un jugador relevante en TDT (Televisión Digital Terrestre) a través de alianzas con operadores internacionales de contenidos (e.g. Disney, Viacom) y por el lanzamiento, a partir de septiembre, de dos nuevos canales, MTV y La 10, tras la concesión por Consejo de Ministros del total del multiplex.

La fortaleza y liderazgo de las marcas de VOCENTO, unido a la reducción de las estructuras de costes de sus negocios y su sólida posición financiera permitirá al Grupo responder de manera flexible y eficiente ante los cambios del sector.

Sobre los resultados financieros y operativos, se asientan las bases de VOCENTO, y recuerdan permanentemente el nivel de responsabilidad y compromiso, que asumen todos los empleados del Grupo, tanto con sus lectores, internautas, telespectadores y oyentes como con los anunciantes