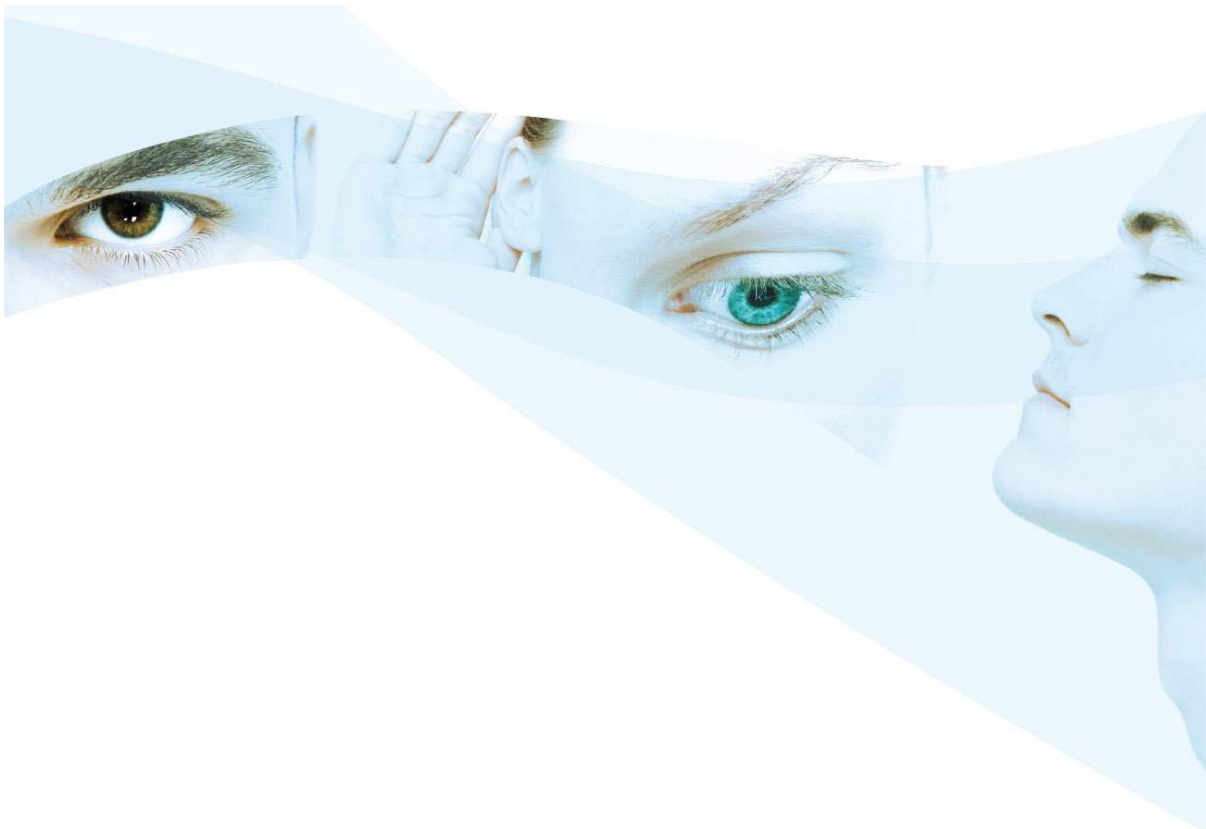


# vocento



**Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes**

**Informe de Gestión Intermedio Consolidado  
correspondiente al primer semestre de 2011**

**29 de julio de 2011**

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

En el primer semestre de 2011 continúa la difícil coyuntura macroeconómica en España donde persiste la debilidad en el consumo, las tensiones en los mercados, todo ello con un reflejo negativo en la evolución de la inversión publicitaria. En la primera mitad de 2011 el descenso de ingresos publicitarios en medios convencionales se estima haya alcanzado -5,9% (InfoAdex).

Sin embargo, después de más de tres años desde el inicio de la crisis, VOCENTO sigue demostrando una elevada capacidad para responder de forma activa al entorno actual, y mantiene el foco en la generación de contenidos multicanal para sus diferentes marcas regionales y nacionales así como el fortalecimiento de su posicionamiento en Internet y Audiovisual. Al mismo tiempo, durante el primer semestre de 2011 ha continuado el esfuerzo en la reducción de costes en todas las áreas, manteniendo la fortaleza de su balance y su sólida posición financiera neta, claro diferencial frente al sector.

De ésta forma, VOCENTO se posiciona de cara al futuro como uno de los actores principales para liderar el sector de los medios de comunicación en España.

## **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, la radio, la televisión digital, 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:

## Desglose de áreas de actividad de 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> <li>▪ Colpisa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ABC</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> </ul> |
|---|--|---|--|

### AUDIOVISUAL

TDT	RADIO	CONTENIDOS
-----	-------	------------

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TDT nacional - Net TV</li> <li>▪ TDT regionales</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> <p>Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ BocaBoca</li> <li>▪ Europroducciones</li> <li>▪ Hill Valley</li> <li>▪ Videomedia (30%)</li> </ul> <p>Distribución:</p> <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> | <p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pisos.com</li> <li>▪ Infoempleo</li> <li>▪ Autocasión</li> <li>▪ Tus anuncios</li> </ul> <p>Directorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 11870 (33%)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sarenet</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

**Estrategia basada en marcas: mejor comportamiento publicitario que el mercado, incremento de cuota ABC y liderazgo en Internet**

**Mejora del perfil de ingresos: Internet- Audiovisual representan el 26,8% de los ingresos de VOC**

**Refuerzo del apalancamiento operativo: Medios Impresos supera EBITDA 1S10 a pesar del ciclo e Internet alcanza break even**

**Sólida posición financiera neta: claro diferencial frente al sector**

- **La estrategia basada en marcas de VOC permite un mejor comportamiento publicitario, incrementar la cuota de mercado y avanzar en la convergencia Internet-Audiovisual:**
  - (i) Los ingresos de Audiovisual e Internet representan el 26,8% del total ingresos de VOC (+2,9 p.p. vs. 1S10). Los ingresos publicitarios de Internet contribuyen el 13,0% de VOC (+2,3 p.p. vs. 1S10).
  - (ii) Prensa Regional (1S11 -9,2% vs. mercado -11,7%<sup>1</sup>), Qué! (1S11 -3,9% vs. -11,7%<sup>1</sup>) e Internet (1S11 +13,9% vs. +12,3%<sup>1</sup>) mejoran a sus respectivos mercados en términos publicitarios.
  - (iii) ABC: mejora continua de resultados, cuota de difusión y de publicidad (variación EBITDA +4.241 miles de euros<sup>2</sup>). Difusión ABC -5,8% vs. competidores -13,0%<sup>3</sup>. Mejor comportamiento de la publicidad en prensa en 1S11 -7,8% vs. mercado -11,7%<sup>1</sup> y en Internet, ABC.es +23,2% vs. mercado +12,3%<sup>1</sup>.
- **Refuerzo apalancamiento operativo vía control de costes: EBITDA<sup>4</sup> 1S11 24.333 miles de euros:**
  - (i) Medios impresos supera niveles del año anterior: mejora EBITDA<sup>4</sup> 1S11 en +1.526 miles de euros<sup>4</sup> a pesar del ciclo (variación publicidad 1S11 -9.209 miles de euros).
  - (ii) Internet alcanza break even con un margen EBITDA<sup>4</sup> 1S11 5,5%.
  - (iii) Audiovisual: desarrollo de la TDT (audiencia NET TV 4,2% jun11) y consolidación de la cobertura en Radio con la obtención de nuevas licencias. Contenidos afectado por estacionalidad arrastrada de 1T11 (var. EBITDA 1S11/10 -3.323 miles de euros).
  - (iv) Inversión en reestructuración 1S11 -13.088 miles de euros, intrínseco a la transformación del sector (gastos de personal<sup>4</sup> 1S11 -6,1%).

<b>EBITDA AJUSTADO POR ÁREA (NIIF Miles de Euros)</b>	<b>1S11<sup>4</sup></b>	<b>1S10<sup>4</sup></b>	<b>Var Abs</b>
Medios Impresos	24.813	23.286	1.526
Audiovisual	35	7.678	(7.643)
Internet	1.545	(180)	1.726
Otros Negocios	7.352	7.555	(203)
Estructura y Otros	(9.412)	(9.540)	128
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>24.333</b>	<b>28.798</b>	<b>(4.466)</b>

- **Sólida posición financiera claro diferencial comparado con el sector ante la incertidumbre del ciclo:** Deuda financiera neta -114.293 miles de euros y efectivo y otros medios equivalentes 52.043 miles de euros.
  - (i) Entrada de caja por la venta de los terrenos de ABC: +20.183 miles de euros.
  - (ii) Salidas de caja 1S11: vinculados a pagos por reestructuración y Capex.
  - (iii) Líneas de crédito no dispuestas por aprox. 100.000 miles de euros.

<sup>1</sup> Fuente: InfoAdex 1S11.

<sup>2</sup> Ajustado por inversión en reestructuración de ABC y ABC.es por -5.363 miles de euros en 1S11.

<sup>3</sup> Fuente: OJD 1S11. Competidores: El Mundo y La Razón

<sup>4</sup> Ajustado por inversión en reestructuración por importe total de -13.088 miles de euros en 1S11 (Medios Impresos -7.076 miles de euros e Internet - 358 miles de euros) y -569 miles de euros en 1S10 (Internet - 79 miles de euros).

## Principales datos financieros

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1511 <sup>1</sup>	1510 <sup>1</sup>	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	129.667	134.759	(5.092)	(3,8%)
Ventas de publicidad	128.103	136.997	(8.893)	(6,5%)
Otros ingresos	103.807	98.877	4.930	5,0%
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>361.577</b>	<b>370.633</b>	<b>(9.055)</b>	<b>(2,4%)</b>
Personal	(119.470)	(113.898)	5.572	4,9%
Aprovisionamientos	(62.152)	(66.411)	(4.259)	(6,4%)
Servicios exteriores	(166.913)	(159.257)	7.656	4,8%
Provisiones	(1.797)	(2.837)	(1.040)	(36,6%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(350.333)	(342.403)	7.930	2,3%
<b>EBITDA</b>	<b>11.245</b>	<b>28.229</b>	<b>(16.985)</b>	<b>(60,2%)</b>
Amortizaciones	(20.614)	(22.776)	(2.161)	(9,5%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	11.729	(123)	11.852	n.r.
<b>EBIT</b>	<b>2.359</b>	<b>5.331</b>	<b>(2.972)</b>	<b>(55,7%)</b>
Resultado de sociedades por el método de participación	(313)	136	(449)	(329,3%)
Diferencial financiero	(3.273)	(3.951)	678	17,2%
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	55	(3)	59	n.r.
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>(1.172)</b>	<b>1.513</b>	<b>(2.684)</b>	<b>(177,4%)</b>
Impuesto sobre sociedades	432	(1.313)	1.744	132,9%
<b>Resultado neto del ejercicio</b>	<b>(740)</b>	<b>200</b>	<b>(940)</b>	<b>(469,6%)</b>
Accionistas minoritarios	(3.220)	(3.912)	692	17,7%
<b>Resultado atribuible Sociedad Dominante</b>	<b>(3.959)</b>	<b>(3.712)</b>	<b>(247)</b>	<b>(6,7%)</b>
EBITDA ajustado	24.333	28.798	(4.466)	(15,5%)

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 total de -13.088 miles de euros en 1511 y -569 miles de euros en 1510.

### Ingresos de explotación

Los ingresos en el primer semestre de 2011 alcanzan 361.577 miles de euros, -2,4% comparado con el primer semestre de 2010:

- (i) Ventas de ejemplares, -3,8%, con una estabilización de ingresos en Prensa Regional (+0,2% a pesar de la caída de difusión del -5,7%) y descensos en ABC (-10,1%, por descenso en la difusión no ordinaria del -15,0%) y en Suplementos y Revistas (-9,7%).
- (ii) Los ingresos de publicidad, -6,5%, tanto ABC (-7,8%, -5,6% edición impresa y digital) como Prensa Regional (-9,2%, -7,1% ediciones impresa y digital), registran una mejor evolución que el mercado de prensa (-11,7%<sup>5</sup>). En 1511 los ingresos asociados a la Prensa Gratuita descienden apenas un -3,4% (edición impresa y digital).  
Los ingresos de publicidad en Internet mantienen su senda de crecimiento (+13,9%) por encima del mercado (+12,3%<sup>5</sup>), y a cierre del primer semestre de 2011 representan el 13,0% de los ingresos de publicidad de VOCENTO (+2,3 p.p. vs. 1510).
- (iii) Crecimiento en Otros Ingresos +5,0% debido, entre otros, al crecimiento de ingresos en TDT (+35,4%) tras el comienzo de la explotación del múltiplex completo en TDT Nacional y a la mayor facturación del área de Contenidos (+7,6%).

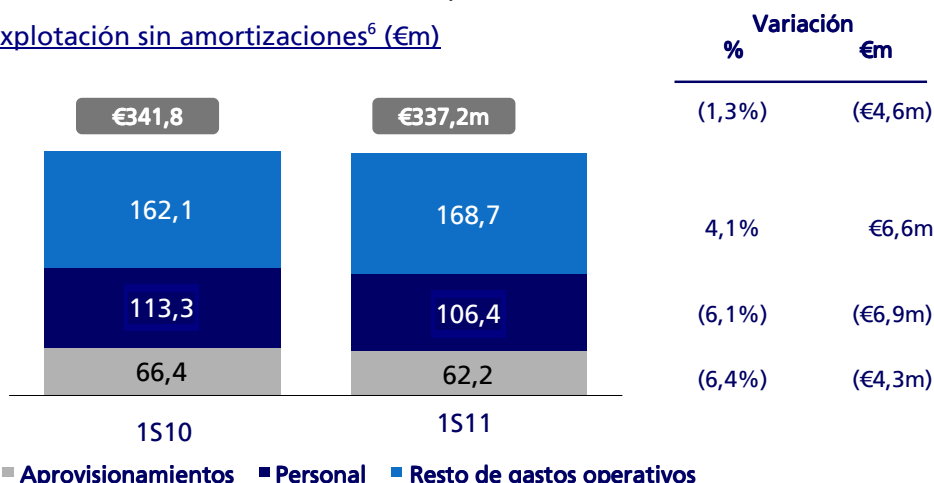
<sup>5</sup> Fuente: InfoAdex 1511

## Gastos de explotación

Continúa el esfuerzo en control de costes a pesar de la inversión controlada en Audiovisual. Los costes en el primer semestre de 2011 (-337.245 miles de euros), descienden un -1,3%<sup>6</sup> excluyendo la inversión en reestructuración. El desarrollo del modelo de TDT nacional y la estacionalidad en Contenidos, se ve compensada por las medidas de control de costes y el esfuerzo en reestructuración acometido en todas las áreas.

Estas medidas de reestructuración tienen su reflejo en la disminución de los gastos de personal, que en el primer semestre de 2011 descienden un -6,1%<sup>6</sup>.

### Gastos de explotación sin amortizaciones<sup>6</sup> (€m)



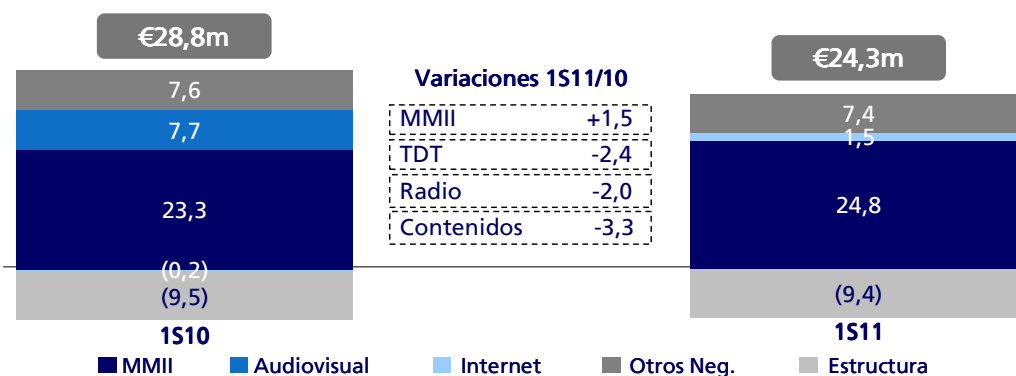
La inversión en reestructuración es intrínseca a la transformación del negocio y asciende en el primer semestre de 2011 a -13.088 miles de euros vs. -569 miles de euros en el primer semestre de 2010.

## EBITDA

El EBITDA<sup>6</sup> del primer semestre de 2011 (24.333 miles de euros vs. 28.798 miles de euros en primer semestre de 2010) es reflejo del esfuerzo en la reducción de costes reflejado en la mejora de EBITDA<sup>6</sup> en Medios Impresos (+1.526 miles de euros vs. caída publicitaria), y de la estrategia y posicionamiento en Internet<sup>6</sup> (+1.726 miles de euros).

La apuesta controlada en Audiovisual supone el desarrollo del modelo de TDT Nacional. El negocio de Radio se ve impactada por el ciclo publicitario, compensado por control de costes y mejora de la cobertura de red. Por último, Contenidos, se ve afectada por la estacionalidad, cuyo impacto en EBITDA se arrastra desde 1T11.

### EBITDA<sup>6</sup> por área y var. abs (€m)



<sup>6</sup> Ajustado por inversión en reestructuración por importe total de - 13.088 miles de euros en 1S11 (Medios Impresos -7.076 miles de euros e Internet -358 miles de euros) y -569 miles de euros en 1S10 (Internet -79 miles de euros).

## **Resultado de explotación (EBIT)**

El resultado de explotación en el primer semestre de 2011 es positivo y asciende a 2.359 miles de euros.

Las amortizaciones del periodo se reducen en -2.161 miles de euros en comparación con el primer semestre de 2010 alcanzando -20.614 miles de euros. El descenso se produce en el área de Contenidos (-7.036 miles de euros vs. -8.870 miles de euros en el primer semestre de 2010), por la activación de formatos en el primer semestre de 2010 y la amortización decreciente del catálogo de Tripictures.

El resultado por enajenación del inmovilizado por importe de 11.729 miles de euros refleja la plusvalía neta generada en la tercera y última fase de la operación de venta de terrenos de ABC (hecho relevante del 10 de julio de 2008), y la baja de activos relacionados principalmente con plantas de impresión, este último sin impacto en tesorería.

## **Diferencial financiero**

El diferencial financiero de -3.273 miles de euros en el primer semestre de 2011, mejora debido al menor endeudamiento bruto entre ambos periodos (166.336 miles de euros a cierre del primer semestre de 2011 vs. 189.603 miles de euros a cierre del primer semestre de 2010) y a las diferencias positivas de cambio contabilizadas en este semestre.

## **Impuesto sobre sociedades**

El ingreso por impuestos asciende a 432 miles de euros en el periodo.

## **Accionistas minoritarios**

El importe de minoritarios (-3.220 miles de euros) refleja el resultado de minoritarios de las divisiones de Prensa Regional, Suplementos y TDT Nacional.

## **Resultado neto atribuible a la sociedad dominante**

El resultado neto consolidado en el primer semestre de 2011 asciende a -3.959 miles de euros en comparación con el del primer semestre de 2010 por -3.712 miles de euros.

## Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1S11	2010	Var abs	% Var
<b>Activos no Corrientes</b>	<b>680.403</b>	<b>703.844</b>	<b>(23.441)</b>	<b>(3,3%)</b>
Activo Intangible	259.310	264.962	(5.652)	(2,1%)
Propiedad, planta y equipo	224.075	239.644	(15.569)	(6,5%)
Part.valoradas por el método de participación	19.071	19.109	(38)	(0,2%)
Otros activos no corrientes	177.947	180.130	(2.183)	(1,2%)
<b>Activos Corrientes</b>	<b>269.204</b>	<b>284.392</b>	<b>(15.188)</b>	<b>(5,3%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	52.043	68.975	(16.932)	(24,5%)
Otros activos corrientes	217.161	215.418	1.744	0,8%
Activos mantenidos para la venta	193	3.885	(3.691)	(95,0%)
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>949.800</b>	<b>992.121</b>	<b>(42.321)</b>	<b>(4,3%)</b>
Patrimonio neto	485.068	489.240	(4.172)	(0,9%)
Deuda financiera	166.336	189.603	(23.267)	(12,3%)
Otros pasivos	298.396	313.278	(14.882)	(4,8%)
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>949.800</b>	<b>992.121</b>	<b>(42.321)</b>	<b>(4,3%)</b>

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

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

Se analizan aquellas variaciones significativas adicionales al impacto de la actividad.

### Propiedad, planta y equipo

El descenso en el epígrafe es consecuencia de las menores inversiones en CAPEX en 2011 y las bajas de activos mencionadas anteriormente.

### Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -114.293 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 52.043 miles de euros. Las variaciones más significativas se deben a:

- (i) Entrada de caja por la tercera y última fase de la venta de terrenos de ABC de 20.183 miles de euros.
- (ii) Inversión en reestructuración: salidas de caja en el primer semestre de 2011 por -16.875 miles de euros.
- (iii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -10.398 miles de euros, vinculado principalmente a Internet, y a la adquisición de derechos para la distribución de producciones cinematográficas.
- (iv) Variación en capital circulante de -5.839 miles de euros debido al entorno macroeconómico.

Miles de Euros	NIIF			
	1S11	2010	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	56.442	55.151	1.290	2,3%
Endeudamiento financiero a l.p.	109.894	134.452	(24.557)	(18,3%)
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>166.336</b>	<b>189.603</b>	<b>(23.267)</b>	<b>(12,3%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	52.043	68.975	(16.932)	(24,5%)
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>(114.293)</b>	<b>(120.628)</b>	<b>6.335</b>	<b>5,3%</b>

El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 51.709 miles de euros y otros pasivos con coste financiero corrientes por 4.733 miles de euros que incluyen planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye deuda con entidades de crédito por 92.010 miles de euros, y otros pasivos con coste financiero no corrientes por 17.884 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

## Otros pasivos

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente a la aplicación de provisiones correspondientes a las medidas de reestructuración realizadas.

## Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	1S11	1S10	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>(3.959)</b>	<b>(3.712)</b>	<b>(247)</b>	<b>(6,7%)</b>
Ajustes resultado del ejercicio	17.428	32.893	(15.465)	(47,0%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante</b>	<b>13.469</b>	<b>29.181</b>	<b>(15.712)</b>	<b>(53,8%)</b>
Variación capital circulante	(5.839)	(6.713)	874	13,0%
Otras partidas a pagar	(7.687)	(29.166)	21.479	73,6%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(276)	(535)	259	48,4%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)</b>	<b>(333)</b>	<b>(7.233)</b>	<b>6.900</b>	<b>95,4%</b>
Adiciones al inm. material e inmaterial	(10.398)	(22.458)	12.060	53,7%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	5	(1.722)	1.727	(100,3%)
Dividendos e intereses cobrados	1.229	1.080	149	13,8%
Otros cobros y pagos (inversión)	19.416	0	n.a	n.a
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)</b>	<b>10.252</b>	<b>(23.100)</b>	<b>33.352</b>	<b>(144,4%)</b>
Dividendos e intereses pagados	(9.505)	(6.799)	(2.706)	(39,8%)
Disposición/ (devolución) de deuda financiera bancaria	(17.247)	219	(17.466)	n.r
Otros cobros y pagos (financiación)	(376)	(10.036)	9.660	96,3%
Operaciones con instrumentos de patrimonio	276	0	n.a	n.a
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>(26.852)</b>	<b>(16.616)</b>	<b>(10.236)</b>	<b>(61,6%)</b>
<b>Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)</b>	<b>(16.933)</b>	<b>(46.949)</b>	<b>30.016</b>	<b>63,9%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período</b>	<b>68.975</b>	<b>125.517</b>	<b>(56.542)</b>	<b>(45,0%)</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>52.042</b>	<b>78.568</b>	<b>(26.526)</b>	<b>(33,8%)</b>

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

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

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación antes de circulante alcanzan un saldo positivo de 13.469 miles de euros que se ven afectados por los pagos relacionados con la inversión en reestructuración y la variación de circulante debido al entorno macroeconómico, entre otros, que sitúan el flujo neto de efectivo de las actividades de explotación en -333 miles de euros.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 10.252 miles de euros debido principalmente a: i) la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex), y ii) la entrada de caja por la tercera fase de la venta de terrenos de ABC (20.183 miles de euros).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -26.852 miles de euros, dada la reducción de los niveles de deuda en el período.

## Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

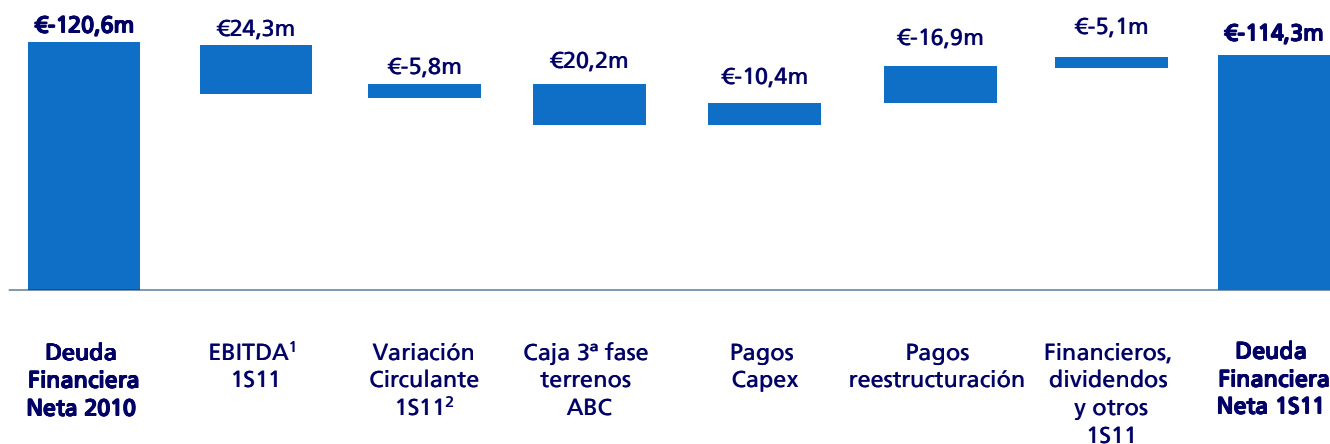
La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable (-947 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en el primer semestre de 2011 relacionadas con plantas de impresión.

Destaca en el primer semestre de 2011 la reducción de inversiones en el área de Otros Negocios por la menor inversión necesaria en plantas de impresión. Derivado de la paulatina transformación del negocio, la inversión se traslada a las áreas de Audiovisual e Internet.

	NIIF (miles de euros)								
	1S11			1S10			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	258	2.215	2.473	511	5.203	5.714	(253)	(2.989)	(3.241)
Audiovisual	2.379	768	3.147	2.227	770	2.997	152	(2)	150
Internet	1.089	749	1.838	1.759	696	2.455	(670)	53	(617)
Otros Negocios	66	1.774	1.840	20	11.138	11.158	46	(9.363)	(9.317)
Estructura	73	81	153	166	482	648	(93)	(401)	(495)
<b>TOTAL</b>	<b>3.864</b>	<b>5.587</b>	<b>9.451</b>	<b>4.683</b>	<b>18.289</b>	<b>22.972</b>	<b>(819)</b>	<b>(12.702)</b>	<b>(13.521)</b>

## Análisis del movimiento de Deuda Financiera Neta 31 diciembre 2010-30 junio 2011

Datos en €m



Nota 1: ajustado por inversión reestructuración: total VOC 1S11 €-13,1m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).

## Información por área de actividad

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S11	1S10	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Medios Impresos	232.570	247.703	(15.133)	(6,1%)
Audiovisual	68.455	60.809	7.646	12,6%
Internet	28.310	27.480	830	3,0%
Otros Negocios	96.012	99.264	(3.252)	(3,3%)
Estructura y Otros	(63.770)	(64.623)	853	1,3%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>361.577</b>	<b>370.633</b>	<b>(9.055)</b>	<b>(2,4%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Medios Impresos	17.737	23.310	(5.574)	(23,9%)
Audiovisual	(1.383)	7.639	(9.022)	(118,1%)
Internet	1.187	(259)	1.446	558,2%
Otros Negocios	7.100	7.555	(455)	(6,0%)
Estructura y Otros	(13.397)	(10.016)	(3.381)	(33,8%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>11.245</b>	<b>28.229</b>	<b>(16.985)</b>	<b>(60,2%)</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
Medios Impresos	24.813	23.286	1.526	6,6%
Audiovisual	35	7.678	(7.643)	(99,5%)
Internet	1.545	(180)	1.726	956,1%
Otros Negocios	7.352	7.555	(203)	(2,7%)
Estructura y Otros	(9.412)	(9.540)	128	1,3%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>24.333</b>	<b>28.798</b>	<b>(4.466)</b>	<b>(15,5%)</b>
<b>EBIT</b>				
Medios Impresos	24.927	17.321	7.606	43,9%
Audiovisual	(9.282)	(2.517)	(6.765)	(268,8%)
Internet	(1.034)	(2.473)	1.438	58,2%
Otros Negocios	1.886	3.774	(1.887)	(50,0%)
Estructura y Otros	(14.138)	(10.775)	(3.363)	(31,2%)
<b>Total EBIT</b>	<b>2.359</b>	<b>5.331</b>	<b>(2.972)</b>	<b>(55,7%)</b>
<b>EBIT ajustado<sup>1</sup></b>				
Medios Impresos	32.003	17.297	14.706	85,0%
Audiovisual	(7.864)	(2.478)	(5.386)	217,4%
Internet	(677)	(2.394)	1.717	(71,7%)
Otros Negocios	2.139	3.774	(1.635)	(43,3%)
Estructura y Otros	(10.154)	(10.299)	145	(1,4%)
<b>Total EBIT ajustado</b>	<b>15.447</b>	<b>5.900</b>	<b>9.547</b>	<b>161,8%</b>

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

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

Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración por -13.088 miles de euros en 1S11 y -569 miles de euros en 1S10.

## **Medios Impresos**

VOCENTO consolida el liderazgo indiscutible en prensa de información general según EGM (2ª Ola ac. 2011) con 4,3 millones de lectores.

### **Prensa Regional**

VOCENTO es líder y referente en los mercados regionales en los que opera gracias al poder de prescripción y elevado reconocimiento de sus marcas. Aunque la difusión de los diarios de información general en España ha venido experimentando un retroceso en sus cifras, los periódicos regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en el primer semestre de 2011 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 25,3% (fuente: OJD 1S11 dato no auditado), siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,0%.

En audiencia, las cabeceras regionales de VOCENTO alcanzan 2.180 miles de lectores según datos de EGM (2ª Ola ac. 2011) cerca de 740 mil lectores sobre el siguiente grupo de comunicación regional y alcanzan cerca de 7 millones de usuarios únicos en Internet (fuente: Nielsen Netview junio 2011, agregado de audiencias de los doce portales regionales).

La publicidad de las Ediciones Digitales regionales (1S11 +12,5%) supone el 11,9% (+2,1 p.p. vs. 1S2010) del total de la publicidad del Área Regional.

La estrategia de VOCENTO durante la primera mitad del año 2011 para afrontar la transformación de un negocio de soportes a un negocio de marcas que permita acceder a nuevas audiencias descansa sobre los siguientes pilares: i) mejora continua de los contenidos referentes en sus mercados completándolo con contenido audiovisual, ii) crecimiento en Internet vía liderazgo e integración de redacciones y iii) foco en la mejora de la eficiencia operativa y optimización de las estructuras que permita adaptarse al nuevo entorno económico y sectorial.

Ante el profundo cambio en los medios de comunicación es fundamental la adaptación continua del modelo de negocio a la nueva realidad social y tecnológica resultando clave la cercanía del medio con su comunidad. Resulta esencial que las marcas sean generadoras de ingresos en diferentes soportes, con una orientación hacia la movilidad, con el desarrollo de aplicaciones como la geolocalización, contenidos de comunidad y participación que permiten adaptarse a las necesidades actuales de sus lectores y usuarios.

### **Prensa Nacional- ABC**

ABC con más de cien años de historia es un punto de referencia ineludible en la historia de los siglos XX y XXI.

En la situación actual de crisis, ABC es la única cabecera nacional que gana cuota de mercado y continúa la mejora de sus resultados. ABC cierra los seis primeros meses de 2011 con una difusión media de 241.963 (fuente: OJD dato no auditado) y registra un mejor comportamiento en términos publicitarios que sus comparables (ABC -7,8% vs. -11,7% del mercado de prensa según InfoAdex).

Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 698 mil lectores (2ª ola ac. 2011). Desde 2007, ABC ha ganado en domingos más de 220 mil lectores en comparación con una pérdida de sus competidores de más de 250<sup>7</sup> mil lectores en el mismo periodo.

El crecimiento de ABC.es, que alcanza los 3m de usuarios únicos<sup>8</sup>, se refleja en una mayor aportación de ABC.es (ingresos por publicidad 1S11 +23,2%) que supone el 9,1% (+2,1 p.p. vs. 1S2010) del total de los ingresos publicitarios de ABC.

ABC, dentro de la estrategia de posicionamiento de la marca en todos los soportes y mejora continua de la oferta editorial, sigue trabajando en la integración de redacciones off-online, proceso que es continuo y dinámico en la organización, y ha desarrollado contenidos y soluciones de movilidad compatibles con los nuevos soportes (iPad, iPhone, kindle de Amazon). La mejora en resultados de

<sup>7</sup> Promedio de variación de audiencia EGM en domingos 2ª ola acumulada 2007/2011 de El Mundo y La Razón.

<sup>8</sup> Nielsen Net View junio 2011.

ABC demuestra el equilibrio entre esfuerzo editorial, de producto, comercial y aplicación de medidas de contención y ahorro de costes.

## **Prensa Gratuita- Qué!**

La prensa gratuita hace posible el acceso a nuevas audiencias que aportan una importante masa crítica. Qué! obtiene una audiencia de 1.398 mil lectores (2ª Ola ac. EGM 2011). El Diario Qué! es el segundo diario gratuito de difusión nacional y el tercero de información general, y es líder en La Rioja y Castellón y segundo en Madrid, Barcelona, Andalucía, Aragón, Levante, Vizcaya y Asturias.

La versión online del diario Que.es, refleja el crecimiento de su red social de noticias y la mejora de su posicionamiento con el portal móvil, y acumula una audiencia de cerca de un millón de usuarios únicos (Nielsen Netview junio de 2011).

En la primera parte de 2011 Qué! mantiene su esfuerzo en el control de costes y ha centrado su presencia en los mercados más atractivos por ingresos publicitarios, siendo los acuerdos comerciales con otros editores una respuesta al actual entorno publicitario.

## **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. Estos suplementos son los de mayor cobertura y líderes en audiencia y difusión.

Según datos de EGM, VOCENTO mantiene en 2011 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 la 2ª Ola acumulada de 2011 una audiencia de 5.782 mil lectores con un claro liderazgo de XL Semanal (más de un millón de lectores sobre su inmediato competidor) y Mujerhoy sobre sus competidores.

El proceso de migración online estratégico en VOCENTO tiene su reflejo en el posicionamiento en audiencia de los portales Mujerhoy y hoyCinema entre los más destacados en sus respectivas categorías temáticas según Nielsen Netview.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1511	1510	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Prensa Regional	144.322	151.663	(7.341)	(4,8%)
Prensa Nacional	73.067	79.419	(6.352)	(8,0%)
Suplementos y Revistas	24.682	27.744	(3.062)	(11,0%)
Prensa Gratuita	6.087	6.378	(291)	(4,6%)
Eliminaciones	(15.589)	(17.501)	1.912	10,9%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>232.570</b>	<b>247.703</b>	<b>(15.133)</b>	<b>(6,1%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Prensa Regional	23.797	27.223	(3.426)	(12,6%)
Prensa Nacional	(8.243)	(7.004)	(1.239)	(17,7%)
Suplementos y Revistas	3.473	4.593	(1.120)	(24,4%)
Prensa Gratuita	(1.291)	(1.502)	211	14,0%
<b>Total EBITDA</b>	<b>17.737</b>	<b>23.310</b>	<b>(5.574)</b>	<b>(23,9%)</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
Prensa Regional	25.209	27.199	(1.990)	(7,3%)
Prensa Nacional	(2.950)	(7.004)	4.054	57,9%
Suplementos y Revistas	3.700	4.593	(893)	(19,5%)
Prensa Gratuita	(1.146)	(1.502)	356	23,7%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>24.813</b>	<b>23.286</b>	<b>1.526</b>	<b>6,6%</b>
<b>EBIT</b>				
Prensa Regional	20.711	24.016	(3.305)	(13,8%)
Prensa Nacional	2.449	(9.658)	12.107	125,4%
Suplementos y Revistas	3.351	4.444	(1.094)	(24,6%)
Prensa Gratuita	(1.583)	(1.480)	(103)	(7,0%)
<b>Total EBIT</b>	<b>24.927</b>	<b>17.321</b>	<b>7.606</b>	<b>43,9%</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, Mujer Hoy, Hoy Corazón y Pantalla Semanal) 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.

*Nota 1:* ajustado por inversión en reestructuración por -7.076 miles de euros en 1511 y 24 miles de euros en 1510.

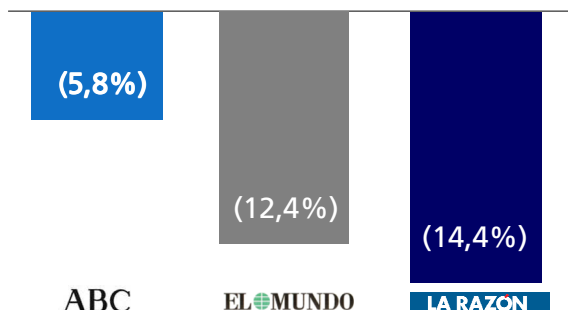
**Ingresos de Explotación:** asciende a 232.570 miles de euros (-6,1%).

**Ventas de ejemplares:** asciende a 106.988 miles de euros (-4,4%). La Prensa Regional mantiene las ventas de de ejemplares en 69.010 miles de euros +0,2%, compensándose la menor difusión (-5,7%) con un incremento en el precio de las cabeceras.

ABC contribuye con 37.169 miles de euros (-10,1%) debido principalmente a la reducción en la difusión no ordinaria (venta en bloque y suscripciones colectivas). Sin embargo, ABC gana cuota frente a sus competidores como refleja la evolución de la difusión total -5,8%, que compara favorablemente con un descenso en el primer semestre de 2011 del -12,4% y -14,4% de El Mundo y La Razón respectivamente. La difusión en kiosco de ABC desciende en un -1,6% en el primer semestre de 2011 en comparación con unas caídas del -11,8% de El Mundo y -17,0% de La Razón.

## Evolución de la difusión de. ABC vs. competidores

Variación en %



Fuente: difusión media OJD (datos 1S11 no auditados).

Suplementos y Revistas aporta 12.501 miles de euros (-9,7%) debido a la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

**Ventas de Publicidad:** asciende a 99.335 miles de euros, -8,5%. La evolución de los ingresos de publicidad reflejan una mejora de cuota al registrar los medios de VOC un mejor comportamiento que el mercado que cae un -11,7%<sup>9</sup>: Prensa Regional, 57.398 miles de euros -9,2%, ABC, 24.736 miles de euros, -7,8% y Qué!, 5.990 miles de euros -3,9%, y por su parte, Suplementos y Revistas obtiene 11.212 miles de euros, -8,5%.

Otros Ingresos: asciende a 26.247 miles de euros, -3,6%.

**EBITDA<sup>10</sup>:** mejora los niveles de 1S10 (+1.526 miles de euros) hasta 24.813 miles de euros a pesar de la caída en publicidad en el sector (-9.209 miles de euros). El EBITDA asciende a 24.813 miles de euros en el primer semestre de 2011 gracias a la reducción de costes ajustados por inversión en reestructuración del -7,4%, -16.659 miles de euros (la inversión en reestructuración asciende en el primer semestre de 2011 a -7.076 miles de euros, principalmente en ABC y en Prensa Regional).

- (i) **Prensa Regional:** alcanza un EBITDA ajustado de 25.209 miles de euros en el primer semestre de 2011, manteniendo los niveles de rentabilidad (margen EBITDA ajustado 1S11 17,5% vs. 17,9% 1S10), a pesar de la caída en ingresos de publicidad de -5.850 miles de euros.

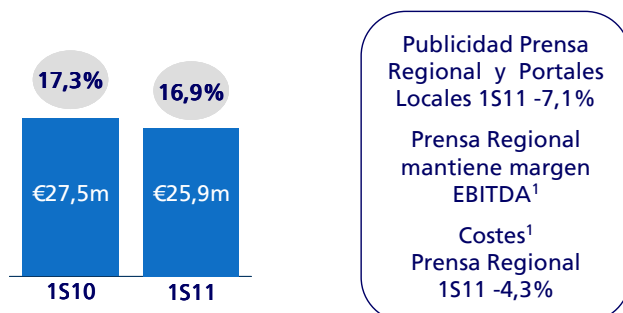
Las medidas de control de costes y la reestructuración (-1.412 miles de euros en 1S11) realizadas se reflejan en una reducción de costes del -4,3% (mejora de costes -5.351 miles de euros ajustado por inversión en reestructuración) y permite absorber 2/3 de la caída en ingresos.

Las marcas regionales (actividad editora y ediciones digitales) mantienen su rentabilidad (margen EBITDA 16,9%<sup>10</sup>) gracias a la eficiencia en costes, a pesar de descenso de los ingresos publicitarios de -4.990 miles de euros, -7,1%, que compara con una caída en el EBITDA de -1.610 miles de euros<sup>10</sup> en el primer semestre de 2011. Destacar que la aportación de los portales locales es cada vez mayor en ingresos publicitarios (11,9% del total, +2,1 p.p. vs. en el primer semestre de 2010) como consecuencia de la estrategia de migración off-online del poder de la marca.

<sup>9</sup> Fuente: InfoAdex 1S11.

<sup>10</sup> Ajustado por inversión en reestructuración por importe total de -7.076 miles de euros en 1S11, siendo las ediciones digitales y la prensa regional un total de -1.415 miles de euros.

## EBITDA<sup>1</sup> (€m) y margen EBITDA<sup>1</sup> (%) de Prensa Regional + Portales Locales

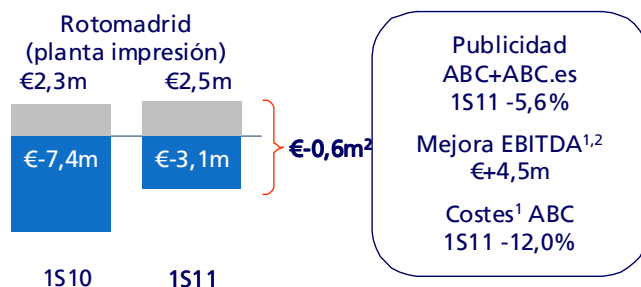


Nota 1: ajustado por reestructuración 1S11 €-1,4m

- (ii) ABC: durante el primer semestre de 2011 reduce el EBITDA ajustado negativo en +4.054 miles de euros (inversión en reestructuración en 1S11 -5.293 miles de euros) hasta -2.950 de euros gracias al positivo impacto de las medidas de reducción de costes y mejora de cuota tanto de difusión como de publicidad.

Un análisis combinado de la marca ABC (actividad editora y digital) más Rotomadrid resulta en un EBITDA de -563 miles de euros<sup>1, 2</sup> en el primer semestre de 2011 (mejora de 4.461 miles de euros), a pesar del impacto del ciclo en los menores ingresos publicitarios que caen -5,6% en el mismo periodo.

## EBITDA<sup>1</sup> (€m) de ABC + ABC.es+Rotomadrid



Nota 1: ajustado por reestructuración 1S11 €-5,3m, ABC+ABC.es €-5,4m. Nota 2: incluye EBITDA de Rotomadrid que se reporta en "Otros Negocios".

- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA ajustado de 3.700 miles de euros.
- (iv) Prensa Gratuita: la mejora en ingresos de publicidad unida a la disciplina en costes permiten mejorar el EBITDA ajustado hasta -1.146 miles de euros (+356 miles de euros), absorbiendo la totalidad de la caída publicitaria.

## **Audiovisual**

VOCENTO tiene una amplia presencia en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de Televisión, una cadena generalista de radio, y la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

### **Televisión**

VOCENTO a través de su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), comparte accionariado con The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20% de NET TV), y es uno de los cinco operadores privados que cuenta con una licencia de TDT Nacional y en la actualidad emite cuatro canales de TDT: La 10, Canal Disney, MTV e Intereconomía, todos ellos enfocados a nichos de audiencia.

Los canales de NET TV han alcanzado de manera conjunta en el mes de junio 2011 una cuota de audiencia en TDT del 4,2% (fuente: Kantar Media).

### **Radio**

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

La cadena continúa centrada en la continua evolución de su parrilla y obtiene una audiencia en 2011 de 415 mil oyentes (EGM 2º Ola).

Durante la primera mitad de 2011, la radio continúa con sus esfuerzos en ajustar su estructura de costes para responder al actual entorno económico y consolidar la cobertura de su red. En esta línea destacar la concesión de 8 emisoras en Andalucía y de tres licencias en las Islas Canarias.

### **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 69,9%), Videomedia (participación del 30,0%) y Tripictures, la distribuidora cinematográfica líder independiente en España.

Las productoras de Veralia en la actualidad tienen entre desarrollo, preproducción, producción y emisión 27 formatos diferentes.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S11	1S10	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
TDT	24.131	17.686	6.445	36,4%
Radio	7.797	9.881	(2.084)	(21,1%)
Contenidos	40.072	37.247	2.825	7,6%
Eliminaciones	(3.545)	(4.005)	460	11,5%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>68.455</b>	<b>60.809</b>	<b>7.646</b>	<b>12,6%</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT	(2.633)	(194)	(2.438)	1.254,0%
Radio	(4.376)	(1.593)	(2.783)	(174,7%)
Contenidos	5.626	9.426	(3.800)	(40,3%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>(1.383)</b>	<b>7.639</b>	<b>(9.022)</b>	<b>(118,1%)</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
TDT	(2.554)	(191)	(2.363)	1.236,9%
Radio	(3.525)	(1.568)	(1.957)	(124,8%)
Contenidos	6.114	9.437	(3.323)	(35,2%)
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>35</b>	<b>7.678</b>	<b>(7.643)</b>	<b>(99,5%)</b>
<b>EBIT</b>				
TDT	(3.204)	(931)	(2.273)	244,3%
Radio	(4.669)	(2.117)	(2.552)	(120,6%)
Contenidos	(1.409)	531	(1.940)	(365,3%)
<b>Total EBIT</b>	<b>(9.282)</b>	<b>(2.517)</b>	<b>(6.765)</b>	<b>(268,8%)</b>

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

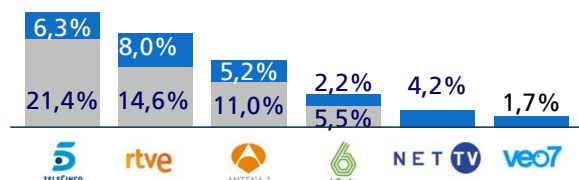
*n.a.:* el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

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

*Nota 1:* ajustado por inversión en reestructuración por importe de -1.418 miles de euros en 1S11 y 39 miles de euros en 1S10.

**Ingresos de Explotación:** alcanza 68.455 miles de euros, +12,6% debido al desarrollo del modelo de TDT nacional y al incremento de facturación en el área de Contenidos.

### Cuota audiencia por familia de canales junio 2011 (%)



### Variación cuota audiencia por mux 2009-junio 2011 (p.p.)

<b>Core</b>	(1,9)	(1,8)	(3,7)	(1,3)	n.a.	n.a.
<b>Temáticos</b>	5,2	1,8	3,3	2,2	2,2	1,3

Fuente: Kantar Media. Nota 1: Separado cuota de temáticas de canales "core". No incluye canales TDT pago.

En Radio se alcanzan unos ingresos de 7.797 miles de euros (-21,1%) en un difícil entorno de mercado.

Contenidos alcanza 40.072 miles de euros (+7,6%), con crecimiento tanto de las productoras, gracias a su especialización e internacionalización, como de Tripictures.

**EBITDA:** 35 miles de euros ajustado por reestructuración:

- (i) **TDT:** EBITDA ajustado de -2.554 miles de euros en el primer semestre de 2011 por el desarrollo del proyecto de TDT nacional.
- (ii) **Radio:** EBITDA ajustado de -3.525 miles de euros, por el impacto de los menores ingresos publicitarios, compensado parcialmente por control de costes (costes operativos 1S11 -1,1%, ajustados por inversión en reestructuración).
- (iii) **Contenidos:** EBITDA ajustado de 6.114 miles de euros, un descenso de -3.323 miles de euros comparado con el primer semestre de 2010. Dicho efecto de estacionalidad se ha concentrado en 1T11 (variación de -3.015 miles de euros vs. 1T10). En el primer semestre de 2011 el negocio se ve afectado por la estacionalidad derivada del impacto de la ventana DVDs en Tripictures.

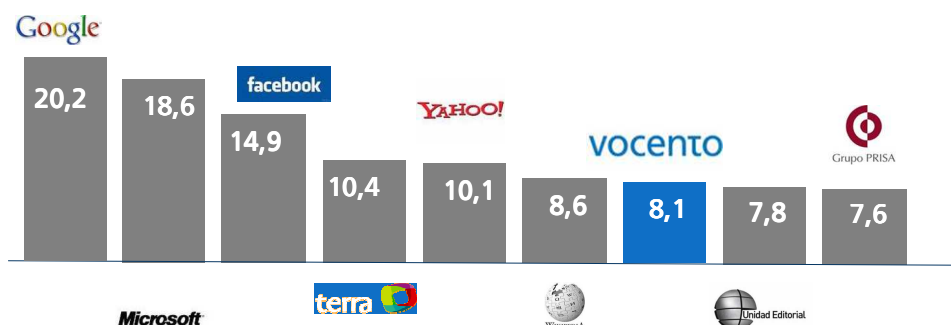
**Resultado de Explotación:** (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a -9.282 miles de euros e incluye amortizaciones por importe de -7.036 miles de euros en Contenidos, que descienden por la activación de formatos realizadas en el primer semestre de 2010 y la amortización decreciente del catálogo de Tripictures.

## Internet

Vocento cuenta con una amplia presencia online derivada de su fortaleza en los mercados nacional, regional y local y de su diversificado portafolio de marcas: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto las cabeceras regionales, como nacionales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (mujerhoy.com, finanzas.com, HoyCinema), Clasificados (pisos.com, infoempleo.com, Autocasion.com y tus anuncios) y Directorios (11870.com). La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarenet, compañía que ofrece soluciones de conectividad a empresas.

VOCENTO confirma su relevante posición en Internet con una audiencia de más de ocho millones de usuarios, líder entre los medios de comunicación y ocupando el séptimo puesto en el ranking de Nielsen NetView a junio de 2011.

### Ranking de audiencia Internet junio 2011



Fuente: Nielsen Netview.

La estrategia de VOCENTO en Internet pasa por incrementar la audiencia e ingresos vinculados a las marcas: mejora de contenidos online con el desarrollo de contenido audiovisual, crecimiento de la red nacional de clasificados, y se apoya en la fortaleza de los nuevos canales de comunicación con la audiencia.

Los portales locales de VOCENTO son marcas líderes en sus mercados por el estrecho vínculo con sus comunidades y referencia online en sus mercados.

Por su parte, la red de clasificados nacional de VOCENTO única en el sector de los medios de comunicación a través de la red de marcas de regionales de consumo local. VOCENTO está presente en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet. En el inmobiliario con pisos.com, en el de empleo con Infoempleo.com y en el de motor con autocasion.com. Estos nuevos soportes están reforzados por las versiones online de ABC.es y las ediciones digitales regionales de VOCENTO que permiten consolidar una red nacional con una oferta marcada por la oferta en contenido, y el conocimiento del sector. Los portales de clasificados consolidan su posición de liderazgo en las categorías clave: empleo (Infoempleo top#2), inmobiliario (Pisos.com que supera el millón de usuarios top#3), y motor (Autocasión top#5).

Esta estrategia tiene su reflejo en el creciente peso de los ingresos de publicidad de Internet en el total de VOCENTO: 13,0% en 1S11 comparado con 10,6% en 1S10; y un crecimiento en ingresos de publicidad (+13,9%) por encima del mercado (+12,3%, según InfoAdex 1S11).

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S11	1S10	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Ediciones Digitales	11.596	9.933	1.663	16,7%
Portales Verticales	1.490	1.623	(133)	(8,2%)
Clasificados	7.780	6.960	820	11,8%
B2B	7.878	9.636	(1.757)	(18,2%)
Eliminaciones	(434)	(671)	237	35,3%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>28.310</b>	<b>27.480</b>	<b>830</b>	<b>3,0%</b>
<b>EBITDA</b>				
Ediciones Digitales	252	(562)	815	144,9%
Portales Verticales	(259)	(261)	2	0,8%
Clasificados	(1.157)	(1.671)	514	30,8%
B2B	2.351	2.236	115	5,2%
<b>Total EBITDA</b>	<b>1.187</b>	<b>(259)</b>	<b>1.446</b>	<b>558,2%</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
Ediciones Digitales	326	(539)	865	160,6%
Portales Verticales	(200)	(261)	61	23,5%
Clasificados	(941)	(1.616)	676	41,8%
B2B	2.359	2.236	123	5,5%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>1.545</b>	<b>(180)</b>	<b>1.726</b>	<b>956,1%</b>
<b>EBIT</b>				
Ediciones Digitales	(264)	(1.077)	813	75,5%
Portales Verticales	(450)	(567)	118	20,7%
Clasificados	(2.200)	(2.516)	315	12,5%
B2B	1.880	1.688	192	11,4%
<b>Total EBIT</b>	<b>(1.034)</b>	<b>(2.473)</b>	<b>1.438</b>	<b>58,2%</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 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.

*Nota 1:* ajustado por inversión en reestructuración por importe de -358 y -79 miles de euros en 1S11 y 1S10.

**Ingresos de Explotación:** ascienden a 28.310 miles de euros (+3,0%) impactados por la salida de perímetro en B2B (Ingresos pro-forma +12,3%).

**Venta de Publicidad:** incremento del +13,9% hasta 16.614 miles de euros resultado del crecimiento en usuarios únicos mensuales y la monetización de la paulatina migración off-online del usuario y del anunciante.

El peso de los ingresos por publicidad de Internet es del 13,0% (+2,3 p.p. vs. en el primer semestre de 2010) de los ingresos de publicidad de VOCENTO, con un crecimiento en Ediciones Digitales del +14,7% (ABC.es +23,2% vs. +12,3% del mercado<sup>11</sup>) y en Clasificados del +13,7%, consecuencia del

<sup>11</sup> Fuente: InfoAdex 1S11.

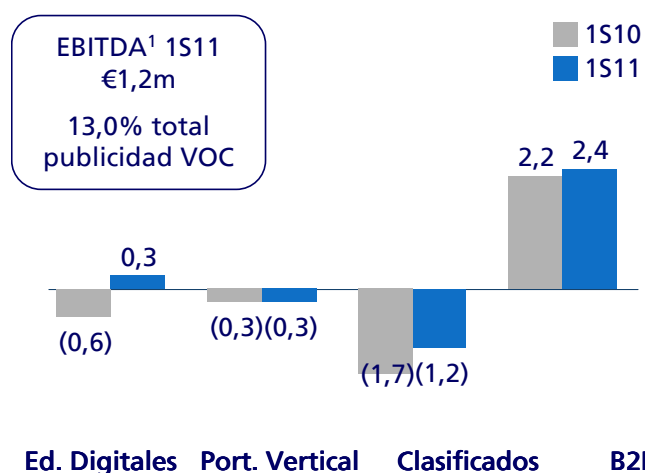
desarrollo de la red nacional de clasificados en sus tres principales categorías: inmobiliario, empleo y motor.

**Otros Ingresos:** alcanza 11.681 miles de euros por el efecto de salida de perímetro en B2B (Otros ingresos -9,2%, pro-forma +10,4%), tras la desinversión en Comunica Mediatrader, reflejo del foco estratégico en B2C.

**EBITDA:** el crecimiento en ingresos de publicidad y el control en costes (costes B2C +3,6%), permiten mejorar EBITDA<sup>12</sup> en +1.726 miles de euros, hasta un nivel positivo de 1.545 miles de euros.

En el primer semestre de 2011 se produce una mejora en todas las áreas de negocio de Internet, situándose tanto las Ediciones Digitales como los Portales Verticales próximas a niveles de "break even" (ver gráfico).

## EBITDA<sup>1</sup> (€m) del área de Internet



Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración por importe de €-0,4m y €-0,1 en 1S11 y 1S10.

<sup>12</sup> Ajustado por inversión en reestructuración por importe de -358 y -79 miles de euros en 1S11 y 1S10.

## Otros Negocios

Adicionalmente a las actividades en Medios Impresos, Audiovisual e Internet mencionadas anteriormente, VOCENTO desarrolla los negocios de Impresión y Distribución.

VOCENTO ha llevado la concentración de la actividad de impresión de ciertos periódicos regionales, junto con otros grupos editoriales, o en solitario para generar sinergias operativas y realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión, así como las posibilidades de encartes y manipulados.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S11	1S10	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Distribucion	70.995	75.349	(4.353)	(5,8%)
Impresión	22.079	20.941	1.138	5,4%
Otras Participadas	3.128	3.144	(16)	(0,5%)
Eliminaciones	(190)	(170)	(20)	(11,6%)
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>96.012</b>	<b>99.264</b>	<b>(3.252)</b>	<b>(3,3%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Distribucion	1.098	1.329	(230)	(17,3%)
Impresión	5.951	6.229	(278)	(4,5%)
Otras Participadas	51	(3)	54	n.r.
<b>Total EBITDA</b>	<b>7.100</b>	<b>7.555</b>	<b>(455)</b>	<b>(6,0%)</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>13</sup></b>				
Distribucion	1.151	1.329	(178)	(13,4%)
Impresión	6.151	6.229	(78)	(1,3%)
Otras Participadas	51	(3)	54	n.r.
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>7.352</b>	<b>7.555</b>	<b>(203)</b>	<b>(2,7%)</b>
<b>EBIT</b>				
Distribucion	917	1.136	(219)	(19,3%)
Impresión	940	2.690	(1.750)	(65,1%)
Otras Participadas	29	(53)	81	155,0%
<b>Total EBIT</b>	<b>1.886</b>	<b>3.774</b>	<b>(1.887)</b>	<b>(50,0%)</b>

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

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

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 96.012 miles de euros, -3,3%, debido al impacto de la salida de perímetro en las áreas de Distribución y Otras participadas e incorporaciones en el área de Impresión.

**EBITDA<sup>13</sup>:** asciende a 7.352 miles de euros. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 6.151 miles de euros, con aportación de Rotomadrid (planta de impresión de ABC en Madrid) de 2.548 miles de euros. En Distribución, el EBITDA alcanza 1.151 miles de euros compensándose la menor actividad en distribución de prensa diaria con la diversificación en la distribución de productos (revistas).

<sup>13</sup> Ajustado por inversión en reestructuración por -252 miles de euros en 1S11.

## Principales datos operativos

### Medios Impresos

Datos de Difusión Media	1S11	1S10	Var Abs	Var%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	241.963	256.733	(14.770)	(5,8%)
<b>Prensa Regional</b>				
El Correo	98.414	104.616	(6.203)	(5,9%)
El Diario Vasco	68.567	72.653	(4.087)	(5,6%)
El Diario Montañés	31.341	31.884	(543)	(1,7%)
Ideal	27.945	29.541	(1.597)	(5,4%)
La Verdad	31.396	33.327	(1.931)	(5,8%)
Hoy	17.942	19.658	(1.716)	(8,7%)
Sur	26.468	27.810	(1.342)	(4,8%)
La Rioja	13.594	14.327	(733)	(5,1%)
El Norte de Castilla	30.557	32.473	(1.916)	(5,9%)
El Comercio	21.960	23.262	(1.302)	(5,6%)
Las Provincias	31.268	33.569	(2.301)	(6,9%)
La Voz de Cádiz	5.461	6.091	(630)	(10,3%)
<b>TOTAL Prensa Regional</b>	<b>404.911</b>	<b>429.211</b>	<b>(24.300)</b>	<b>(5,7%)</b>

Fuente: OJD. Datos 2010 certificados

Audiencia	2ª Ola 11	2ª Ola 10	Var Abs	Var%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	<b>698.000</b>	<b>751.000</b>	<b>(53.000)</b>	<b>(7,1%)</b>
<b>Prensa Regional</b>	<b>2.180.000</b>	<b>2.319.000</b>	<b>(139.000)</b>	<b>(6,0%)</b>
<b>Suplementos</b>	<b>5.782.000</b>	<b>5.721.000</b>	<b>61.000</b>	<b>1,1%</b>
XL Semanal	3.007.000	3.136.000	(129.000)	(4,1%)
Mujer Hoy	1.975.000	1.877.000	98.000	5,2%
Mujer Hoy Corazón	517.000	340.000	177.000	52,1%
Pantalla Semanal	204.000	295.000	(91.000)	(30,8%)
Inversión y Finanzas	79.000	73.000	6.000	8,2%
<b>Prensa Gratuita-Qué</b>	<b>1.398.000</b>	<b>1.547.000</b>	<b>(149.000)</b>	<b>(9,6%)</b>

Fuente: EGM Olas Acumuladas

### Audiovisual

Mercado TDT Nacional	jun-11	jun-10	Var Abs
NET TV Market Share <sup>(1)</sup>	4,2%	3,6%	0,6 p.p.

PUNTO RADIO	2ª Ola 11	2ª Ola 10	Var Abs
Oyentes (L-V) <sup>(2)</sup>	415.000	508.000	(93.000)

Fuentes:

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

### Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	jun-11	jun-10	Var Abs	Var%
Vocento	8.115	n/s	n/s	n/s

Fuente: Nielsen Net View

## Aviso Legal

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Sociedad o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Sociedad y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Analistas e inversores deberán tener en cuenta que tales intenciones, expectativas o estimaciones no implican ninguna garantía sobre cuál vaya a ser el comportamiento y resultados futuros de la Compañía, y asumen riesgos e incertidumbres sobre aspectos relevantes, por lo que los resultados y el comportamiento real futuro de la Sociedad podrá diferir sustancialmente del que se desprende de dichas previsiones y estimaciones.

Lo expuesto en la presente declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Sociedad y, en particular, por los analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Sociedad ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones.

Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases la oferta o la aceptación de cualquier tipo de compromiso.

## Contacto

### **Relación con Inversores y Accionistas**

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7

28027 Madrid

Tel.: 91.339.98.09

Fax: 91.742.63.52

e-mail: [ir@vocento.com](mailto:ir@vocento.com)