



vocento

Resultados 1S20

28 Julio 2020



PRINCIPALES HITOS 1S20

IMPACTO EN INGRESOS DEL COVID19

- **Ingresos VOCENTO 1S20 -15,6%**, con un descenso en 2T20 del -24,6%
- Venta de **ejemplares 1S20 -9,0%**¹ (vs -4,4% en 1S19), con resiliencia en los periódicos de Zona Norte (-3,0%)
- Descenso de los ingresos de **publicidad -22,6% (2T20 -31,3%)**, muy inferior al del mercado, con menor caída en junio (-24,8%)
- **Peso de publicidad digital** sube 3,5 p.p. hasta **44,5%**²

MEDIDAS DE PROTECCIÓN DE RENTABILIDAD

- **EBITDA comparable 1S20 €10,9m**, -48,2% vs 1S19. EBITDA 1S20 €6,6m
- Reducción de costes compensa en 1S20 el 64% de la caída en ingresos vs 1S19
- **Margen de difusión 1S20 €-0,9m**; caída similar a la de 1S19 y en línea con los objetivos de inicio de año

OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO DIGITAL PARA VOCENTO

- **Incremento en +35%** de suscriptores de **ON+** hasta 53k en 1S20 y del **+18% en KyM ABC**. EBITDA incremental €+0,4m por ON+
- **ABC.es**, que se incorporará al modelo de pago en sep20, incrementa su registro de usuarios hasta 800k (+200k vs dic19)
- Desarrollo de **nuevos modelos de negocio** (eventos virtuales)

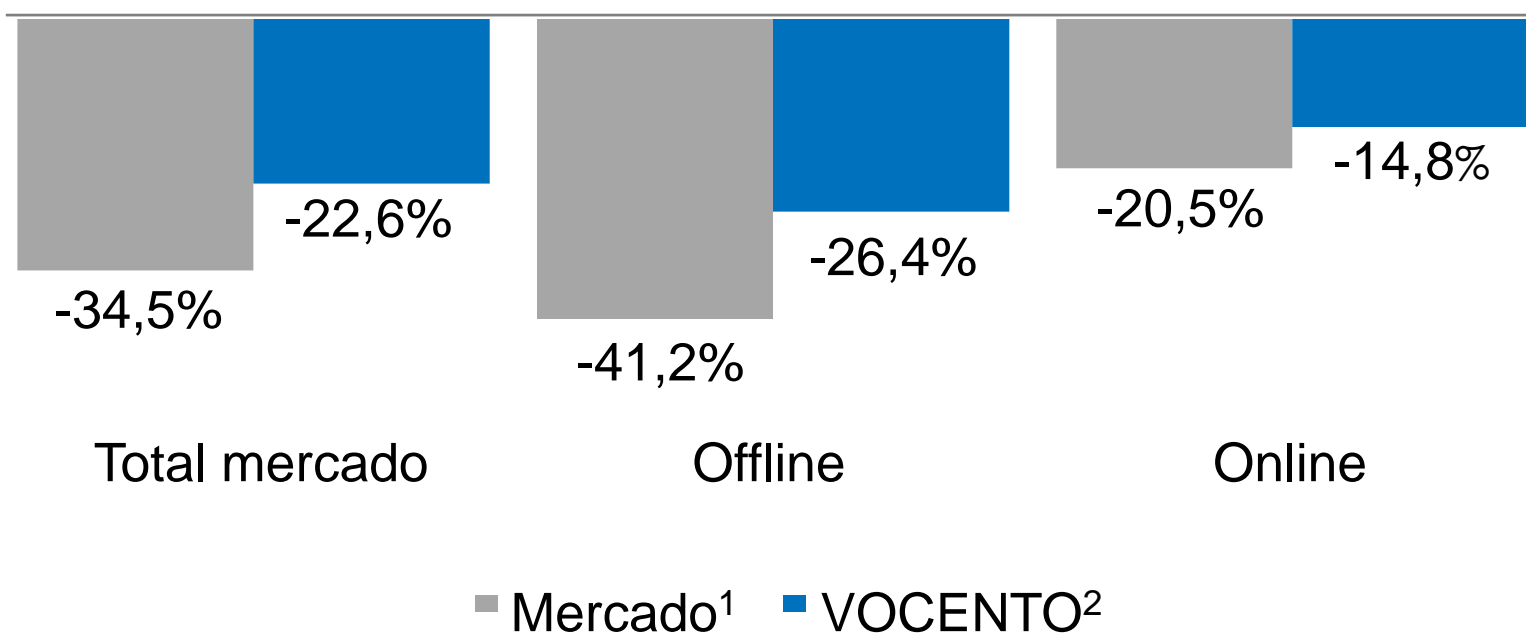
MANTENIMIENTO DE LA DEUDA Y SEGURIDAD FINANCIERA

- **Generación de caja ordinaria €6,6m** , €2,1m en 2T20
- PFN €-67,5m vs €-52,8m 2019. DFN/EBITDA LTM comparable 1,7x. **PFN ex NIIF 16** prácticamente **plana** vs 2019 (€+0,4m)
- **Cómoda situación de liquidez**: efectivo+ líneas de crédito disponible: €68,5m

MERCADO PUBLICITARIO AFECTADO POR COVID

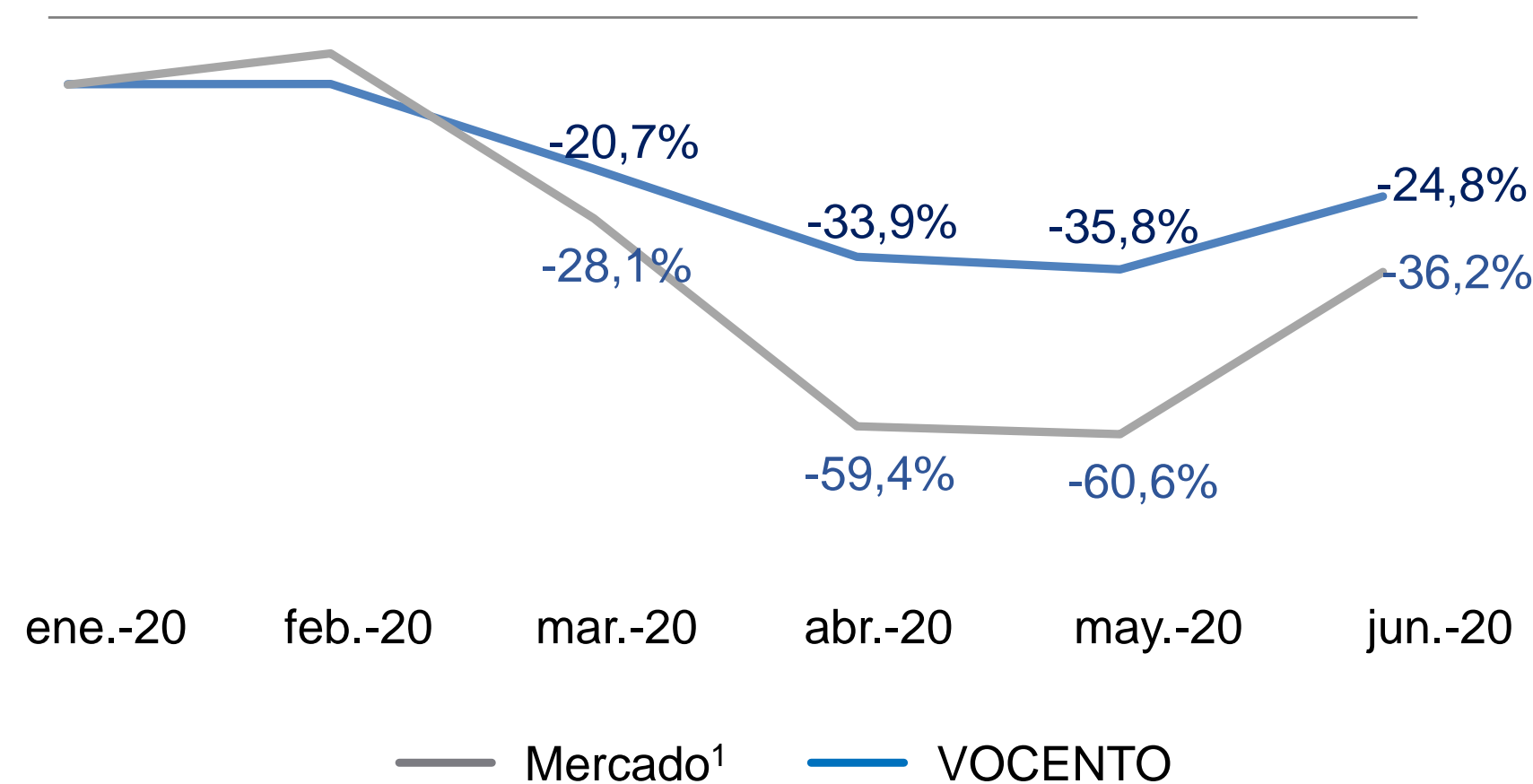
Mercado publicitario y publicidad VOCENTO 1S20

Datos en var% anual



Mercado publicitario y publicidad VOCENTO mensual

Datos en var% anual



Nota 1: fuente de mercado i2p sin redes sociales a 26 de julio. Nota 2: marcas de VOCENTO offline Prensa Regional y ABC, marcas online Portales Locales, ABC.es y Clasificados.

IMPACTO DEL COVID19 EN VOCENTO Y

IMPACTO

- **Venta de ejemplares** -13,3%¹, en 2T20
- Cierre de puntos de venta (-24% en pico de zona Centro)
- **Venta de publicidad 2T20 -31,3%**
- En 2T20 print -33,5%, online -26,2%
- **Otros ingresos 2T20 -24,7%**
- Impacto en ingresos eventos (propios y de 3º) e impresión y distribución para 3º
- Caída de la rentabilidad
- Incertidumbre sobre la generación de caja

MEDIDAS

- Apoyo a puntos de venta, acuerdos con puntos de venta alternativos
- Reducción costes variables
- Enfoque suscriptores digitales
- Impulso a nuevas soluciones comerciales como branded content o programática
- Nuevos formatos (Gastronomika Live)
- 35% eventos reprogramados para 2S o 2021
- Reducción costes variables
- Reducción costes fijos (ERTE, renegociación proveedores)
- Nueva financiación
- Cancelación pago dividendo 2019/suspensión programa recompra
- Revisión capex anual

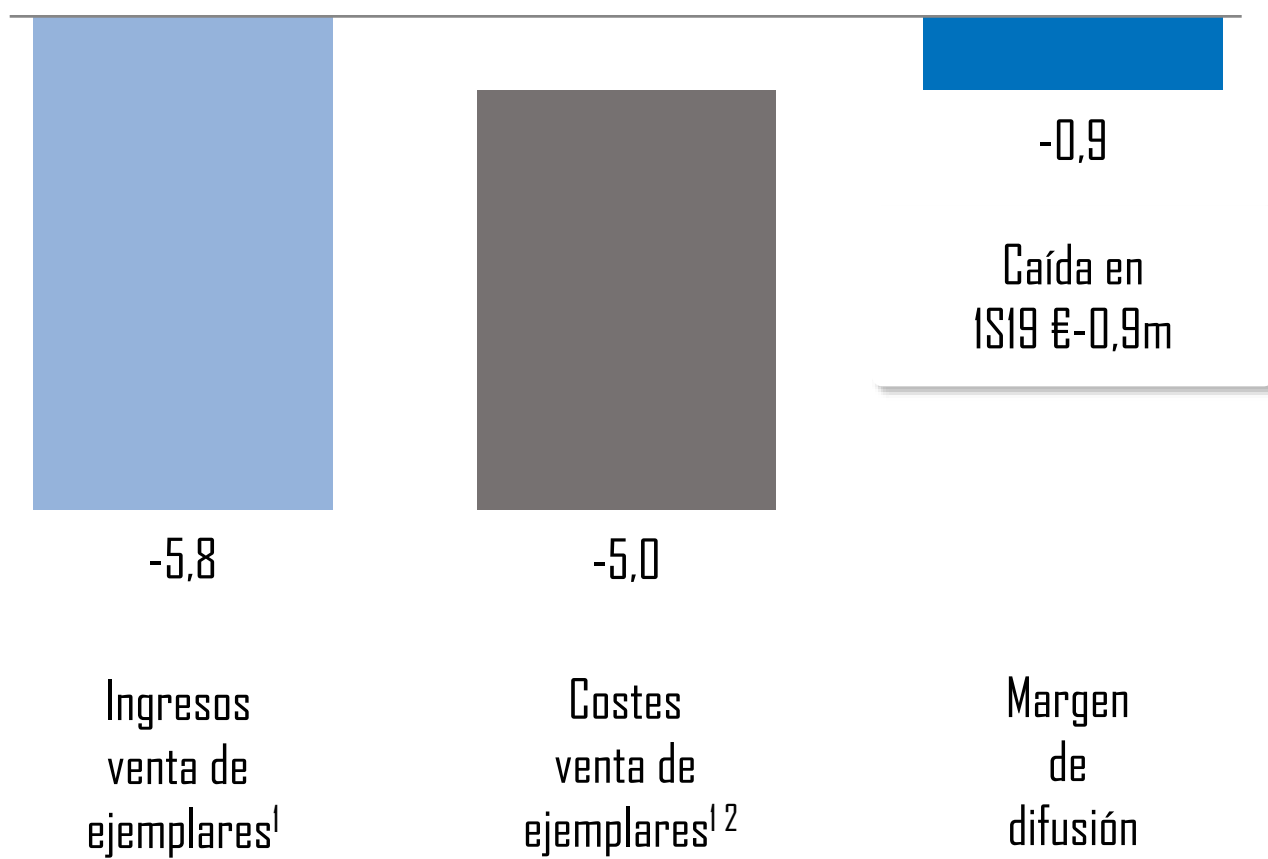
RESULTADOS

- Margen ejemplares €-0,9m similar 1S19, parte compensado suscrip. digital €+0,4m
- Modelos ON +53k suscriptores +35%
- ABC 800k registros y 25% navegan logados
- Aceleración de la transformación digital, posición fortalecida. **Peso de Digital 44,5%**
- Gastronomika live 23k registros
- **El 64% de la caída en ingresos es compensada** por reducción de costes
- EBITDA comparable en 1S20 €10,9m
- Generación de caja positiva
- Cumplimiento holgado de covenants
- Sólida posición de liquidez

MARGEN DE DIFUSIÓN Y SUSCRIPCIONES DIGITALES

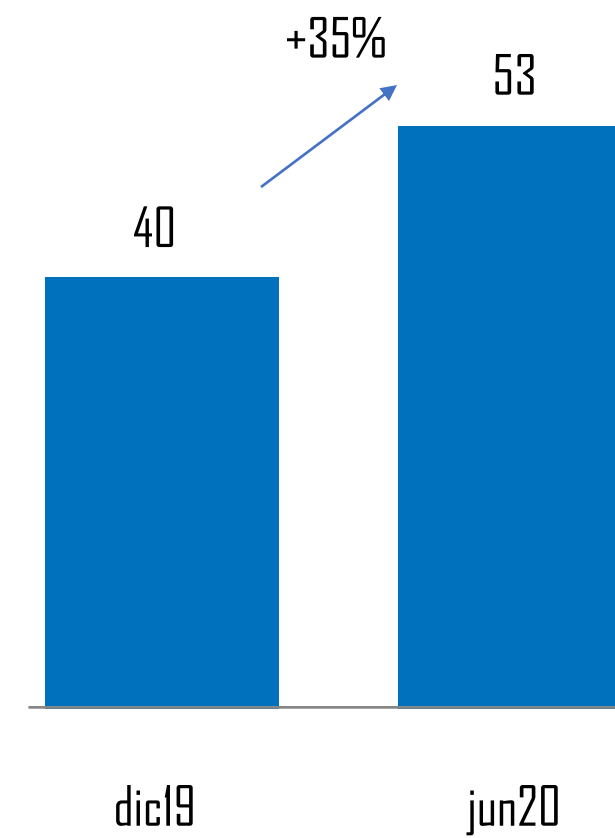
Margen de difusión 1S20

Datos en var €m anual



Modelo de suscripción digital

Suscriptores totales (miles)



- Incremento EBITDA 1S20 €+0,4m
- Lanzamiento de ON+ en 2S20 del resto de portales locales
- Lanzamiento en sep20 de ABC
- Registro 800k de los que 200k navegan logados (2x vs dic19)

MEDIDAS DE EFICIENCIA COMO RESPUESTA

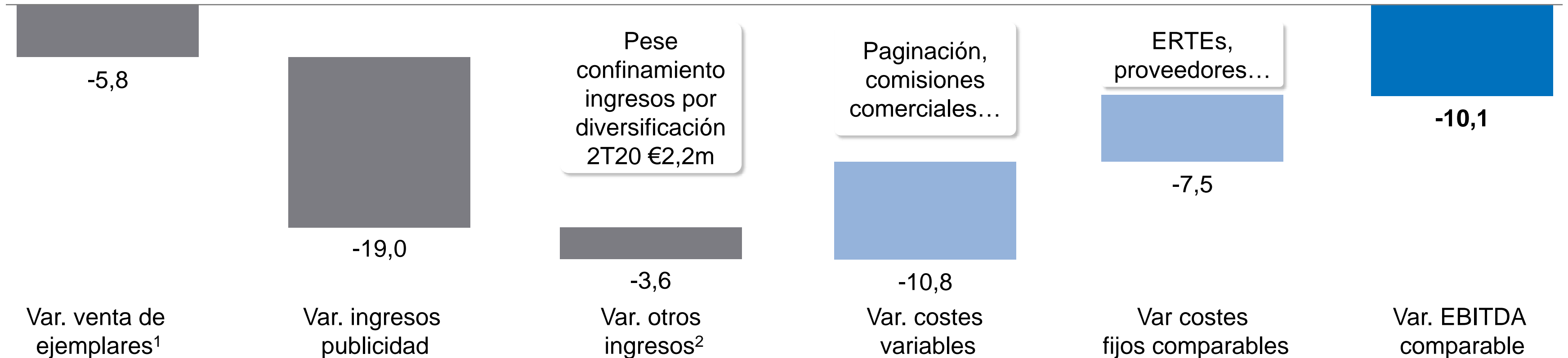
Evolución de ingresos y costes de VOCENTO 1S20

Datos en var €m anual

IMPACTO EN INGRESOS

MEDIDAS EN COSTES

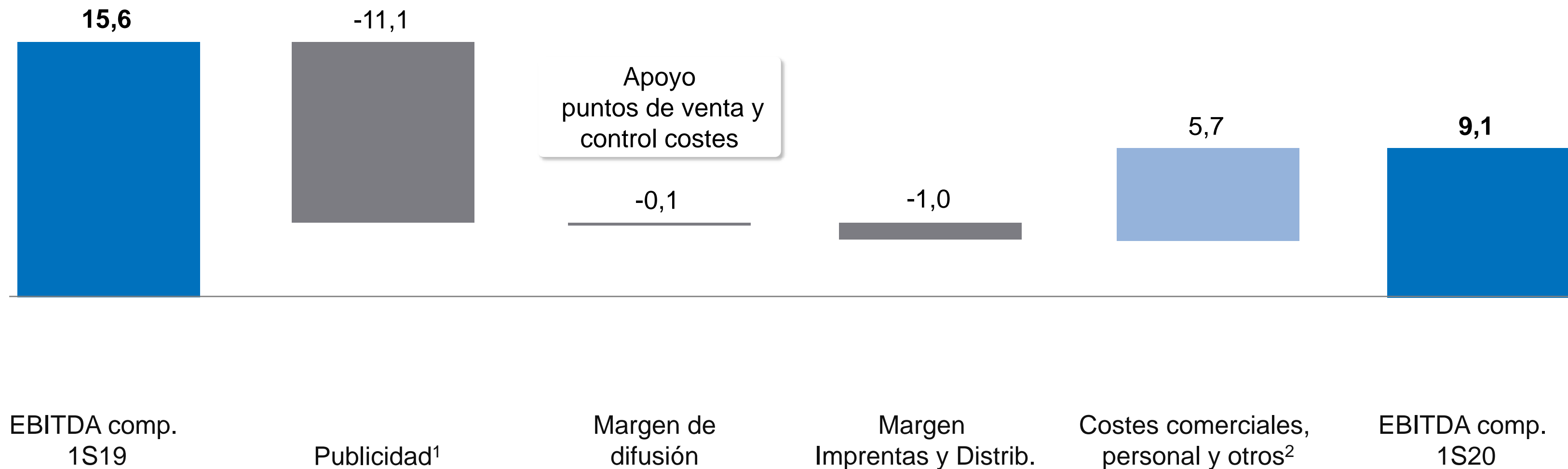
Reducción de costes en 1S20
compensa 64% de caída en ingresos



MANTENIMIENTO MARGEN DE DIFUSIÓN DE REGIONALES

Evolución de EBITDA comparable de Regionales

Variación 1S19 vs 1S20 excepto EBITDA comparable €m

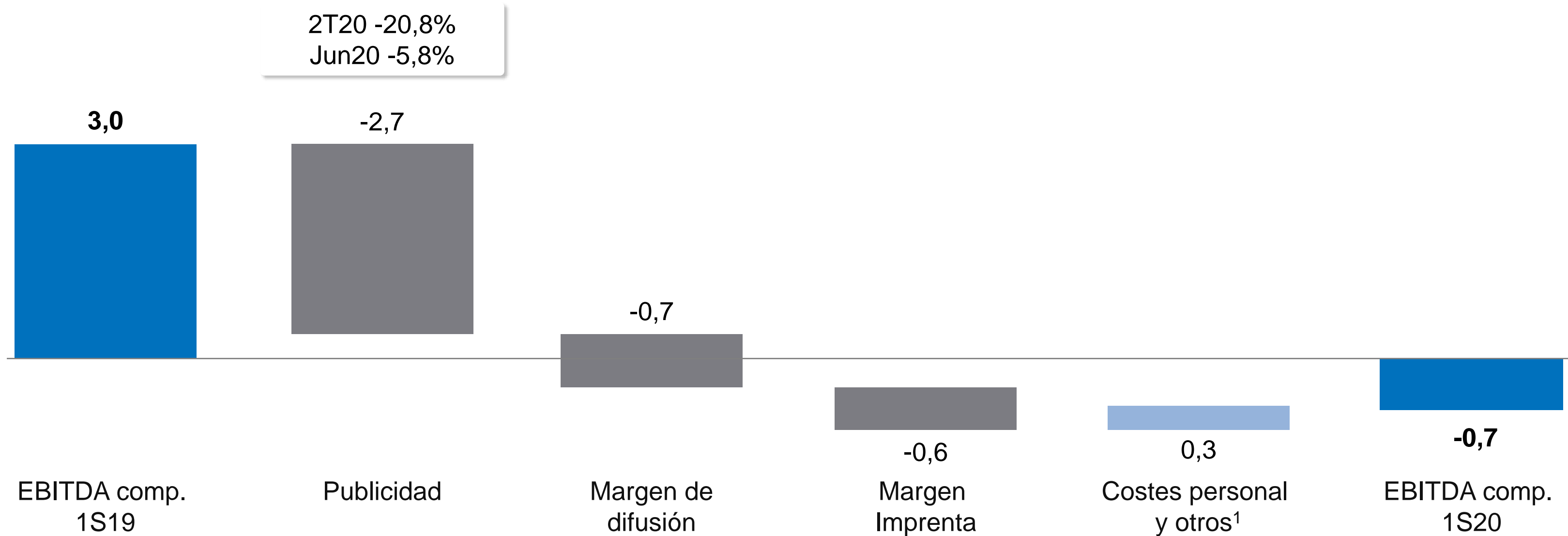


Nota 1: actividad editora y digital. Nota 2: otros incluye margen por eventos, impacto EBITDA ON+ y efecto NIIF 16.

IMPACTO DE LA PUBLICIDAD EN EBITDA DE ABC

Evolución de EBITDA comparable de ABC

Variación 1S19 vs 1S20 excepto EBITDA comparable €m



Nota 1: otros incluye costes comerciales, margen por eventos y efecto NIIF 16.

EVOLUCIÓN DE CLASIFICADOS

SUMAUTO

KPIs

Clientes +3%¹

Audiencia +27%¹, gap vs #1 -
25%²

INGRESOS 1S20

-19,0% vs 1S19

EBITDA 1S20

Margen -2,2 p.p. vs 1S19

pisos
.com

Clientes -6%¹

Audiencia +16%²

-12,8% vs 1S19

Margen -1,3 p.p. vs 1S19

Área de
Clasificados³

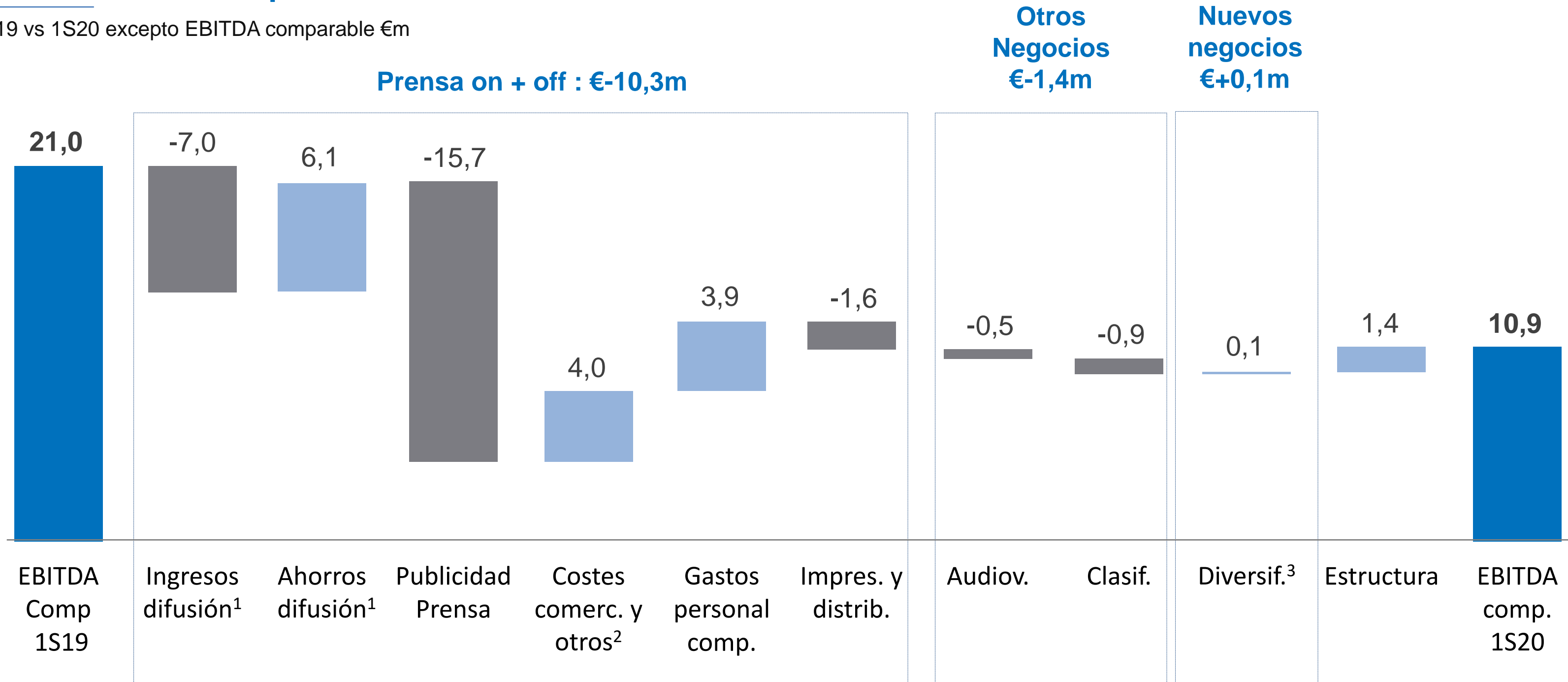
€10,8m, -15,8%

€2,0m, -27,9% vs 1S19
Margen 18,4%, -3,1 p.p. vs 1S19

IMPACTO CAIDA PUBLICIDAD EN EBITDA DE VOCENTO

Evolución de EBITDA comparable de VOCENTO

Variación 1S19 vs 1S20 excepto EBITDA comparable €m

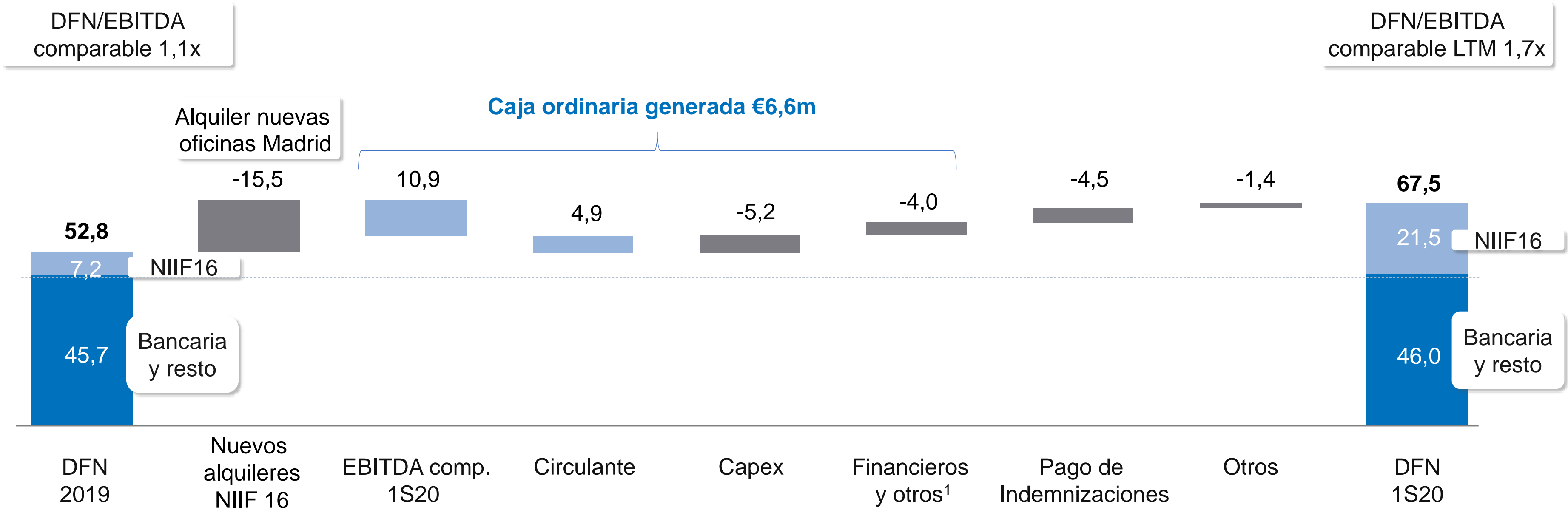


Nota 1: excluye cambio en la contabilización de suscripciones en ABC. Nota 2: incluye margen de eventos, etc. Nota 3: Gastronomía y Agencias.

GENERACIÓN DE CAJA ORDINARIA

Evolución deuda financiera neta VOCENTO

Datos en €m



Nota 1: incluye ingresos anticipados, gastos financieros netos, dividendos a minoritarios, impuestos.

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

NIF €m

	1S20	1S19	Var. abs.	Var%
Ingresos de explotación	163,7	193,8	-30,1	-15,6%
Gastos explotación sin amort. comparables	-152,8	-172,8	20,0	11,6%
EBITDA comparable	10,9	21,0	-10,1	-48,2%
Medidas de ajuste personal y “one offs”	-4,3	-6,6	2,3	34,8%
EBITDA	6,6	14,4	-7,8	-54,3%
EBIT	-3,1	4,7	-7,9	n.r.
Resultado financiero y otros	-1,3	-1,3	-0,1	-4,4%
BAI	-8,3	2,9	-11,2	n.r.
Impuesto sobre sociedades	-0,8	-1,2	0,4	36,1%
Minoritarios	-2,1	-2,7	0,6	23,2%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	-11,2	-1,0	-10,2	n.r.

Nota: Cuenta de resultados no exhaustiva. La variación del 64% de costes contra ingresos incluye el ajuste por cambio en contabilización de suscripciones ABC.

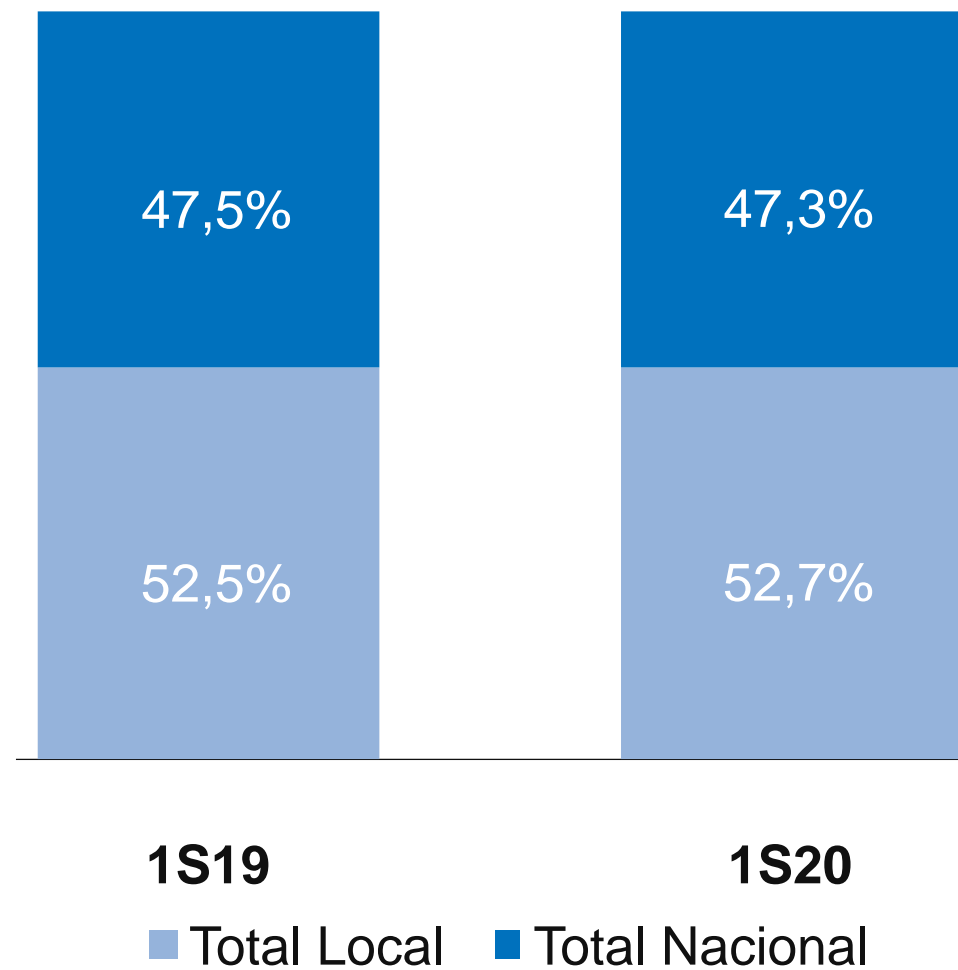


Anexo Financiero

EVOLUCIÓN DE PUBLICIDAD LOCAL Y NACIONAL

Publicidad nacional vs local¹

Datos en %

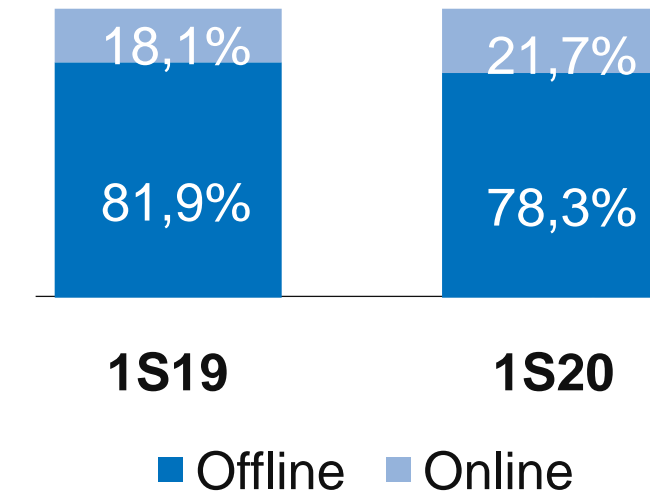


**Var %
1S19-1S20**

Nacional	-23,2%
Local	-22,4%
Total	-22,8%

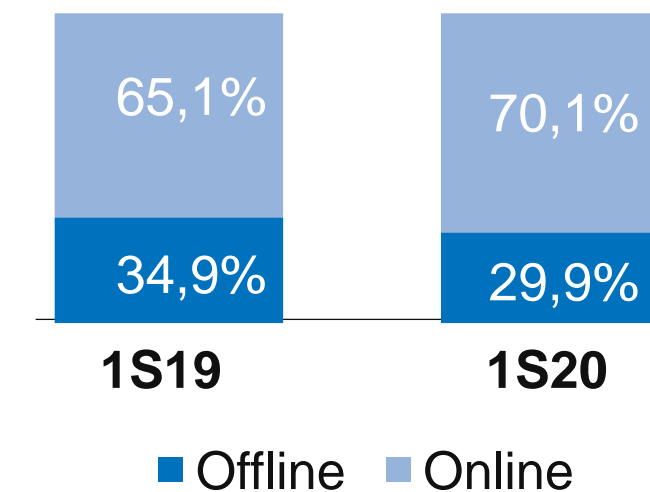
Publicidad local¹: Papel vs Digital

Datos en %



Publicidad nacional¹: Papel vs Digital

Datos en %



Nota 1: Datos de publicidad neta. No incluye ni Audiovisual ni Otros.

VARIACIÓN DEUDA FINANCIERA NETA

NIIF (Datos en €m)

	1S20	1S19
EBITDA comparable	10,9	21,0
Variación de circulante	4,9	3,3
Capex	-5,2	-5,7
Otras partidas ¹	-0,9	-0,8
Cash flow proveniente de actividades recurrentes	9,8	17,8
Intereses cobrados	0,3	0,7
Dividendos e intereses pagados ²	-3,4	-3,9
Total cash flow ordinario	6,6	14,7
Pago medidas ajuste	-4,5	-4,3
Suma de partidas no recurrentes con impacto en el cash flow ³	-1,4	-5,4
Efecto NIIF 16	-15,5	-12,3
Cambio en deuda financiera neta	-14,7	-7,3
Deuda financiera neta	67,5	50,3

Nota 1: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros. Nota 2: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 3: incluye entre otros operaciones inmobiliarias, incluye autocartera y el pago del dividendo de VOC en 1S19

BALANCE CONSOLIDADO

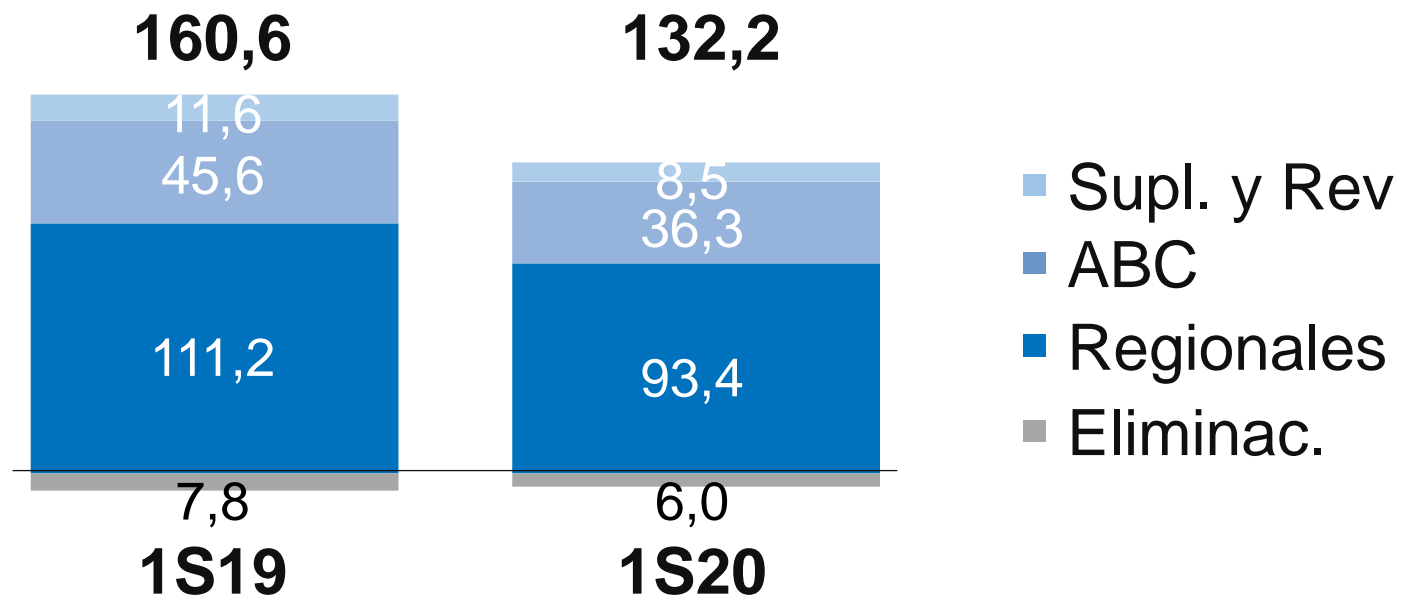
NIIF (Datos en €m)

	1S20	2019
Activos no corrientes	362,9	357,2
Activos corrientes	119,1	128,4
Activos mantenidos para la venta	3,3	0,2
TOTAL ACTIVO	485,3	485,7
PATRIMONIO NETO	269,6	282,1
Deuda financiera	92,3	72,6
Otros pasivos no corrientes	32,3	34,1
Otros pasivos corrientes	91,1	97,0
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	485,3	485,7
Deuda financiera neta	67,5	52,8
Deuda financiera neta ex NIIF 16	46,0	45,7

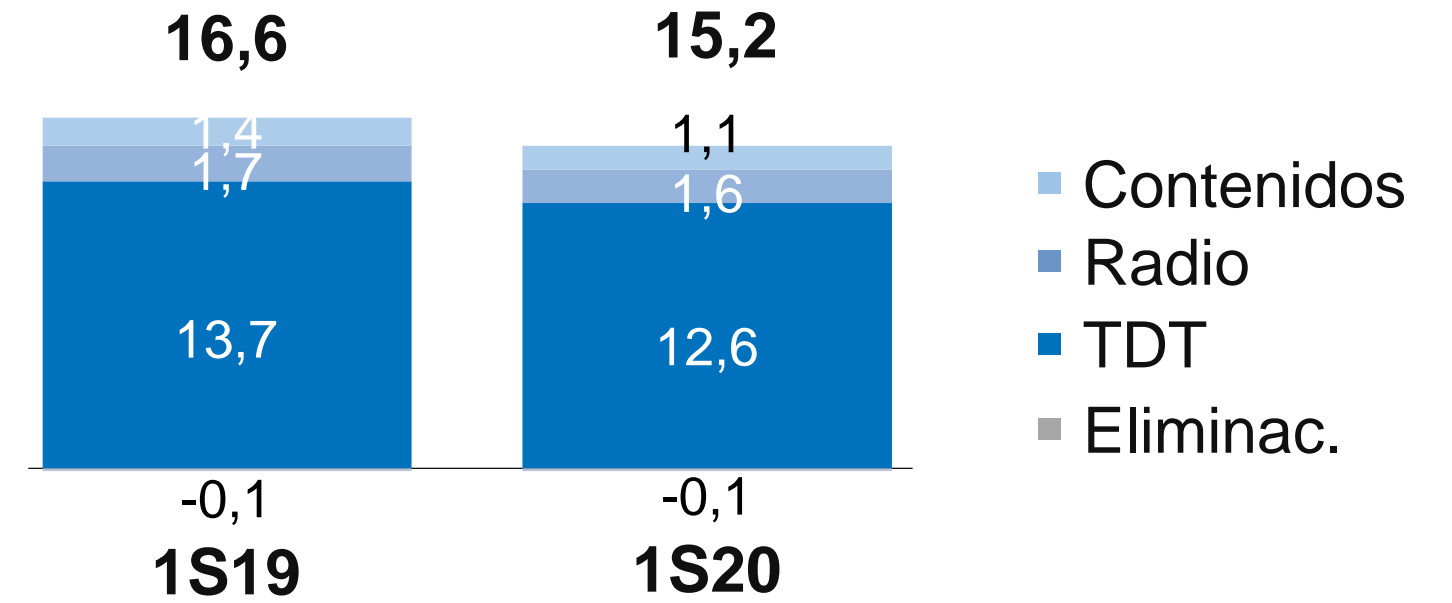
INGRESOS POR NEGOCIO



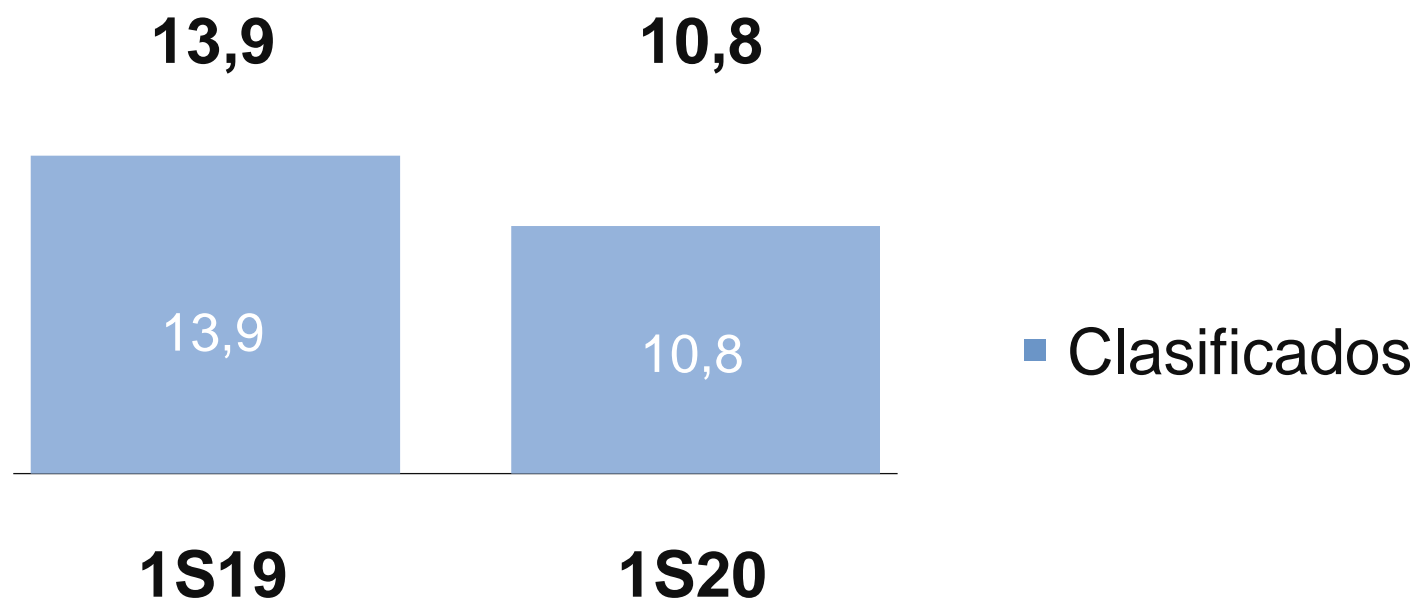
Periódicos (€m)



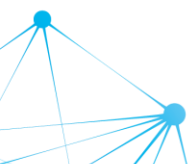
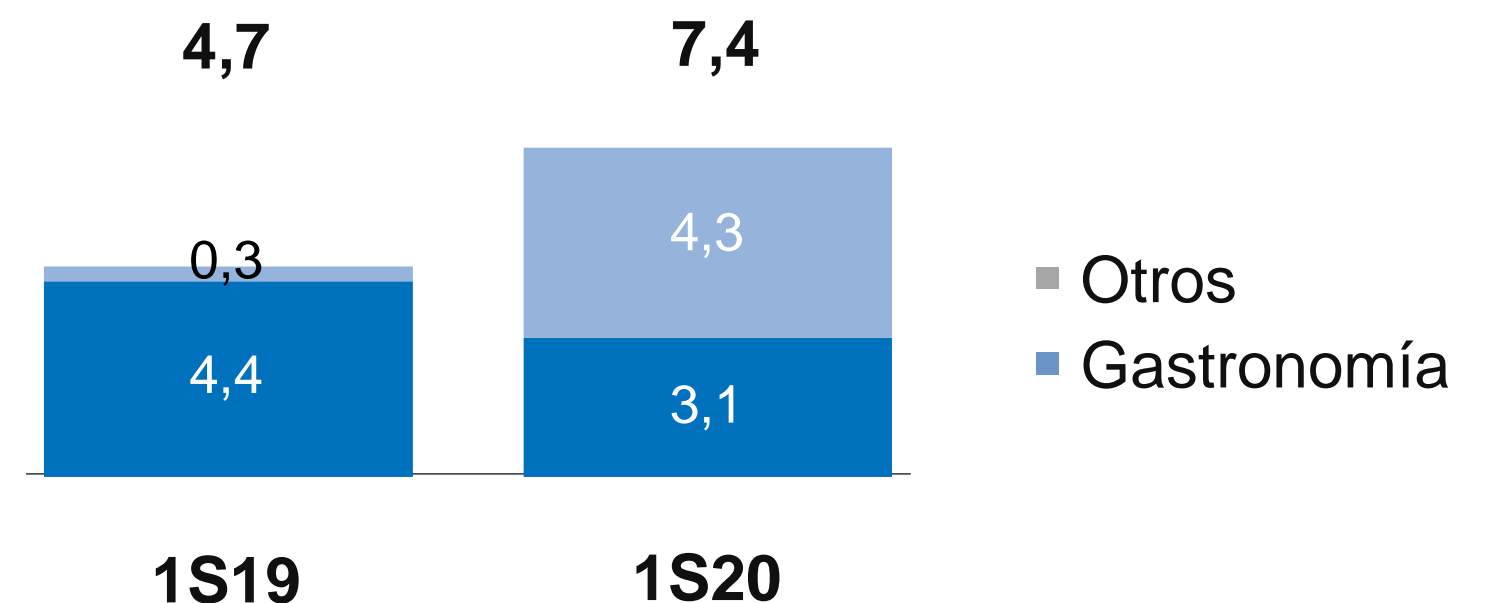
Audiovisual (€m)



Clasificados (€m)



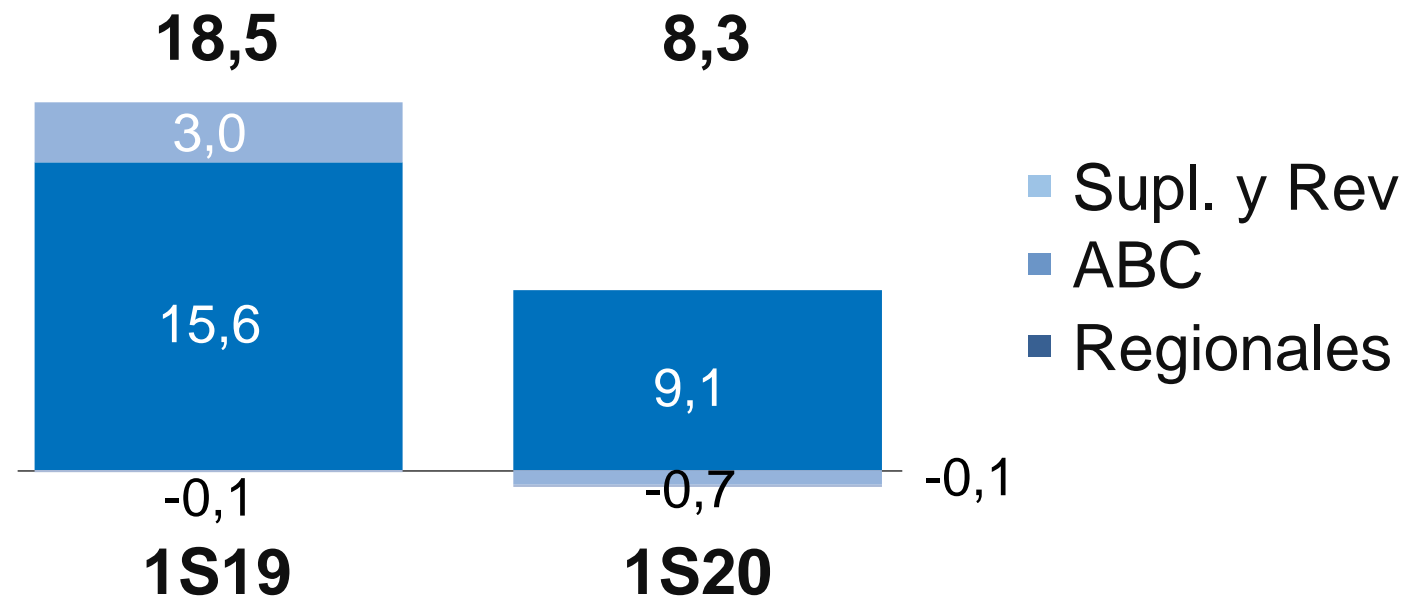
Gastronomía y Otros (€m)



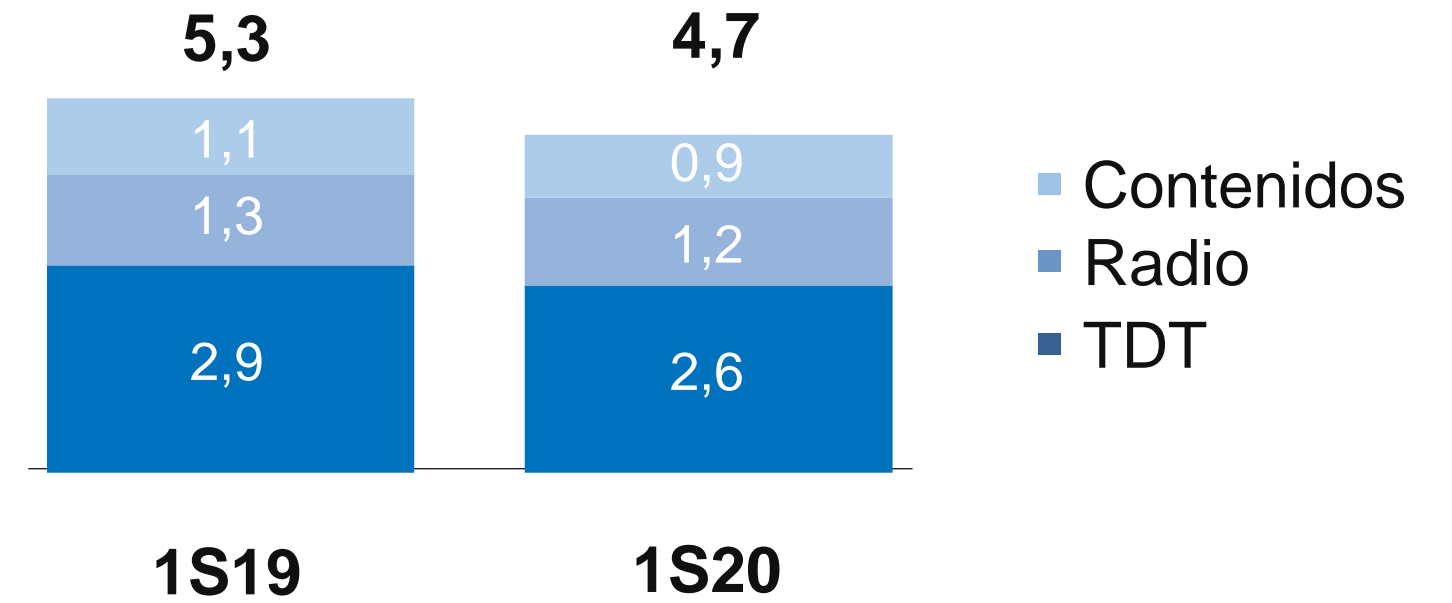
EBITDA COMPARABLE POR NEGOCIO



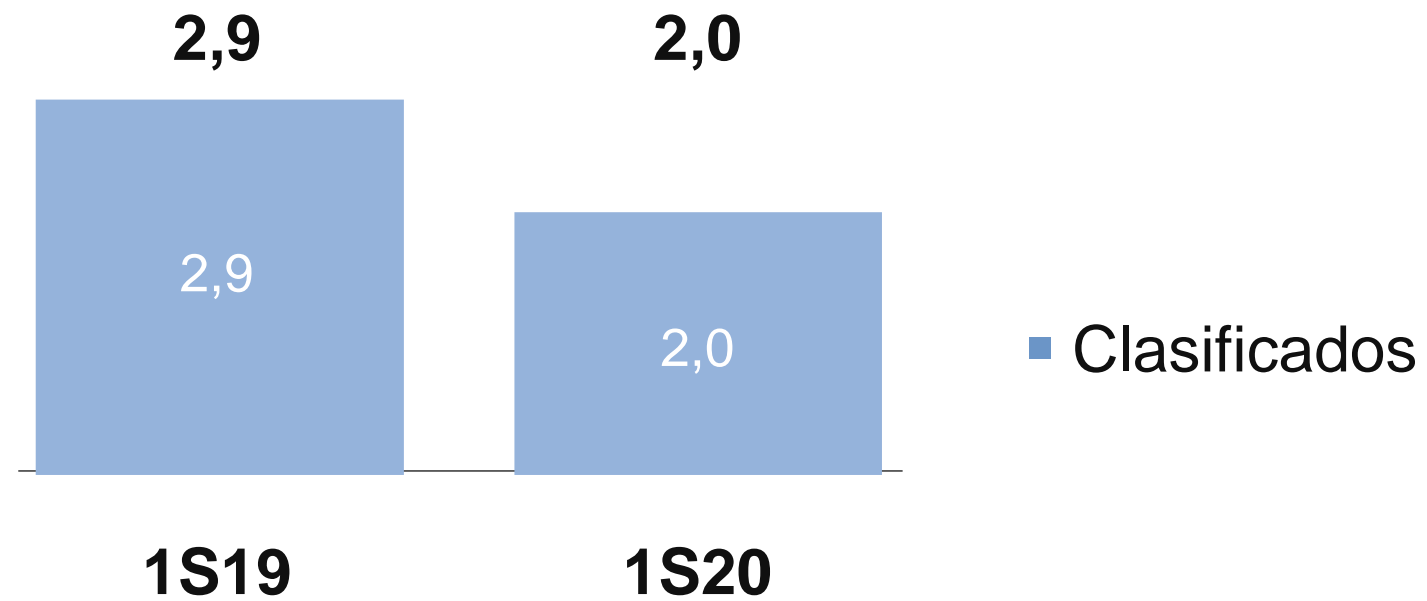
Periódicos (€m)



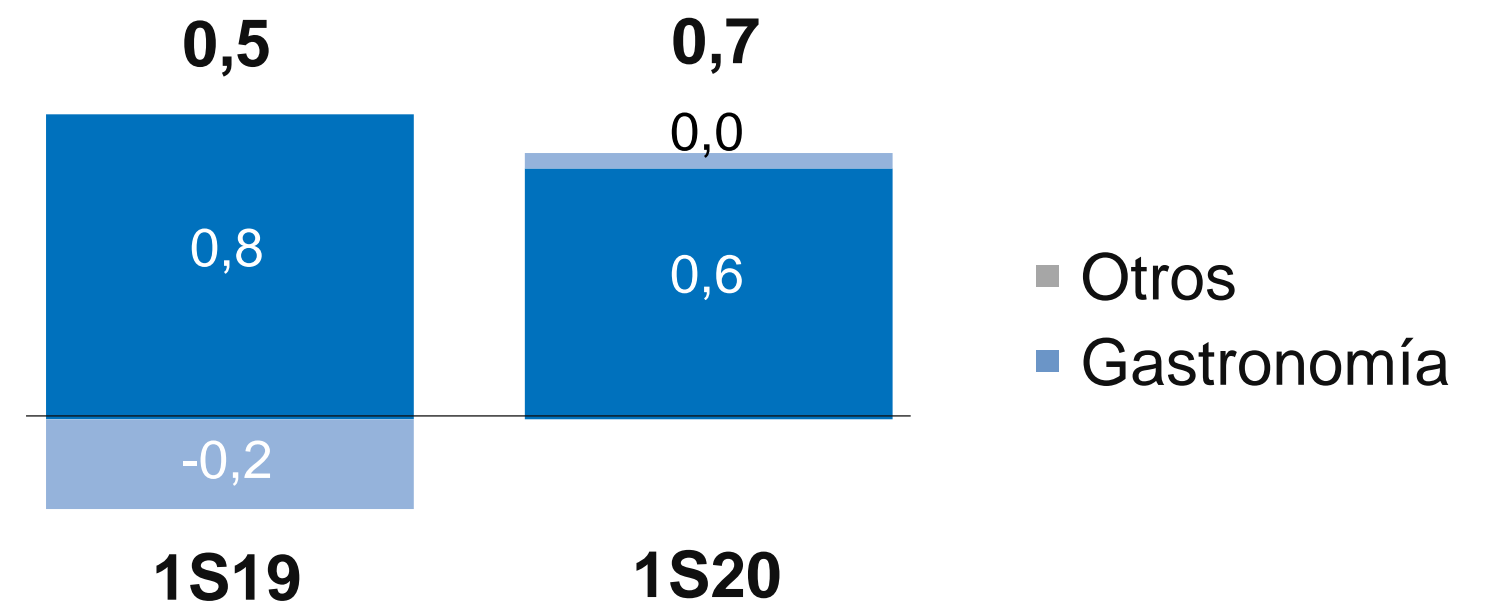
Audiovisual (€m)



Clasificados (€m)



Gastronomía y Otros (€m)



vocento

