

Vocento cierra el primer trimestre con un beneficio neto de 2,9 millones de euros

Madrid, 14 de mayo 2009.- El buen comportamiento en la difusión, el crecimiento en Internet, y la mejora en los resultados del área audiovisual han permitido a Vocento cerrar el primer trimestre de 2009 con un beneficio neto de 2,9 millones, un EBITDA ajustado de 6,02 millones de euros, y una mejora en su posición financiera de casi 20 millones, a pesar del difícil entorno económico y la caída generalizada de la inversión publicitaria.

Estos **resultados se deben**, precisamente, a un mejor comportamiento publicitario que su competencia; a una importante reducción de costes de 31 millones de euros que afecta a todas las áreas de negocio; y al incremento de cuota de mercado por el sólido crecimiento de ABC y el liderazgo de Vocento en Internet y Prensa escrita, que sitúan al grupo en una posición privilegiada para salir reforzado de la crisis.

En este período, **el resultado operativo ajustado antes de impuestos y amortizaciones (EBITDA) ascendió a 6,02 millones de euros**, prácticamente en línea con los datos registrados en el mismo trimestre del año anterior. Asimismo, Vocento mejoró su posición financiera neta en 19,8 millones de euros, lo que permite al grupo mantener el foco estratégico en las marcas regionales, el posicionamiento en medios nacionales, el liderazgo en Internet y en la gran oportunidad que supone para Vocento el nuevo panorama audiovisual.

La **publicidad en Prensa e Internet** registró un mejor comportamiento que en el resto del mercado, a pesar de la disminución generalizada de estos ingresos por el impacto de la crisis económica. En el área de Internet, las ventas se incrementaron un 23,9%, frente al +1,8% del mercado, según datos del IAB del primer trimestre de 2009. Por su parte, las inversiones de publicidad en prensa regional y nacional, que se redujeron un 28,1% y 29,4%, respectivamente, retrocedieron menos que la media del mercado, que registró pérdidas del 31,2%, de acuerdo a los datos de Arce Media correspondientes a este período.

Resultados por áreas de negocio

Vocento volvió a **alcanzar en el primer trimestre el liderazgo indiscutible en medios impresos**, según la primera ola de EGM 2009, con una audiencia de casi 5,4 millones de lectores, lo que supone más de un millón de lectores sobre su más inmediato competidor.

Asimismo, **ABC** es el único diario nacional que creció en audiencia, lo que confirma una vez más la el buen comportamiento de esta cabecera centenaria con una tendencia de crecimiento de la difusión que se mantiene por sexto trimestre consecutivo, con un crecimiento del 8,8%, que supone un promedio de 271.671 ejemplares diarios. Por su parte, el diario gratuito Qué! consolida una audiencia por encima de 2 millones de lectores y alcanza el millón de usuarios únicos, y los Suplementos y Revistas refuerzan de nuevo su liderazgo con más de 6,5 millones de lectores.

Por su parte, los **doce diarios regionales de Vocento**, mantienen su liderazgo en el mercado regional, con una cuota de difusión del 26,2%, y un crecimiento de ingresos del 2,3%.

En el **área audiovisual** destaca la progresiva eficiencia de la Compañía, con una mejora del EBITDA en 4 millones de euros gracias, entre otros, a la evolución del acuerdo estratégico en TDT Nacional con The Walt Disney Company y la consolidación del liderazgo de este canal en la segunda posición de los nuevos canales temáticos de TDT, con una cuota del 3,1%, según datos de TNS Sofres de marzo de 2009.

Punto Radio ha logrado en este periodo mejorar sus resultados y reforzar su audiencia con más de medio millón de oyentes en la primera ola del EGM, a lo que hay que sumar la obtención de tres nuevas licencias en Madrid a la espera de nuevas resoluciones administrativas en el marco del Plan Técnico.

Marcas nacionales de consumo local

En **Internet**, Vocento se consolida como grupo líder de medios de Comunicación en la Red, según el ranking de Nielsen Netview de marzo de 2009, que repite en abril, con un incremento del 42% de su audiencia en los últimos doce meses gracias a la permanente modernización de las webs del grupo y la buena evolución de los portales digitales.

En este sentido, destaca el buen comportamiento de **ABC.es**, el portal digital que más crece de su categoría, con un incremento de su audiencia del 28%; de QUE.es, que alcanza el millón de usuarios únicos; y de los clasificados online, con marcas nacionales de consumo local como pisos.com, que crece un 114%, infoempleo, un 129%; o portales verticales como finanzas.com, que incrementa su audiencia en un 255%.