

## Vocento alcanza un beneficio neto de 47,2 millones de euros en los nueve primeros meses

**Madrid, 13 de noviembre de 2009.**-El liderazgo en Prensa escrita e Internet, el avance en el desarrollo de la estrategia audiovisual y un mejor comportamiento publicitario que la media del mercado, permiten a Vocento cerrar el acumulado de los nueve primeros meses de 2009 con unos ingresos de 553,6 millones de euros y un **beneficio neto de 47,2 millones** a pesar del difícil entorno económico y la caída generalizada de la inversión publicitaria.

Vocento logra en este período una reducción de los gastos operativos de 81,5 millones de euros(-13,2%), lo que se traduce en una mejora de la eficiencia que permite compensar la pérdida de publicidad y alcanzar un resultado EBITDA ajustado por costes de reestructuración de 18,7 millones de euros, en línea con el dato del pasado año para el mismo período, que alcanzó los 20,7 millones de euros.

En una coyuntura económica que ha afectado significativamente a las empresas del sector de medios de comunicación tanto en España como en Europa, **Vocento destaca de la competencia por su sólida posición financiera**, con un efectivo de más de 138 millones de euros y un endeudamiento financiero neto de 45 millones, que permite a la compañía acometer medidas de transformación y de reducción de costes, y que facilita el cumplimiento del plan estratégico.

La posición financiera de la Compañía se ha visto reforzada en este periodo con la venta de la participación del 5,1% en Telecinco, que ha generado unos ingresos de 95,3 millones de euros y plusvalías antes de impuestos de 70,1 millones.

### **Evolución resultados 9M09**

| Millones de Euros                              | <b>VOCENTO</b> | <b>PRISA</b> | <b>UNEDISA</b> | <b>TELECINCO</b> | <b>ANTENA 3</b> |
|--|----------------|--------------|----------------|------------------|-----------------|
| Ingresos totales                               | 554            | 2.429        | 372            | 432              | 496             |
| var% vs. 9M08                                  | (13%)          | (21%)        | (20%)          | (41%)            | (21%)           |
| Ingresos de publicidad                         | 194            | 628          | 138            | 395              | 402 1           |
| var% vs. 9M08                                  | (25%)          | (22%)        | (31%)          | (41%)            | (23%)           |
| EBITDA ex costes reestructuración y plusvalías | 19             | 507          | 3              | 89               | 36              |
| <b>Situación financiera</b>                    |                |              |                |                  |                 |
| Millones de Euros                              | <b>VOCENTO</b> | <b>PRISA</b> | <b>RCS</b>     | <b>TELECINCO</b> | <b>ANTENA 3</b> |
| Posición Financiera Neta dic08                 | (93)           | (5.044)      | (1.147)        | (26)             | (140)           |
| Posición Financiera Neta 9M09                  | (45)           | (4.973)      | (1.122)        | (177)            | (235)           |

Fuente: compañías. Nota 1: Ingresos de publicidad de Antena 3 Tv

### **Liderazgo en Medios Impresos**

En los nueve primeros meses del año, **Vocento mantiene el liderazgo en difusión de medios impresos** con un crecimiento en sus ingresos por venta de ejemplares del 1,4%.

Los **periódicos regionales** mantienen un liderazgo indiscutible en la difusión y alcanzan una cuota de mercado del 26,1%, según datos de OJD correspondientes al mismo periodo.

## ABC recorta a 30.000 ejemplares la distancia con su inmediato competidor

Por su parte, **ABC**, con una disminución del gasto promocional del 14,6%, **es la única cabecera nacional que aumenta su difusión en los nueve primeros meses del año (+2,6%)** frente a la caída generalizada de sus competidores, que reducen su difusión media en un 10,9%. Este crecimiento sostenido durante los dos últimos ejercicios ha permitido a ABC recortar la distancia con su inmediato competidor desde 103.220 ejemplares en septiembre 2007 a solo 30.300 ejemplares en septiembre 2009.

Respecto a los ingresos por publicidad, los medios impresos de **Vocento presentan mejor comportamiento que la media del mercado**, que cae por encima del 28% (según informe i2p Arce a los 9 primeros meses) mientras ABC experimenta una caída del 22,9% y los medios regionales, de 25,8%.

En prensa gratuita, el **diario Qué!** mejora su EBITDA ajustado en 5,5 millones de euros después de reducir sus costes en un 47,5%.

Las mejoras continuas de **los suplementos de Vocento** reconocidas por la favorable evolución de su audiencia permiten que el suplemento dominical XL Semanal mejore su cuota publicitaria en el período al pasar del 30,2% al 32,3%.

## Progresiva eficiencia en el área audiovisual

En el **ámbito audiovisual**, Vocento muestra nuevamente una progresiva mejora de la eficiencia con unos ingresos de 82 millones de euros y un crecimiento del EBITDA ajustado de 9,3 millones de euros gracias a un estricto control de costes y a la positiva evolución de los canales de TDT nacional.

**Disney channel** consolida el liderazgo como el primer canal temático de la televisión digital, con una cuota del 3,6% según TNS Sofres en un momento en que el consumo de TDT alcanza una cuota del 45% del consumo televisivo nacional.

**Estos datos confirman la viabilidad del modelo de negocio en TDT Nacional** y ponen de relieve la gran oportunidad que supone para la Compañía el inminente cambio del panorama audiovisual tras el apagón analógico.

En este periodo hay que destacar el **acuerdo estratégico con Viacom**, que ha permitido a Vocento lanzar la primera red de canales autonómicos privados en España con una programación en abierto que ofrece, desde octubre, una parrilla basada en contenidos exitosos (Nickelodeon, MTV y Paramount Comedy, entre otros) a los que se suman espacios regionales de carácter informativo.

Por otro lado, **Punto Radio** ha incrementado su cobertura en este periodo con la obtención de ocho nuevas licencias, tres de ellas en Madrid, dos en Castilla la Mancha y tres en Extremadura. Las medidas de eficiencia y control de costes han permitido una mejora del EBTIDA ajustado en 3,1 millones de euros.

Por último, es importante señalar que en el **área de producción audiovisual y distribución de cine**, el Grupo logra absorber parte de la caída de ingresos con una mejora del margen EBITDA ajustado por no recurrentes de hasta el 23,5%.

## Liderazgo en Internet

Vocento registra en el último año un **incremento de su audiencia en Internet del 13%**, según datos de octubre de Nielsen, hasta alcanzar los 9,3 millones de usuarios únicos en todas sus áreas de negocio (Ediciones digitales, Verticales, Directorios y Clasificados). En este periodo, la actividad de Internet ha

registrado un crecimiento de los ingresos por publicidad del 25,8%, porcentaje que se sitúa muy por encima del ofrecido por el mercado, en el entorno del 2,6%.

Entre el buen comportamiento generalizado de los portales del Grupo destaca el inmobiliario **Pisos.com**, que alcanza la tercera posición de su segmento tras ganar 856.000 usuarios únicos en menos de un año y un crecimiento del 165% en los últimos meses, muy por encima de su categoría que crece a un ritmo del 15%.

Además, en este periodo destaca el **lanzamiento de la hemeroteca digital de ABC.es** que integra 5 millones de documentos en un recorrido de tres siglos de historia. Esta nueva innovación sitúa a ABC.es en la tercera posición del ranking de portales nacionales con un crecimiento del 93% en los últimos doce meses que suma 1,6 millones de nuevos usuarios y alcanzar una audiencia de 3,6 millones.

Entre otras iniciativas, en este periodo destacan la **incorporación de 11870.com**, una potente red social que permite descubrir y recomendar sitios y servicios; la red profesional de Infoempleo.com que facilita la búsqueda de empleo; el crecimiento de la red social de noticias de **Qué.es** que acumula un crecimiento del 218% en el último año y el buen comportamiento de Dalealplay.com, portal dedicado exclusivamente a la subida y descarga de vídeos en español que crece un 40%.