

Vocento registra 37 millones de euros de EBITDA ex no recurrente en 2009, un 26% más que el año anterior

Madrid. 25 de febrero 2010.- El liderazgo en prensa escrita e Internet, un mejor comportamiento en ventas de publicidad y la puesta en valor del negocio audiovisual, han permitido a Vocento cerrar el año 2009 con un beneficio neto de 9,1 millones de euros y unos ingresos de 751 millones de euros, a pesar del entorno de crisis económica y la caída generalizada de los ingresos publicitarios en el sector.

Vocento ha cerrado el ejercicio con un **EBITDA de 37 millones** sin contar los gastos no recurrentes, lo que supone un crecimiento del 26% con respecto al año anterior, como consecuencia del esfuerzo en control y optimización de costes, que ha permitido absorber gran parte de la caída publicitaria. Una política que ha supuesto una reducción del 13,5% los gastos de explotación ex no recurrentes.

En un contexto económico que ha impactado negativamente en las empresas del sector de medios de comunicación, Vocento destaca de la competencia por su sólida posición financiera, con un efectivo de más de 125 millones de euros y un endeudamiento financiero neto de 75 millones de euros.

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.

Consolidación del liderazgo en Medios Impresos

La **fortaleza de las marcas de Vocento han permitido consolidar su liderazgo indiscutible en prensa escrita**, finalizando el año con 4,9 millones de lectores, más de medio millón de lectores por encima de su inmediato competidor, según el último EGM, y con un crecimiento en sus ingresos por venta de ejemplares del 1,6% con respecto al año anterior.

A este resultado contribuye especialmente el aumento del 12% de los **ingresos de ABC** y el crecimiento de un 2% de su difusión, que lo convierten en la única cabecera nacional que crece en difusión en 2009 frente a la caída generalizada de sus competidores (-10,2% media mercado nacional), de acuerdo a los datos del OJD. Este crecimiento de ABC, sostenido a lo largo del año, le ha permitido reducir a más de la mitad el diferencial con su inmediato competidor.

Por su parte, **los periódicos regionales de Vocento** mantienen su liderazgo con una cuota de mercado del 26,1% y sus marcas siguen siendo referentes en todos los mercados en los que opera. Los ingresos por publicidad han disminuido por debajo de la media del mercado, un 23,3% frente al 26,5% del mercado.

Además, en una clara **apuesta por la innovación**, Vocento ha rediseñado y mejorado la oferta editorial de los 12 periódicos regionales, adaptándose a las necesidades de sus lectores.

En **prensa gratuita**, el diario Qué! ha obtenido una audiencia de 1.698 mil lectores, según la tercera oleada del EGM.

Los suplementos XL Semanal y Mujer Hoy continúan siendo líderes de audiencia en España en 2009. Además Vocento ha seguido reforzando el área de suplementos y revistas especializadas este año, lo cual facilita su posicionamiento en Internet mediante el desarrollo de ofertas integradas.

Respecto a los ingresos por publicidad, los medios impresos de Vocento han presentado un mejor comportamiento que la media del mercado, según el estudio i2p realizado por Media Hot Line, y los ingresos ascienden a 223 millones de euros. Cabe señalar que el ritmo del descenso de la inversión publicitaria se ha ralentizado en el último trimestre del año.

Puesta en valor del área audiovisual

En el ámbito audiovisual, Vocento ha registrado una progresiva eficiencia y ha alcanzado EBITDA positivo de 10,9 millones de euros gracias a un estricto control de costes y a la positiva evolución de los canales de TDT nacional.

Vocento compite en esta área con una posición privilegiada, gracias al respaldo de las licencias en TDT nacional y autonómica, que permiten posicionarse de cara a los retos a los que se enfrentará el sector a partir del apagón analógico de 2010. Disney Channel se ha consolidado en el ejercicio 2009 como el primer canal temático en audiencia de la TDT, con 4 millones de espectadores y una cuota en TDT del 3,1%.

Este año, cabe destacar el acuerdo estratégico alcanzado con Viacom en TDT autonómico, que han permitido a Vocento lanzar la primera red autonómica privada en España que ya ofrece, desde enero, una parrilla con contenidos de alta calidad como Paramount Comedy, MTV, entre otros.

Por otro lado, Punto Radio ha consolidado la red y ha ampliado su cobertura con la adquisición de la red de emisoras en Cataluña de Onda Ramblas y la obtención de nuevas concesiones en las comunidades de Madrid, Castilla la Mancha y Extremadura. Las medidas de eficiencia y control de costes han permitido reducir prácticamente a la mitad el EBITDA negativo del año pasado en esta área de negocio.

Grupo de Comunicación líder en Internet

En 2009, Vocento ha apostado decididamente por Internet para satisfacer los nuevos hábitos de consumo de noticias, ocio y entretenimiento. Gracias a la migración del poder de prescripción de sus marcas desde soportes offline a online, Vocento se ha situado como líder en Internet dentro de las compañías de medios de comunicación, alcanzando más de 10 millones de usuarios únicos al mes, según Netview 2010.

Los 10 grandes en internet	Posicionamiento Enero 2010
Google	1
Microsoft	2
Facebook	3
Telefónica/Terra	4
Yahoo	5
Wikimedia foundation	6
Vocento	7
Unidad Editorial	8
Priscacom	9
France Telecom	10

Fuente: Nielsen Netview. Enero 2010