

## Los accionistas de Vocento respaldan las medidas de gestión que permiten alcanzar un resultado operativo de 60,2 millones de euros, +63,4%, cifra que duplica los niveles de 2008

**Madrid, 13 de abril de 2011.-** Los accionistas de Vocento han aprobado hoy en Junta General las cuentas anuales y las consolidadas dependientes de la Sociedad, correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2010. Con su voto, los accionistas han respaldado las medidas de gestión implantadas en el Grupo que han permitido incrementar el EBITDA en más de 23 millones de euros (+63,4%) hasta alcanzar la cifra de 60 millones de euros, que supone duplicar la registrada en 2008 a pesar del negativo entorno económico que se vive en España y la difícil coyuntura que atraviesa el sector.

Estas medidas han permitido **una mejora muy significativa de la eficiencia y alcanzar un ahorro de costes de 164 millones de euros** y han contribuido a mejorar la rentabilidad en 5 puntos, hasta el 8,4%. En palabras del consejero delegado, José Manuel Vargas, "este esfuerzo ha permitido la evolución y supervivencia de la Compañía en un entorno extremadamente complicado desde el punto de vista del comportamiento del mercado publicitario".

Por otra parte, la **estrategia de marcas líderes**, orientada a generar contenidos multicanal, ha captado nuevas audiencias y anunciantes, y ha reforzado la posición de Vocento en Internet y Audiovisual, que representan ya el 20,1% de los ingresos publicitarios del Grupo. Esto demuestra, en palabras de Vargas, que "tenemos que ir migrando el perfil de ingresos de la Compañía de un perfil más dependiente del soporte papel a un perfil más centrado en Internet y el área audiovisual".

El **Consejero Delegado** ha hecho hincapié en la sólida posición financiera del Grupo, con una deuda neta de 120,6 millones de euros y un efectivo de 69 millones de euros que representa un claro diferencial frente a los niveles de endeudamiento de la competencia. La fortaleza del balance, unido al liderazgo como Grupo de comunicación multimedia y a la estrategia de marcas y al posicionamiento en Internet y Audiovisual, sitúa a Vocento en una posición privilegiada en el sector. En este sentido, Vargas ha señalado que "estamos en un proceso de transición de nuestro modelo de negocio que todavía durará unos años, pero estamos dando ya pasos importantes".

También el presidente de Vocento, **Diego del Alcázar**, ha afirmado que "Vocento ha hecho sus deberes a tiempo; no se ha embarcado en proyectos que entrañaban riesgos ciertos para la supervivencia del Grupo, por muy brillantes que resultaran a efectos mediáticos, y está aguantando la crisis con mayor solvencia y tranquilidad que la mayor parte de sus competidores".

Sobre los resultados operativos de las diferentes áreas de negocio, el Consejero Delegado ha destacado la **positiva evolución de ABC**, única de las grandes cabeceras nacionales que ha ganado cuota de mercado, tanto en crecimiento en ingresos por venta de ejemplares del 1,7%, como en publicidad con un crecimiento en Internet del 25% frente a su competencia del 19,2% (fuente i2p). A este respecto, Vargas ha añadido que "ABC ha mejorado de forma continuada sus resultados en un entorno muy competitivo se aproxima a la segunda posición".

Los **diarios regionales** reafirmaron su liderazgo con una cuota de mercado en difusión del 26% (OJD) y con un liderazgo en Internet en todos los mercados en los que operan. A pesar del adverso entorno económico, las cabeceras regionales mantienen los resultados y mejoran en rentabilidad con contribución creciente de la publicidad de las ediciones digitales regionales (+12,2%) que ya aportan el 10,3% del total de los ingresos publicitarios en prensa regional.

En el **área audiovisual**, Vargas ha destacado el crecimiento del negocio de la TDT nacional, con los lanzamientos de MTV y La 10, que en un mercado de fragmentación de audiencias alcanza ya una audiencia conjunta en los cuatro canales superior al 4%. Dicho posicionamiento, unido al aumento de la actividad de las productoras derivado de la aparición de nuevos canales de TV y la producción de formatos de éxitos, junto a la ampliación de la red de emisoras de Punto Radio convierten a Vocento en un jugador audiovisual clave.

**La apuesta de VOCENTO por Internet** se refleja en la aportación creciente en los ingresos de publicidad del Grupo, que representa el 11,2% del total. José Manuel Vargas ha destacado que Internet registró un crecimiento de los ingresos publicitarios del 23,6%, por encima del mercado, que creció un 19,2%. Todos los segmentos de negocio arrojan incrementos, en especial, el área de Clasificados, donde la publicidad aumentó un 32,4% y se consolida la 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). Sobre Internet, donde Vocento se consolida como Grupo de comunicación líder por delante de sus competidores con más de 10 millones de usuarios únicos mensuales, Vargas ha afirmado que es el negocio "en el que tenemos puestas nuestras esperanzas de futuro".

El presidente de Vocento ha valorado también muy positivamente la evolución del Grupo en el nuevo modelo de medios de comunicación y ha asegurado que "el reto ahora está en cómo rentabilizar el potencial de los medios online. Es este el momento del gran acelerón para consagrar la posición de nuestras marcas en la referencia de los distintos públicos, para negociar y competir con los agregadores y las redes sociales; para llevar a cabo la segunda ola de los medios online que nos consagren como el Grupo de referencia más significativo de medios y comunicación de España".

Al mismo tiempo, el **presidente** ha defendido la necesidad de reforzar la apuesta por los medios tradicionales del Grupo, esto es, la prensa escrita, que, lejos de ser un modelo caduco, posee unas virtudes y unos valores muy necesarios en la sociedad de hoy. Así, Diego del Alcázar ha insistido en que la prensa escrita debe seguir siendo referente social y ha asegurado que "los diarios son los que han hecho de Vocento un Grupo líder, con prestigio, referente social y del periodismo".

Ante un sector de medios de comunicación que se transforma desde un negocio de soportes hacia un negocio de marcas, **Vocento destaca por la fortaleza de sus marcas**, y por el diferencial de posicionamiento en medios regionales y nacionales.

Vocento cierra 2010 con una mejora significativa del resultado operativo y mantiene el foco en el control de costes gracias a la fortaleza de su balance y sólida posición financiera neta. Vocento se sitúa de cara al futuro como uno de los actores principales para liderar el sector de los medios de comunicación en España.