

Vocento mejora su cuota publicitaria y el EBITDA de medios impresos e Internet

Madrid, 11 de noviembre de 2011.- A pesar de la difícilísima coyuntura económica que afecta muy especialmente a la inversión en publicidad, los resultados de Vocento en los primeros nueve meses de 2011 evidencian que el grupo ha conseguido incrementar su cuota publicitaria en prensa e Internet gracias al potencial de sus marcas.

Los ingresos publicitarios aumentaron un 12,1% en el área de Internet, muy por encima del crecimiento del mercado, que registró una subida del 8,5%. Internet supone ya el 13,6% de la publicidad total del grupo, lo que confirma que el perfil de ingresos de Vocento está mejorando, orientándose a los segmentos con mayor potencial de futuro.

Asimismo, en estos nueve meses se mantuvo la eficiencia en costes, con una disminución de un 1,7% en la base de los costes ajustados. Esto contribuyó a la mejora de la rentabilidad en los negocios con pérdidas.

La facturación total en los nueve primeros meses del año alcanzó los 515,2 millones de euros, solo un 2,9% por debajo del resultado del mismo periodo del año anterior debido fundamentalmente a la caída publicitaria. En cuanto al EBITDA, ajustado por la inversión en reestructuración, fue de 22,7 millones, un 24,3% menos, aunque en las áreas de medios impresos e Internet superó el del mismo periodo del año anterior.

En un contexto de dificultades para el sector, Vocento mantiene, sin embargo, una posición financiera diferencial, con una deuda neta de 119,2 millones de euros con un efectivo de 41 millones, lo que le permite afrontar la coyuntura con mayor solvencia.

Resultados por áreas de negocio

En **Medios Impresos**, el EBITDA ajustado mejoró un 2,7%, hasta los 25 millones de euros. A este resultado contribuyó ABC, que redujo sus pérdidas en 7,1 millones de euros gracias al impacto positivo de las medidas de reducción de costes. Estas medidas también influyeron en mejora de Qué! cuyas pérdidas se redujeron un 19,4%

En el área **Audiovisual**, los ingresos crecieron un 12,1% por la puesta en marcha del múltiplex completo. Net TV, en el conjunto de sus cuatro canales, alcanza ya una cuota de audiencia del 4,35%. En radio, se consiguieron ocho nuevas licencias en Andalucía, tres en Canarias y dos en Cantabria, consolidando el valor de la red. Además, en el mes de octubre se ha lanzado ABC Punto Radio con estrategia multicanal apoyada en todos los soportes de la marca ABC.

En **Internet**, los ingresos aumentaron un 2% y la publicidad creció un 12,1% frente al 8,5% del mercado. Destaca el buen comportamiento de ABC.es, cuyos ingresos publicitarios mejoraron un 15,9%, y el de Clasificados, con un aumento de la facturación del 12,5% y un 15,4% más de ingresos publicitarios.

El crecimiento de la inversión publicitaria y el control de costes en todos los segmentos de Internet permitieron mejorar el EBITDA ajustado hasta un nivel positivo de 1,3 millones de euros.