

Resultados 2012

Vocento mantiene niveles de EBITDA pese al deterioro publicitario

- **Mejora de cuota de mercado y diversificación en ingresos digitales: los ingresos publicitarios de Internet representan el 16,3% de la publicidad total**
- **Continúa la mejora en costes, que se reducen en un 14%. Reforzado por el Plan de Eficiencia aprobado en diciembre 2012**
- **El Ebitda comparable se sitúa en 38,5 millones de euros, en niveles de 2011, pese a la caída de ingresos publicitarios 2012 -48,3 millones**
- **El acuerdo con COPE, el cierre de Qué! y el cambio de proveedor en TDT autonómica permiten liberar EBITDA negativo por importe de 11,1 millones de euros**
- **Resultados afectados por reestructuración y mayor deterioro de Fondos de comercio. Resultado neto comparable antes de minoritarios mejora el 2011**
- **Vocento mantiene una posición financiera diferencial en el sector de los medios en un entorno de incertidumbre del ciclo**

Madrid, 27 de febrero de 2013.- A pesar de la difícil coyuntura económica, que está afectando especialmente al sector de los medios de comunicación, Vocento se ha comportado mejor que sus competidores en el año 2012. La Compañía busca constantemente palancas de crecimiento a través de la innovación, el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos y la optimización de la estrategia comercial.

Asimismo, la firma mantuvo el objetivo de eficiencia operativa y disciplina en costes que continua con el Plan de Eficiencia comunicado a finales de 2012. Gracias a todo ello, la Compañía mantiene el EBITDA comparable de 2012 en niveles de 2011, mejora la rentabilidad de los negocios en pérdidas y mantiene los niveles de endeudamiento estables.

El mejor comportamiento que el mercado se refleja en términos operativos donde ABC es la cabecera con mejor evolución en kiosco (2012 -6,7% vs. comparables -12,6% según OJD) por el esfuerzo en mantener una difusión de calidad y rentable. Las marcas de ABC y medios regionales han registrado una mejor evolución en ingresos publicitarios que el mercado de prensa e Internet en su conjunto, tanto en su formato offline (-19,2% vs. -21,2% del mercado según i2p) como online (-4% vs. Mercado -8,1 según i2p).

El EBITDA comparable (que excluye los costes de reestructuración por -24,2 millones en 2012, por -24,1 millones en 2011) alcanza la cifra de 38,5 millones de euros en 2012 y prácticamente se mantiene en niveles del año anterior (40,7 millones de euros) a pesar de la caída de los ingresos publicitarios de -48,3 millones. Es destacable la evolución de ABC que continúa mejorando su EBITDA comparable a pesar del ciclo en más de 2,5 millones de euros.

Las decisiones estratégicas y la ejecución de costes realizadas por Vocento en los últimos cinco años han permitido absorber la caída publicitaria total acumulada desde 2008 de -158,6 millones de euros, así como mejorar los niveles de EBITDA comparable respecto a 2008 en 9,2 millones de

euros. La positiva evolución del EBITDA comparable es en gran parte debida a la mejora de rentabilidad de los negocios en pérdidas (ABC, Televisión, Qué! y Radio), que mejoran el EBITDA comparable agregado de esas áreas en 56,5 millones de euros en el periodo 2008-2011.

Adicionalmente, y de cara al futuro, las medidas tomadas el pasado año con relación al cierre de Qué!, la alianza estratégica en radio con COPE y el cambio de proveedor en TDT Autonómica tendrán una contribución positiva al resultado al liberar EBITDA negativo por un total de -11,1 millones de euros en 2012. Además, se realiza la puesta en valor del modelo de Televisión completando la estrategia de nicho en TV con un nuevo acuerdo con un socio internacional aportando dicha área un EBITDA positivo de 7,5 millones de euros.

El resultado neto ajustado antes de minoritarios, excluidos los impactos de los extraordinarios, se sitúa en -3,6 millones de euros, mejorando notablemente la cifra del ejercicio 2011 que ascendía a -10,0 millones de euros. Los impactos extraordinarios están vinculados al objetivo de mejora en rentabilidad, mantenimiento de la solvencia financiera y un balance saneado de la Compañía. Dichos impactos incluyen los costes de reestructuración que en su mayor parte se corresponden con los costes del Plan de Eficiencia cuyos ahorros se estima afloren a partir del segundo trimestre de 2013. Adicionalmente se han incluido en el cierre de 2012 deterioros de fondos de comercio, inmovilizado y participaciones por importe de 35,6 millones de euros.

Con relación a la situación financiera, Vocento sigue manteniendo una posición diferencial en el sector. La Compañía cerró el ejercicio 2012 con una deuda neta de 142,9 millones de euros. Esta cifra incluye un efectivo por 40,3 millones y el impacto derivado del acuerdo alcanzado con los minoritarios de Las Provincias (12,5 millones de euros reflejados como deuda financiera al cierre). Excluido este último impacto, la deuda financiera neta de Vocento a 31 de diciembre de 2012 estaría por debajo de los niveles de cierre de 2011 (130,4 millones de euros vs. 136,0 millones de euros) a pesar de la caída publicitaria del periodo y el esfuerzo en reestructuración. Asimismo, la firma dispone de líneas de crédito no utilizadas de aproximadamente 50 millones a nivel corporativo.

Por otra parte, la fortaleza de las marcas se pone de manifiesto a través del éxito en la innovación de productos comerciales y acciones combinadas offline-online, siendo un buen ejemplo la Tarifa Única 3.0, que ofrece a los anunciantes una cobertura diferencial única al combinar ABC con la prensa regional y otras cabeceras regionales externas al Grupo. Ello motivó un mejor comportamiento de los ingresos publicitarios en comparación al mercado.

Resultados por áreas de negocios

En **medios impresos** las cabeceras de Vocento han tenido mejor comportamiento en difusión. El foco de la compañía está puesto en mantener el liderazgo de sus marcas en los mercados en los que operan y en la difusión de calidad y rentable. Así, el margen neto de costes variables de la venta de ejemplares de ABC y los periódicos regionales mejoró en 9,5 millones de euros.

En **ABC**, el menor descenso de la difusión en kiosco (-6,7%) vs. comparables (-12,6%) y la subida de precios realizada en 2012 de L-V por 0,10 euros han permitido que los ingresos por venta de ejemplares en kiosco se mantengan estables en un -1,3%. Por otra parte, un análisis combinado de la marca **ABC** (actividad editora, digital y plantas de impresión) muestra una mejora del EBITDA comparable significativo de 2,5 millones de euros (mejora de +30,0 millones de euros desde 2008) hasta EBITDA negativo de 2,4 millones de euros pese a una caída de -10,2 millones en los ingresos publicitarios.

En **Prensa Regional** el comportamiento publicitario de las cabeceras de Vocento es mejor que el de los comparables, manteniendo una cuota de mercado del 25,1% por delante del segundo operador con una cuota del 15,1%.

Los ingresos publicitarios de la Prensa Regional registraron un mejor comportamiento que el mercado, con una bajada del 17,9% en Prensa Regional frente a la caída del 21,2% del mercado según i2p 2012.

La prensa regional de Vocento cierra el periodo con un EBITDA comparable de 33,3 millones de euros y, en términos de rentabilidad, con un margen medio EBITDA comparable que asciende a 13,7% (vs. el 12,8% del 9M12).

En **audiovisual**, tras los acuerdos estratégicos alcanzados en TV y Radio en 2012, Vocento mantiene una puerta abierta de cara al futuro audiovisual al conservar la propiedad de sus licencias a la vez que cumple el objetivo de rentabilidad al alcanzar EBITDA positivo. En el pasado año, el área mejoró su EBITDA comparable para situarlo en 6,9 millones. Destaca una vez más la puesta en valor del negocio de la **Televisión nacional**, que obtiene un EBITDA comparable positivo de 7,5 millones de euros.

En radio, como respuesta al entorno económico y publicitario, y con el objetivo de rentabilidad, Vocento cerró en diciembre de 2012 una alianza estratégica con la Cadena COPE, sujeto a autorización por la Comisión Nacional de la Competencia ("CNC"), para reforzar una línea editorial compartida y la defensa de los mismos valores. El acuerdo, por el cual Vocento mantiene la propiedad de sus licencias, supone la asociación de las emisoras propiedad de Vocento con las emisoras que componen actualmente la red de la Cadena COPE. Los datos de 2012 reflejan ya los costes de cierre incurridos y la propia operativa de la radio que continuarán hasta la aprobación de la CNC.

En **Internet**, Vocento consolidó su liderazgo en la séptima posición del ranking total de audiencia de ComScore con 11,8 millones de usuarios.

Los ingresos publicitarios de Internet representan ya el 16,3% del total, 2,8 puntos porcentuales más que en diciembre de 2011. Destaca la aportación de las nuevas iniciativas digitales como **Oferplan.com** y Kiosko y Más cuyo impacto agregado en EBITDA es de más de 1,6 millones de euros sin haber incrementado estructuras.