

Vocento obtiene un EBITDA de 13,5 millones de euros en el 2T13, un 11,4% más que el mismo periodo del año pasado

Madrid, 29 de julio de 2013.- En un entorno de mercado difícil, y gracias a su estrategia de marcas, Vocento ha atenuado el impacto del ciclo por el cambio de perfil de sus ingresos y el mejor comportamiento publicitario que el sector, tanto offline (cabeceras regionales y ABC -17,8% frente al -19,7% del mercado según i2p) como online (Ediciones Digitales +0,8% frente al -4,1% del mercado).

Así, los **Ingresos de Explotación** en el 1S13 alcanzaron los 266,7 millones de euros, un 15,6% menos que en el mismo periodo del año precedente. Esta reducción, además de en la situación macroeconómica, tiene su origen en la venta de ejemplares, por la estrategia de Vocento centrada en una reducción controlada de la difusión no rentable o no ordinaria, y en la reducción de los ingresos por publicidad, afectados también por el cierre del Que! y al cese de la actividad de ABC Punto Radio tras el acuerdo estratégico con la COPE.

Sin embargo, **los ingresos publicitarios de Internet y los de e-commerce aportan ya el 21,9% del total de ingresos** (+6,0 puntos porcentuales respecto al 1S12).

Vocento obtiene, en el segundo trimestre, un **EBITDA de 13,5 millones de euros, un 11,4% más que el mismo periodo del año pasado y todas las áreas de negocio aportaron EBITDA positivo**, excepto Clasificados y Portales Verticales. Si se tiene en cuenta el impacto del Plan de Eficiencia y la pérdida de casi 12 millones de los ingresos publicitarios, el mantenimiento de la cifra se debe al esfuerzo en la reducción de los costes comparables (un 15,9%) en el 2T13. En el semestre completo, alcanzó un EBITDA comparable de 16,2 millones de euros frente a los 20,8 del mismo periodo del año anterior.

El diferencial financiero comparable incrementa en -0,9 millones en 1S13 y hay que tener presente el ingreso registrado en el 1S12 de casi 3 millones de euros de la negociación de la opción de venta de Las Provincias. Además, las regularizaciones de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores y otros efectos provocan un gasto por impuestos de -1,4 millones. Con todo, el **resultado neto** consolidado asciende a -8,2 millones, un resultado que mejora en un 55,8% los -18,5 millones del 1S12. Es importante destacar que, excluyendo la inversión en reestructuración y otros extraordinarios por impuestos, el resultado neto 2T13 hubiera sido positivo en más de 100 miles de euros.

Respecto a su **situación financiera**, Vocento mantiene una posición **diferencial en el sector** de los medios. La posición financiera neta se sitúa en -158,6 millones, una cifra que incluye efectivo y otros medios equivalentes y activos financieros corrientes por 32,7 millones. Excluyendo el Plan de Eficiencia, que ha supuesto una salida de caja de 16,9 millones por la inversión en reestructuración, la cifra se situaría en 141,7 millones de euros, es decir, ligeramente por debajo de los niveles de diciembre de 2012. Esto supone que Vocento obtiene generación de caja positiva en 1S13 antes del Plan de Eficiencia, debido entre otros, a la estricta gestión del circulante y al control de las inversiones como objetivos de gestión financiera de Vocento.

Resultados por áreas de negocios

En **Medios Impresos**, Vocento consolida el liderazgo con una cuota de mercado del 24,7% en difusión ordinaria y del 24,4% en publicidad. Esta posición de privilegio se ve reforzada en Internet donde alcanza cerca de 11,4 millones de usuarios únicos mensuales según ComScore (junio 2013).

Los **Ingresos de Explotación** se sitúan en 174,4 millones, un 14,5% menos que en 1S12, como consecuencia del descenso de los ingresos publicitarios y la reducción controlada de la difusión no ordinaria para la mejora de la rentabilidad.

Por su parte, el **EBITDA comparable** es de 13,5 millones, lo que supone un descenso de 2,7 millones respecto al 1S12. El grupo ha logrado compensar gran parte de la caída publicitaria (-18,5 millones) con medidas de ahorro que tendrán continuidad a lo largo del año debido, entre otros, al impacto positivo del Plan de Eficiencia. El margen EBITDA 2T13 de las cabeceras regionales se mantiene plano en niveles de rentabilidad del 16% y mejora en el perímetro de ABC (+2,1 p.p.). Si se analiza la evolución trimestre a trimestre de los resultados, **debido al Plan de Eficiencia que tiene efecto a partir de 2T13**, se observa una **clara mejoría del 2T13 frente al 1T13**. Del mencionado descenso de 2,7 millones en el EBITDA del semestre, 2,5 millones corresponden al periodo comprendido entre enero y marzo, mientras que esa cifra se minimiza a 0,2 millones entre abril y junio.

Además, la creciente aportación de los nuevos negocios digitales y la publicidad on line ha llevado a **las ediciones digitales de los periódicos de Vocento a obtener un EBITDA de 1,3 millones de euros en el 2T13, que multiplica por dos la cifra del año anterior**.

En Prensa Regional, el foco ha estado centrado en mantener el liderazgo de sus cabeceras regionales tanto en prensa escrita como digital con la mejora del producto y el acceso a nuevas audiencias y en elevar la cuota de mercado publicitario gracias al desarrollo de la Tarifa 3.0. Además, se han desarrollado nuevas fuentes de ingresos como Kiosko y Más y Oferplan de forma que el negocio digital sobre los ingresos totales ha pasado de un 15,4% en el 1S12 a un 18,8% en el primer semestre de este año.

Asimismo ha mejorado el margen neto por la venta de ejemplares y gracias al control de costes y obtención de ahorros operativos (2,6 millones de euros) ha mejorado el margen EBITDA comparable que ha alcanzado el 16% en el 2T13 frente al 15,6% del 2T12.

En ABC, se ha mantenido la reducción controlada de difusión no ordinaria y se ha mejorado, por tanto, el margen neto por venta de ejemplares. Además, abc.es ha registrado un incremento de usuarios únicos del 39,5% con el consiguiente acercamiento a sus principales competidores. Gracias a esto, el peso del negocio digital sobre el total de los ingresos ha pasado de un 11,4% en el 1S12 al 18,3% en el 1S13.

El EBITDA del 2T13 es positivo (1,7 millones de euros) en todas las áreas de ABC **incluso en el negocio de prensa donde logra EBITDA positivo (12 miles de euros, una mejora de más de 500 miles de euros) en un trimestre por primera vez desde 2007**.

En **Audiovisual**, todas las áreas (TDT Nacional y Autonómica, Radio y Contenidos) **presentan un EBITDA comparable positivo** en el segundo trimestre el año. En lo relativo a los ingresos, se refleja el cambio de

modelo en Radio y la menor actividad en el área de Contenidos. El acuerdo estratégico con la COPE, y el cambio de proveedor de contenidos en la TDT Autónoma han permitido también lograr el objetivo de obtener EBITDA comparable positivo en el conjunto de la División (3,5 millones de euros) y una progresiva recuperación en la rentabilidad de los negocios en pérdidas. Es importante destacar que todos los negocios del área alcanzan EBITDA positivo en 2T13, debido entre otros, al impacto positivo tras implementar el Plan de Eficiencia.

Destaca la puesta en valor del negocio de la **TDT**, que obtiene unos ingresos en 1S13 de 24,9 millones, un 5,1% más y que refleja el positivo desarrollo de la estrategia tras la alianza con Paramount Channel. El citado acuerdo con COPE supone un cambio en el modelo de explotación de la Radio en 2T13, donde se deja de ingresar venta publicitaria y la facturación entra por 'otros ingresos'. Esto explica la caída de ingresos del -74,2% y la entrada en EBITDA positivo de Radio en el 2T13.

En **Internet**, Vocento se sitúa como líder en la categoría de noticias, ocupando el 7º puesto en el ranking total de audiencias con más de 11 millones de usuarios, según ComScore. Vocento se centra en la búsqueda de nuevos ingresos digitales, en la adaptación del contenido a nuevas plataformas y en la necesidad de optimizar la estrategia de comercialización.

Los **Ingresos de Explotación** ascienden a 27,9 millones, una cifra similar a la del mismo periodo de 1S12. La lectura de las diferentes áreas refleja: un crecimiento de los ingresos de las Ediciones Digitales (+11,5%) principalmente por el crecimiento de las nuevas fuentes de ingresos digitales, y el comportamiento más débil de Portales Verticales y Clasificados (-12,9%) por el impacto negativo del deterioro macroeconómico en estos negocios.

El **EBITDA comparable** mejora en 0,9 millones para situarse al cierre del semestre en positivo: +1,4 millones. La mejora se pone de manifiesto tanto en los Portales Locales (incremento del margen EBITDA de 7,5 puntos porcentuales), como en ABC.es (+19,3 puntos porcentuales) y es resultado del crecimiento en ingresos y del desarrollo de nuevos negocios digitales sin incurrir en importantes costes de estructura adicionales.