

Santiago Bergareche

Presidente

vocento

Junta general de accionistas 2015

Principales magnitudes financieras 2014

Estabilización ingresos publicitarios

- Ingresos totales €494,8m
- Crecimiento de ingresos publicitarios 2014 +0,9%
- Mayor exposición a negocio digital 25,2%



Crecimiento en EBITDA comparable

- EBITDA comp. €44,1m, +19,3%
- Margen EBITDA comp. 8,9% (+2 p.p.)



Reducción de deuda financiera neta (DFN)

- DFN 2014 €125,9m, -15,7%
- DFN/EBITDA comp. 2,9x (4,0x en 2013)



Beneficio neto positivo excluyendo reforma fiscal y deterioros fondo de comercio

- Resultado atribuible a sociedad dominante comp. €4,3m
 - Saneamiento del fondo de comercio €-14,6m
 - Impacto de la reforma fiscal €-12m



Ingresos y EBITDA 2014 por área de negocio

Desglose de ingresos 2014 por área de negocio

Datos en €m



Desglose de EBITDA comp. 2014 por área de negocio

Datos en €m



Medidas adoptadas ante la coyuntura del sector

Crisis económica

Transformación sectorial

- 1 **Definición del foco de negocio:** edición de periódicos y desarrollo digital
- 2 **Eficiencia en costes**
 - Políticas de contención y reestructuración de costes
 - Salida de negocios en pérdidas o no rentables
- 3 **Reducción del endeudamiento financiero**

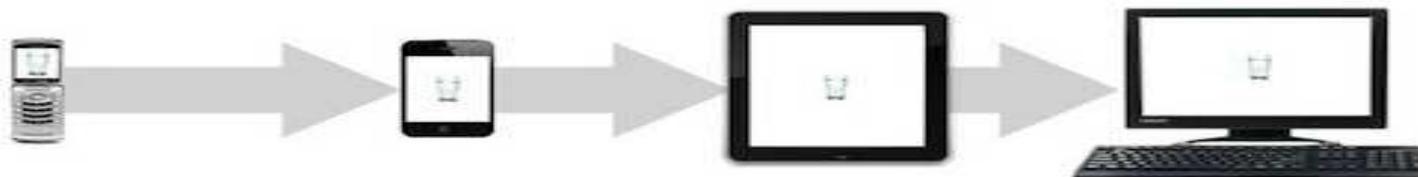
1. Definición del foco de negocio: periódicos y desarrollo digital



► Desarrollo de productos y servicios: contenidos premium, e-commerce, video, etc...

► Ahondar en el conocimiento del usuario y la cualificación de audiencias (BIG DATA)

► Mejora de las plataformas y soportes existentes (multipantalla y “mobile first”)

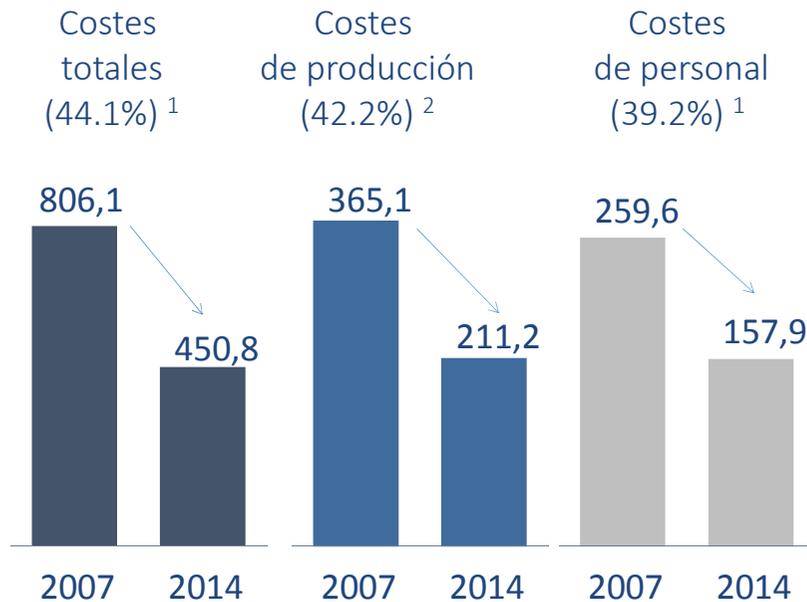


2.

Eficiencia en costes: reestructuración para adaptarse a las condiciones de mercado

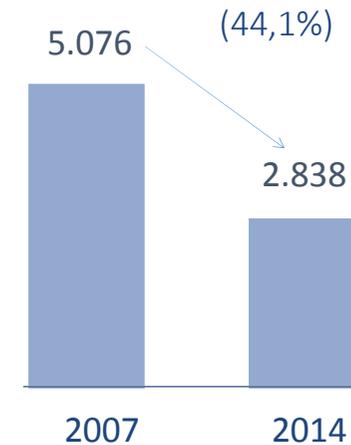
Reducción de costes operativos

Datos en €m



Variación en el número de empleados medios

Número de trabajadores medios



Nota 1: excluye costes de reestructuración. Nota 2: los costes de producción incluye aprovisionamientos, redacción, talleres y medios técnicos y gastos de distribución.

2.

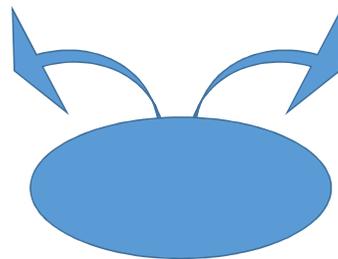
Eficiencia en costes: salida de negocios 2011-2014

Desinversiones en sectores no estratégicos

Veralia Distribución de Cine
Sarenet
ONO
Venta de terrenos ABC
Plantas de impresión

Cierre de negocios no rentables

Diario gratuito Qué!
La Voz de Cádiz (parcial)
Portales verticales

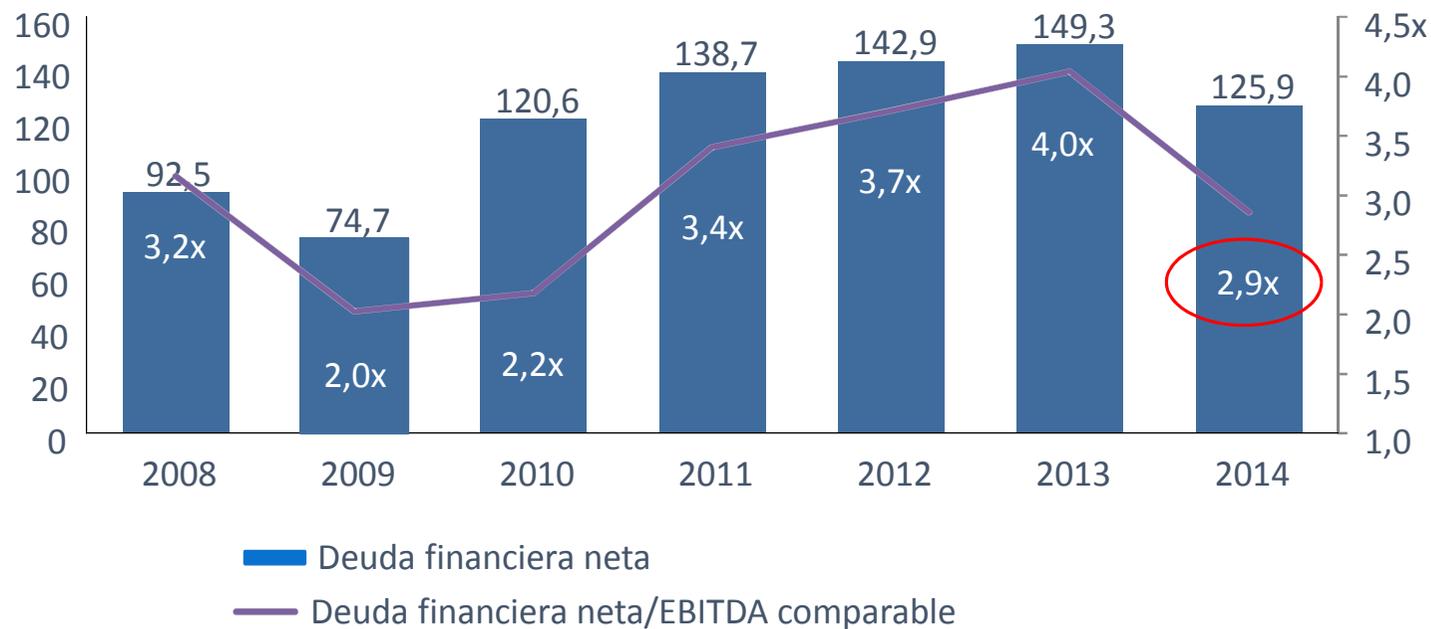


3. Reducción del endeudamiento financiero

Creciente generación de caja positiva en el negocio ordinario durante los últimos 3 años

Evolución de la posición financiera neta y apalancamiento financiero

Datos en €m

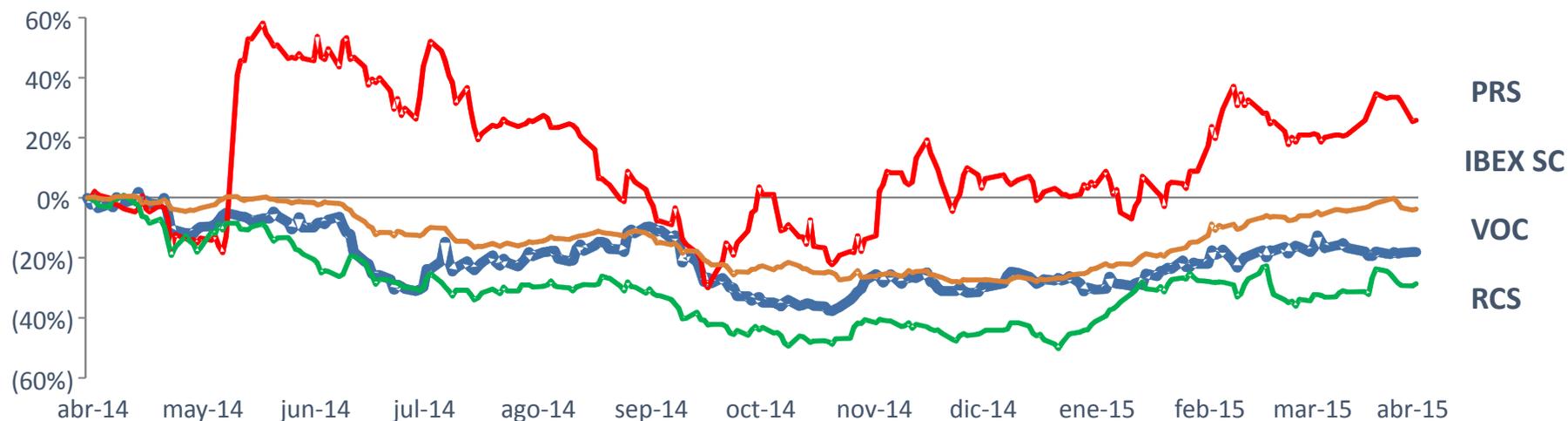


Comportamiento bursátil de VOCENTO

Evolución de la cotización diaria: VOC vs. Comparables Abril 2015-Abril 2014

Datos en % de variación

Volumen medio diario negociado en el último año: 44.000 títulos
Volumen medio mes de abril 2015: 55.000 títulos



Compromiso de Vocento: Responsabilidad y buen gobierno

1. Aprobación de un Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores
2. Código ético
 - Principios, valores y comportamiento
3. Política de prevención de delitos
4. Política de gestión de riesgos
 - Mapa de riesgos de la compañía
5. London Benchmarking Group
 - Vocento, única empresa de medios que pertenece al medidor de acción social corporativa
6. Recomendaciones y mejores prácticas gobierno corporativo

vocento Junta general de accionistas **2015**



Luis Enríquez Nistal

Consejero Delegado

vocento

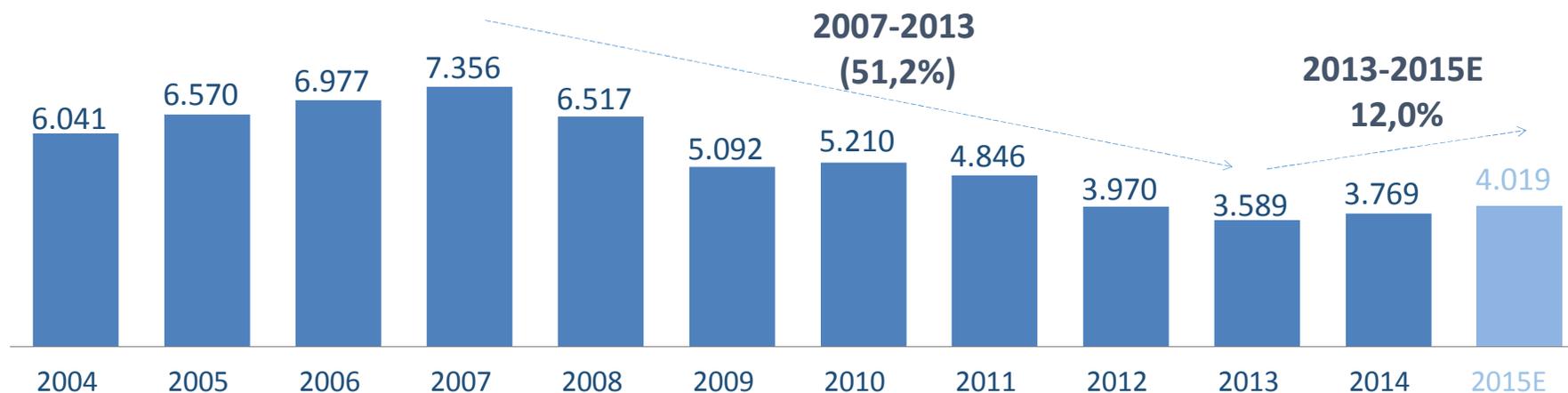
Junta general de accionistas 2015

De cara a 2015 se mantienen las expectativas de crecimiento publicitarios

Tras descenso acumulado en la crisis 2007-2013 del 51%, las expectativas para mercado publicitario¹ son positivas: 2015E +6,6%

Evolución del mercado publicitario 2007-2015E¹

Datos en €m



Nota 1: fuente i2p, no incluye la publicidad de buscadores.

Objetivos 2014 cumplidos

Estabilización de ingresos publicitarios: +0,9%

- ▶ Aportación creciente de **Internet** y foco en **movilidad**
- ▶ Desarrollo **nuevas fuentes ingresos** y conocimiento del usuario



Rentabilidad EBITDA +19,3% (hasta €44,1m) Margen 8,9%

- ▶ **Crecimiento de EBITDA** en todas las áreas
- ▶ Continúa la mejora de **eficiencia** en costes



Reducción de deuda financiera neta

- ▶ **Generación de caja** positiva excluyendo extraordinarios
- ▶ Venta de activos no estratégicos (ONO y Sarenet)

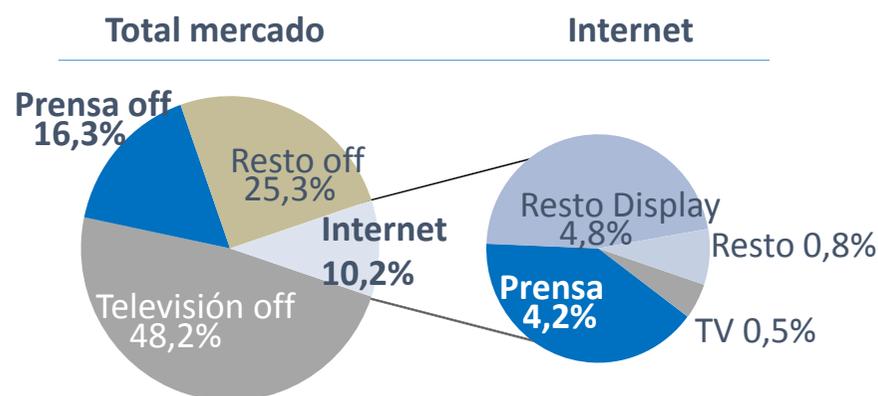


Internet compensa la caída del sector prensa

El foco en el crecimiento digital tiene su reflejo en un mejor comportamiento que el mercado en publicidad online en 2014: +17,0% VOC vs +5,0% mercado¹

Prensa estabiliza cuota por la inversión online¹

Desglose cuota de inversión publicitaria en offline y online (%)



Evolución publicidad de VOC vs mercado²

Variación de inversión publicitaria en 2014 (%)



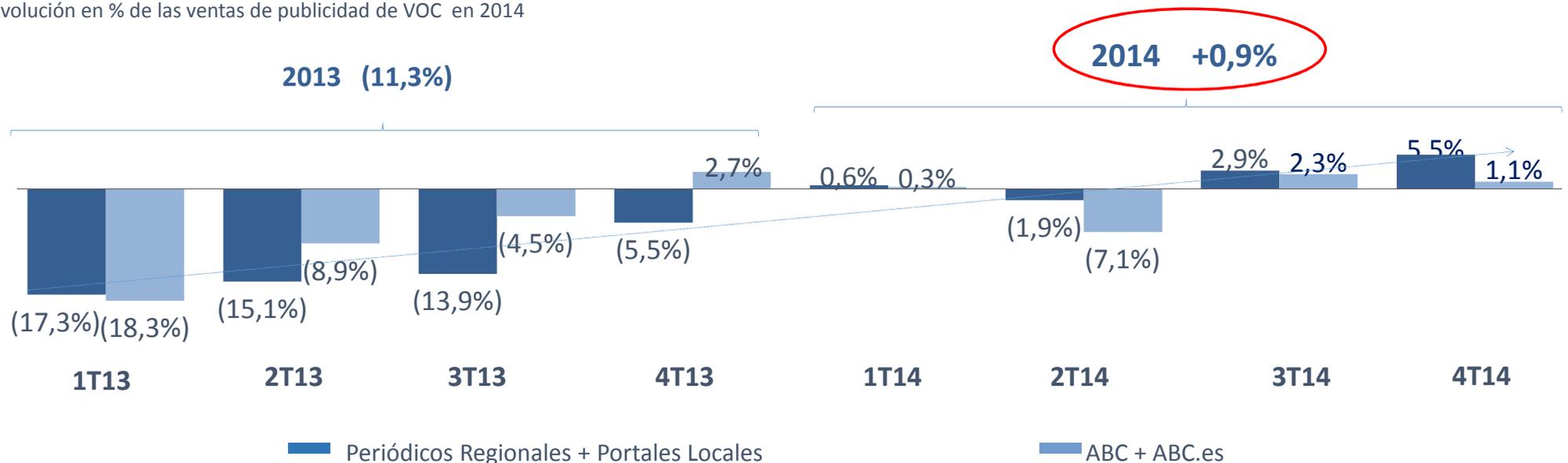
Nota 1: fuente i2p. La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: suma de Portales Locales y ABC.es. Nota 4: En el caso de publicidad + e-commerce incluye todos los ingresos de publicidad de internet de VOC.

Crecimiento de la inversión publicitaria de VOCENTO en 2014 tras 6 años de descensos

Mejora de la inversión publicitaria en 2014: un año de menos a más

Tendencia de la inversión publicitaria de VOC (off y on)

Evolución en % de las ventas de publicidad de VOC en 2014



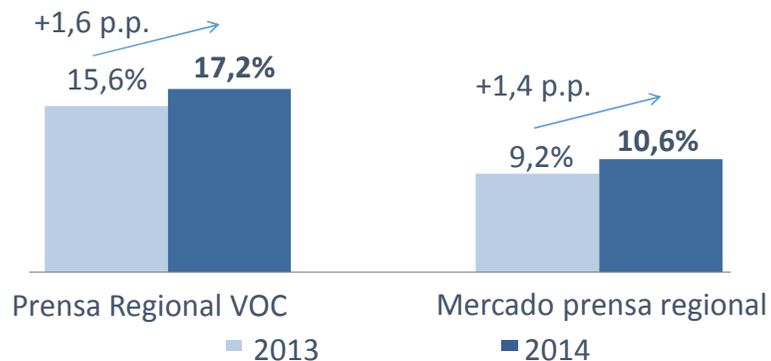
Regionales: crecimiento de publicidad, liderazgo y rentabilidad

Marcas líderes en cada uno de sus mercados locales, en off¹ y online²
 Crecimiento de publicidad apoyado en el liderazgo de sus marcas



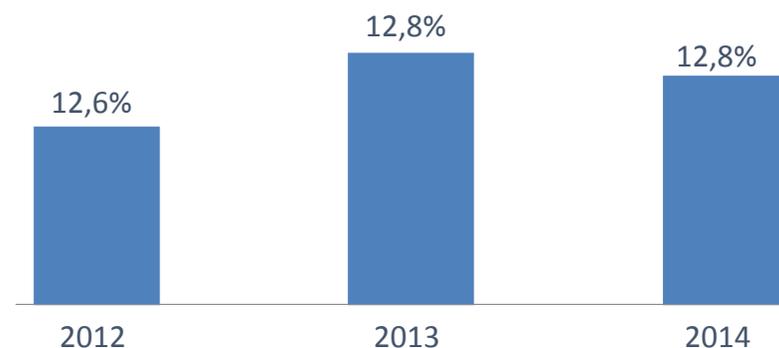
Posicionamiento diferencial en publicidad digital

% peso inversión publicitaria digital sobre total inversión



Mantenimiento de la rentabilidad en EBITDA³ de regionales

Margen EBITDA comparable (%)



Nota 1: OJD 2S14 datos no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma dic14. Nota 3: excluye reestructuración 2012 €-7,9m, 2013 €-0,6m y medidas de ajuste de personal 2014 €-4,2m.

ABC: mejora de cuota de mercado y crecimiento de EBITDA

Numero dos, por delante de El Mundo en difusión ordinaria¹ en Madrid



ABC

ABC.es

ABC compite en universo total de usuarios únicos²

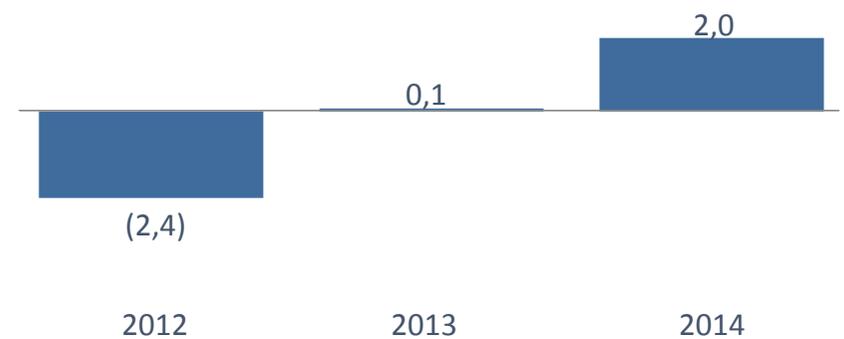
Usuarios únicos mensuales total (millones) ene14-dic14



Audiencia exclusiva de movilidad
ABC.es 45% vs El Mundo.es 40% y El País.com 36%

Mejora en EBITDA³ de ABC

Variación 2014 vs 2013 excepto EBITDA comparable (€m)



Nota 1: OJD datos desde jul14 no auditados. Incluye quiosco y suscripciones individuales. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma. Movilidad exclusiva incluye solo dispositivos móviles. Nota 3: excluye medidas de ajuste de personal 2012 €-3,8m, 2013 €0 y 2014 €-0,1m.

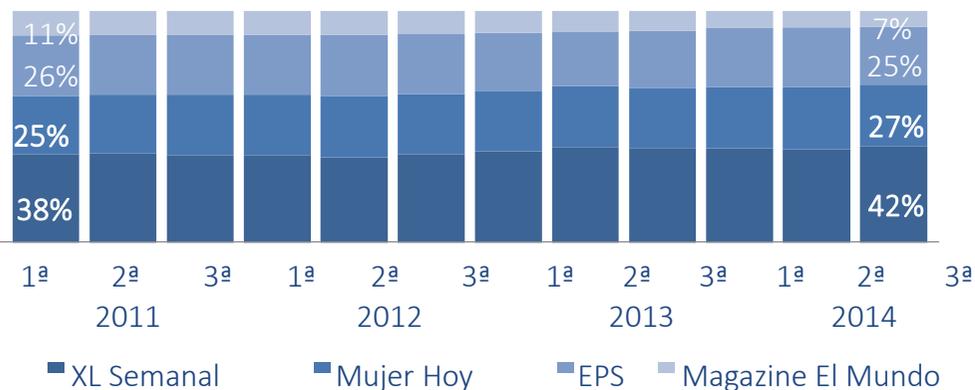
Suplementos: mejora de cuota y rentabilidad

Continua mejora de posicionamiento, tanto en términos de audiencia como de cuota de mercado publicitaria



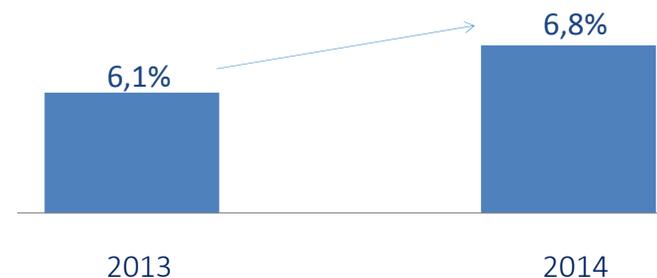
Mejora paulatina de cuota de mercado¹ ...

Cuota de mercado audiencias suplementos



Mejora de rentabilidad

Margen EBITDA comparable (%)²



Nota 1: EGM s acumuladas. Son cuotas calculadas sobre contactos (pueden existir duplicidades en lectores). Nota 2: excluye medidas de ajuste de personal 2013 €-0,3m y 2014 €-0,1m.

Internet: contribución creciente y nuevas fuentes de ingresos

Aumento de la exposición a negocio digital en VOCENTO: **2014 25,2%**

Nuevos modelos de negocio aportan EBITDA creciente

Mejora publicitaria de Clasificados y acuerdo Schibsted



Evolución de peso de ingresos digitales

Peso sobre el total de ingresos publicitarios %



Crecimiento de publicidad en Clasificados

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



Audiovisual: todas las áreas en EBITDA positivo en 2014

TDT Nacional: rentabilidad en TV de nicho y mejora de resultados pese a cierre 2 canales TDT

Radio: EBITDA positivo tras acuerdo con COPE

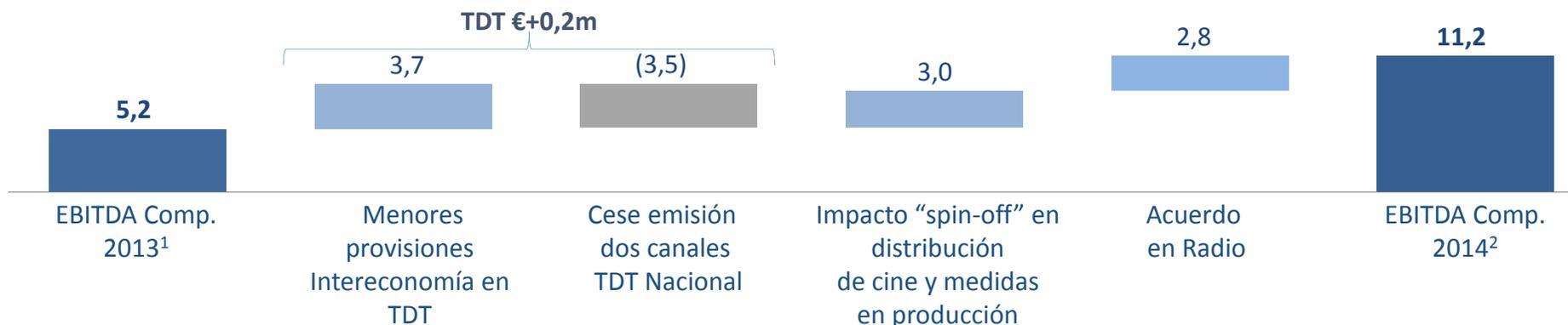


Contenidos: EBITDA crece tras medidas adoptadas en producción y en cine



Resumen de la variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 2014 vs 2013 excepto para EBITDA comparable



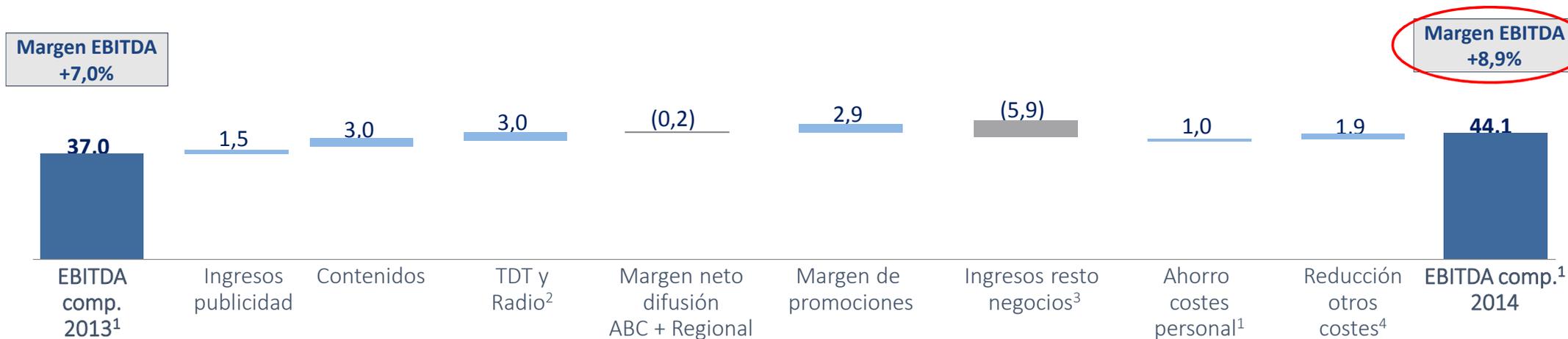
Nota 1: ajustado por medidas de ajuste de personal 2013 €-0,1m en Radio y €-0,1m en Contenidos. Nota 2: ajustado por medidas de ajuste de personal 2014 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos. 9

Mejora del EBITDA en 2014 con mejora en todas las áreas...

Todas las áreas de negocio (Periódicos, Audiovisual y Clasificados) mejoran su resultados EBITDA sobre el año anterior

Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 2014 vs 2013 excepto para EBITDA comparable

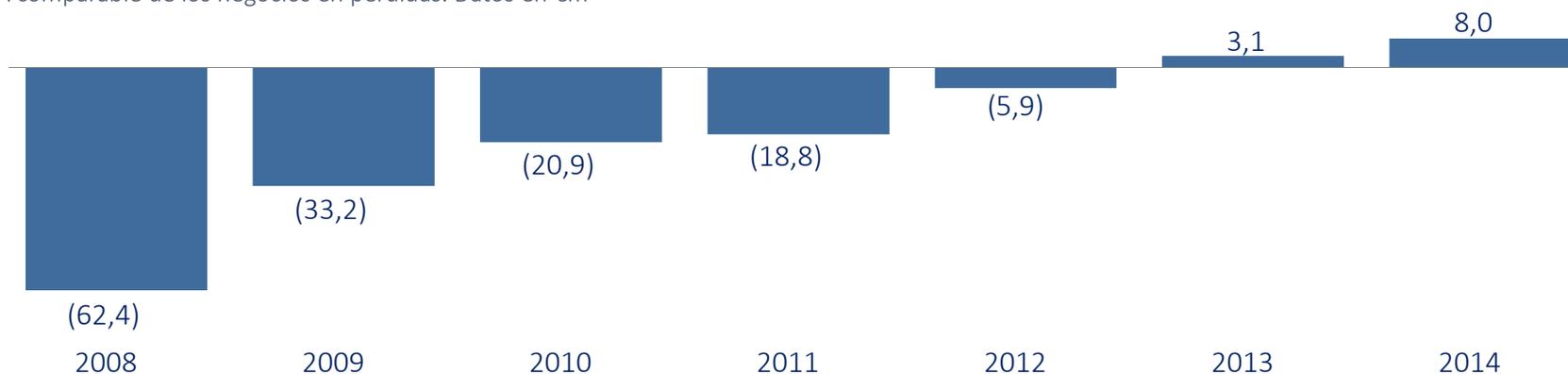


Nota 1: ex. medidas ajuste personal 2014 €-6,5m y 2013 €-0,6m. Ahorros personal ex. Audiovisual. Nota 2: impacto acuerdo COPE Radio, cierre canales TDT y provisión Intereconomía TDT. Nota 3: Venta de ejemplares suplementos, Clasificados y otros negocios. Nota 4: costes comerciales, y administrativos Regionales y ABC, y costes producción, comerciales y administración resto áreas ex-Contenidos.

... con una clara mejora en los últimos años

EBITDA comparable de los negocios en pérdidas en 2008 (Perímetro ABC, Radio, Qué! y TDT¹)

Evolución del EBITDA comparable de los negocios en pérdidas. Datos en €m



Sostenimiento de EBITDA comparable desde 2008 pese al ciclo publicitario

Variación anual de ingresos de publicidad y EBITDA comparable² de 2008 a 2014. Datos en €m

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Var. Total 2008-2014	Var. Total 2011-2014
Var. Ingresos publicidad	(70,5)	(76,3)	(9,2)	(24,8)	(48,3)	(35,9)	1,5	(193,0)	(82,7)
EBITDA comparable²	29,3	36,9	60,2	40,7	38,5	37,0	44,1	14,7	3,4
Deuda financiera neta	92,5			138,7			125,9	33,4	(12,8)

Nota 1: incluye ABC, Qué!, Radio y TDT. EBITDA ajustado por costes de reestructuración. Nota 2: ajustado por reestructuración y one offs: 2008 €-44,0m, 2009 €-65,3m, 2010 €-6,3m, 2011 €-23,2m, 2012 €-24,2m, 2013 €-0,6m y 2014 €-6,5m.

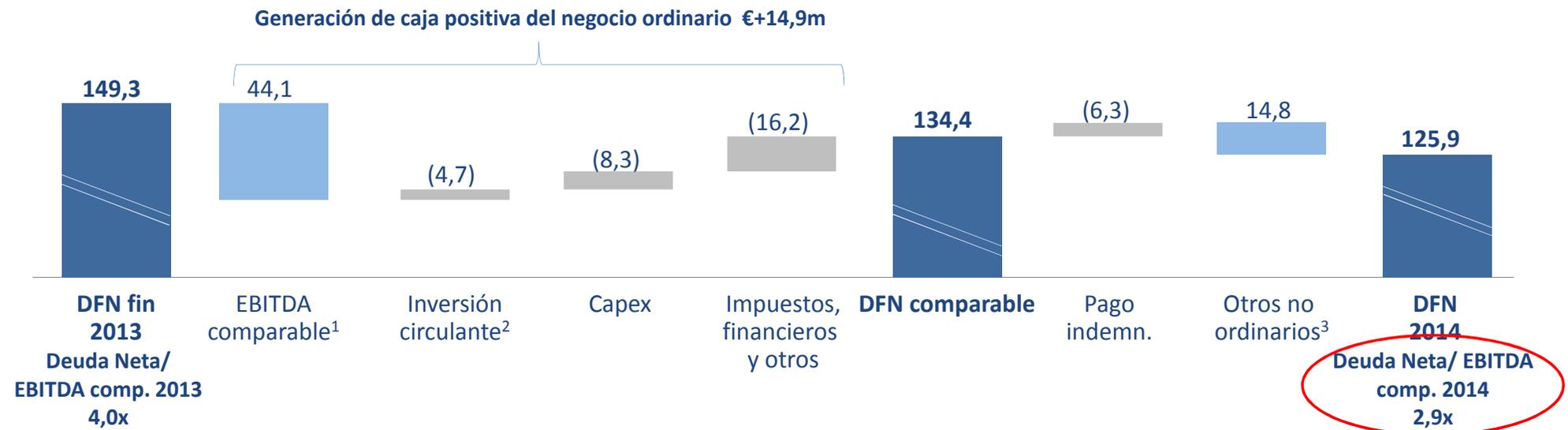
Posición financiera diferencial frente al sector

Generación de caja ordinaria de €14,9m por gestión activa del circulante e inversiones selectivas

Venta de activos no estratégicos (ONO y Sarenet)

Mejora de los niveles de DFN

Cambios en Deuda Financiera Neta diciembre 2013-2014. Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 2014 €-6,5m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye venta de participación en Sarenet, ONO, comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y otros pagos extraordinarios.

Cuenta de Resultados consolidada comparable 2014

NIIF

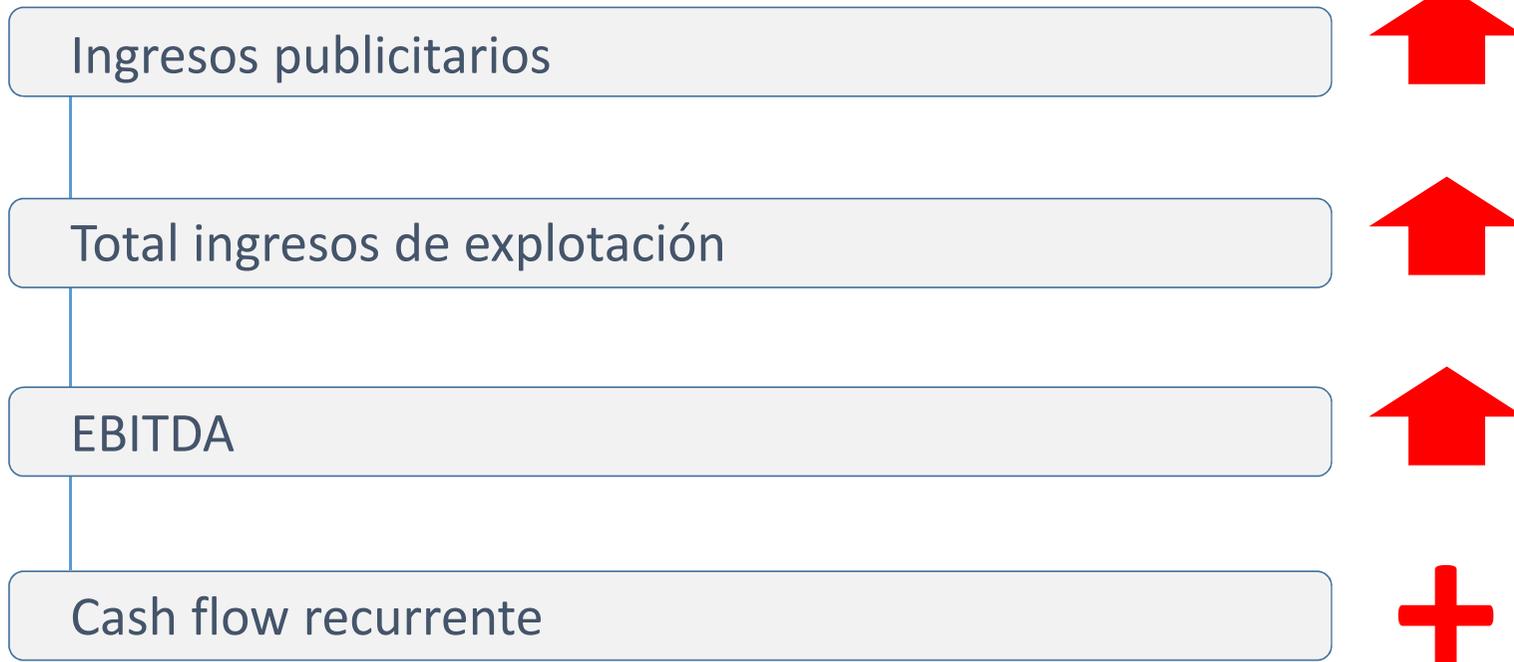
Datos en €m

	2014	2013	Var %
Ingresos de explotación	494,8	529,8	(6,6%)
Costes operativos comparables¹	(450,8)	(492,8)	(8,5%)
EBITDA comparable¹	44,1	37,0	19,3%
Indemnización y medidas ajuste personal	(6,5)	(0,6)	n.r.
EBITDA	37,6	36,4	3,3%
Depreciación y amortización	(23,9)	(29,1)	(18,0%)
Resultado por enajenación inmov.	(0,3)	(1,3)	76,9%
Rdo. de explotación (EBIT)	13,4	6,0	n.r.
Rdo. sociedades método participación comp.	(0,2)	0,1	n.r.
Diferencial financiero y otros	(9,1)	(10,0)	8,2%
Rdo. Neto enaj. de activos no corrientes	7,5	0,3	n.r.
Impuesto sobre sociedades comp.	(2,2)	(3,9)	43,7%
Resultado neto del ejercicio antes minorit. comp.	9,3	(7,5)	n.r.
Minoritarios comp.	(5,1)	(4,1)	(24,1%)
Resultado atribuible a sociedad dominante comp.²	4,3	(11,6)	n.r.
Impacto de la reforma fiscal³	(12,0)	0,0	} Extraordinarios sin impacto en caja
Saneamiento Fondo de comercio^{3,4}	(14,6)	(3,5)	
Resultado atribuible a la sociedad dominante	(22,3)	(15,1)	

Nota: n.r. valor absoluto var% >1. Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 2014 €-6,5m y 2013 €-0,6m. Nota 2: antes de reforma fiscal y saneamiento fondo de comercio. Nota 3: neto de minoritarios. Nota 4: incluye saneamiento del fondo de comercio por regionales y Veralia Contenidos, además del ajuste en resultado de sociedades en participación por 11870. La cifra está neta de impuestos y minoritarios

VOCENTO orientado a crecimiento en 2015

Compromisos



vocento Junta general de accionistas **2015**

