

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de Resultados 2008

INTRODUCCIÓN: EVOLUCION DEL ENTORNO ECONÓMICO

Después de varios años de crecimiento, la economía mundial esta sufriendo una desaceleración rápida. La crisis financiera que estalló con el colapso del mercado de hipotecas de alto riesgo en EEUU ha ido progresivamente incrementando su intensidad afectando a todo el sistema financiero mundial, incluido EEUU, las economías desarrolladas y los países emergentes. Por otra parte, también ha ido modificando su naturaleza, pasando de ser una crisis financiera, con restricciones de crédito y ajuste de precios de los activos, a una crisis de la economía real en forma de reducción de los patrimonios tanto de las empresas como de los hogares, caída de la actividad productiva, del empleo, contracción del consumo y de la inversión.

En España esta coyuntura externa desfavorable se ve agravada por la crisis inmobiliaria cuyo proceso de ajuste, en parte debido a la citada crisis crediticia, está siendo mucho más rápido de lo previsto con un impacto directo en la inversión empresarial y consecuentemente en el empleo. Dicho proceso de deterioro macroeconómico, agudizado en la última parte del año, según el consenso de analistas e instituciones continuará en 2009 (i.e. la Comisión Europea estima que España registre PIB -2,0%), los procesos de ajuste en el mercado de la vivienda y de desapalancamiento del elevado endeudamiento del sector privado pesarán por un periodo prolongado.

Esta coyuntura macroeconómica está impactando negativamente en la evolución de la inversión publicitaria en medios convencionales cuyo descenso en 2008 ha terminado con una caída del -11,1% (Fuente: Infoadex). En este panorama destaca el buen comportamiento de Internet-formatos gráficos con un crecimiento del 16,7%.

Vocento, en este desfavorable entorno macroeconómico, mantiene su liderazgo construido sobre la fortaleza y penetración de sus marcas. Durante el ejercicio 2008 Vocento ha consolidado su presencia en los medios nacionales, ha desarrollado un modelo de viabilidad económica en la televisión digital terrestre y ha liderado la migración *online* de los medios impresos que le ha llevado a cerrar el año como primer grupo de medios de comunicación en Internet.

En un momento de transformación del panorama de los medios de comunicación, la combinación de un posicionamiento diferenciador en los medios regionales y medios nacionales unido a una sólida posición financiera y de balance permiten a Vocento consolidarse como grupo de comunicación líder y de referencia en España.

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE VOCENTO

VOCENTO es un grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es VOCENTO, S.A., dedicado a las diferentes áreas que configuran la actividad en medios de comunicación.

La dirección de Vocento organiza la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa, de acuerdo a las distintas líneas de actividad definidas: Medios Impresos, Audiovisual, Internet, y Otros Negocios. Este mismo esquema, útil y fiable para la gestión del grupo, es el utilizado para el reporte al mercado. Esta agrupación de la información presenta todos los periódicos, todas las ediciones digitales, todas las radios a nivel local y nacional, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada línea de actividad. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los segmentos mencionados.

La información financiera contenida en este documento ha sido preparada de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

A continuación a efectos informativos se muestran gráficamente las áreas de actividad en las que opera VOCENTO:

MEDIOS IMPRESOS

PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> • El Correo • El Diario Vasco • El Diario Montañés • La Verdad • Ideal • Hoy 	<ul style="list-style-type: none"> • Sur • La Rioja • El Norte de Castilla • El Comercio • Las Provincias • La Voz de Cádiz 	<ul style="list-style-type: none"> • Diario ABC (Incluye edición ABC Sevilla) 	<ul style="list-style-type: none"> • Qué! • XL Semanal • Mujer Hoy • Mujer Hoy Corazón • TV Más • Tecorp: <ul style="list-style-type: none"> • Revistas corporativas • Mi Cartera de Inversión • Colpisa

AUDIOVISUAL

TELEVISIÓN NACIONAL	RADIO	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> • TDT – Net TV • Canal Disney • Intereconomía TV 	<ul style="list-style-type: none"> • Telecinco (5%) • Punto Radio • 2 licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Veralia
<h3>TELEVISIÓN AUTONÓMICA Y LOCAL</h3> <ul style="list-style-type: none"> • TVs locales • TV autonómica: <ul style="list-style-type: none"> • Onda 6 • Urbe TV • Licencia en Andalucía 		<p>Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BocaBoca • Europroducciones • Videomedia (30%) • Hill Valley <p>Distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tripictures

INTERNET

EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES Y OTROS	CLASIFICADOS	B2B
<ul style="list-style-type: none"> • 12 Periódicos regionales • ABC.es • Que.es 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoymujer • Finanzas.com • Hoy Motor • Hoy Cinema 	<ul style="list-style-type: none"> • Pisos.com • Infoempleo • Autocasión • Unoauto • Tus anuncios 	<ul style="list-style-type: none"> • Sarenet • ComunicaMedia Trader

IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> • Comeco Impresión 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuciones Comecosa 	<ul style="list-style-type: none"> • Otras participadas multimedia regional • Prensa Gratuita Regional • Telefonía - Audiotex

Principales datos financieros

Mantenimiento de una posición financiera diferencial: efectivo superior a 85.000 miles de euros y solidez de balance

Gastos de explotación planos: equilibrio entre inversión y medidas de control y reducción de costes

Mejora de posicionamiento en medios nacionales e Internet a pesar del difícil entorno competitivo y publicitario

- **Contribución muy positiva de Contenidos e Internet y mantenimiento de la venta de ejemplares con ABC alcanzando el 5º trimestre consecutivo de mejora en difusión:** ingresos 855.043 miles de euros (-6,9%) por el mantenimiento en ventas de ejemplares (+0,8%), apoyado en el crecimiento de ABC y la evolución sostenida en Prensa Regional. Disminución de ingresos de publicidad (-16,7%) debido a la crisis financiera, si bien Internet registra un crecimiento del +26,0%. Otros ingresos (+2,4%) crece principalmente por la evolución positiva en Contenidos.
- **El EBITDA refleja tanto el impacto de la crisis en la inversión publicitaria como la estrategia equilibrada de VOC entre inversión y reducción de costes:** El EBITDA ajustado por costes no recurrentes asciende a 29.273 miles de euros (reportado -14.679 miles de euros). Este comportamiento se explica por diferentes razones:
 - Impacto de la caída de los ingresos especialmente inversión publicitaria -76.089 miles de euros ex Qué!
 - Costes no recurrentes (-43.952 miles de euros) relacionados con medidas de reestructuración.
 - Qué!: incorporación al perímetro de consolidación, 12 meses en 2008 vs. 5 meses en 2007 (-6.910 miles de euros ex no recurrentes).
 - A pesar del incremento de actividad, se mantienen los costes operativos planos a nivel consolidado ex no recurrentes y Qué!:
 - Medidas de control y reducción de costes: gastos de personal, administración, aprovisionamientos, comerciales y estructura
 - Positivo impacto de la racionalización de la actividad Audiovisual (TDT Nacional, TV Local y Contenidos)
 - Incremento de costes vinculados a la mayor actividad y desarrollo de negocios que permiten mejorar el posicionamiento en medios nacionales e Internet
- **Posición financiera sólida y diferencial:** efectivo de 85.131 miles de euros y endeudamiento con entidades de crédito de bajo perfil de riesgo dada su naturaleza y vencimientos a largo plazo y líneas de crédito disponibles de mas de 200.000 miles de euros, que permite a Vocento acometer las medidas de reestructuración de costes y mantener su enfoque estratégico.
- **Compromiso de retribución al accionista:** distribución de reservas en acciones de Telecinco que modifica la política de payout y anticipa el dividendo de los ejercicios 2008 y 2009.

Por área de actividad:

- **Liderazgo en Medios Impresos:** en un entorno muy competitivo, ABC crece en difusión por 5º trimestre consecutivo un +10,3% en comparación con un estancamiento del mercado (-1,7%, ex Público y ABC a efectos comparables 2007) mientras que la prensa regional mantiene su posición dominante con una cuota de mercado del 25,9% (en comparación con 15,4% de cuota del segundo operador de prensa regional). El adverso entorno publicitario se compensa

en parte con el buen comportamiento en venta de ejemplares y un estricto control de costes en todas las áreas.

Vocento mantiene el liderazgo en prensa con 5,4 millones de lectores (EGM 3ª Ola ac.08), destacando la mejora de Qué! que alcanza 2,3 millones de lectores (+15,3%).

- **Eficiencia en Audiovisual:** el cumplimiento del compromiso con la racionalización de costes en este área se refleja en una mejora de EBITDA debido al esfuerzo en control de costes en los negocios en pérdidas (mejora de EBITDA de TV Local +3.781 miles de euros), desarrollo del modelo de TDT nacional (mejora de EBITDA +8.980 miles de euros y positivo en los tres últimos trimestres) y contención de costes en Contenidos.
- **Posicionamiento en Internet:** los ingresos de publicidad mantienen su crecimiento (+26,0%), gracias a la apuesta por el desarrollo de Ediciones Digitales (+30,9%) y Portales Verticales que duplican su facturación publicitaria.

El liderazgo en Internet se manifiesta en los 22,7¹ millones de usuarios únicos mensuales, +47,7% y al posicionamiento de VOC como primer grupo de medios de comunicación en términos de usuarios y 6ª del ranking general de Netview a diciembre de 2008. Asimismo ocupa las primeras posiciones en las categorías de clasificados (infoempleo 2º y pisos.com 3º actual) y verticales (finanzas.com 6º) donde se ha llevado a cabo un importante desarrollo de dichos portales.

¹ Fuente para usuarios únicos mensuales y crecimiento % Nielsen Site Census a dic08. Para posición en ranking Nielsen Netview a dic 2008 excepto pisos.com que data de ene 2009

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	269.967	267.842	2.125	0,8%
Ventas de publicidad	350.908	421.385	(70.477)	(16,7%)
Otros ingresos	234.169	228.783	5.386	2,4%
Ingresos de explotación	855.043	918.010	(62.967)	(6,9%)
Personal	(318.469)	(281.506)	(36.963)	(13,1%)
Aprovisionamientos	(163.265)	(167.344)	4.079	2,4%
Servicios exteriores	(381.830)	(377.435)	(4.394)	(1,2%)
Provisiones	(6.159)	(1.670)	(4.489)	(268,9%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(869.722)	(827.955)	(41.767)	(5,0%)
EBITDA	(14.679)	90.054	(104.734)	(116,3%)
Amortizaciones	(51.908)	(49.897)	(2.011)	(4,0%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	15.417	(223)	15.639	n.r.
EBIT	(51.171)	39.935	(91.106)	(228,1%)
Saneamiento de fondo de comercio	(88.403)	(12.974)	(75.429)	(581,4%)
Resultado de sociedades por el método de participación	11.489	48.076	(36.587)	(76,1%)
Gastos del proceso de salida a bolsa	0	334	(334)	(100,0%)
Difencial financiero	(7.908)	(5.120)	(2.788)	(54,4%)
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	147.595	165	147.430	n.r.
Beneficio antes de impuestos	11.602	70.416	(58.813)	(83,5%)
Impuesto sobre sociedades	18.762	(2.320)	21.081	908,8%
Beneficio después de impuestos	30.364	68.096	(37.732)	(55,4%)
BDI de activos en venta/operaciones en discontinuación	0	21.430	(21.430)	(100,0%)
Beneficio neto del ejercicio	30.364	89.526	(59.162)	(66,1%)
Accionistas minoritarios	4.241	(7.358)	11.599	157,6%
Beneficio atribuible sociedad dominante	34.605	82.168	(47.562)	(57,9%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Ingresos de explotación

Los ingresos en 2008 alcanzan 855.043 miles de euros comparados con 918.010 miles de euros en 2007:

- (i) Mejora de las ventas de ejemplares (+0,8%) por el mantenimiento de los ingresos tanto en Prensa Regional (+0,5%), como en Suplementos y Revistas (-0,3%) y el notable comportamiento en Prensa Nacional (+14,3%). ABC refuerza la tendencia de crecimiento iniciada en el segundo semestre de 2007, y alcanza en 2008 un crecimiento de la difusión del +10,3% (promedio de 251.642 ejemplares diarios vs. 228.160 en 2007), siendo el único periódico nacional que más aumentó la difusión durante 2008.
- (ii) La disminución de los ingresos de publicidad (-16,7%), está concentrada en Medios Impresos (-18,8%) y Audiovisual (-21,9%), y se explica por el impacto de la citada crisis económica y financiera en la inversión publicitaria de medios convencionales. Destaca el comportamiento de las ventas de publicidad del área de Internet que crece a un ritmo del +26,0%.
- (iii) Positiva evolución en Otros Ingresos (+2,4%) en todas las áreas de la división Audiovisual, y especialmente por el incremento del volumen de facturación en todas las productoras del área de Contenidos.

EBITDA

En 2008, el comportamiento del EBITDA refleja tanto el impacto de la crisis en la inversión publicitaria como la estrategia equilibrada de VOC entre inversión y reducción de costes: El EBITDA ajustado por costes no recurrentes asciende a 29.273 miles de euros (reportado -14.679 miles de euros). Este comportamiento se explica por diferentes razones:

- (i) Impacto de la caída de ingresos, especialmente inversión publicitaria por un total de -76.089 miles de euros ex Qué!.
- (ii) Costes no recurrentes (-43.952 miles de euros) relacionados con medidas de reestructuración.
- (iii) Qué!: incorporación al perímetro de consolidación 12 meses en 2008 vs. 5 meses en 2007 (-6.910 miles de euros ex no recurrentes)
- (iv) A pesar del incremento de actividad, se mantienen los costes operativos planos a nivel consolidado ex no recurrentes y Qué!:
 - Medidas de control y reducción de costes: gastos de personal, administración, aprovisionamientos, comerciales y estructura.
 - Positivo impacto de la racionalización de la actividad Audiovisual (TDT Nacional, TV Local y Contenidos).
 - Incremento de costes vinculados a la mayor actividad y desarrollo de negocios que permiten mejorar el posicionamiento en medios nacionales e Internet.
 - ABC, la mejora continua de la difusión en un entorno de descenso de la prensa nacional permite a ABC ser el único periódico con crecimiento a doble dígito en 2008.
 - Radio, con el posicionamiento adecuado para ampliar la cobertura nacional vía el Plan Técnico.
 - Internet, centrado en el desarrollo de portales locales, clasificados y verticales mediante el apalancamiento en todas las marcas líderes de Vocento, que permite alcanzar el liderazgo en audiencia entre las compañías de medios de comunicación con 22,7 millones de usuarios.

Resaltar que en el área de Estructura y Otros se alcanza un EBITDA de -30.610 miles de euros en 2008, que excluyendo los costes no recurrentes de -9.916 miles de euros, se situaría en -20.694 miles de euros. El control de costes llevado a cabo en el área se refleja en una disminución total de +3.648 miles de euros excluyendo los costes no recurrentes de ambos ejercicios principalmente por reducción de gastos de personal, administración, comerciales y de marketing.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 2008 alcanza -51.171 miles de euros que compara con 39.935 miles de euros en 2007.

Las amortizaciones del periodo ascienden a -51.908 miles de euros (principalmente en Medios Impresos -15.019 miles de euros y Contenidos -20.757 miles de euros). Adicionalmente dentro del resultado por enajenación del inmovilizado, se ha contabilizado la plusvalía neta generada en la primera fase de la operación de venta de terrenos vinculados a la actividad de impresión de ABC por 30.016 miles de euros comunicada como hecho relevante el 10 de julio de 2008 (ver Propiedad, planta y equipo) y la dotación de una amortización anticipada del catálogo de Tripictures por un total de 14.599 miles de euros.

Saneamiento de fondo de comercio

Durante 2008 y teniendo en cuenta la situación actual de mercado se ha procedido a ajustar el fondo de comercio de diferentes activos por un importe total de 88.403 miles de euros siendo el más

relevante el procedente de la adquisición del diario gratuito Qué! por importe de 85.000 miles de euros realizado en septiembre 2008.

Resultado de sociedades por el método de participación

Tras la colocación en el mercado de un 1,9% del capital social de Telecinco (según comunicado a la CNMV- Comisión del Mercado de Valores - en Hecho Relevante de 20 de junio) y la distribución de reservas en especie el pasado mes de septiembre tanto de 14.878.258 acciones de Telecinco (6,0%) como de la distribución de reservas en metálico de 6.585 miles de euros que cubre parte de la retención a cuenta (según comunicado a la CNMV en Hecho Relevante de 12 de septiembre) aprobado en la Junta General Extraordinaria del pasado 30 de julio, se han producido los siguientes efectos relacionados con la participación financiera de Telecinco a 31 de diciembre de 2008:

- La integración de Telecinco por el método de participación se contabiliza sólo hasta 31 de marzo de 2008 por un importe de 10.592 miles de euros.
- Registro por la participación actual (5,1%) como Activo disponible para la venta a su valor de mercado por 69.426 miles de euros, reflejado en la partida Otros activos no corrientes, siendo sus contrapartidas un abono a reservas por importe de 61.190 miles de e Impuestos diferidos por 8.236 miles de euros. Dicho nivel de participación en Telecinco está en niveles compatibles con el posicionamiento en TDT nacional a través de la licencia de NET TV.
- Plusvalía contable recogida en "Resultados neto en enajenación de inmovilizado".

Diferencial financiero

El diferencial financiero de 2008 asciende a -7.908 miles de euros frente a -5.120 miles de euros en el mismo periodo de 2007 debido a la diferencia en el saldo medio tanto del endeudamiento bruto financiero como de efectivo y otros medios equivalentes derivado de las operaciones de adquisición de Qué! en agosto de 2007 (i.e. siete meses en 2007 de remuneración de la caja posteriormente invertida en Qué!) y de la venta de terrenos de ABC en agosto de 2008 (i.e. cinco meses en 2008 de remuneración de la caja recibida).

Resultado por enajenación de inmovilizado

La plusvalía contable por la colocación del 1,9% del capital de Telecinco asciende a 47.538 miles de euros. Asimismo, la distribución de reservas en acciones de Telecinco ha generado una plusvalía contable por 95.713 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

El menor resultado de explotación, la tributación parcial de la plusvalía de Telecinco (exención del 60%) y el menor tipo impositivo aplicable a partir de 2008 (reducción del tipo impositivo en territorio común del 32,5% a 30,0%) explican el ingreso por impuestos de 18.762 miles de euros.

Accionistas minoritarios

La variación en +11.599 miles de euros se corresponde principalmente con la evolución de resultados en Prensa Regional y TDT Nacional.

Beneficio neto atribuible a la sociedad dominante

El beneficio neto asciende a 34.605 miles de euros, reflejo entre otros, de la evolución operativa del negocio, costes no recurrentes y saneamiento de activos compensado por las plusvalías anteriormente mencionadas.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	715.370	821.601	(106.232)	(12,9%)
Activo Intangible	241.566	349.203	(107.636)	(30,8%)
Propiedad, planta y equipo	214.972	237.651	(22.679)	(9,5%)
Part.valoradas por el método de participación	19.116	111.896	(92.780)	(82,9%)
Otros activos no corrientes	239.716	122.852	116.863	95,1%
Activos Corrientes	347.033	345.293	1.740	0,5%
Efectivo y otros medios equivalentes	85.131	43.045	42.086	97,8%
Otros activos corrientes	254.519	302.247	(47.728)	(15,8%)
Activos mantenidos para la venta	7.383	0	7.383	n.a
TOTAL ACTIVO	1.062.402	1.166.894	(104.491)	(9,0%)
Patrimonio neto de la Sociedad Dominante	561.910	628.901	(66.992)	(10,7%)
Deuda financiera	177.673	190.685	(13.012)	(6,8%)
Otros pasivos	322.820	347.308	(24.488)	(7,1%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	1.062.402	1.166.894	(104.491)	(9,0%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Activo intangible

Ver Saneamiento activos intangibles y Resultado de explotación (Tripictures).

Propiedad, planta y equipo

Según Hecho Relevante de 10 de julio de 2008 comunicado a la CNMV, ABC ha alcanzado un acuerdo para la venta de manera escalonada en un plazo estimado de tres años de una parte de los terrenos donde se encuentra la planta de impresión de ABC en Madrid por un importe aproximado de 79.000 miles de euros. Dicha operación se enmarca en el proceso de modernización y renovación tecnológica de la planta de impresión de ABC en Madrid, que hará posible la impresión del diario a todo color.

En pérdidas y ganancias se ha contabilizado la primera fase de la operación de venta de terrenos de ABC con un impacto positivo de 30.016 miles de euros.

Participaciones valoradas por el método de participación y otros activos no corrientes

Ver Resultado de sociedades por el método de participación dónde se explica el impacto de la colocación del 1,9%, ajuste a valor de mercado de la participación y distribución de acciones de Telecinco.

Activos mantenidos para la venta

Durante el periodo se ha procedido a la reclasificación de los activos vinculados a la operación de venta de terrenos de ABC como activos disponibles para la venta por importe de 7.383 miles de euros (ver Propiedad, planta y equipo).

Posición financiera neta

Vocento cierra 2008 con una posición financiera neta sólida y diferencial que le permite acometer las medidas de reestructuración de costes y mantener su enfoque estratégico. El efectivo disponible se sitúa en 85.131 miles de euros con una posición financiera neta de -92.542 miles de euros frente a -147.639 miles de euros a cierre de 2007.

Adicionalmente la compañía cuenta a 31 de diciembre de 2008 con líneas de crédito negociadas y no dispuestas por más de 200.000 miles de euros.

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	36.088	34.730	1.358	3,9%
Endeudamiento financiero a l.p.	141.585	155.954	(14.369)	(9,2%)
Endeudamiento financiero bruto	177.673	190.685	(13.012)	(6,8%)
Efectivo y otros medios equivalentes	85.131	43.045	42.086	97,8%
Posicion de caja neta/ (deuda neta)	(92.542)	(147.639)	55.098	37,3%

La variación en el nivel de endeudamiento se debe a:

- (i) Incorporación de The Walt Disney Company en el capital de Net TV (21.021 miles de euros) en abril de 2008.
- (ii) Entrada de caja por la colocación del 1,9% del capital de Telecinco (56.575 miles de euros).
- (iii) Cobro de dividendo de Telecinco por 39.819 miles de euros en el mes de mayo
- (iv) Pago del dividendo bruto complementario del ejercicio 2007 de Vocento por importe 23.839 de miles de euros el pasado 12 de mayo de 2008 (pay-out 75% en 2007).
- (v) Entrada de caja por la operación inmobiliaria de ABC por 33.532 miles de euros en el mes de agosto correspondiente a la I Fase. En enero de 2009 se ha producido la entrada de caja correspondiente a la II Fase por 25.067 miles de euros.

El endeudamiento financiero de VOC se caracteriza por un bajo perfil de riesgo dada su naturaleza y vencimientos a largo plazo. El endeudamiento a c/p incluye deuda con entidades de crédito por 26.214 miles de euros, mientras que el endeudamiento a l/p incluye deuda con entidades de crédito por 117.487 miles de euros, principalmente vinculadas a deuda leasing generada por el Plan de Segregación de las plantas de impresión, área de contenidos, ABC y otros pasivos financieros no corrientes que incluyen principalmente planes de pensiones.

Estado de flujo de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	34.605	82.167	(47.562)	(57,9%)
Ajustes resultado del ejercicio	(43.807)	6.800	(50.607)	(744,2%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	(9.202)	88.967	(98.169)	(110,3%)
Variación capital circulante	1.286	(14.977)	16.263	(108,6%)
Impuesto sobre las ganancias pagado	(13.366)	(23.265)	9.899	42,5%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	(21.282)	50.725	(72.007)	(142,0%)
Adiciones al inm. material e inmaterial	(35.364)	(62.486)	27.122	43,4%
Adquisición y venta de filiales y empresas asociadas	75.558	(141.087)	216.645	(153,6%)
Dividendos e intereses cobrados	45.185	47.092	(1.907)	(4,0%)
Otros cobros y pagos	36.014	2.839	33.175	n.r
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	121.393	(153.642)	275.035	(179,0%)
Dividendos e intereses pagados	(46.317)	(86.839)	40.522	46,7%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(11.517)	90.478	(101.995)	(112,7%)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(58.023)	3.639	(61.662)	(1694,5%)
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	42.088	(99.278)	141.366	(142,4%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	43.045	114.931	(71.886)	(62,5%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	85.133	43.045	42.088	97,8%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación antes de circulante ascienden a -21.282 miles de euros debido principalmente a los ajustes al resultado del ejercicio, entre otros, por las plusvalías obtenidas por Telecinco y ABC (incluidas como flujos netos de las actividades de inversión) minoradas por el saneamiento del fondo de comercio de Qué!.

Destacar la evolución positiva en capital circulante, por la recuperación de saldos de clientes y la evolución del negocio durante 2008.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 121.393 miles de euros debido a: i) la inversión en inmovilizado (ver apartado 2.4. CAPEX), ii) la colocación en el mercado del 1,9% de Telecinco (56.575 miles de euros), iii) el cobro del dividendo de Telecinco (39.819 miles de euros), iv) la entrada de caja por la adquisición por The Walt Disney Company de una participación en Net TV (21.021 miles de euros) y v) la entrada de caja por la venta de terrenos de ABC (33.532 miles de euros).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -58.023 miles de euros incluyendo principalmente el dividendo complementario abonado el pasado 12 de mayo por 23.839 miles de euros y la amortización de deuda con entidades de crédito gracias a la entrada de caja producida en el periodo.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (CAPEX)

En 2008, entre las inversiones en inmovilizado material e inmaterial destacan las realizadas en:

- (i) Audiovisual: principalmente por la adquisición de derechos audiovisuales sobre producciones cinematográficas que se han visto reducidas en 2008 como consecuencia de la racionalización de las inversiones en la división audiovisual.
- (ii) Otros Negocios: por la reducción en las inversiones vinculadas a plantas de impresión. La variación se debe a las menores inversiones en 2008 por la puesta en marcha de la planta de Printolid (Valladolid), que compara con las realizadas en 2007 por la puesta en marcha de Localprint (Alicante) e inicio de inversiones en Printolid (Valladolid).

	NIIF								
	2008			2007			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	3.553	7.667	11.220	1.771	8.879	10.651	1.782	(1.212)	570
Audiovisual	9.112	2.692	11.804	14.586	3.833	18.419	(5.473)	(1.141)	(6.615)
Internet	2.706	1.755	4.461	2.608	2.127	4.735	98	(372)	(274)
Otros Negocios	481	5.509	5.990	282	25.616	25.898	199	(20.107)	(19.908)
Estructura	624	1.265	1.889	1.414	1.368	2.783	(790)	(104)	(894)
TOTAL	16.477	18.888	35.365	20.662	41.824	62.486	(4.185)	(22.936)	(27.121)

Información por área de actividad

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación por área de actividad.

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	582.141	665.027	(82.886)	(12,5%)
Audiovisual	133.382	109.790	23.592	21,5%
Internet	58.909	56.675	2.234	3,9%
Otros Negocios	218.609	222.868	(4.258)	(1,9%)
Estructura y Otros	(137.998)	(136.350)	(1.649)	(1,2%)
Total Ingresos de Explotación	855.043	918.010	(62.967)	(6,9%)
EBITDA				
Medios Impresos	5.217	111.313	(106.096)	(95,3%)
Audiovisual	(5.915)	(12.013)	6.098	50,8%
Internet	1.736	6.808	(5.072)	(74,5%)
Otros Negocios	14.893	13.518	1.375	10,2%
Estructura y Otros	(30.610)	(29.572)	(1.039)	(3,5%)
Total EBITDA	(14.679)	90.054	(104.734)	(116,3%)
Margen EBITDA				
Medios Impresos	0,9%	16,7%	(15,8) p.p.	
Audiovisual	(4,4%)	(10,9%)	6,5 p.p.	
Internet	2,9%	12,0%	(9,1) p.p.	
Otros Negocios	6,8%	6,1%	0,7 p.p.	
Estructura y Otros	(22,2%)	(21,7%)	(0,5) p.p.	
Total Margen EBITDA	(1,7%)	9,8%	(11,5) p.p.	
Resultado Explotación				
Medios Impresos	19.603	96.398	(76.795)	(79,7%)
Audiovisual	(43.773)	(35.473)	(8.300)	(23,4%)
Internet	(1.117)	4.878	(5.994)	(122,9%)
Otros Negocios	6.410	5.012	1.399	27,9%
Estructura y Otros	(32.294)	(30.879)	(1.415)	(4,6%)
Total Resultado Explot.	(51.171)	39.935	(91.106)	(228,1%)
Margen EBIT				
Medios Impresos	3,4%	14,5%	(11,1) p.p.	
Audiovisual	(32,8%)	(32,3%)	(0,5) p.p.	
Internet	(1,9%)	8,6%	(10,5) p.p.	
Otros Negocios	2,9%	2,2%	0,7 p.p.	
Estructura y Otros	(23,4%)	(22,6%)	(0,8) p.p.	
Total Margen EBIT	(6,0%)	4,4%	(10,3) p.p.	

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Medios Impresos

Prensa Regional

En 2008, la línea de actuación de VOCENTO en el área de Prensa Regional, posicionado estratégicamente como líder y referente en los medios regionales gracias al poder de prescripción de sus marcas, se ha centrado en el mantenimiento de la cuota de mercado, en la innovación continua del producto y de los contenidos y el refuerzo del posicionamiento online.

A pesar de que la difusión de los diarios de información general se ha visto afectada negativamente por la competencia de nuevos medios de información, los periódicos regionales de VOCENTO como líderes de sus respectivos mercados, han combatido dicha tendencia decreciente manteniendo la cuota de mercado en el 25,9% en 2008. En cuanto a su audiencia, la Prensa Regional de Vocento alcanza 2.490 miles de lectores según datos de EGM (3ª Ola ac. 2008).

Por otro lado, diferentes medidas enfocadas a la contención y el control de costes han sido la respuesta por un lado a la actual crisis financiera y por otro al nuevo entorno competitivo y de cambio tecnológico a los que se enfrenta la prensa. La contención de costes, y el dimensionamiento de la estructura como medida de respuesta ante la desaceleración del mercado publicitario es compatible con el reforzamiento de la posición de liderazgo tanto en el soporte de medios impresos como en Internet. De esta forma, la reestructuración permitirá afrontar los próximos años con una dimensión de costes ajustada a la nueva realidad en el sector.

ABC

ABC, tercer diario nacional de España en número de ejemplares vendidos y una referencia en la historia del siglo XX, ha continuado durante 2008 su intensa actividad social, cultural e institucional.

El año 2008 ha sido un año difícil para los editores de medios impresos nacionales como consecuencia del entorno publicitario, el incremento de la competencia y los cambios en la forma de acceso de la información a través de un nuevo soporte como es Internet.

Sin embargo ABC ha cerrado el ejercicio siendo el único periódico nacional que crece en difusión (251.642 ejemplares, +10,3% en 2008, según datos reportados a OJD no auditados) y del incremento de su diferencial de crecimiento respecto al resto de la prensa nacional (-1,7%, ex Público a efectos comparables 2007 y ABC). Soportando estos números existe una clara apuesta estratégica apoyada en la oferta editorial, comercial y de inversión en producto. Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 701 mil lectores (3ª Ola ac. 2008) y es el único diario nacional que crece su cifra de audiencia en los tres estudios de EGM de 2008.

Durante 2008, se ha realizado un esfuerzo paralelo en la edición digital, ABC.es, aprovechando el reconocimiento de marca y su posicionamiento para reforzar la presencia en un soporte clave como Internet de una forma diferencial incluyendo contenidos Web 2.0 y Web TV.

Prensa Gratuita- Qué!

La prensa gratuita es un negocio complementario para VOCENTO, que hace posible el acceso a nuevas áreas geográficas dónde VOCENTO no tenía presencia, así como a una masa crítica relevante de lectores, que permite incrementar los niveles de audiencia. Dado el perfil de su audiencia y contenido del producto la migración a online es posible realizarla de forma más fácil y natural (marca fuerte y contenido accesible) lo que constituye una oportunidad de negocio para el periódico gratuito. Qué! ha obtenido una audiencia de 2.255 mil lectores (EGM 3ª Ola ac. 2008)

Revistas y Suplementos

VOCENTO vuelve a consolidar en 2008 su liderazgo en el sector de suplementos de información general (XL Semanal, Mujer Hoy, Mujer Hoy Corazón y TVMás) y en revistas especializadas (Mi Cartera de Inversión y revistas corporativas). Las Revistas y Suplementos de Vocento alcanzan según EGM una audiencia de 6.654 mil lectores (3ª Ola ac. 2008). Todo ello facilita el posicionamiento y la migración hacia Internet como soporte complementario al papel gracias al traslado una vez más del poder de

prescripción de sus marcas del papel a los soportes online (ie. Mi cartera de Inversión y la apuesta por el portal vertical de finanzas.com)

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Medios Impresos.

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	361.334	413.415	(52.081)	(12,6%)
Prensa Nacional	155.856	185.570	(29.714)	(16,0%)
Suplementos y Revistas	78.325	89.037	(10.711)	(12,0%)
Prensa Gratuita	24.770	11.648	13.122	112,7%
Eliminaciones	(38.144)	(34.642)	(3.502)	(10,1%)
Total Ingresos de Explotación	582.141	665.027	(82.886)	(12,5%)
EBITDA				
Prensa Regional	54.190	111.270	(57.080)	(51,3%)
Prensa Nacional	(43.428)	(9.855)	(33.574)	(340,7%)
Suplementos y Revistas	6.444	13.667	(7.223)	(52,9%)
Prensa Gratuita	(11.988)	(3.769)	(8.219)	(218,1%)
Total EBITDA	5.217	111.313	(106.096)	(95,3%)
Margen EBITDA				
Prensa Regional	15,0%	26,9%	(11,9) p.p.	
Prensa Nacional	(27,9%)	(5,3%)	(22,6) p.p.	
Suplementos y Revistas	8,2%	15,4%	(7,1) p.p.	
Prensa Gratuita	(48,4%)	(32,4%)	(16,0) p.p.	
Total Margen EBITDA	0,9%	16,7%	(15,8) p.p.	
Resultado Explotación				
Prensa Regional	46.975	104.712	(57.737)	(55,1%)
Prensa Nacional	(21.344)	(17.725)	(3.619)	(20,4%)
Suplementos y Revistas	6.103	13.354	(7.250)	(54,3%)
Prensa Gratuita	(12.131)	(3.943)	(8.188)	(207,7%)
Total Resultado Explot.	19.603	96.398	(76.795)	(79,7%)
Margen EBIT				
Prensa Regional	13,0%	25,3%	(12,3) p.p.	
Prensa Nacional	(13,7%)	(9,6%)	(4,1) p.p.	
Suplementos y Revistas	7,8%	15,0%	(7,2) p.p.	
Prensa Gratuita	(49,0%)	(33,8%)	(15,1) p.p.	
Total Margen EBIT	3,4%	14,5%	(11,1) p.p.	

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, TV Más y Mujer Hoy) que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, y b) por los ingresos derivados de la venta y reparto de suscripciones entre los diferentes periódicos de VOCENTO.

Ingresos de Explotación: asciende a 582.141 miles de euros comparado con 665.027 miles de euros en 2007. La Prensa Regional aporta 361.334 miles de euros (-12,6%), la Prensa Nacional contribuye con

155.856 miles de euros (-16,0%), Prensa Gratuita con 24.770 miles de euros mientras Suplementos y Revistas aporta 78.325 miles de euros (-12,0%).

Ventas de Ejemplares: asciende a 228.581 miles de euros (+3,2%).

La Prensa Regional registra un incremento hasta 146.262 miles de euros (+0,5%) reflejo de la variación en difusión (-3,6%) y del incremento de los precios de cabecera de algunos diarios regionales. La difusión media diaria en 2008 ascendió a 479.138 ejemplares, manteniendo la Prensa Regional de Vocento el liderazgo en el mercado regional con una penetración del 25,9%.

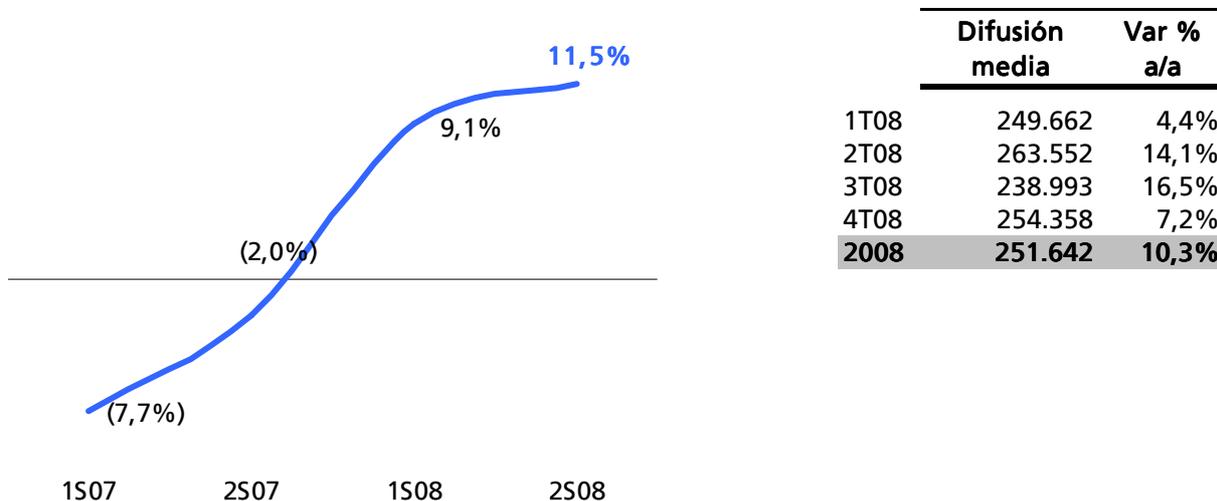
La Prensa Nacional contribuye con 69.846 miles de euros (+14,3%) confirmando una vez más la tendencia de crecimiento de la difusión de ABC ya iniciada en 2007 y que obtiene su quinto trimestre consecutivo de crecimiento en difusión.

ABC alcanza un promedio de difusión en 2008 de 251.642 ejemplares (+10,3%), crecimiento destacable que compara con el descenso del mercado (-1,7%, ex Público a efectos comparables 2007 y ABC), a pesar de la fuerte competencia y apoyado especialmente en la venta ordinaria (suscripciones individuales y ventas en quioscos) que crece en 2008 un +9,7% (+15.982 ejemplares) comparado con el estancamiento del mercado (-1,8%).

En el mes de diciembre 2008 ABC mantiene su crecimiento en difusión con una media de 254.190 ejemplares (+16,1% vs. mercado -13,0% ex Público y ABC) mientras que la difusión ordinaria se incrementa +8,8% (vs. mercado -14,1% ex Público y ABC) según datos publicados por OJD.

En el gráfico siguiente se muestra la positiva evolución en difusión media durante 2007/8:

Evolución de la difusión de ABC



Fuente: OJD. Datos 2508 pendientes de certificación.

	Difusión media	Var % a/a
1T08	249.662	4,4%
2T08	263.552	14,1%
3T08	238.993	16,5%
4T08	254.358	7,2%
2008	251.642	10,3%

Suplementos y Revistas aporta 40.068 miles de euros (-0,3%).

En términos de audiencia, Vocento alcanza el liderazgo indiscutible en prensa según EGM (3ª Ola ac. 2008) con 5,4 millones de lectores, más de un millón de lectores sobre su competidor inmediato. Destaca que ABC es el único diario nacional que crece en audiencia (701 mil lectores) en los tres últimos estudios EGM, Qué! alcanza 2,3 millones de lectores (+15,3% sobre 3ª Ola ac.08) y Suplementos y Revistas que consolida una vez más su liderazgo con 6,7 millones de lectores.

Ventas de Publicidad: asciende a 296.868 miles de euros comparado con 365.517 miles de euros en 2007. Las ventas de publicidad de Prensa Regional ascendieron a 173.585 miles de euros (-21,5%),

Prensa Nacional 64.772 miles de euros (-26,6%), y Suplementos y Revistas 34.321 miles de euros (-23,6%), reflejo de la crisis económica y la contracción de la inversión publicitaria. Por otro lado, Prensa Gratuita se incorpora al perímetro de consolidación (12 meses en 2008 en comparación con 5 meses en 2007) y aporta 24.681 miles de euros en un entorno de mercado de elevada competencia.

Otros Ingresos: asciende a 56.693 miles de euros (-27,4%). Los ingresos por promociones han alcanzado 33.016 miles de euros en 2008 en comparación a 52.956 miles de euros en 2007, debido principalmente a la reducción del esfuerzo promocional, que en el caso de ABC es compatible con el citado incremento en venta de ejemplares.

EBITDA: asciende a 5.217 miles de euros en 2008 (ex-no recurrentes € 36.119 miles de euros):

- (i) Prensa Regional: alcanza 54.190 miles de euros de EBITDA que, excluyendo los costes no recurrentes de -15.402 miles de euros, se situaría en 69.592 miles de euros. El control de costes llevado a cabo en el área se refleja en el mejor comportamiento del EBITDA (-44.354 miles de euros en comparación con 2007 ajustado por no recurrentes) que de publicidad en el mismo periodo (-47.421 miles de euros), principalmente por reducción de gastos en papel, materias primas, gastos comerciales y de marketing. Por otra parte se han reducido los gastos promocionales en un -18,5% en comparación con 2007.
- (ii) Prensa Nacional: -43.428 miles de euros debido a costes no recurrentes (-11.009 miles de euros), y una mayor inversión en mejora de contenidos (i.e. oferta de ocio de fin de semana) y marketing. La evolución en el mercado de publicidad nacional se ha visto compensada en parte por la positiva evolución de la cifras de difusión, compatibles con un menor gasto promocional (disminución del -24,6%) en comparación con 2007.
- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA de 6.444 miles de euros que, excluyendo costes no recurrentes de -3.151 miles de euros se situaría en 9.595 miles de euros. Se ha compensado parte del descenso en publicidad mediante medidas de eficiencia en costes (variación de publicidad -10.582 miles de euros en comparación con una reducción en EBITDA ajustado por costes no recurrentes de -4.792 miles de euros).
- (iv) Prensa Gratuita: se consolida globalmente desde el tercer trimestre de 2007 y ha aportado en 2008 -11.988 miles de euros de EBITDA que, excluyendo costes no recurrentes por -1.340 miles de euros, se sitúa en -10.648 miles de euros. También en esta área las medidas de optimización de costes adoptadas y la paulatina integración de Qué! en Vocento se minimiza el impacto del mercado publicitario: -3.005 miles de euros en el último trimestre de caída publicitaria en comparación de -255 miles de euros en EBITDA ajustados por costes no recurrentes en el último trimestre.

Audiovisual

La apuesta de VOCENTO por el sector audiovisual sigue presente en 2008 siguiendo un criterio de rentabilidad y racionalización de costes. La estrategia de posicionamiento definida permite fortalecer el posicionamiento nacional de Vocento y operar de forma integrada en el mercado audiovisual dado que abarca una licencia nacional de TDT, diferentes licencias de TDT autonómicas, una cadena generalista de radio, Punto Radio, así como la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

• Televisión

Vocento compite con el respaldo de licencias nacionales y autonómicas, un recurso escaso y de gran valor, que permiten posicionarse de cara a los retos a los que se enfrentará el sector a partir de 2010, momento en el que se producirá el apagón analógico.

Mercado Nacional

VOCENTO a través de su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV") es uno de los seis operadores privados que cuenta con una licencia de TDT nacional y en la actualidad gestiona dos canales de TDT (Canal Disney e Intereconomía TV). El 12 de febrero de 2008 se realiza la firma del acuerdo estratégico con The Walt Disney Company y su entrada en el capital social de Net TV. Canal Disney alcanza en el mes de diciembre de 2008 una audiencia media acumulada de 1.686.000 espectadores con una cuota en TDT del 3,0%, siendo uno de los líderes dentro de los canales temáticos TDT.

Mercado Autonómico

Vocento tienen una posición privilegiada al tener licencia en los mercados más importantes desde el punto de vista publicitario: Madrid (a través de Onda 6 TV), Barcelona local (a través de Urbe TV), y Andalucía (aún sin emitir).

• Radio

También dentro del sector audiovisual, Punto Radio en sus cuatro años de actividad, destaca por su compromiso con el rigor y la objetividad en la información ofrecida por la cadena nacional de radio así como por la apuesta por una programación de calidad que le permiten posicionarse como una de las grandes cadenas generalistas del panorama radiofónico español. La flexibilidad en costes de programación está ajustada al entorno publicitario y a la cobertura nacional actual de Vocento que tiene una oportunidad clara ante las concesiones de licencias amparadas bajo el "Plan Técnico de Radiodifusión Sonora"

El mercado español de radio que presenta un número reducido de frecuencias y controladas por pocos operadores, ha limitado el crecimiento de Punto Radio en sus primeros años de andadura. Sin embargo, el Plan Técnico va a ampliar sustancialmente el número de frecuencias para la prestación del servicio de radiodifusión sonora con modulación de frecuencia (FM) hasta 867, un 83% más. Durante 2008, el plan ha permitido a Punto Radio crecer con dos nuevas frecuencias en Aragón, alcanzando cobertura en las tres capitales de provincia.

En el panorama de la radio digital, VOCENTO mantiene dos licencias de radio digitales en E-Media Punto Radio, S.A.U. y Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A. El limitado desarrollo del mercado de receptores, hace que la progresión en el desarrollo de este negocio sea muy lenta.

• Producción Audiovisual y Distribución.

La aparición de nuevos canales de TDT tanto nacionales, como autonómicos y locales, así como nuevas formas de distribución de los contenidos por ADSL, móvil y dispositivos inalámbricos hará que se multiplique la oferta televisiva con proliferación de cadenas que demandarán nuevos contenidos.

Ante esta evolución, VOCENTO ha apostado por el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción y distribución de películas). Dicha actividad se ha concentrado en torno a Veralia, holding de productoras audiovisuales que agrupa las productoras BocaBoca Producciones, Europroducciones, Videomedia (participación del 30%) y la distribuidora cinematográfica Tripictures.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área Audiovisual.

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TV Autónoma y Local	14.157	15.518	(1.361)	(8,8%)
TV Nacional	13.126	352	12.774	n.r.
Radio	20.062	23.987	(3.926)	(16,4%)
Contenidos	90.919	76.821	14.098	18,4%
Eliminaciones	(4.883)	(6.889)	2.006	29,1%
Total Ingresos de Explotación	133.382	109.790	23.592	21,5%
EBITDA				
TV Autónoma y Local	(10.049)	(13.830)	3.781	27,3%
TV Nacional	(367)	(9.347)	8.980	96,1%
Radio	(10.357)	(5.131)	(5.226)	(101,8%)
Contenidos	14.858	16.296	(1.437)	(8,8%)
Total EBITDA	(5.915)	(12.013)	6.098	50,8%
Margen EBITDA				
TV Autónoma y Local	(71,0%)	(89,1%)	18,1 p.p.	
TV Nacional	(2,8%)	(2.657,3%)	2.654,5 p.p.	
Radio	(51,6%)	(21,4%)	(30,2) p.p.	
Contenidos	16,3%	21,2%	(4,9) p.p.	
Total Margen EBITDA	(4,4%)	(10,9%)	6,5 p.p.	
Resultado Explotación				
TV Autónoma y Local	(11.995)	(15.623)	3.628	23,2%
TV Nacional	(367)	(9.347)	8.980	96,1%
Radio	(11.233)	(5.828)	(5.405)	(92,8%)
Contenidos	(20.178)	(4.675)	(15.503)	(331,6%)
Total Resultado Explot.	(43.773)	(35.473)	(8.300)	(23,4%)
Margen EBIT				
TV Autónoma y Local	(84,7%)	(100,7%)	16,0 p.p.	
TV Nacional	(2,8%)	(2.657,3%)	2.654,5 p.p.	
Radio	(56,0%)	(24,3%)	(31,7) p.p.	
Contenidos	(22,2%)	(6,1%)	(16,1) p.p.	
Total Margen EBIT	(32,8%)	(32,3%)	(0,5) p.p.	

Nota: Las eliminaciones se producen por la venta de programas de las productoras a las televisiones locales y a la radio

Ingresos de Explotación: alcanza 133.382 miles de euros, +21,5% en 2008 apoyado tanto en la notable evolución de Contenidos (+18,4% hasta 90.919 miles de euros) como de TDT Nacional.

Los ingresos de TV Local y Autónoma alcanzan 14.157 miles de euros, (-8,8%), compensándose parte de la caída en publicidad con otras fuentes de ingresos. Onda 6 confirma su liderazgo en Madrid en la

temporada 2008/9 (sep08/ene09) alcanzando una cuota local en target comercial del 40,4% en el mes de diciembre.

En TDT Nacional se ha realizado durante 2008 la firma del acuerdo estratégico con The Walt Disney Company y la puesta en marcha de la emisión del canal Intereconomía TV, mejorando los ingresos en +12.774 miles de euros y poniendo de manifiesto el modelo de viabilidad en la TDT Nacional. La 3ª ola del EGM confirma la progresiva evolución de la TDT con más de 7 millones de hogares y una penetración que alcanza un máximo del 45,2%. Por su parte Disney Channel consolida su liderazgo dentro de los nuevos canales temáticos de TDT y es el 9º canal en el ranking con una cuota del 3,0% de la TDT (datos TNS Sofres diciembre 2008).

En Radio se alcanzan unos ingresos de 20.062 miles de euros, reflejo de unos menores ingresos publicitarios y de una comparativa desfavorable con 2007 por la celebración del programa de "Protagonistas 10.000". Según datos de EGM, Punto Radio mantiene una audiencia de medio millón de oyentes (497.000 oyentes según la 3ª Ola 2008).

Destaca en Contenidos el buen comportamiento de las productoras con el éxito de sus series y programas de entretenimiento (casi 1.300 horas de producción a lo largo de temporada 2007/8), así como el éxito de los estrenos de Tripictures (entre otros Viaje al Centro de la Tierra ó Sexo en NY) que sin embargo compara con unos ingresos de taquilla más fuertes en 2007 gracias, entre otros, al éxito de La Brújula Dorada.

EBITDA: se produce una mejora de +6.098 miles de euros gracias a una mejora en prácticamente todos los segmentos del área resultado del objetivo de racionalización en costes ya comentado:

- (i) TV Local y Autonómica: las medidas de contención de costes generalizadas centradas en programación y producción mejoran el EBITDA en +3.781 miles de euros en un entorno de publicitario adverso (ingresos de publicidad -3.215 miles de euros). La mejora se sustenta en el cambio de proyecto de red de televisiones locales por una estrategia de diferenciación entre televisiones locales y autonómicas.
- (ii) TDT Nacional: mejora en EBITDA en +8.980 miles de euros a la vez que alcanza EBITDA positivo de 1.145 miles de euros en los tres últimos trimestres tras la puesta en marcha de los canales Disney Channel e Intereconomía TV poniéndose de manifiesto la viabilidad del modelo de negocio en TDT.
- (iii) Radio: el EBITDA alcanza -10.357 miles de euros, permitiendo la puesta en marcha del programa de reducción de costes para minimizar el impacto del actual entorno publicitario. Por otra parte la comparativa se ve afectada por el buen comportamiento de "Protagonistas 10.000" en 2007.
- (iv) Contenidos: 14.858 miles de euros, -8,8% por el menor margen de las productoras, y a pesar de los mejores márgenes registrados por Tripictures (i.e. ajuste de los costes de marketing debido a los menores *megahits* lanzados en comparación con 2007) y la puesta en marcha de la centralización de servicios corporativos.

Resultado de Explotación: (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a -43.773 miles de euros impactado de forma extraordinaria por la amortización anticipada del catálogo de Tripictures que asciende a 14.599 miles de euros.

Internet

El mercado de Internet en España continúa en fase de crecimiento tanto en penetración en la sociedad y en el uso de conectividad de banda ancha, como en la utilización de dicho soporte por parte del usuario y del mercado publicitario.

Ante los cambios en la forma de acceder a la información y la necesidad de simultaneidad e interactividad demandada, Vocento, apoyado en su capacidad prescriptiva, apuesta por sectores clave con el objetivo de reforzar su posicionamiento en Internet a través de cuatro categorías: Ediciones Digitales (portales locales como versión online de periódicos regionales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (finanzas.com, ediciones online de los suplementos), Clasificados (lanzamiento de pisos.com, infoempleo.com, y portales de motor) y B2B.

Más allá de una apuesta estratégica, Internet es una realidad en Vocento, que concibe la red como una plataforma privilegiada para sus marcas, un soporte de referencia al que se han adaptado todas y cada una de las cabeceras de la compañía y que ha permitido la generación de nuevas marcas.

Vocento a diciembre de 2008 alcanza el liderazgo en Internet entre los medios de comunicación y la posición 6ª total en el ranking de Netview. El número de usuarios únicos mensuales se incrementa un +47,7% hasta los 22,7 millones, gracias tanto a las Ediciones Digitales (ABC.es +37,6% y media de los Portales Locales de la Prensa Regional +17,4%) como a los Portales Verticales (+70,6%) por la incorporación este año de portales como hoytecnología y especialmente Finanzas.com tras realizarse la adquisición del mismo y su posterior integración con hoyinversión.

Asimismo, destacar la positiva evolución en Clasificados de infoempleo.com (+54,0%, 2ª posición), el portal inmobiliario de Vocento donde sobresale el reciente lanzamiento de pisos.com que en menos de dos meses gracias al apoyo de toda la red de portales del grupo alcanza la posición 3ª actual.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Internet.

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	15.651	12.237	3.414	27,9%
Portales Verticales	4.021	3.591	430	12,0%
Clasificados	13.677	14.769	(1.092)	(7,4%)
B2B	27.426	28.232	(807)	(2,9%)
Eliminaciones	(1.865)	(2.154)	289	13,4%
Total Ingresos de Explotación	58.909	56.675	2.234	3,9%
EBITDA				
Ediciones Digitales	(188)	1.681	(1.869)	(111,2%)
Portales Verticales	(1.078)	(822)	(256)	(31,2%)
Clasificados	(669)	2.587	(3.256)	(125,8%)
B2B	3.671	3.362	309	9,2%
Total EBITDA	1.736	6.808	(5.072)	(74,5%)
Margen EBITDA				
Ediciones Digitales	(1,2%)	13,7%	(14,9) p.p.	
Portales Verticales	(26,8%)	(22,9%)	(3,9) p.p.	
Clasificados	(4,9%)	17,5%	(22,4) p.p.	
B2B	13,4%	11,9%	1,5 p.p.	
Total Margen EBITDA	2,9%	12,0%	(9,1) p.p.	
Resultado Explotación				
Ediciones Digitales	(681)	1.557	(2.239)	(143,7%)
Portales Verticales	(1.654)	(1.060)	(594)	(56,0%)
Clasificados	(1.394)	2.159	(3.554)	(164,6%)
B2B	2.612	2.221	391	17,6%
Total Resultado Explot.	(1.117)	4.878	(5.994)	(122,9%)
Margen EBIT				
Ediciones Digitales	(4,4%)	12,7%	(17,1) p.p.	
Portales Verticales	(41,1%)	(29,5%)	(11,6) p.p.	
Clasificados	(10,2%)	14,6%	(24,8) p.p.	
B2B	9,5%	7,9%	1,7 p.p.	
Total Margen EBIT	(1,9%)	8,6%	(10,5) p.p.	

Nota: Las principales eliminaciones provienen del servicio de conectividad y venta de contenidos que se producen fundamentalmente entre las empresas del sector B2B y el resto de las sociedades que componen el área de actividad de Internet.

Ingresos de Explotación: incremento del +3,9% hasta 58.909 miles de euros, donde el notable incremento en publicidad (+26,0%) compensa el descenso de otros ingresos (-4,5%). Hay que destacar que el enfoque en "B2C" supone el 55% de los ingresos del área de Internet (52% en 2007). En el área de Ediciones Digitales, tras el lanzamiento de Que.es se obtienen los primeros resultados, y aporta² 1,8m usuarios únicos mensuales en diciembre.

² Fuente para usuarios únicos mensuales y crecimiento % Nielsen Site Census dic 2008, excepto para inmobiliario ene 2009. Para posición en ranking Nielsen Netview a dic 2008 excepto inmobiliario que data de ene 2009

Asimismo, continúa el desarrollo del resto de ediciones como se pone de manifiesto con la incorporación de la webTV en ABC.es. Como consecuencia de lo anterior, destaca el liderazgo de Vocento entre los medios de comunicación al situarse en posición 6ª del total de compañías incluidas en el ranking de Netview a diciembre de 2008, con un crecimiento en usuarios dos veces superior al del mercado, +47,7% hasta 22,7 millones de usuarios únicos mensuales.

Vocento obtiene un posicionamiento clave en las distintas categorías de clasificados y verticales¹: empleo (+54,0% en usuarios únicos mensuales, top 2), motor (+68,1%, top 4), inmobiliario (+48,5%, top 3 actual) y finanzas (+335,5%, top 6).

Venta de Publicidad: incremento del +26,0% hasta 19.823 miles de euros. La mejora en usuarios únicos mensuales tiene su reflejo en los ingresos de publicidad relacionados con B2C: Ediciones Digitales (+30,9%), Portales Verticales que más que duplican su facturación publicitaria y Clasificados que registra un comportamiento plano a pesar de su posicionamiento en los sectores de empleo, motor e inmobiliario.

Otros Ingresos: alcanza 38.906 miles de euros un descenso del -4,5%, debido al impacto que la actual crisis económica tiene en los tres mercados claves donde se posiciona el área de Clasificados (empleo, motor e inmobiliario). Entre otros, destacar el esfuerzo realizado en infoempleo.com que además de web de empleo ha evolucionado a red social y el lanzamiento de pisos.com como portal de referencia inmobiliaria.

EBITDA: alcanza 1.736 miles de euros (-74,5%), como consecuencia de la apuesta estratégica en éste área que se refleja tanto en la inversión en plataformas de B2C como en la modernización y rediseño de las webs de Ediciones Digitales, Portales Verticales y Clasificados.

Otros Negocios

Adicionalmente a las actividades en Medios Impresos, Audiovisual e Internet mencionadas anteriormente, VOCENTO desarrolla los siguientes negocios: impresión, distribución, y otros negocios vinculados con la multimedia regional.

Dentro de las principales actividades destacan Comeco Impresión y Distribuciones Comecosa cuyo negocio está vinculado a la actividad de Medios Impresos. A finales de 2006, se puso en marcha el plan de segregación de centros de impresión de ciertos periódicos regionales, en sociedad con otros grupos editoriales, o en solitario para, por un lado, liberar de operaciones industriales al editor, y a la vez realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión, así como las posibilidades de encartes y manipulados.

Resaltar en el negocio de Impresión la puesta en marcha de la planta de impresión de Printolid (Norte de Castilla) en el mes de mayo.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Otros Negocios.

Miles de Euros	NIIF			
	2008	2007	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	173.992	179.166	(5.175)	(2,9%)
Impresión	32.024	29.651	2.373	8,0%
Otras Participadas	13.882	15.427	(1.545)	(10,0%)
Eliminaciones	(1.288)	(1.377)	89	6,4%
Total Ingresos de Explotación	218.609	222.868	(4.258)	(1,9%)
EBITDA				
Distribucion	3.173	3.142	31	1,0%
Impresión	11.313	10.279	1.034	10,1%
Otras Participadas	407	97	309	317,4%
Total EBITDA	14.893	13.518	1.375	10,2%
Margen EBITDA				
Distribucion	1,8%	1,8%	0,1 p.p.	
Impresión	35,3%	34,7%	0,7 p.p.	
Otras Participadas	2,9%	0,6%	2,3 p.p.	
Total Margen EBITDA	6,8%	6,1%	0,7 p.p.	
Resultado Explotación				
Distribucion	2.694	2.527	168	6,6%
Impresión	3.549	2.747	803	29,2%
Otras Participadas	167	(261)	428	163,8%
Total Resultado Explot.	6.410	5.012	1.399	27,9%
Margen EBIT				
Distribucion	1,5%	1,4%	0,1 p.p.	
Impresión	11,1%	9,3%	1,8 p.p.	
Otras Participadas	1,2%	(1,7%)	2,9 p.p.	
Total Margen EBIT	2,9%	2,2%	0,7 p.p.	

Nota: Las eliminaciones que se producen se deben: a) la distribución de los gratuitos por parte de las distribuidoras y b) a la eliminación de la impresión de los gratuitos.

Ingresos de Explotación: alcanzan 218.609 miles de euros, -1,9%, compensándose la menor actividad en el área de Distribución (reflejo de su vinculación al área de Medios Impresos) con una mayor en Impresión gracias a la mayor capacidad instalada.

EBITDA: asciende a 14.893 miles de euros, +10,2%, con una mejora en margen de +0,7pp. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 11.313 miles de euros (+10,1%) y Distribución mantiene márgenes del 1,8% hasta 3.173 miles de euros dado que la menor actividad se ha visto compensada por el esfuerzo en costes y la diversificación en la distribución de productos.

Principales datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	2008	2007	Var	
			Abs	%
Prensa Nacional- ABC	251.642	228.160	23.482	10,3%
Prensa Regional				
El Correo	115.364	118.113	(2.749)	(2,3%)
El Diario Vasco	80.098	84.221	(4.123)	(4,9%)
El Diario Montañés	37.119	39.201	(2.082)	(5,3%)
Ideal	32.125	32.560	(435)	(1,3%)
La Verdad	36.873	38.712	(1.839)	(4,8%)
Hoy	22.019	22.805	(786)	(3,4%)
Sur	31.065	31.783	(718)	(2,3%)
La Rioja	16.204	16.740	(536)	(3,2%)
El Norte de Castilla	35.100	36.323	(1.223)	(3,4%)
El Comercio	26.028	26.803	(775)	(2,9%)
Las Provincias	38.277	40.330	(2.053)	(5,1%)
La Voz de Cádiz	8.866	9.515	(649)	(6,8%)
TOTAL Prensa Regional	479.138	497.106	(17.968)	(3,6%)

Fuente: OJD. Datos 2007 certificados

Audiencia ('000)	3ª Ola 08	3ª Ola 07	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	701	662	39	5,9%
Prensa Regional				
El Correo	520	520	0	0,0%
El Diario Vasco	321	296	25	8,4%
El Diario Montañés	197	190	7	3,7%
Ideal	157	189	(32)	(16,9%)
La Verdad	258	230	28	12,2%
Hoy	172	157	15	9,6%
Sur	164	186	(22)	(11,8%)
La Rioja	92	107	(15)	(14,0%)
El Norte de Castilla	232	227	5	2,2%
El Comercio	150	152	(2)	(1,3%)
Las Provincias	192	180	12	6,7%
La Voz de Cádiz	35	32	3	9,4%
Suplementos				
XL Semanal	3.312	3.379	(67)	(2,0%)
Mujer Hoy	2.049	2.197	(148)	(6,7%)
XL Semanal TV	1.016	1.109	(93)	(8,4%)
Prensa Gratuita-Qué	2.255	1.955	300	15,3%

Fuente: EGM Olas Acumuladas

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	2008	2007	Var Abs
Penetración TDT en hogares ⁽¹⁾	45,2%	23,4%	21,8 p.p.
Cuota audiencia TDT ⁽²⁾	21,9%	9,5%	12,4 p.p.

PUNTO RADIO	3ª Ola 08	3ª Ola 07	Var Abs
Oyentes (L-V) ⁽³⁾	497.000	507.000	(10.000)

Fuentes:

(1) AIMC- EGM

(2) TN Sofres

(3) Olas EGM- Radio XXI

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	dic-08	dic-07	Var Abs	% Var
Vocento	22.695	15.364	7.331	47,7%

Fuente: Nielsen Site Census

Aviso Legal

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Sociedad o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Sociedad y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Analistas e inversores deberán tener en cuenta que tales intenciones, expectativas o estimaciones no implican ninguna garantía sobre cuál vaya a ser el comportamiento y resultados futuros de la Compañía, y asumen riesgos e incertidumbres sobre aspectos relevantes, por lo que los resultados y el comportamiento real futuro de la Sociedad podrá diferir sustancialmente del que se desprende de dichas previsiones y estimaciones.

Lo expuesto en la presente declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Sociedad y, en particular, por los analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Sociedad ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones.

Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases de cualquier tipo de documento o compromiso.

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91.339.98.09
Fax: 91.742.63.52
e-mail: ir@vocento.com