

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Marzo 2009

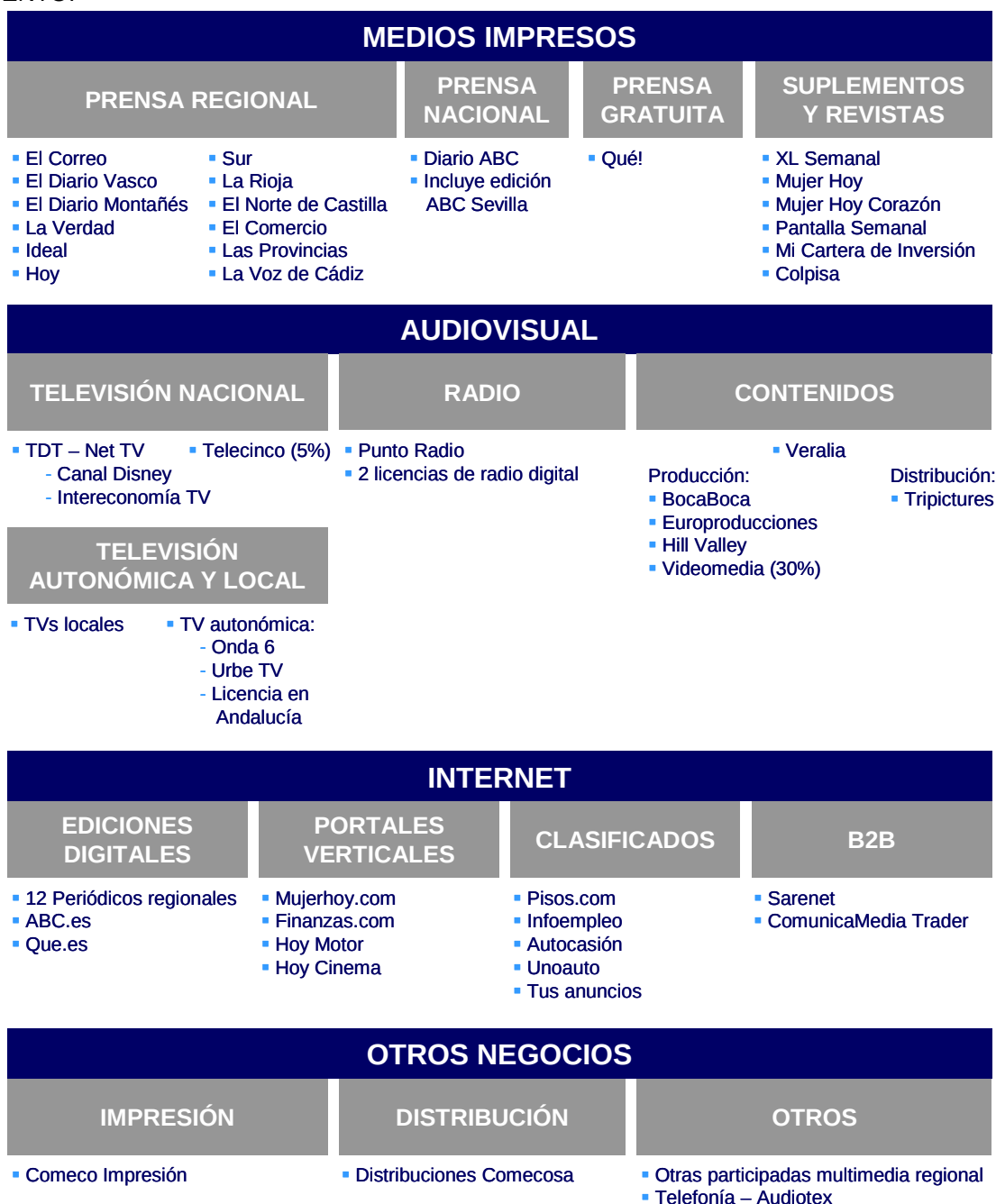
14 de mayo de 2009

Evolución de los negocios de Vocento

VOCENTO es un grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es VOCENTO, S.A., con presencia en todos los soportes que configuran la actividad en medios de comunicación.

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:



Principales mensajes

Mejor comportamiento de la publicidad en Prensa e Internet que el mercado

Mantenimiento de EBITDA ex no recurrentes en niveles de 1T08

Positivo impacto de la reducción de costes iniciada en 2008 del -15,0%

Mejora de la posición financiera neta en 19.849 miles de euros

Liderazgo en audiencia en Medios Impresos e Internet

- **La publicidad de Vocento en prensa e Internet registra un mejor comportamiento que el mercado:** Internet crece +23,9% en comparación con el +1,8% del mercado (fuente: IAB primer trimestre de 2009) y prensa regional y nacional (-28,1% y -29,4% respectivamente) retroceden menos que el mercado -31,2% (fuente: Arce Media primer trimestre de 2009).
- **EBITDA 6.029 miles de euros ex no recurrentes en comparación con 6.883 miles de euros en primer trimestre de 2008 por el esfuerzo en contención y control de costes iniciado en 2008:**
 - (i) Impacto de la disminución de ingresos publicitarios -25.820 miles de euros.
 - (ii) Medidas de control y reducción de costes iniciadas en 2008 por un total de 31.387 miles de euros (-15,0%) reflejadas en gastos de personal (-9,5%), aprovisionamientos (-15,2%), comerciales y de marketing (-24,3%). Por área:
 - Medios Impresos: estricto control de costes -11,6% ex no recurrentes incluyendo menor gasto promocional compatible con el posicionamiento de ABC, Prensa Regional y Gratuita.
 - Audiovisual: continúa el positivo impacto de la racionalización (costes ex no recurrentes -30,4%) con una mejora en EBITDA de +4.042 miles de euros. Desarrollo del modelo de viabilidad en TDT Nacional, y estricto control de costes en TDT Autonómica y Radio.
 - Estructura y Otros: reducción de costes de administración con una mejora en EBITDA ex no recurrentes de +3.875 miles de euros.
 - (iii) Costes no recurrentes -9.492 miles de euros por medidas de reestructuración en especial ABC.

NIIF			
Miles de Euros	1T09	1T08	Var Abs
Medios Impresos	4.943	10.862	(5.919)
Audiovisual	2.517	(1.525)	4.042
Internet	(633)	1.545	(2.178)
Otros Negocios	2.890	3.563	(674)
Estructura y Otros	(3.688)	(7.563)	3.875
EBITDA ex no recurrentes	6.029	6.883	(854)
Costes no recurrentes	(9.492)	(5.639)	(3.853)
EBITDA reportado	(3.463)	1.244	(4.707)

- **Mejora de la posición financiera neta en 19.849 miles de euros** manteniendo un perfil de riesgo bajo dada su naturaleza y vencimientos a largo plazo. Efectivo de 65.174 miles de euros que no incluye el cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros (14 de mayo de 2009).
- **Liderazgo en audiencias en Medios Impresos e Internet:**
 - (i) Medios Impresos: Vocento se sitúa como líder según 1ª ola de EGM 2009 con una audiencia total de 5,4 millones. ABC vuelve a ser el medio nacional que más crece en difusión por 6º trimestre consecutivo con un incremento de difusión en el primer trimestre de 2009 de +8,8% vs. mercado ex ABC y Público -11,8% mientras que la Prensa Regional mantiene su liderazgo con una cuota en difusión del 26,2%.
 - (ii) Internet: consolidación como líder en medios de comunicación en el ranking de Internet Netview a marzo y abril de 2009. Foco estratégico en Ediciones Digitales (ABC.es +28% y Que.es 1m u.u.m), Clasificados (infoempleo +114% #2ª y pisos.com +129% #4ª) y verticales (finanzas.com +255% # 4ª).

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1T09	1T08	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	69.538	67.530	2.008	3,0%
Ventas de publicidad	65.480	91.300	(25.820)	(28,3%)
Otros ingresos	49.351	57.781	(8.430)	(14,6%)
Ingresos de explotación	184.369	216.611	(32.242)	(14,9%)
Personal	(71.885)	(74.563)	2.679	3,6%
Aprovisionamientos	(36.285)	(42.793)	6.508	15,2%
Servicios exteriores	(78.961)	(97.506)	18.545	19,0%
Provisiones	(702)	(505)	(197)	(39,1%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(187.833)	(215.367)	27.534	12,8%
EBITDA	(3.463)	1.244	(4.707)	(378,4%)
Amortizaciones	(11.165)	(11.982)	817	6,8%
Resultado por enajenación de inmovilizado	21.339	14	21.325	n.r.
EBIT	6.710	(10.724)	17.435	162,6%
Saneamiento de fondo de comercio	0	0	0	n.a.
Resultado de sociedades por el método de participación	329	10.631	(10.302)	(96,9%)
Difencial financiero	(1.236)	(2.477)	1.241	50,1%
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	(14)	0	(14)	n.a.
Beneficio antes de impuestos	5.790	(2.570)	8.360	325,2%
Impuesto sobre sociedades	(2.810)	2.978	(5.788)	(194,4%)
Beneficio neto del ejercicio	2.980	407	2.573	631,7%
Accionistas minoritarios	(295)	(915)	620	67,7%
Beneficio atribuible sociedad dominante	2.685	(508)	3.193	628,4%

Gastos de explotación ex-no recurrentes	(178.341)	(209.728)	31.387	15,0%
Personal ex-no recurrentes	(62.393)	(68.924)	6.532	9,5%
EBITDA ex-no recurrentes	6.029	6.883	(854)	(12,4%)

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 el primer trimestre de 2009 alcanzan 184.369 miles de euros comparados con 216.611 miles de euros en el mismo periodo de 2008:

- (i) Mejora de las ventas de ejemplares (+3,0%) por el crecimiento de ingresos en Prensa Regional (+2,3%), y especialmente en Prensa Nacional (+16,7%). ABC refuerza la tendencia de crecimiento iniciada en 2007, y alcanza en el primer trimestre de 2009 un crecimiento de la difusión del +8,8% (promedio de 271.671 ejemplares diarios vs. 249.662 en el mismo periodo de 2008), siendo el único periódico nacional que ha aumentado la difusión de pago ordinario en este periodo.
- (ii) La disminución de los ingresos de publicidad (-28,3%), está concentrada en Medios Impresos (-30,4%) y Audiovisual (-33,5%), y se debe principalmente al impacto de la crisis económica y financiera en la inversión publicitaria de medios convencionales.

En este difícil entorno, Vocento registra un mejor comportamiento en ventas de publicidad de prensa e Internet que el mercado según datos de Arce Media e IAB para el primer trimestre de 2009. Las ventas de publicidad del área de Internet se incrementan +23,9% en comparación con +1,8% del mercado y las ventas de publicidad de prensa regional y nacional (-28,1% y -29,4% respectivamente) comparan con una caída del mercado -31,2%.

- (iii) Descenso en Otros Ingresos (-14,6%, -8.430 miles de euros) debido principalmente a:
- Audiovisual (-3.789 miles de euros): desfase temporal de estrenos en Tripictures, y menor actividad de las productoras por retraso de producciones.
 - Internet (-3.348 miles de euros): cambio de perímetro por desinversión en La Trastienda Digital (impacto en ingresos del área de B2B en el primer trimestre de 2008 2.084 miles de euros e impacto nulo en EBIDTA), y coyuntura de los tres mercados claves donde se posiciona el área de Clasificados (empleo, motor e inmobiliario)
 - Otros negocios (-1.488 miles de euros): vinculación de los negocios de Impresión y Distribución a Medios Impresos.

Gastos de explotación

El esfuerzo en contención y control de costes iniciado en 2008 y realizado en todas las áreas excepto en los negocios B2C¹ de Internet, se traduce en un ahorro de costes ex no recurrentes en el primer trimestre de 2009 de -31.387 miles de euros, una mejora del -15,0%. El ahorro se concentra principalmente en menores gastos de personal ex no recurrentes (-9,5%), aprovisionamientos (-15,2%), comerciales y de marketing (-24,3%).

Por áreas destacar:

- Medios Impresos: estricto control de costes compatible con el posicionamiento de ABC (mejora en gastos de explotación ex no recurrentes -2.044 miles de euros), Prensa Regional (reducción de gastos de explotación ex no recurrentes -5.130 miles de euros), Suplementos y Revistas (disminución de gastos de explotación ex no recurrentes -4.237 miles de euros) y Prensa Gratuita (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -4.578 miles de euros,).
- Audiovisual: continua el impacto positivo de la racionalización de la actividad con una mejora en gastos de explotación ex no recurrentes de -10.401 miles de euros por el estricto control de costes en TDT Autonómica y Local y Radio.
- Estructura y Otros: la mejora de la reducción de costes centrales y de administración tiene un impacto positivo en EBITDA ex no recurrentes de +3.875 miles de euros.

EBITDA

El EBITDA ajustado por costes no recurrentes en el primer trimestre de 2009 se mantiene prácticamente en línea con 2008 y asciende a 6.029 miles de euros (reportado -3.463 miles de euros). Este comportamiento se explica por diferentes razones:

- Impacto de la actual crisis en la menor inversión publicitaria -25.820 miles de euros.
- Reducción de gastos de explotación del -15,0% derivadas de las medidas de control y reducción de costes anteriormente mencionadas.
- Costes no recurrentes por -9.492 miles de euros relacionados con medidas de reestructuración principalmente en ABC.

EBITDA ex no recurrentes	NIIF		
	1T09	1T08	Var
miles de euros			
Medios Impresos	4.943	10.862	(5.919)
Audiovisual	2.517	(1.525)	4.042
Internet	(633)	1.545	(2.178)
Otros Negocios	2.890	3.563	(674)
Estructura y Otros	(3.688)	(7.563)	3.875
EBITDA ex no recurrentes	6.029	6.883	(854)
Costes no recurrentes	(9.492)	(5.639)	(3.853)
EBITDA reportado	(3.463)	1.244	(4.707)

[1] B2C incluye Ediciones Digitales, Portales Verticales y Clasificados

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en el primer trimestre de 2009 alcanza 6.710 miles de euros que compara con -10.724 miles de euros en el mismo periodo de 2008.

Las amortizaciones del periodo ascienden a -11.165 miles de euros, correspondientes principalmente a Medios Impresos -3.691 miles de euros y Contenidos -4.060 miles de euros.

Adicionalmente dentro del resultado por enajenación del inmovilizado, se ha contabilizado la plusvalía neta generada en la segunda fase de la operación de venta de terrenos de ABC (hecho relevante del 10 de julio de 2008) por 21.376 miles de euros.

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 en Hecho Relevante de 20 de junio de 2008) y la distribución de reservas en especie del 6,0% en 2008, dicha participación se contabiliza como inversión financiera sin impacto en este epígrafe.

Diferencial financiero

El diferencial financiero se reduce a la mitad en el primer trimestre de 2009 y asciende a -1.236 miles de euros frente a -2.477 miles de euros en el mismo periodo de 2008 por la mejora en la posición financiera neta que a 31 de marzo de 2008 se situaba en -152.118 miles de euros en comparación con -72.692 miles de euros a cierre de marzo de 2009.

Impuesto sobre sociedades

La evolución en el resultado antes de impuestos explica el gasto de 2.810 miles de euros.

Accionistas minoritarios

La variación en +620 miles de euros se corresponde principalmente con la evolución de resultados en Prensa Regional, compensado en parte por el mejor comportamiento de Punto Radio.

Beneficio neto atribuible a la sociedad dominante

El beneficio neto asciende a 2.685 miles de euros, reflejo entre otros, de la evolución operativa del negocio.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1T09	2008	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	685.934	715.370	(29.436)	(4,1%)
Activo Intangible	237.950	241.566	(3.617)	(1,5%)
Propiedad, planta y equipo	211.421	214.972	(3.551)	(1,7%)
Part.valoradas por el método de participación	19.217	19.116	101	0,5%
Otros activos no corrientes	217.346	239.716	(22.370)	(9,3%)
Activos Corrientes	294.077	347.033	(52.956)	(15,3%)
Efectivo y otros medios equivalentes	65.174	85.131	(19.957)	(23,4%)
Otros activos corrientes	225.211	254.519	(29.308)	(11,5%)
Activos mantenidos para la venta	3.691	7.383	(3.691)	(50,0%)
TOTAL ACTIVO	980.011	1.062.402	(82.392)	(7,8%)
Patrimonio neto de la Sociedad Dominante	536.519	561.910	(25.390)	(4,5%)
Deuda financiera	137.867	177.673	(39.806)	(22,4%)
Otros pasivos	305.625	322.820	(17.195)	(5,3%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	980.011	1.062.402	(82.392)	(7,8%)

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

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

Otros activos no corrientes

La principal variación de debe al impacto derivado del ajuste a valor de mercado de la participación del 5,1% en Telecinco por -29.191 miles de euros.

Otros activos corrientes

La mejora en la gestión del circulante permite reducir la cuenta de deudores comerciales.

Patrimonio neto

Impacto en reservas derivado del citado ajuste de la participación del 5,1% en Telecinco por -25.922 miles de euros, efecto neto del impacto fiscal (3.269 miles de euros).

Posición financiera neta

Vocento mejora su posición financiera neta en 19.849 miles de euros gracias al estricto control de costes, la entrada de caja por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (25.067 miles de euros), la gestión de circulante y pese al adverso entorno publicitario. El efectivo y otros medios equivalentes asciende a 65.174 miles de euros en el primer trimestre de 2009, que no incluye el cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros producido el 14 de mayo de 2009. La posición financiera neta en el primer trimestre de 2009 se sitúa en 72.692 miles de euros.

Miles de Euros	NIIF			
	1T09	2008	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	31.934	36.088	(4.154)	(11,5%)
Endeudamiento financiero a l.p.	105.932	141.585	(35.653)	(25,2%)
Endeudamiento financiero bruto	137.867	177.673	(39.806)	(22,4%)
Efectivo y otros medios equivalentes	65.174	85.131	(19.957)	(23,4%)
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(72.692)	(92.542)	19.849	21,4%

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 23.509 miles de euros, y el endeudamiento a l/p incluye deuda con entidades de crédito por 86.021 miles de euros, vinculadas a deuda leasing relacionada con 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			
	1T09	1T08	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	2.685	(508)	3.193	(628,5%)
Ajustes resultado del ejercicio	(5.871)	1.968	(7.839)	(398,3%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	(3.186)	1.460	(4.646)	(318,2%)
Variación capital circulante	3.078	4.930	(1.852)	(37,6%)
Impuesto sobre las ganancias pagado	0	0	n.a	n.a
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	(108)	6.390	(6.498)	(101,7%)
Adiciones al inm. material e inmaterial	(4.206)	(11.223)	7.017	62,5%
Adquisición y venta de filiales y empresas asociadas	(26)	2.956	(2.982)	(100,9%)
Dividendos e intereses cobrados	781	424	357	84,2%
Otros cobros y pagos (inversión)	19.752	(563)	20.315	n.r
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	16.301	(8.406)	24.707	(293,9%)
Dividendos e intereses pagados	(4.385)	(5.934)	1.549	26,1%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(33.978)	8.746	(42.724)	(488,5%)
Otros cobros y pagos (financiación)	2.212	0	n.a	n.a
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(36.151)	2.812	(38.963)	n.r
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(19.958)	796	(20.754)	n.r
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	85.131	43.045	42.086	97,8%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	65.173	43.841	21.332	48,7%

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 -108 miles de euros debido principalmente a los ajustes al resultado del ejercicio (e.g. las plusvalías de la segunda fase de la venta de terrenos de ABC están incluidas como flujos netos de las actividades de inversión).

Destacar la evolución positiva en capital circulante por la recuperación de saldos de clientes en el primer trimestre de 2009.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 16.301 miles de euros debido a: i) la inversión en inmovilizado (ver apartado CAPEX), y ii) la entrada de caja por la venta de terrenos de ABC (25.067 miles de euros).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -36.151 miles de euros incluyendo principalmente la amortización de deuda con entidades de crédito realizada por la entrada de caja producida en el periodo.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (CAPEX)

En el primer trimestre de 2009, destaca la reducción en las inversiones para la adquisición de derechos audiovisuales sobre producciones cinematográficas consecuencia del desfase temporal en producción y distribución en el área Audiovisual.

	NIIF								
	1T09			1T08			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	585	1.088	1.672	366	1.455	1.821	219	(368)	(149)
Audiovisual	42	248	290	5.124	1.740	6.864	(5.081)	(1.492)	(6.574)
Internet	797	420	1.217	435	394	829	362	26	389
Otros Negocios	52	675	727	90	1.077	1.167	(38)	(402)	(439)
Estructura	18	281	299	203	339	543	(186)	(58)	(244)
TOTAL	1.494	2.712	4.205	6.217	5.006	11.223	(4.723)	(2.294)	(7.017)

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			
	1T09	1T08	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	127.030	148.925	(21.895)	(14,7%)
Audiovisual	26.295	32.654	(6.359)	(19,5%)
Internet	12.930	15.252	(2.322)	(15,2%)
Otros Negocios	53.213	53.789	(576)	(1,1%)
Estructura y Otros	(35.098)	(34.009)	(1.089)	(3,2%)
Total Ingresos de Explotación	184.369	216.611	(32.242)	(14,9%)
EBITDA				
Medios Impresos	(4.372)	9.460	(13.832)	(146,2%)
Audiovisual	2.449	(1.860)	4.309	231,6%
Internet	(765)	1.528	(2.293)	(150,1%)
Otros Negocios	2.888	3.534	(647)	(18,3%)
Estructura y Otros	(3.663)	(11.419)	7.756	67,9%
Total EBITDA	(3.463)	1.244	(4.707)	(378,4%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Medios Impresos	4.943	10.862	(5.919)	(54,5%)
Audiovisual	2.517	(1.525)	4.042	265,0%
Internet	(633)	1.545	(2.178)	(141,0%)
Otros Negocios	2.890	3.563	(674)	(18,9%)
Estructura y Otros	(3.688)	(7.563)	3.875	51,2%
Total EBITDA ex-no rec.	6.029	6.883	(854)	(12,4%)
Resultado Explotación				
Medios Impresos	13.284	5.496	7.788	141,7%
Audiovisual	(2.226)	(6.966)	4.741	68,0%
Internet	(1.610)	970	(2.580)	(266,1%)
Otros Negocios	1.365	1.596	(231)	(14,5%)
Estructura y Otros	(4.103)	(11.820)	7.717	65,3%
Total Resultado Explot.	6.710	(10.724)	17.435	162,6%

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

Miles de Euros	NIIF			
	1T09	1T08	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	78.383	91.224	(12.841)	(14,1%)
Prensa Nacional	39.590	41.216	(1.626)	(3,9%)
Suplementos y Revistas	14.192	19.159	(4.966)	(25,9%)
Prensa Gratuita	4.553	7.028	(2.475)	(35,2%)
Eliminaciones	(9.689)	(9.702)	13	0,1%
Total Ingresos de Explotación	127.030	148.925	(21.895)	(14,7%)
EBITDA				
Prensa Regional	11.971	19.889	(7.917)	(39,8%)
Prensa Nacional	(14.750)	(7.639)	(7.110)	(93,1%)
Suplementos y Revistas	(221)	463	(685)	(147,7%)
Prensa Gratuita	(1.372)	(3.253)	1.881	57,8%
Total EBITDA	(4.372)	9.460	(13.832)	(146,2%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Prensa Regional	12.323	20.035	(7.711)	(38,5%)
Prensa Nacional	(6.018)	(6.436)	419	6,5%
Suplementos y Revistas	(221)	508	(730)	(143,5%)
Prensa Gratuita	(1.141)	(3.245)	2.104	64,8%
Total EBITDA ex-no rec.	4.943	10.862	(5.919)	(54,5%)
Resultado Explotación				
Prensa Regional	10.333	18.264	(7.931)	(43,4%)
Prensa Nacional	4.665	(9.638)	14.303	148,4%
Suplementos y Revistas	(343)	204	(546)	(268,2%)
Prensa Gratuita	(1.370)	(3.333)	1.962	58,9%
Total Resultado Explot.	13.284	5.496	7.788	141,7%

Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Pantalla Semanal 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 127.030 miles de euros comparado con 148.925 miles de euros en el mismo periodo de 2008. La Prensa Regional aporta 78.383 miles de euros (-14,1%), la Prensa Nacional contribuye con 39.590 miles de euros (-3,9%), Suplementos y Revistas con 14.192 miles de euros (-25,9%), mientras Prensa Gratuita aporta 4.553 miles de euros (-35,2%).

Ventas de Ejemplares: asciende a 59.144 miles de euros (+3,2%).

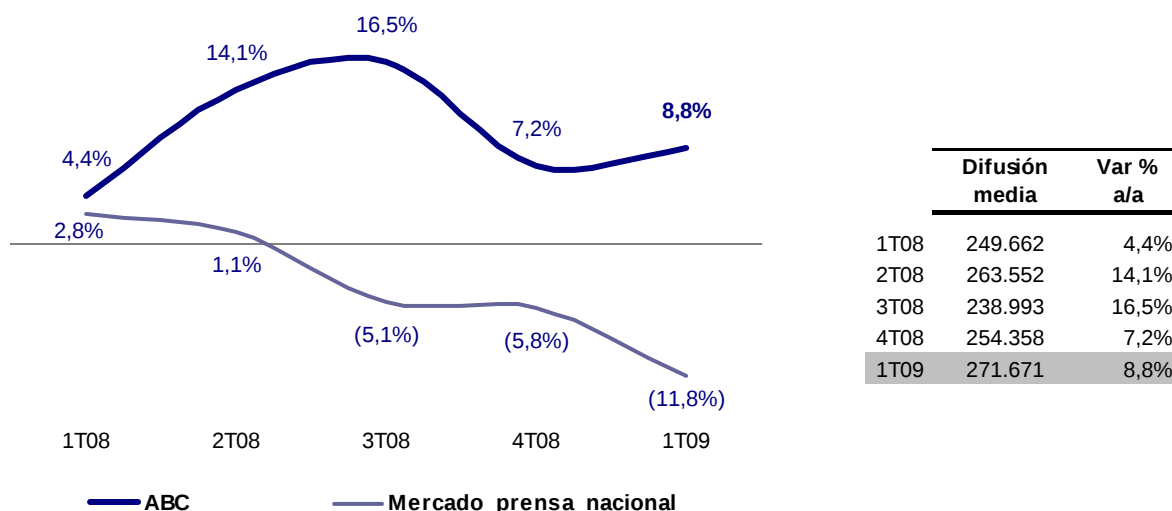
La Prensa Regional registra unas ventas de 36.704 miles de euros (+2,3%) reflejo de la variación en difusión (-4,4%) y del incremento de los precios de cabecera de algunos diarios regionales. La difusión media diaria en el primer trimestre de 2009 ascendió a 468.540 ejemplares, manteniendo la Prensa Regional de Vocento el liderazgo en el mercado regional con una cuota de difusión del 26,2%. Este incremento de cuota se alcanza a pesar del menor esfuerzo promocional realizado con una reducción del gasto en promociones del -5,8% en comparación con el mismo periodo de 2008.

La Prensa Nacional contribuye con 20.598 miles de euros (+16,7%) confirmando una vez más la tendencia de crecimiento de la difusión de ABC iniciada en 2007 y que obtiene su 6º trimestre consecutivo de crecimiento en difusión. Adicionalmente, el precio de cabecera de ABC de lunes a viernes y los domingos

se han incrementado un +10% (1,1 y 2,2 euros respectivamente) mientras que los sábados se incrementan un +16,7% hasta 1,4 euros.

ABC alcanza un promedio de difusión en el primer trimestre de 2009 de 271.671 ejemplares (+8,8%), crecimiento destacable que compara con el descenso del mercado (-11,8%, ex ABC y Público). El crecimiento se apoya especialmente en la venta ordinaria (suscripciones individuales y ventas en quioscos) que crece en el primer trimestre de 2009 un +6,2% (+11.481 ejemplares) comparado con la caída del mercado (-13,7% ex ABC y Público). Dichos incrementos son compatibles con una reducción del gasto promocional que asciende al -10,1% en el primer trimestre de 2009.

Evolución de la difusión de ABC y mercado de prensa nacional



Fuente: OJD datos mercado ex ABC y Público a efectos comparativos. Datos 1T09 pendientes de certificación.

Suplementos y Revistas aporta 8.844 miles de euros (-17,1%) debido por un lado al ajuste de tiradas de revistas corporativas y por otro al efecto en perímetro de consolidación por la desinversión en la revista Motor 16. El comportamiento del área de Suplementos se mantiene estable en línea con el buen comportamiento de la difusión de ABC.

En términos de audiencia, Vocento alcanza el liderazgo indiscutible en prensa según EGM (1ª Ola ac. 2009) con 5,4 millones de lectores, más de un millón de lectores sobre su competidor inmediato. Destacar que ABC es el único diario nacional que crece en audiencia en el último estudio EGM de 2009 (730 mil lectores, +9,4% comparado con 1ª ola acumulada de 2008), obteniendo crecimiento durante las cuatro últimas olas según EGM. Qué! consolida una audiencia por encima de 2 millones de lectores y Suplementos y Revistas refuerza una vez más su liderazgo con 6,7 millones de lectores.

Ventas de Publicidad: asciende a 54.280 miles de euros comparado con 78.006 miles de euros en el mismo periodo de 2008. Las ventas de publicidad de Prensa Regional ascendieron a 33.110 miles de euros (-28,1%), Prensa Nacional 12.518 miles de euros (-29,4%), Suplementos y Revistas 4.284 miles de euros (-42,3%, -33,6% Suplementos.), y Prensa Gratuita 4.473 miles de euros (-36,4%) reflejo de la crisis económica y su impacto en el entorno publicitario.

Destaca el mejor comportamiento de las ventas de publicidad en Prensa Regional, Nacional y Suplementos de Vocento comparado con el mercado según el estudio de Arce Media del primer trimestre de 2009: publicidad en prensa -31,2% y suplementos dominicales -39,5%.

Otros Ingresos: asciende a 13.606 miles de euros (+0,1%). Los ingresos por promociones se mantienen prácticamente estables en 7.276 miles de euros en el primer trimestre de 2009 en comparación a 7.644 miles de euros en el mismo periodo de 2008.

EBITDA: asciende a €4.943 miles de euros ex-no recurrentes en el primer trimestre de 2009 (EBITDA reportado -4.372 miles de euros):

- (i) Prensa Regional: alcanza 11.971 miles de euros de EBITDA (12.323 miles de euros excluyendo los costes no recurrentes). Las medidas de contención de costes iniciadas en 2008 se reflejan en una reducción de costes operativos del -7,2% (mejora +5.130 miles de euros) mitigándose el impacto de la caída de publicidad. Destaca la reducción de costes de personal (-10,2% ex no recurrentes), aprovisionamientos (-10,8%), comerciales y de marketing (-11,9%). Además, los gastos promocionales descienden un -5,8% en comparación con el mismo periodo de 2008.
- (ii) Prensa Nacional: mejora de EBITDA recurrente del +6,5% (+419 miles de euros ajustado por costes no recurrentes de -8.732 miles de euros en el primer trimestre de 2009) gracias a las medidas de eficiencia en costes (e.g. personal -7,3% ex no recurrentes, aprovisionamientos -6,6%, y reducción del gasto en promociones -10,1%). Estas medidas son compatibles con el objetivo de ABC de recuperar el liderazgo en el segmento liberal-conservador y con la continua mejora del producto.
- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA recurrente de -221 miles de euros. Destacar que el esfuerzo en reducción de costes permite compensar la caída en ingresos de -4.966 miles de euros con la disminución de gastos de explotación ex no recurrentes -22,7% (+4.237 miles de euros). Las medidas enfocadas a la contención de costes iniciadas en 2008 se centran en personal (-28,6% ex no recurrentes), aprovisionamientos (-14,9%), distribución (-90,7%), comerciales y de marketing (-26,8%) e impresión (-15,1%).
- (iv) Prensa Gratuita: mejora en EBITDA recurrente de +2.104 miles de euros hasta -1.141 miles de euros (-1.372 miles de euros reportado). En esta área las medidas de optimización de costes adoptadas (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -4.578 miles de euros, -44,6%) suponen absorber el doble de la caída en publicidad.

Audiovisual

	NIIF			
Miles de Euros	1T09	1T08	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TV Autonómica y Local	2.865	3.902	(1.037)	(26,6%)
TV Nacional	4.260	1.164	3.096	265,8%
Radio	3.847	5.449	(1.602)	(29,4%)
Contenidos	16.061	23.834	(7.773)	(32,6%)
Eliminaciones	(738)	(1.695)	958	56,5%
Total Ingresos de Explotación	26.295	32.654	(6.359)	(19,5%)
EBITDA				
TV Autonómica y Local	(656)	(3.041)	2.384	78,4%
TV Nacional	512	(1.512)	2.024	133,9%
Radio	(1.864)	(2.469)	605	24,5%
Contenidos	4.457	5.162	(705)	(13,7%)
Total EBITDA	2.449	(1.860)	4.309	231,6%
EBITDA ex-no recurrentes				
TV Autonómica y Local	(624)	(3.008)	2.383	79,2%
TV Nacional	512	(1.512)	2.024	133,9%
Radio	(1.859)	(2.465)	606	24,6%
Contenidos	4.488	5.460	(972)	(17,8%)
Total EBITDA ex-no rec.	2.517	(1.525)	4.042	(265,0%)
Resultado Explotación				
TV Autonómica y Local	(1.051)	(3.515)	2.464	70,1%
TV Nacional	512	(1.512)	2.024	133,9%
Radio	(2.084)	(2.679)	595	22,2%
Contenidos	397	741	(344)	(46,4%)
Total Resultado Explot.	(2.226)	(6.966)	4.741	68,0%

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 26.295 miles de euros, -19,5% en el primer trimestre de 2009 por el retraso de actividad de Contenidos (-32,6%), descenso de publicidad en TV Local y Autonómica y Radio, compensado por la positiva evolución de TDT Nacional.

Los ingresos de TV Local y Autonómica alcanzan 2.865 miles de euros (-26,6%). Onda 6 confirma su liderazgo en Madrid en la temporada 2008/9 (sep08/mar09) alcanzando una cuota local en prime time target comercial del 44,1% (datos TNS Sofres marzo 2009).

En TDT Nacional tras la firma del acuerdo estratégico con The Walt Disney Company se produce una mejora de los ingresos de +3.096 miles de euros, poniendo de manifiesto el modelo de viabilidad en la TDT Nacional. La 1ª ola del EGM 2009 confirma la progresiva evolución de la TDT con más de 9 millones de hogares y una penetración que alcanza un máximo del 57,3% (+25,5 p.p. en comparación con 1ª ola EGM 2008). Por su parte Disney Channel consolida su liderazgo dentro de los nuevos canales temáticos de TDT posicionándose como 2º canal con una cuota del 3,1% de la TDT (datos TNS Sofres marzo 2009).

En Radio se alcanzan unos ingresos de 3.847 miles de euros debido principalmente a menores ingresos publicitarios. Destacar que Punto Radio ha obtenido recientemente tres licencias en la Comunidad de Madrid que permiten completar la cobertura en la región. Según datos de EGM, Punto Radio consolida una audiencia por encima del medio millón de oyentes (524.000 oyentes según la 1ª Ola 2009 datos de lunes a viernes).

La evolución en Contenidos (16.061 miles de euros) está determinada por el desfase temporal de los estrenos de cine en Tripictures, y por el retraso de algunas producciones de las productoras.

EBITDA: se produce una mejora de +4.309 miles de euros gracias al positivo impacto en el área de la racionalización en costes puesta en marcha en 2008:

- (i) TV Local y Autonómica: las medidas de contención de costes generalizadas (centradas en programación y producción) reducen la base de costes prácticamente a la mitad, y permiten mejorar el EBITDA en +2.384 miles de euros en un entorno de publicitario adverso (ingresos de publicidad -834 miles de euros).
- (ii) TDT Nacional: EBITDA positivo (512 miles de euros en primer trimestre de 2009) por tercer trimestre consecutivo y mejora de EBITDA +2.024 miles de euros, poniéndose de manifiesto la viabilidad del modelo de negocio en TDT Nacional tras el lanzamiento de los canales Disney Channel e Intereconomía TV.
- (iii) Radio: mejora en EBITDA en +605 miles de euros, a pesar de la adversa evolución de la publicidad, por la puesta en marcha del programa de reducción de costes en la nueva temporada 2008/9.
- (iv) Contenidos: 4.457 miles de euros, con una mejora de rentabilidad (margen EBITDA 27,7%, +6,1 p.p.) gracias a la puesta en marcha de la centralización de servicios corporativos y menores costes por el desfase temporal de los estrenos de cine y producciones.

Resultado de Explotación: *(dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución)* asciende a -2.226 miles de euros que incluyen unas amortizaciones por -4.060 miles de euros del área de Contenidos, con una mejora del 8,2% gracias a la amortización anticipada del catálogo de películas de Tripictures realizada en 2008.

Internet

	NIIF			
Miles de Euros	1T09	1T08	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	4.047	3.520	527	15,0%
Portales Verticales	973	940	33	3,5%
Clasificados	3.055	4.142	(1.087)	(26,2%)
B2B	5.248	7.209	(1.961)	(27,2%)
Eliminaciones	(393)	(558)	166	29,7%
Total Ingresos de Explotación	12.930	15.252	(2.322)	(15,2%)
EBITDA				
Ediciones Digitales	(753)	(55)	(698)	n.r.
Portales Verticales	(316)	(250)	(67)	(26,7%)
Clasificados	(844)	746	(1.590)	(213,2%)
B2B	1.149	1.087	62	5,7%
Total EBITDA	(765)	1.528	(2.293)	(150,1%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Ediciones Digitales	(750)	(52)	(698)	n.r.
Portales Verticales	(316)	(257)	(60)	(23,3%)
Clasificados	(733)	767	(1.500)	(195,7%)
B2B	1.167	1.087	(2.255)	(7,3%)
Total EBITDA ex-no rec.	(633)	1.545	(912)	141,0%
Resultado Explotación				
Ediciones Digitales	(939)	(126)	(812)	(643,8%)
Portales Verticales	(437)	(379)	(58)	(15,2%)
Clasificados	(1.134)	660	(1.794)	(271,9%)
B2B	900	815	84	10,3%
Total Resultado Explot.	(1.610)	970	(2.580)	(266,1%)

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: ascienden a 12.930 miles de euros (-15,2%). A pesar del notable crecimiento en publicidad (+23,9%, +25,1% B2C), la actual crisis impacta negativamente en los principales mercados dónde se posicionan los negocios de Clasificados (empleo, inmobiliario y motor) y se produce el efecto de perímetro de consolidación por la desinversión de La Trastienda Digital en B2B (2.084 miles de euros en ingresos y sin impacto en EBITDA).

El posicionamiento en Internet continúa centrado en la migración de las marcas de Vocento y en el desarrollo de portales locales, clasificados y verticales, con enfoque especial en el trimestre en empleo e inmobiliaria.

En marzo de 2009, Vocento consolida su liderazgo entre los medios de comunicación al situarse primero en el ranking de Netview (posición 8ª del total de compañías).

Vocento consolida su posicionamiento clave en las distintas categorías²: Ediciones Digitales (ABC.es +28% por encima de sus principales competidores y donde destaca su enfoque de Web social 2.0., y Que.es 1m u.u.m con un notable crecimiento en usuarios), Clasificados (infoempleo +114% 2,1 veces superior al del

² Fuente Nielsen Netview marzo 2009

mercado, # 2ª según Netview y pisos.com +129% 3,3 veces superior al del mercado, # 4ª destacando su apuesta en diseño y usabilidad y su enfoque local con el apoyo del resto de medios de Vocento) y Portales Verticales (finanzas.com +255% 4,6 veces superior al del mercado, # 4ª, donde destaca el enfoque del portal en la participación de los propios usuarios).

Venta de Publicidad: incremento del +23,9% hasta 5.414 miles de euros. La mejora en usuarios únicos mensuales tiene su reflejo en los ingresos de publicidad relacionados con B2C (+25,1%) que en el actual entorno publicitario compara con un crecimiento del mercado del +1,8% según los datos de crecimiento de formatos gráficos del estudio de IAB en el primer trimestre de 2009.

Por segmentos: Ediciones Digitales +24,5%, Clasificados incrementa su facturación un +32,8% a pesar de la difícil coyuntura en sus mercados y Portales Verticales +6,2%.

Otros Ingresos: alcanza 7.480 miles de euros un descenso del -30,9%, debido al impacto de la crisis en los mercados de empleo, inmobiliaria y motor, y al citado el efecto de perímetro de consolidación por la desinversión de La Trastienda Digital en B2B.

EBITDA: alcanza -765 miles de euros, como consecuencia de la apuesta estratégica por Clasificados, y continuo desarrollo de las páginas web de Vocento.

Otros Negocios

	NIIF			
Miles de Euros	1T09	1T08	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	43.508	43.579	(71)	(0,2%)
Impresión	7.477	7.649	(172)	(2,3%)
Otras Participadas	2.490	2.931	(440)	(15,0%)
Eliminaciones	(262)	(370)	108	29,1%
Total Ingresos de Explotación	53.213	53.789	(576)	(1,1%)
EBITDA				
Distribucion	638	819	(181)	(22,1%)
Impresión	2.465	2.789	(323)	(11,6%)
Otras Participadas	(216)	(73)	(142)	(195,0%)
Total EBITDA	2.888	3.534	(647)	(18,3%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Distribucion	640	828	(188)	(22,7%)
Impresión	2.465	2.786	(320)	(11,5%)
Otras Participadas	(216)	(50)	(165)	(330,5%)
Total EBITDA ex-no rec.	2.890	3.563	(674)	(18,9%)
Resultado Explotación				
Distribucion	514	710	(196)	(27,6%)
Impresión	1.100	996	104	10,5%
Otras Participadas	(249)	(111)	(139)	(125,7%)
Total Resultado Explot.	1.365	1.596	(231)	(14,5%)

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 53.213 miles de euros, -1,1%, reflejo de la vinculación de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos.

EBITDA: asciende a 2.888 miles de euros, -18,3%. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 2.465 miles de euros y Distribución 638 miles de euros compensándose la menor actividad por el esfuerzo en costes y la diversificación en la distribución de productos de Distribución.

Principales datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	1T09	1T08	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	271.671	249.662	22.009	8,8%
Prensa Regional				
El Correo	114.826	117.609	(2.782)	(2,4%)
El Diario Vasco	78.398	82.172	(3.775)	(4,6%)
El Diario Montañés	35.538	37.206	(1.668)	(4,5%)
Ideal	31.525	32.862	(1.337)	(4,1%)
La Verdad	37.083	38.157	(1.075)	(2,8%)
Hoy	21.524	22.222	(698)	(3,1%)
Sur	30.108	32.378	(2.270)	(7,0%)
La Rioja	15.802	16.507	(705)	(4,3%)
El Norte de Castilla	35.050	36.710	(1.660)	(4,5%)
El Comercio	25.007	26.296	(1.289)	(4,9%)
Las Provincias	36.144	39.468	(3.323)	(8,4%)
La Voz de Cádiz	7.536	8.486	(950)	(11,2%)
TOTAL Prensa Regional	468.540	490.072	(21.531)	(4,4%)

Fuente: OJD. Datos 2008 certificados

Audiencia ('000)	1ª Ola 09	1ª Ola 08	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	730	667	63	9,4%
Prensa Regional				
El Correo	545	500	45	9,0%
El Diario Vasco	314	313	1	0,3%
El Diario Montañés	203	198	5	2,5%
Ideal	147	179	(32)	(17,9%)
La Verdad	262	242	20	8,3%
Hoy	184	159	25	15,7%
Sur	183	179	4	2,2%
La Rioja	111	100	11	11,0%
El Norte de Castilla	239	236	3	1,3%
El Comercio	151	144	7	4,9%
Las Provincias	182	183	(1)	(0,5%)
La Voz de Cádiz	30	42	(12)	(28,6%)
Suplementos				
XL Semanal	3.475	3.379	96	2,8%
Mujer Hoy	2.130	2.197	(67)	(3,0%)
XL Semanal TV	939	1.109	(170)	(15,3%)
Prensa Gratuita-Qué	2.116	2.106	10	0,5%

Fuente: EGM. Olas Acumuladas

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	1T09	1T08	Var Abs
Penetración TDT en hogares ⁽¹⁾	57,30%	31,80%	25,5 p.p.
Cuota audiencia TDT ⁽²⁾	27,3%	12,0%	15,3 p.p.

PUNTO RADIO	1ª Ola 09	1ª Ola 08	Var Abs
Oyentes (L-V) ⁽³⁾	524.000	525.000	(1.000)

Fuentes:

(1) AIMC- EGM (2) TN Sofres (3) Olas EGM - Radio XXI

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	mar-09	mar-08	Var Abs	Var%
Vocento	25.790	16.153	9.637	59,7%

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