

Vocento duplica su EBITDA hasta los 36,4 millones de euros

- Reduce pérdidas netas en 71,6%, de -53,4 millones de 2012 a -15,1 millones de euros en 2013
- Obtiene *cash flow* positivo excluyendo los costes vinculados al Plan de Eficiencia y venta de activos.
- Sustituye financiación bilateral a corto plazo por un préstamo sindicado a 5 años de 175 millones de euros
- ABC alcanza EBITDA positivo y mejora su cuota de mercado en difusión y on line

Madrid, 27 de febrero de 2014.- En un entorno de mercado y macroeconómico difícil para el sector de los medios, Vocento se ha centrado en tres objetivos: 1) mantener la fortaleza y liderazgo de sus marcas, 2) optimizar la estructura de costes para estabilizar el EBITDA y 3) no deteriorar la posición financiera del Grupo. Siguiendo estas premisas, la compañía ha cerrado 2013 con un refuerzo de su posicionamiento competitivo, operativo y publicitario, ha estabilizado su EBITDA por la ejecución del Plan de Eficiencia (poniendo en positivo los “negocios en pérdidas”) y ha consolidado su posición financiera diferencial.

En este contexto, los **Ingresos de Explotación** alcanzan los 529,8 millones de euros, lo que supone un descenso del -11,2% respecto a 2012. Pese al recorte, esta cifra compara de forma positiva con el -15,6% registrado en el primer semestre del año o el -14,1% del pasado mes de septiembre. El retroceso en ventas se ha debido principalmente a la situación económica del país y a la caída en la venta de ejemplares motivada en parte por la estrategia de reducir la difusión no rentable o no ordinaria (en una apuesta por mejorar el margen neto por ejemplar).

Por otra parte, Vocento, en línea con su objetivo de diversificar el perfil de ingresos hacia el negocio digital, cierra 2013 con un peso de estos del 22,1% sobre el total de ingresos publicitarios (+4,9 puntos porcentuales frente a los ingresos de 2012). Esta evolución se sustenta en un mejor comportamiento publicitario, tanto en marcas offline (cabeceras regionales y ABC -13,4% frente al mercado -14,8%, según i2p) como online (portales locales y ABC.es +2,3% frente al -2,5% del mercado).

Vocento logra un **EBITDA** de 36,4 millones de euros en 2013, lo que supone una mejora del 154,7% respecto a 2012. Se ha registrado una recuperación paulatina del EBITDA trimestre a trimestre durante 2013 debido a que el Plan de Eficiencia se ejecutó durante el 1T2013 y no tuvo efectos hasta el 2T2013. Destacan dos hitos a nivel de EBITDA: por un lado la continua mejora de los negocios en pérdidas durante los últimos ejercicios, cuyo agregado en 2013 ya es positivo, y por otro lado, el mantenimiento del EBITDA en el periodo 2008-2013 en torno a los 35-40 millones de euros pese al deterioro publicitario en el mismo periodo de casi 200 millones de euros.

El diferencial financiero se incrementa en -3,5 millones, pero es importante reseñar que el resultado de 2012 incluía un ingreso no recurrente de +2,7 millones procedente de la negociación de la opción de venta del diario Las Provincias. Asimismo la regularización de bases imponibles negativas de años anteriores y otros efectos provocan un gasto de impuestos de 2,2 millones. Con todo, el **resultado neto** en 2013 fue de -15,1 millones, una cifra que mejora en un 71,6% la de 2012 (se reducen los números rojos en 38,2 millones).

Respecto a la situación financiera, Vocento sigue manteniendo una posición diferencial en el sector. La **deuda financiera neta** a diciembre se sitúa en 149,3 millones. Es importante reflejar que se alcanza generación de caja positiva antes de la inversión vinculada al Plan de Eficiencia (17,5 millones) y a la desinversión de activos no estratégicos (20,7 millones). En este sentido, si se incluye la entrada de caja derivada de la venta de Sarenet (sujeta a autorización por CNC en 2014), la deuda financiera neta se habría situado en 135,4 millones y la ratio DFN/EBITDA se habría mantenido en 3,7 veces. Por otra parte, en febrero de 2014, se ha firmado un préstamo sindicado a 5 años por 175 millones que refuerza la estructura financiera con la cancelación de bilaterales y el alargamiento de los vencimientos.

Resultados por áreas de negocios

En **Periódicos**, se mantiene la posición de liderazgo en prensa generalista con una cuota del 25,3% casi 10 puntos por delante del siguiente grupo de comunicación. También en audiencia (según 3ª ola acumulada 2013 en EGM, con cerca de 2,6 millones de lectores) y en audiencia de internet (casi 12 millones de usuarios únicos mensuales según comScore, diciembre 2013).

Los **Ingresos de Explotación** se sitúan en 428,6 millones, un 9,6% menos que en 2012 por el descenso de los ingresos publicitarios y el impacto de la reducción voluntaria y controlada de la difusión no ordinaria para mejorar la rentabilidad de los periódicos. El **EBITDA** asciende a 40 millones, un +26,1% respecto al pasado año. El Grupo ha logrado compensar gran parte de la caída publicitaria (-21,3 millones en 2013) con diversas medidas incluidas en el Plan de Eficiencia (los costes comparables han caído un -9,9%).

En el caso de los **regionales**, destaca el comportamiento del EBITDA que incrementa un 12,2% y alcanza los 38,3 millones de euros. Por su parte **ABC** alcanza el **“break-even” de EBITDA** en 2013, 74.000 euros frente a los -6,2 millones de 2012, un incremento de 101,2%. Esta importante mejora se sustenta en el efecto combinado de la disminución de costes (por -13,7 millones) y el crecimiento publicitario (positivo en el último trimestre del año +2,7%).

En el área **Audiovisual**, los **Ingresos de Explotación** han caído un 19,2% hasta los 78 millones de euros, debido principalmente a la caída de la facturación por la debilidad en Contenidos vinculada al ciclo económico y al acuerdo estratégico en Radio alcanzado con COPE que implica un cambio en el modelo de explotación (se deja de ingresar venta publicitaria y las ventas derivadas del acuerdo se contabilizan como “otros ingresos”). El **EBITDA se sitúa** en 5 millones de euros en 2013, pese a la debilidad del área de Contenidos y la provisión de -4,7 millones de euros en Televisión derivada de la deuda acumulada por Intereconomía.

En **Clasificados**, Vocento está presente con marcas nacionales en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet: inmobiliario con pisos.com (top#3 de la categoría), empleo con Infoempleo.com (top#2) y motor con autocasion.com (top#4). La red de clasificados de Vocento es única en el sector de los medios españoles, al contar con un equipo especializado y una vocación de servicio orientada al cliente.

Los **Ingresos de Explotación** alcanzaron en 2013 los 13,3 millones de euros (-6,1%), con una progresiva mejora a lo largo del año y un ligero crecimiento del +1% en el cuarto trimestre de 2013. El **EBITDA** se sitúa en -1,2 millones, lo que supone un incremento respecto al resultado de 2012 en +1,4 millones.

En **Otros**, Vocento incluye el negocio de B2B, Sarenet, y Que!, negocios que ya no formarán parte del perímetro de la compañía en 2014. Los **Ingresos de Explotación** se situaron en 14,9 millones de euros, un -26,2% menos que en ejercicio anterior debido a la salida del perímetro de Que!. Por su parte, el **EBITDA** alcanza los 3,5 millones.