



# Resultados 2009

25 de febrero de 2010

**vocento** ver, escuchar, leer y sentir.

## Objetivos alcanzados en 2009

▶ Incremento de cuota de mercado en publicidad



▶ Reestructuración y sólida posición financiera



▶ Consolidación del crecimiento de ABC



▶ Liderazgo y crecimiento en Internet



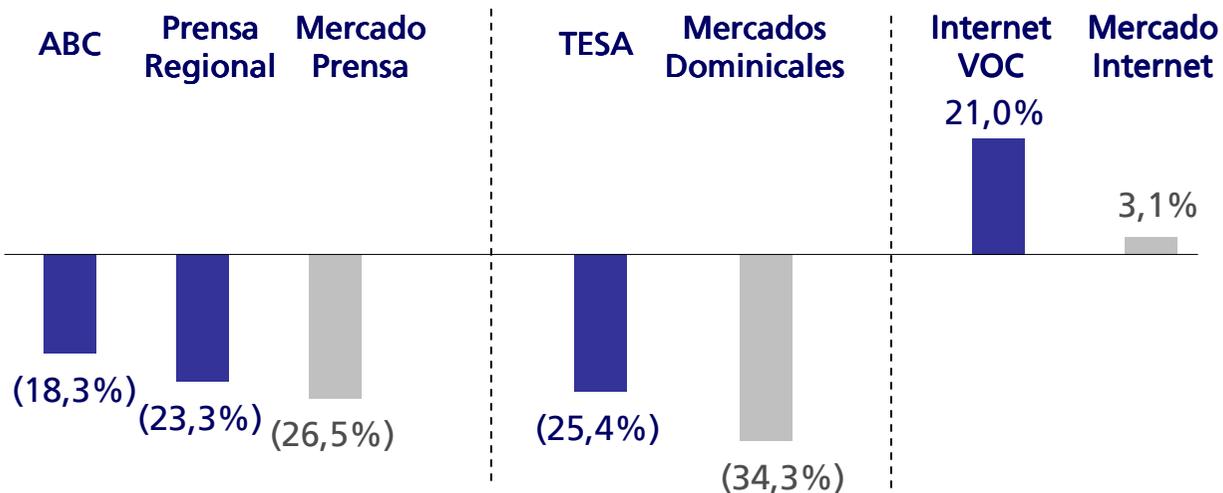
▶ Posicionamiento y rentabilidad en Audiovisual



# VOC mejora al mercado en comportamiento publicitario

- ▶ **Mejor comportamiento en publicidad (2009 -21,7%) vs. mercado** apoyado en el liderazgo en Prensa y apuesta por Internet
  - Prensa: publicidad 2009 Prensa Regional -23,3% y ABC -18,3% vs. -26,5% mercado<sup>1</sup>
  - Suplementos: publicidad 2009 -25,4% vs. -34,3% mercado<sup>1</sup>
  - Internet: publicidad 2009 +21,0% vs. +3,1% mercado<sup>1</sup>
- ▶ **Ralentización en el ritmo de caída en 4T09:** Prensa Regional (2009 -23,3% vs. 9M09 -25,8%), ABC (2009 -18,3% vs. 9M09 -22,9%) y Suplementos (2009 -25,4% vs. 9M09 -33,3%)
- ▶ **Posicionado para capturar publicidad de TVE y cambios en la planificación publicitaria**
  - Suplementos: masa crítica (XL Semanal 3,5m<sup>2</sup> lectores) y segmentación de nicho (Mujer Hoy 2,2m<sup>2</sup> lectores)
  - Internet: diversificación de audiencias con liderazgo en noticias (poder prescripción de marcas)

Evolución publicidad VOCENTO vs. mercado (2009)



<sup>3</sup> Nota 1. Fuente: informe i2p elaborado por Media HotLine (publicidad Internet no incluye enlaces patrocinados) Nota 2. Fuente: EGM lectores 3ª ola ac09

## Esfuerzo en reestructuración y sólida posición financiera

- ▶ **Esfuerzo en reestructuración** (costes no rec. 2009 €-65,3m en especial Prensa Regional y ABC) con impacto creciente en ahorro de costes
  - Reducción de costes ex no recurrentes 2009 €-111,5m, -13,5%
  - Ahorros en costes de personal ex no recurrentes 2009 -11,6%
  - Racionalización área Audiovisual: mejora EBITDA ex no recurrentes €+14,4m 2009 (€10,9m vs. €-3,5m 2008)
  - Reducción de costes de estructura: reducción EBITDA negativo en €+4,5m 2009 vs. 2008
- ▶ **Sólida posición financiera: deuda financiera neta €-74,7m; caja de €125,5m**
- ▶ **Crecimiento en EBITDA ex costes no recurrentes: €+7,6m por encima del nivel de 2008 (2009 €36,9m vs. 2008 €29,3m)**

€m	EBITDA ex no recurrentes			Ingresos Publicidad
	2009	2008	Var. Abs.	Var. Abs.
Medios Impresos	31,1	36,3	(5,2)	(73,1)
Audiovisual	10,9	(3,5)	14,4	(5,7)
Internet	(2,5)	1,9	(4,4)	4,2
Otros Negocios	13,7	15,5	(1,8)	(1,3)
Estructura y Otros	(16,3)	(20,8)	4,5	(0,3)
<b>Total EBITDA ex no rec.</b>	<b>36,9</b>	<b>29,3</b>	<b>7,6</b>	<b>(76,3)</b>
Costes no recurrentes	(65,3)	(44,0)	(21,3)	
<b>EBITDA</b>	<b>(28,4)</b>	<b>(14,7)</b>	<b>(13,7)</b>	

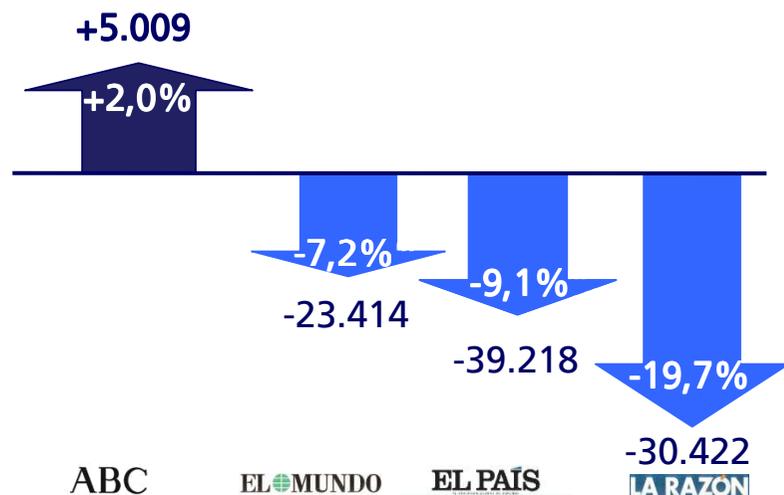
# ABC: consolidación del crecimiento

## ▶ Fuerte crecimiento de difusión de ABC...

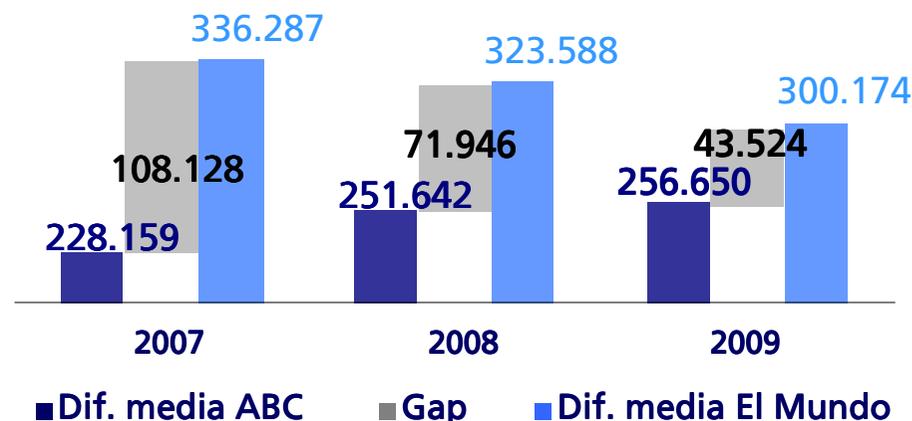
- Incremento de difusión vs. caída del mercado (2009 +2,0% vs. -10,2% mercado<sup>1</sup>)
- Cierre del gap vs. El Mundo a 40mil ejemplares en 2009 vs. 100mil en 2007
- Crecimiento apoyado en venta ordinaria (suscripciones individuales y ventas en kioscos):
  - Venta ordinaria 2009 +2,3% vs. -10,5% mercado<sup>1</sup>
- Compatible con eficiencia: mejora del diferencial de promociones

## ▶ ...y de usuarios ABC.es (+58%<sup>2</sup>; cuota top3 +6 p.p. hasta 23%): traslado de atributos de la marca a Internet. Lanzamiento Hemeroteca online

Crecimiento en difusión total  
(var. ejemplares; % ene-dec09 vs. ene-dic08)



ABC vs. El Mundo difusión media  
(ejemplares 2007-2009)



<sup>5</sup> Fuente: OJD. Datos 2009 no auditados Nota 1: ex ABC, Público y La Gaceta  
Nota 2: fuente crec. usuarios únicos mes Nielsen NetView ene10 vs. ene09

Fuente: OJD. Datos 2009 no auditados

# VOC posicionado como líder en medios de comunicación en Internet

- ▶ **VOC líder en medios de comunicación en Internet con 10,3m usuarios (Netview ene10 +16,8%)**
  - Diversificación de marcas: Noticias (migración poder prescripción de marcas offline-online), Clasificados, Directorios y Verticales
- ▶ **Crecimiento publicidad Internet VOC > mercado: +21,0% vs. +3,1% (informe i2p 2009)**
  - Internet supone 8,7% del total ingresos publicitarios de VOC 2009 (+3,1 p.p. vs. 2008)
- ▶ **Seis webs de Noticias situadas en top10<sup>1</sup> de noticias y todas las 14 webs de Noticias en el top 20<sup>1</sup>**

## Ranking audiencias Internet enero 2010

	Usuarios únicos mes (miles)	Ranking ene10
Google	22.716	1
Microsoft	21.651	2
Facebook	13.589	3
Telefónica	11.547	4
Yahoo!	11.123	5
Wikimedia	10.599	6
<b>Vocento</b>	<b>10.290</b>	<b>7</b>
Unidad Editorial	9.934	8
Prisacom	9.788	9

## Ranking por categorías

### Noticias #1



### Clasificados



### Directorios



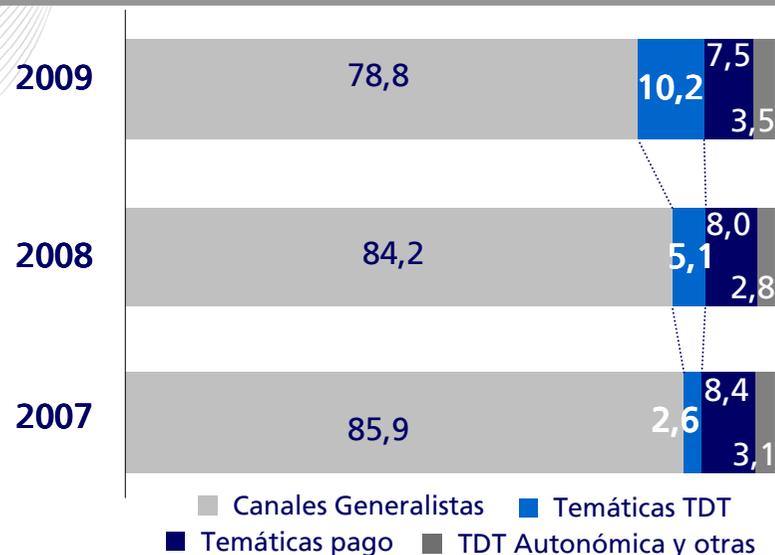
### Verticales



# Posicionamiento y rentabilidad en Audiovisual

- ▶ TDT Nacional: **acuerdo estratégico con Walt Disney y liderazgo** de TDT en canales temáticos
  - EBITDA positivo €2,8m vs. €-0,4m en 2008

Reparto de audiencia diciembre 2007/09 (%)



Ranking audiencias TDT diciembre 2009

	Cuota Total (%)	Cuota TDT (%)
TVE1	8,0%	15,2%
Telecinco	7,5%	14,3%
Antena 3	7,0%	13,4%
Cuatro	4,0%	7,6%
La Sexta	3,8%	7,2%
Clan TVE	2,4%	4,6%
<b>Disney Channel</b>	<b>1,6%</b>	<b>3,1%</b>
La2	1,6%	3,1%

- ▶ TDT Autónoma: nueva programación 2010 tras **acuerdo con Viacom**
  - Mejora EBITDA ex no recurrentes negativo €+7,0m (2009 €-2,3m)
- ▶ Radio: **continúa la mejora de cobertura nacional** con la adquisición de Onda Ramblas en Cataluña y concesión de nuevas licencias en Madrid, Castilla La Mancha y Extremadura
  - Mejora EBITDA ex no recurrentes negativo €+4,5m (2009 €-5,2m)
- ▶ Contenidos: **oportunidad de cara al próximo apagón analógico**
  - Mantiene EBITDA ex no rec €15,6m (2008 €15,9m) con mejora margen EBITDA 2009 22,7%

# Preparado para afrontar los retos y salir reforzado de la crisis

Fortalezas  
ante  
el Ciclo  
Económico

- ▶ **Posición financiera sólida** ✓
- ▶ **Reducción de costes y reestructuración ya iniciadas en 2008** ✓
- ▶ **Posicionado para capturar publicidad de TVE y cambios en la planificación publicitaria** ✓

Fortalezas  
ante  
Cambios del  
Sector

- ▶ **Solidez de las Marcas Regionales** ✓
- ▶ **Posicionamiento en Medios Nacionales**
  - ABC ✓
  - Punto Radio
- ▶ **Liderazgo en Internet**
  - Migración poder prescripción de offline-online ✓
- ▶ **Oportunidad de ser un "jugador" en el nuevo panorama Audiovisual: operador de nicho en TDT** ✓



# Información Financiera 2009

# Cuenta de Resultados Consolidada 2009

## Aspectos Destacables

€m	NIIF		
	2009	2008	Var %
Ventas de ejemplares	274,2	270,0	1,6%
Ventas de publicidad	274,6	350,9	(21,7%)
Otros ingresos	202,4	234,2	(13,6%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>751,2</b>	<b>855,0</b>	<b>(12,1%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(28,4)</b>	<b>(14,7)</b>	<b>(93,4%)</b>
Amortizaciones	(45,7)	(51,9)	(11,9%)
Rdo. enajenación inmov.	13,4	15,4	(13,4%)
<b>Rdo de explotación (EBIT)</b>	<b>(60,8)</b>	<b>(51,2)</b>	<b>(18,8%)</b>
Saneamiento fondo comercio	(18,0)	(88,4)	(79,6%)
Rdo.de sociedades método participación	(1,9)	11,5	(116,7%)
Diferencial financiero	4,8	(7,9)	160,1%
Rdo neto enaj. activos no corrientes	69,6	147,6	(52,8%)
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>(6,3)</b>	<b>11,6</b>	<b>(154,5%)</b>
Impuesto sobre sociedades	18,1	18,8	(3,5%)
<b>Beneficio neto del ejercicio</b>	<b>11,8</b>	<b>30,4</b>	<b>(61,2%)</b>
Accionistas minoritarios	(2,6)	4,2	(162,3%)
<b>Beneficio atribuible sociedad dominante</b>	<b>9,1</b>	<b>34,6</b>	<b>(73,6%)</b>
<b>Costes operativos ex no rec.<sup>1</sup></b>	<b>(714,3)</b>	<b>(825,8)</b>	<b>(13,5%)</b>
<b>EBITDA ex-no recurrentes</b>	<b>36,9</b>	<b>29,3</b>	<b>26,0%</b>

Nota 1: excluye amortizaciones

- ▶ Ingresos €751,2m:
  - Ventas de ejemplares +1,6%: ABC +12,1% y Prensa Regional -0,7%
  - ▶ Ventas de publicidad -21,7% vs. 9M09 -25,2%: ralentización de la caída en 4T09 y mejor comportamiento que el mercado en Prensa e Internet
  - Otros ingresos -13,6% (ex perímetro -10,7%): menor actividad en Contenidos (mantiene niveles EBITDA) y salida de perímetro en revistas y B2B
- ▶ EBITDA ex-no recurrentes €36,9m por encima de 2008 €29,3m: +€7,6m
  - Impacto caída publicitaria €-76,3m
  - Costes operativos ex-no recurrentes reducidos en €-111,4m, -13,5%:
    - Reducción de costes personal 2009 -11,6% vs. 9M09 -10,1%
    - Reducción de costes Estructura: EBITDA €+4,5m
  - Costes no recurrentes €-65,3m
- ▶ Rdo. enajenación inmov: terrenos ABC €21,4m
- ▶ Saneamiento fondo comercio €-18,0m (Qué!)
- ▶ Plusvalías antes impuestos €70,1m por colocación del 5,1% de TL5
- ▶ Beneficio neto €9,1m

# Balance Consolidado a 31 de diciembre de 2009

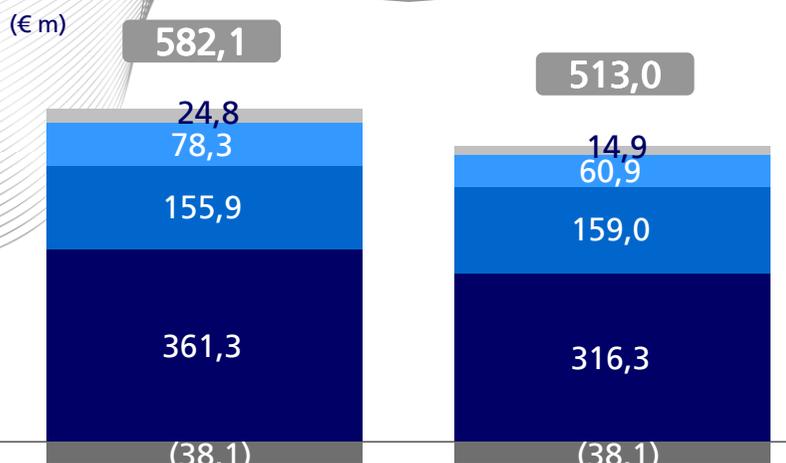
	NIIF			NIIF	
	2009	2008 <sup>1</sup>		2009	2008 <sup>1</sup>
<b>Activos no corrientes</b>	<b>701,2</b>	<b>766,8</b>	<b>Patrimonio neto</b>	<b>424,1</b>	<b>484,8</b>
Activo intangible	277,3	293,0			
Propiedad, planta y equipo	230,4	215,0	<b>Total pasivo</b>	<b>626,4</b>	<b>629,0</b>
Part. por método de participación	20,0	19,1	Deuda financiera	200,2	177,7
Otros activos no corrientes	173,5	239,7	Otros pasivos	426,2	451,3
<b>Activos corrientes</b>	<b>349,4</b>	<b>347,0</b>			
Efectivo y otros medios equivalentes	125,5	85,1			
Otros activos corrientes	220,1	254,5			
Activos mantenidos para la venta	3,7	7,4			
<b>Total Activo</b>	<b>1.050,5</b>	<b>1.113,8</b>	<b>Total Patrimonio y Pasivo</b>	<b>1.050,5</b>	<b>1.113,8</b>

- ▶ Mejora de la posición financiera neta €-74,7m (vs. €-92,5m 2008) con caja disponible €125,5m:
  - Entrada de caja en julio por la colocación del 5,1% de TL5 (€95,3m)
  - Cobro del dividendo de TL5 por €10,8m en mayo de 2009
  - Entrada de caja en enero por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (€25,1m)
  - Salidas de caja correspondientes al plan de reestructuración iniciado en 2008 e incremento de deuda financiera por registro indemnizaciones del plan de reestructuración de ABC (€17,8m corto y largo plazo)
  - Salidas de caja por operativa del negocio, Capex €-58,4m
  - Crecimiento inorgánico: compra de Onda Ramblas, compra de minoritarios en Las Provincias y toma de participación en 11870.com
  - Autocartera 2,79%: compra de 1% (ver Hecho Relevante 14dic). Importe registrado en balance (€32,1m) minorando fondos propios

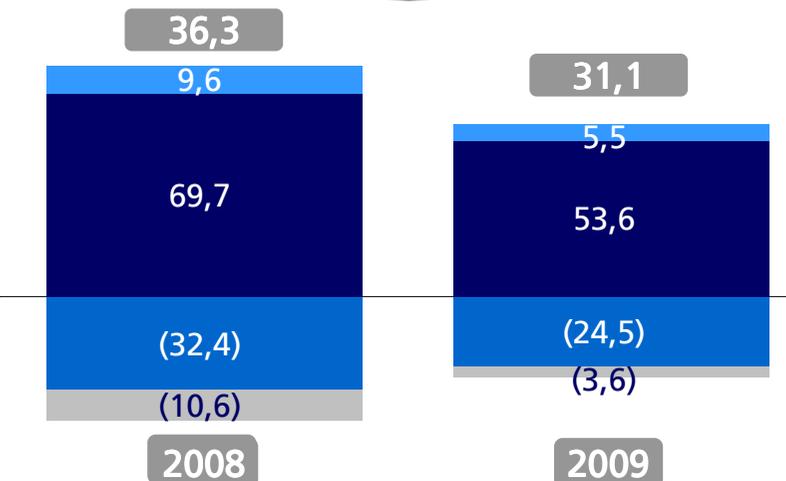
<sup>11</sup> Nota 1: datos de 2008 a efectos comparativos incluyen aplicación anticipada de NIIF 3

# Medios Impresos

## Ingresos



## EBITDA ex no recurrentes



■ P.Regional ■ P.Nacional ■ Supl. y Rev ■ P.Gratis ■ Eliminac.

## Aspectos Destacables

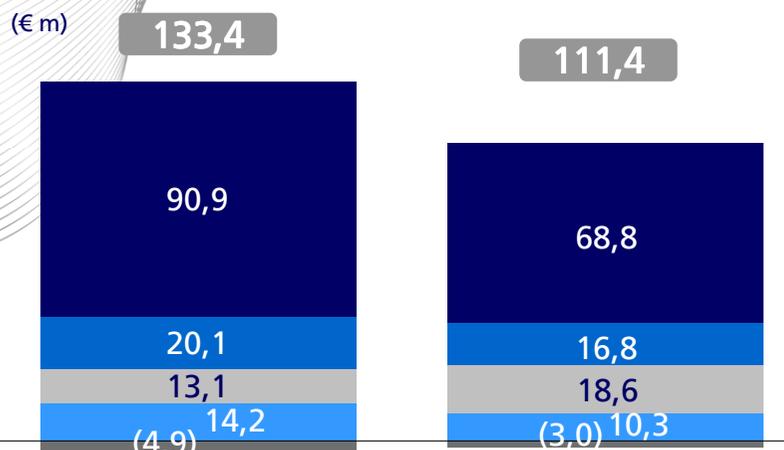
- ▶ Liderazgo en Prensa: dominio de Prensa Regional (cuota de mercado difusión 2009 26,1%). ABC única cabecera en 2009 que crece en difusión (+2,0% vs. mercado -10,2%) y en audiencia (+2,6% vs. mercado -5,9%)
- ▶ Ingresos €513,0m:
  - Venta ejemplares (+0,7%): notable comportamiento ABC (+12,1%) por incremento difusión y precios cabecera. Prensa Regional (-0,7%), incremento precios cabecera. Supl. y Revistas (-14,5%) por salida de negocio de revistas corporativas y desinversión de Motor 16 (proforma +0,1%)
  - Ingresos publicidad: Prensa Regional (2009 -23,3% vs. 9M09 -25,8%) y ABC (2009 -18,3% vs. 9M09 -22,9%) menor descenso vs. mercado<sup>1</sup> 2009 -26,5%. Suplementos 2009 -25,4% vs. mercado<sup>1</sup> -34,3%
- ▶ EBITDA ex-no recurrentes €31,1m (EBITDA €-22,6m)
  - Prensa Regional (€53,6m ex no rec.): la reducción de costes (€-29,0m ex no rec.) mitiga el impacto de la publicidad. Reducción gastos personal -12,5% ex no rec. Mg. EBITDA ex no rec. 2009 16,9%. Costes no recurrentes 2009 €-17,6m
  - ABC: reduce EBITDA negativo (ex no rec. €+8,0m) por comportamiento de difusión y primeros ahorros de costes (personal ex no rec. 2009 -17,9% vs. 9M09 -14,0%), y mejora margen promociones 2009. Costes no recurrentes 2009 €-32,5m por reestructuración
  - Supl. y Revistas €5,5m ex no rec.: caída de ingresos absorbida en parte por eficiencia en costes
  - Prensa Gratuita: mejora EBITDA €+7,1m ex no rec. por reducción costes ex no rec. del -48,7%

Nota 1: informe i2p elaborado por Media HotLine Prensa y dominicales

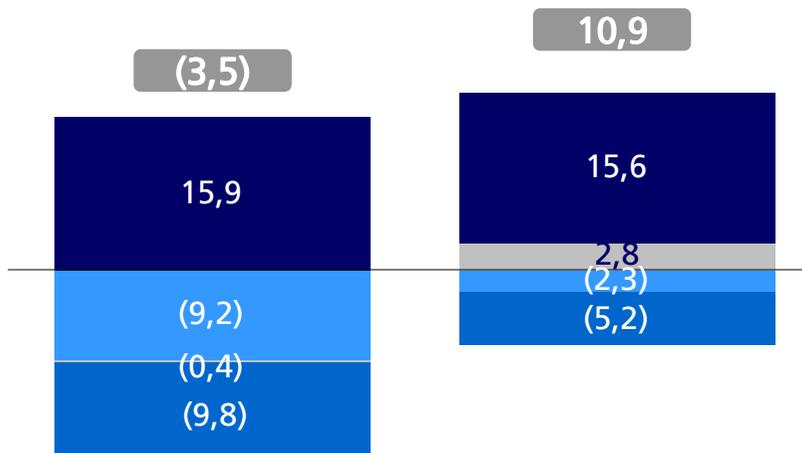
vocento

# Audiovisual

## Ingresos



## EBITDA ex no recurrentes



2008

2009

■ TDT Auton. ■ TDT Nacional ■ Radio ■ Contenidos ■ Elim.

## Aspectos Destacables

- ▶ Disney Channel primer canal temático en el ranking TNS Sofres (dic09 3,1%). El consumo TDT alcanza cuota en TV del 52,8% dic09, +30,9 p.p. vs. 2008 según TNS Sofres
- ▶ Acuerdo estratégico con Viacom en TDT Autónoma. Lanzamiento de la nueva programación en enero 2010
- ▶ Adquisición de red de emisoras de radio en Cataluña (Onda Ramblas). Incremento cobertura: 3 nuevas licencias en Madrid, 2 Castilla La Mancha y 3 Extremadura
- ▶ Ingresos €111,4m (-16,5%): por impacto de producciones de Contenidos (-24,4%), y descenso en publicidad TDT Autónoma y Local. Ralentización en Radio (2009 -16,0% vs. 9M09 -26,6%) que iguala evolución mercado<sup>1</sup> -15,8% pese al déficit de cobertura de Punto Radio
- ▶ Mejora EBITDA ex no rec. €+14,4m por la continuación en ahorro de costes
  - TDT Autónoma y Local: la reducción de costes a la mitad permite mejorar EBITDA ex no rec. €+7,0m
  - TDT Nacional: viabilidad del modelo de negocio en TDT con EBITDA positivo €2,8m y mejora de €+3,2m vs. 2008
  - Radio: reducción EBITDA negativo ex no rec. €+4,5m
  - Contenidos: EBITDA ex no rec. €15,6m similar 2008 (€15,9m), incremento margen EBITDA ex no rec. hasta 22,7% (+5,3 p.p. vs. 2008)

Nota 1: informe i2p elaborado por Media HotLine

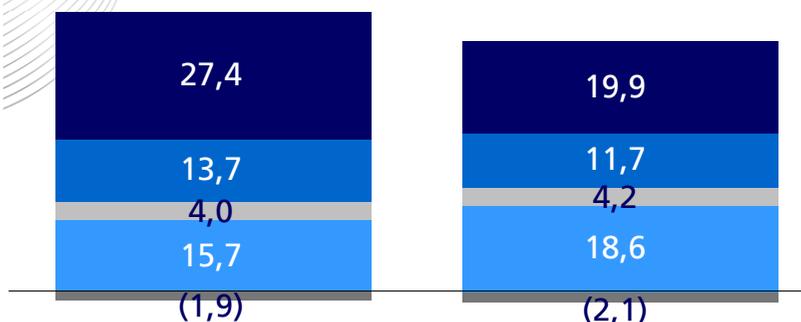
# Internet

## Ingresos

(€ m)

58,9

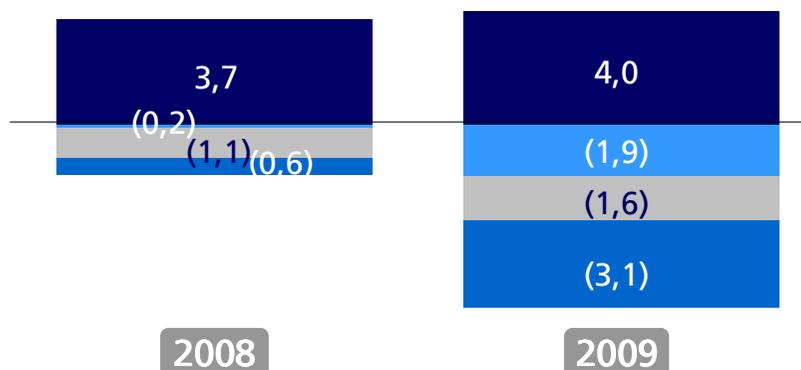
52,2



## EBITDA ex no recurrentes

1,9

(2,5)



2008

2009

■ Ed. Digitales ■ Port. Vertical ■ Clasificados ■ B2B ■ Eliminac.

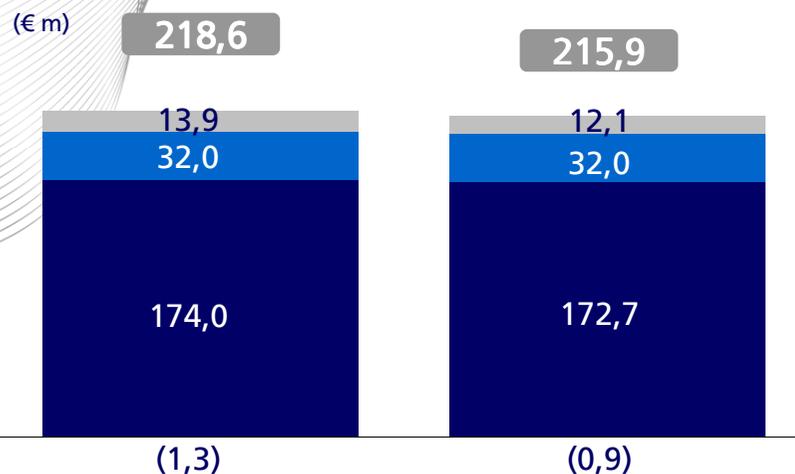
## Aspectos Destacables

- ▶ Continua crecimiento de publicidad a doble dígito (2009 +21,0%) vs. mercado +3,1%<sup>1</sup>. Internet supone 8,7% del total de ingresos publicitarios de VOC (+3,1 p.p. vs. 2008)
- ▶ Liderazgo en Internet en sector de medios de comunicación con crecimiento en audiencia (+16,8% usuarios únicos mes<sup>2</sup>), en el conjunto de sus áreas de negocio (Ediciones Digitales, Clasificados, Directorios y Verticales):
  - Líderes en noticias: ABC.es +58% vs. categoría +8%. Lanzamiento de hemeroteca online. ABC.es recorta distancia al líder y gana cuota de mercado entre top #3 (+6 p.p. 23% cuota ene10 vs. 17% ene09)
  - Pisos.com: alcanza top #3 con 1,1m de u.u.m en un año y crecimiento de últimos meses muy por encima de su categoría (+94% vs. categoría +15%)
  - 11870.com: +67%. Alcanza 0,8m u.u.m
- ▶ Ingresos €52,2m: caída impactada por perímetro, proforma +1,2% (desinversión La Trastienda Digital en B2B)
  - Crecimiento en ingresos de publicidad +21,0% compensa la menor actividad en el sector empleo
- ▶ EBITDA ex no recurrentes €-2,5m por la apuesta estratégica en Clasificados y Ediciones Digitales

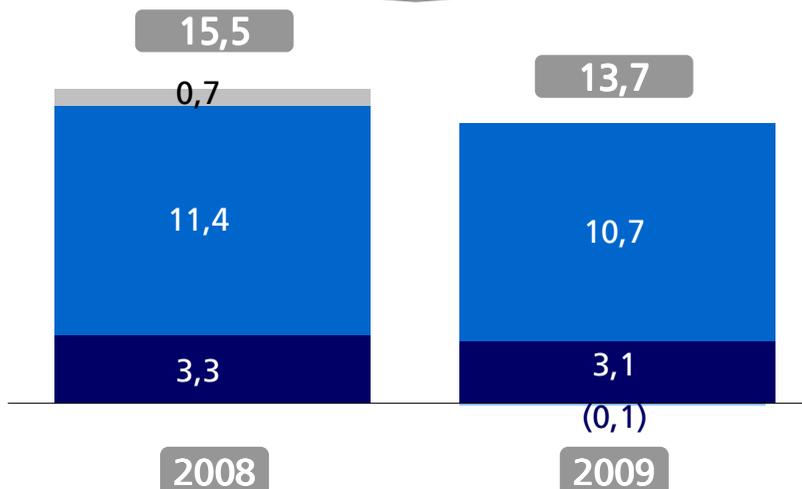
Nota 1: informe i2p elaborado por Media HotLine (no incluye enlaces patrocinados)  
 Nota 2: usuarios únicos mes según ranking Nielsen NetView ene10 (crec.% vs. ene09)

# Otros Negocios

## Ingresos



## EBITDA ex no recurrentes



■ Impresión ■ Distribución ■ Otros ■ Eliminaciones

## Aspectos Destacables

- ▶ Ingresos de explotación €215,9m (-1,2%), reflejo de la vinculación de las actividades de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos
- ▶ Externalización planta de impresión de ABC (Rotomadrid). Desde nov09 permite imprimir en "full colour"
- ▶ EBITDA ex costes no recurrentes €13,7m:
  - Impresión €10,7m: compensa la menor actividad en el área de Medios Impresos con esfuerzo en costes. EBITDA Rotomadrid €0,8m
  - Distribución €3,1m: se mantiene el EBITDA ex costes no recurrentes por diversificación en la distribución de productos

## 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.

# Relación con Inversores

Directora de Relación con Inversores    Loles Mendoza

Relación con Inversores                      Javier García Echegaray

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

**vocento** ver, escuchar, leer y sentir.