



Resultados 9M09  
13 de noviembre de 2009

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

## Aspectos Destacables en 9M09

- Continúa el mejor comportamiento en publicidad (9M09 -25,2% vs. 1S09 -28,4%) vs. mercado apoyado en el liderazgo en Prensa y apuesta por Internet:
  - Prensa: publicidad prensa regional -25,8% y ABC -22,9% vs. -28,0% mercado<sup>1</sup>
  - Internet: publicidad +25,8% vs. +2,6% mercado<sup>1</sup>
- EBITDA ex costes no recurrentes €18,7m próximo a niveles de 9M08 (€20,7m) por el esfuerzo en reducción de costes (€-81,5m; -13,2%):
  - Impacto de la disminución de ingresos publicitarios €-65,5m
  - Continúa la reducción de costes: ex no recurrentes €-81,5m (-13,2%)
    - Incremento del ahorro de costes de personal: 9M09 -10,1% vs. 1S09 -8,7% y reducción de costes de estructura (EBITDA Estructura 9M09 €+5,7m)
  - Costes no recurrentes €-35,8m por medidas de reestructuración en especial de ABC (1S09)
- Puesta en valor en Audiovisual: EBITDA mejora ex no rec. €+9,3m. Acuerdo en TDT Autonómica con Viacom y mayor eficiencia de la Radio con adjudicación de licencias
- Posicionamiento en Internet: crecimiento en audiencia (+13%<sup>2</sup> u.u.m): ABC.es top #3 (+92% vs. a/a, 6x vs. competidores. Lanzamiento de hemeroteca) y Pisos.com top #3 (+165% vs. a/a)
- Colocación del 5,1% en TL5 genera plusvalías antes de impuestos €70,1m, que refuerzan la sólida posición financiera de VOC (deuda financiera neta €-45,4m, y caja de €138,1m)

### Detalle de EBITDA ex no recurrentes 9M09 vs. 9M08

€m	9M09	9M08	Var Abs
Medios Impresos	16,2	26,3	(10,1)
Audiovisual	7,3	(1,9)	9,3
Internet	(2,7)	2,3	(5,0)
Otros Negocios	9,5	11,3	(1,9)
Estructura y Otros	(11,6)	(17,3)	5,7
<b>EBITDA ex no recurrentes</b>	<b>18,7</b>	<b>20,7</b>	<b>(2,0)</b>
Costes no recurrentes	(35,8)	(13,2)	22,6
<b>EBITDA reportado</b>	<b>(17,1)</b>	<b>7,4</b>	<b>(24,6)</b>

<sup>2</sup> Nota 1. Informe i2p Arce Media 9M09 Nota 2. usuarios únicos mes según ranking Nielsen NetView oct09

# Aspectos Destacables: Medios Impresos y Audiovisual

- **Medios Impresos: mejora la evolución en difusión y en publicidad manteniendo estricto control de costes (9M09 costes ex-no rec. -12,1%)**
  - Prensa Regional refuerza posición dominante: cuota de mercado difusión 9M09 26,1%<sup>1</sup> vs. 9M08 25,9% y mejor comportamiento publicitario que mercado (9M09 -25,8% vs. mercado -28,0%<sup>2</sup> y 1S09 -27,8%). Reducción costes ex no recurrentes €-18,5m, (9M09 -8,6% vs. 1S09 -8,4%)
  - ABC única cabecera que crece en difusión (9M09 +2,6%<sup>1</sup> vs. mercado -10,9%) con menor gasto promocional (9M09 -14,6% vs. 1S09 -9,9%) y reduce gap vs. #2 a 30.314 ejemplares en sep09  
Mejora continua evolución publicitaria 9M09 -22,9% vs. mercado -28,0%<sup>2</sup> y 1S09 -26,7%
  - Qué!: a pesar de la caída publicitaria se reduce EBITDA ex no rec. negativo en €+5,5m
- **Audiovisual: progresiva eficiencia con mejora EBITDA ex no rec. €+9,3m (costes ex no rec. 9M09 -19,6%)**
  - TV Local y Autonómica: mejora EBITDA ex no rec. €+5,3m. Puesta en marcha acuerdo Viacom (oct09)
  - TDT Nacional: Disney Channel líder temático en TDT (3,6%<sup>3</sup>). Viabilidad del modelo de negocio: EBITDA positivo €1,9m 9M09, mejora €+2,8m vs. 9M08
  - Radio: mejora EBITDA ex no rec. €+3,1m por ahorro costes. Adjudicación de nuevas licencias: 3 en Madrid, 2 en Castilla La Mancha y 3 en Extremadura
  - Contenidos: optimización del negocio permite absorber parte de la caída de ingresos. Mejora del margen EBITDA ex no rec. hasta 23,5% (+2,8 p.p. vs. 9M08)

Nota 1: OJD 9M09 vs. 9M08. Datos 2009 no auditados. Dato de mercado nacional calculado ex ABC y Público a efectos comparativos.

3 Nota 2: informe i2p Arce Media 9M09 prensa. Nota 3: TNS Sofres sep09.

## Aspectos Destacables: Internet

- **Internet: continua crecimiento de publicidad a doble dígito** (9M09 +25,8% vs. 1S09 +21,9%) vs. mercado casi plano (+2,6%<sup>1</sup>). Internet supone 9% del total ingresos publicitarios de VOC (+4 p.p. vs. 9M08)
  - Publicidad: Ediciones Digitales +25,4% y Clasificados +44,8%
- **VOC mantiene crecimiento en usuarios únicos mes según Nielsen<sup>2</sup> (+13% u.u.m vs. oct08), en el conjunto de sus áreas de negocio (Ed. Digitales, Directorios y Clasificados):**
  - ABC.es (+92% a/a, 6x vs. competidores): lanzamiento de hemeroteca online. Recorta distancia al líder y gana cuota de mercado entre top #3 (+8 p.p. 23% cuota oct09 vs. 15% oct08)
  - Pisos.com: alcanza top #3 con 0,9m de u.u.m en menos de un año y crecimiento de últimos meses muy por encima de su categoría (+165% a/a vs. categoría +15% a/a)
  - 11870.com: apuesta por el negocio de ocio y directorios. Alcanza 0,8m u.u.m. (+110% a/a)



# Resultados 9M09

# Cuenta de Resultados Consolidada 9M09

€m	NIIF		
	9M09	9M08	Var %
Ventas de ejemplares	206,6	203,7	1,4%
Ventas de publicidad	194,3	259,8	(25,2%)
Otros ingresos	152,7	173,5	(12,0%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>553,6</b>	<b>637,1</b>	<b>(13,1%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(17,1)</b>	<b>7,4</b>	<b>(330,7%)</b>
Amortizaciones	(34,0)	(37,0)	(8,1%)
Rdo. enajenación inmov.	22,2	29,9	(25,7%)
<b>Rdo de explotación (EBIT)</b>	<b>(28,9)</b>	<b>0,4</b>	<b>n.r.</b>
Saneamiento act. intangibles	0,0	(85,0)	(100,0%)
Rdo.de sociedades método participación	0,9	11,5	(92,1%)
Diferencial financiero	6,1	(5,5)	209,9%
Rdo neto enaj. activos no corrientes	69,6	147,2	(52,7%)
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>47,8</b>	<b>68,5</b>	<b>(30,3%)</b>
Impuesto sobre sociedades	(0,0)	8,6	(100,1%)
<b>Beneficio neto del ejercicio</b>	<b>47,7</b>	<b>77,2</b>	<b>(38,1%)</b>
Accionistas minoritarios	(0,6)	(3,4)	83,4%
<b>Beneficio atribuible sociedad dominante</b>	<b>47,2</b>	<b>73,7</b>	<b>(36,0%)</b>
<b>Costes operativos ex no rec. <sup>1</sup></b>	<b>(534,9)</b>	<b>(616,4)</b>	<b>(13,2%)</b>
<b>EBITDA ex-no recurrentes</b>	<b>18,7</b>	<b>20,7</b>	<b>(9,5%)</b>

Nota 1: excluye amortizaciones

## • Ingresos €553,6m:

- Ventas de ejemplares (+1,4%): ABC (+12,4%), y Prensa Regional (+0,5%)
- Publicidad (-25,2% vs. -28,4% 1S09): mejor que el mercado en prensa e Internet
  - Otros Ingresos (-12,0%): menor actividad en Contenidos pero mejora en márgenes y salida de perímetro en B2B
- EBITDA €18,7m ex-no recurrentes (€-17,1m reportado) vs. €20,7m 9M08
  - Impacto caída publicitaria (€-65,5m)
  - Costes operativos ex-no recurrentes reduce en €-81,5m, -13,2€:
    - Reducción de costes personal 9M09 -10,1% vs. 1S09 -8,7%
    - Reducción de costes Estructura: EBITDA €+5,7m
  - Costes no recurrentes (€-35,8m)
- Rdo. Enajenación inmov: II Fase de la venta de terrenos de ABC (€21,4m)
- Diferencial financiero positivo €6,1m
- Plusvalías antes impuestos €70,1m por colocación del 5,1% TL5
- Beneficio Neto €47,2m

# Balance Consolidado a 30 de septiembre de 2009

	NIIF			NIIF	
	9M09	2008 <sup>1</sup>		9M09	2008 <sup>1</sup>
<b>Activos no corrientes</b>	<b>682,0</b>	<b>766,8</b>	<b>Patrimonio neto</b>	<b>469,5</b>	<b>484,8</b>
Activo intangible	281,9	293,0			
Propiedad, planta y equipo	224,2	215,0	<b>Total pasivo</b>	<b>579,5</b>	<b>629,0</b>
Part. por método de participación	22,7	19,1	Deuda financiera	183,6	177,7
Otros activos no corrientes	153,2	239,7	Otros pasivos	395,9	451,3
<b>Activos corrientes</b>	<b>367,0</b>	<b>347,0</b>			
Efectivo y otros medios equivalentes	138,1	85,1			
Otros activos corrientes	225,1	254,5			
Activos mantenidos para la venta	3,7	7,4			
<b>Total Activo</b>	<b>1.049,0</b>	<b>1.113,8</b>	<b>Total Patrimonio y Pasivo</b>	<b>1.049,0</b>	<b>1.113,8</b>

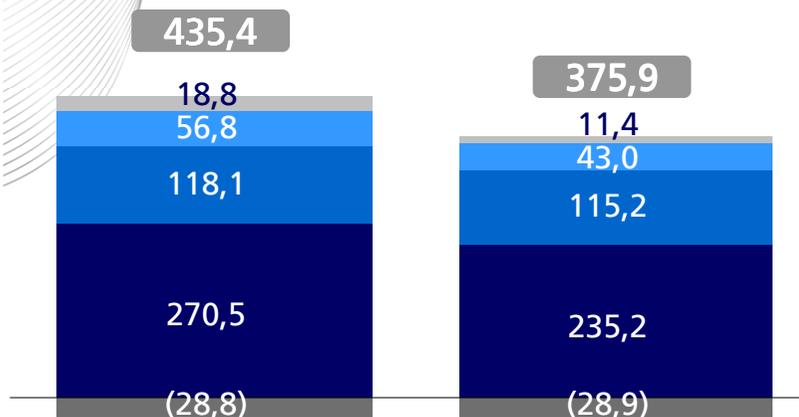
- Mejora de la posición financiera neta €-45,4m y se fortalece la posición de caja €138,1m:
  - Entrada de caja en julio por la colocación del 5,1% en TL5 (€95,3m)
  - Cobro del dividendo de TL5 por €10,8m en mayo de 2009
  - Entrada de caja en enero por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (€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 a pagar a largo plazo
  - Salidas por operativa del negocio: salida de caja por CAPEX €33,4m
  - Crecimiento inorgánico: incremento participación en Punto Radio hasta 83,2%, toma participación en 11870.com y otras compras de minoritarios

7 Nota 1: datos de 2008 a efectos comparativos incluyen aplicación anticipada de NIIF 3

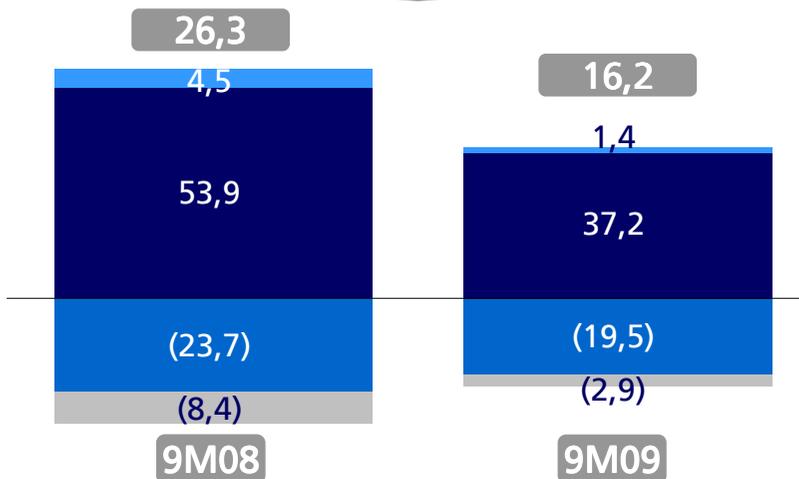
# Medios Impresos

## Ingresos

(€ m)



## EBITDA ex no recurrentes



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

## Aspectos Destacables

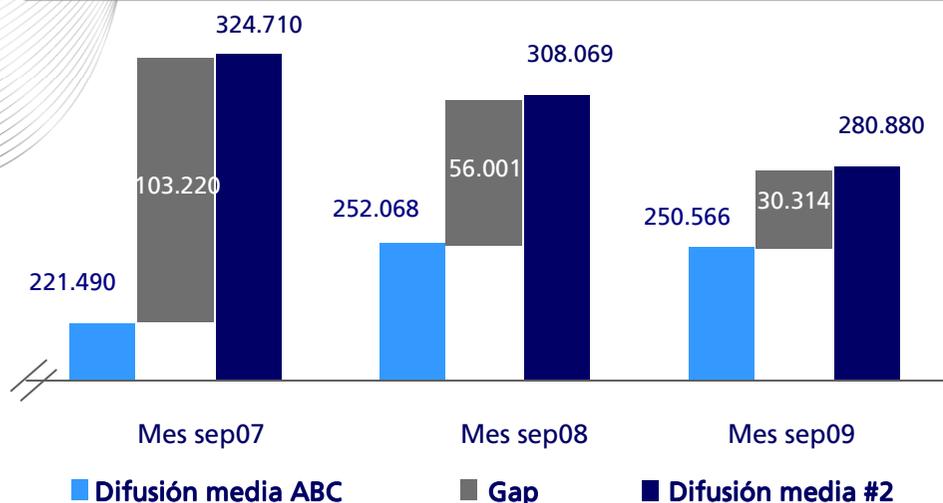
- Liderazgo difusión prensa: incremento de cuota de mercado de Prensa Regional (9M09 26,1% vs. 9M08 25,9%). ABC única cabecera que crece en 9M09 (+2,6% vs. mercado -10,9%)
- Ingresos €375,9m:
  - Venta ejemplares (+1,2%): notable comportamiento ABC (+12,4%) por incremento difusión y precios cabecera. Prensa Regional (+0,5%), incremento precios cabecera. Supl. y Revistas (-14,6%) por salida de negocio de revistas corporativas y desinversión de Motor 16 (proforma +1,6%)
  - Ingresos publicidad: Prensa Regional (9M09 -25,8% vs. 27,8% 1S09) y ABC (9M09 -22,9% vs. 1S09 -26,7%) menor descenso vs. mercado<sup>1</sup> 9M09 -28,0%. Suplementos 9M09 -33,3% vs. mercado<sup>1</sup> 9M09 -37,6%
- EBITDA ex-no recurrentes €16,2m (reportado €-16,5m)
  - Prensa Regional (€37,2m ex no rec.): la reducción de costes (€-18,5m ex no rec.) mitiga el impacto de la publicidad. Reducción gastos personal -11,1% ex no recurrentes
  - ABC: reduce EBITDA negativo (ex no rec. €+4,2m) por comportamiento de difusión y primeros ahorros de costes (personal ex no rec. 9M09 -14,0%. vs. 1S09 -8,8%, y menor gasto promocional 9M09 -14,6% vs. 1S09 -9,9%). Costes no recurrentes 9M09 €-27,4m por reestructuración (1S09)
  - Supl. y Revistas €1,4m ex no rec.: caída de ingresos absorbida en parte por eficiencia en costes
  - Prensa Gratuita: mejora EBITDA €+5,5m ex no rec. por reducción costes ex no rec. del -47,5%

Nota 1: informe i2p Arce Media 9M09 prensa y dominicales

vocento

# Crecimiento continuo de la difusión en ABC

Evolución difusión mensual ABC vs. top #2 mes sep 07/09



Evolución difusión media acumulada (ene-sep) ABC vs. mercado prensa nacional<sup>1</sup>

	Difusión media ABC	Var % a/a	
		ABC	Mercado Nacional
9M08	250.736	11,4%	-0,3%
9M09	257.326	2,6%	-10,9%

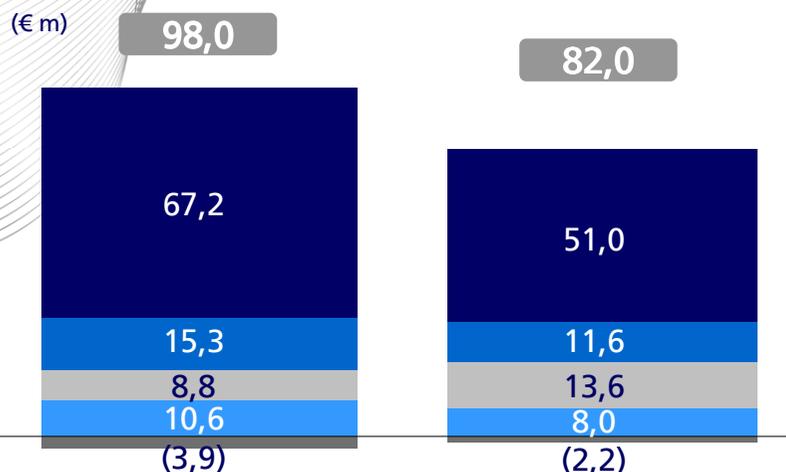
- ABC es el único diario nacional que incrementa su difusión en 2009 (+2,6%) y reduce a una tercera parte el diferencial con su inmediato competidor (gap vs. #2 de 30.314 ejemplares en sep09 vs. 103.220 ejemplares en sep07)
- La positiva evolución es compatible con una reducción del gasto promocional (9M08 -14,6% vs. 1S09 -9,9%)
- Crecimiento de ABC vs. descenso del mercado prensa nacional en un entorno de fuerte competencia. Crecimiento relativo vs. mercado mayor en venta ordinaria:
  - Difusión media 9M09 de 257.326 ejemplares (9M09 +2,6% vs. 9M08), vs. mercado<sup>1</sup> -10,9%
  - Venta ordinaria 9M09 +2,6% vs. 9M08 comparado con caída del mercado<sup>1</sup> -11,3%

9 Fuente: OJD. Datos en ejemplares 2009 no auditados

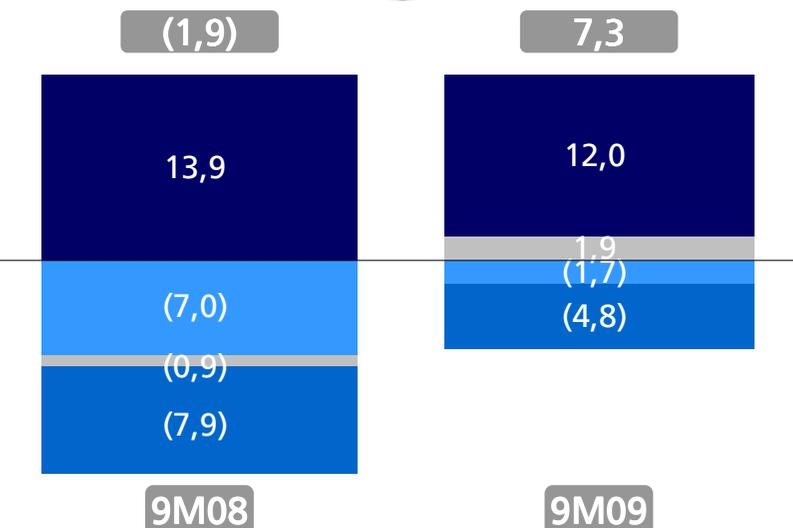
Nota 1: datos de mercado nacional ex Público y ABC

# Audiovisual

## Ingresos



## EBITDA ex no recurrentes



■ TV Local ■ TDT Nacional ■ Radio ■ Contenidos ■ Eliminac.

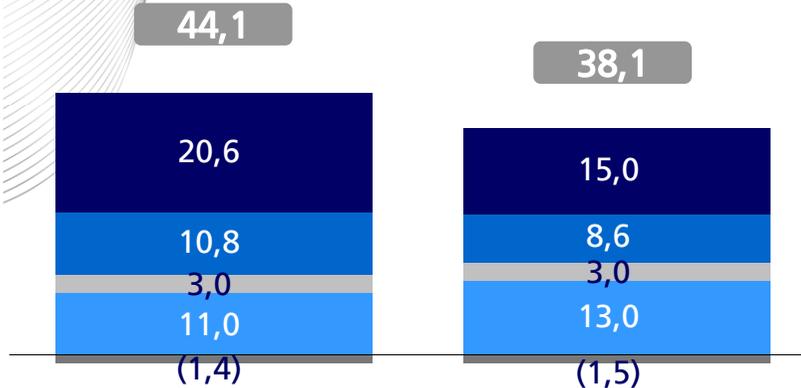
## Aspectos Destacables

- Disney Channel primer canal temático en el ranking TNS Sofres (sep09 3,6%). El consumo de TDT alcanza una cuota del 45,3% en sep09, +27,9 p.p. vs. sep08 según TNS Sofres
- Acuerdo estratégico con Viacom en TDT Autonómica. Lanzamiento de la nueva programación en oct09
- Ingresos €82,0m (-16,3%): por impacto de producciones de Contenidos (-24,0%), y descenso en publicidad TV Local y Autonómica con ralentización en Radio (9M09 -26,6% vs. 1S09 -32,4%)
- Mejora EBITDA ex no rec. €+9,3m por la continuación en ahorro de costes (ex no rec. -19,6%)
  - TV Local y Autonómica: la reducción de costes a la mitad permite mejorar EBITDA ex no rec. €+5,3m
  - TDT Nacional: viabilidad del modelo de negocio en TDT con EBITDA positivo €1,9m y mejora de €+2,8m
  - Radio: reducción EBITDA negativo ex no rec. €+3,1m. Incremento cobertura: 3 nuevas licencias en Madrid, 2 Castilla La Mancha y 3 Extremadura
  - Contenidos: absorbe parte caída ingresos. EBITDA ex no rec. €12,0m, incremento margen EBITDA ex no rec. hasta 23,5% (+2,8 p.p. vs. 9M08)

# Internet

## Ingresos

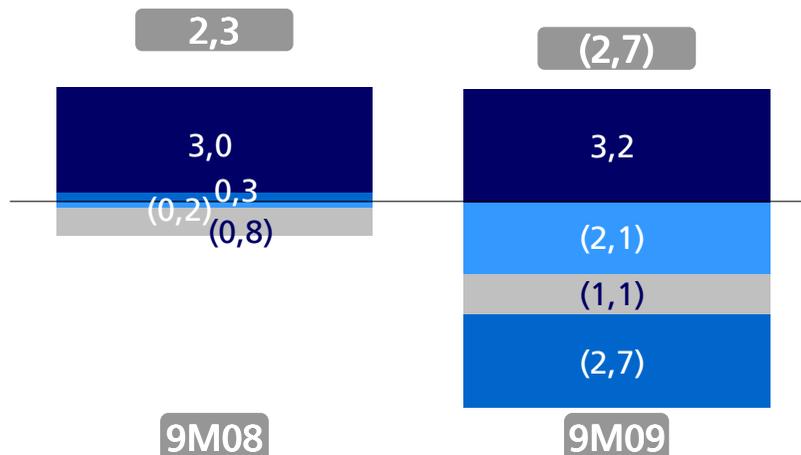
(€ m)



## Aspectos Destacables

- Continúa crecimiento de la publicidad a doble dígito (9M09 +25,8% vs. 1S09 +21,9%) vs. mercado casi plano (+2,6%<sup>1</sup>). Internet supone 9% del total de ingresos publicitarios de VOC (+4 p.p. vs. 9M08)
- Posicionamiento en Internet: crecimiento en audiencia (+13% usuarios únicos mes<sup>2</sup>, en el conjunto de sus áreas de negocio (Ediciones Digitales, Directorios y Clasificados):
  - ABC.es: +92% a/a, x6 vs. competidores. Lanzamiento de hemeroteca online. Recorta distancia al líder y gana cuota de mercado entre top #3 (+8 p.p. 23% cuota oct09 vs. 15% en oct08)
  - Pisos.com: alcanza top #3 con 0,9m de u.u.m en menos de un año y crecimiento de últimos meses muy por encima de su categoría (+165% a/a vs. categoría +15% a/a)
  - 11870.com: +110%. Alcanza 0,8m u.u.m
- Ingresos €38,1m: caída impactada por perímetro, proforma -1,1% (desinversión en B2B)
  - Crecimiento en ingresos de publicidad +25,8% compensa la menor actividad en los sectores de empleo, inmobiliario y motor
- EBITDA ex no recurrentes €-2,7m por la apuesta estratégica en Clasificados y Ediciones Digitales

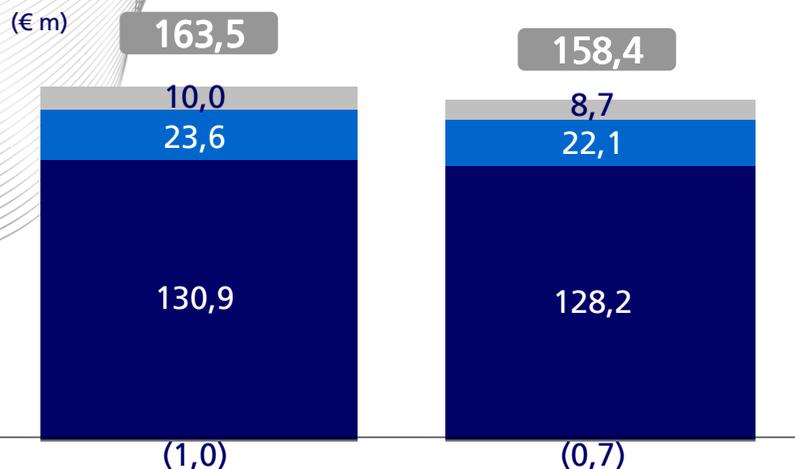
## EBITDA ex no recurrentes



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

# Otros Negocios

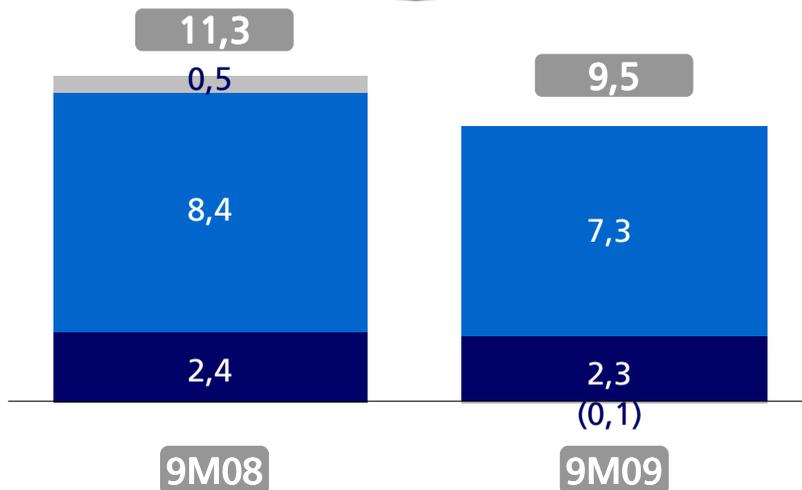
## Ingresos



## Aspectos Destacables

- Ingresos de explotación €158,4m (-3,2%), reflejo de la vinculación de las actividades de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos
- EBITDA ex costes no recurrentes €9,5m:
  - Impresión €7,3m: compensa la menor actividad en el área de Medios Impresos con esfuerzo en costes
  - Distribución €2,3m: se mantiene el EBITDA ex costes no recurrentes por diversificación en la distribución de productos

## EBITDA ex no recurrentes



■ Impresión ■ Distribución ■ Otros ■ Eliminaciones

## 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.



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

## Muchas Gracias

**Departamento de 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](mailto:ir@vocento.com)