Resultados 1S09

30 de julio de 2009

vocento ver, escuchar, leer y sentir.

Aspectos Destacables en 1S09

- **Continúa el mejor comportamiento en publicidad que el mercado** apoyado en **liderazgo en audiencias en Prensa e Internet:**
  - Prensa: liderazgo en audiencias[1] 5,2m. Crecimiento en cuota: Publicidad regional -27,8% y nacional -26,7% vs. -33,1% mercado[2]
  - Internet: audiencia +57% (2x mercado[3]). Publicidad +21,9% vs. +2,6% mercado[2]
- **EBITDA ex costes no recurrentes €22,2m: el esfuerzo en reducción de costes absorbe parcialmente la caída de ingresos:**
  - Impacto de la disminución de ingresos publicitarios €-55,6m
  - Positivo efecto del control de costes iniciado en 2008; ahorro ex no rec. €-55,8m (-13,3%): personal -8,7%, aprovisionamientos -17,9%, comerciales y de marketing -31,2%
    - Mejora EBITDA de Estructura €+5,9m ex no recurrentes
    - Costes no recurrentes €-31,7m por medidas de reestructuración en especial de ABC
- **Mejora posicionamiento en el ámbito Audiovisual: EBITDA mejora €+7,6m. Acuerdo en TDT Autonómica con Viacom y mayor eficiencia de la Radio con adjudicación de licencias**
- **Foco estratégico en Internet: incremento de masa crítica y posicionamiento (ABC.es, Que.es, Pisos.com y entrada en directorios con 11870.com)**
- **Sólida posición financiera**

Principales magnitudes 1S09 vs. 1S08

NIIF €m	1S09	1S08	Var Abs	Var %
Ingresos publicidad	140,3	195,9	(55,6)	(28,4%)
Gastos de explotación ex-no recurrentes	(365,2)	(421,0)	(55,8)	(13,3%)
EBITDA ex no recurrentes	22,2	27,7	(5,5)	(20,0%)
Costes no recurrentes	(31,7)	(9,9)	21,8	n/a
EBITDA reportado	**(9,5)**	**17,8**	**(27,3)**	**n/a**

2 Fuentes: 1. 2ª ola aum EGM.09 2. Infoadex 1S09 3.Nielsen Netview jun09

Aspectos Destacables por Área de Actividad

- **Medios Impresos: liderazgo en audiencias, mejor evolución en publicidad y estricto control de costes (1S09 ex-no rec. -12,0%)**
  - Prensa Regional refuerza posición dominante: cuota de mercado 26,2%[1] y mejor comportamiento publicitario que el mercado (1S09 -27,8% vs. -33,1%[2]). Reducción costes ex no rec. €-12,3m, -8,4%
  - ABC incrementa difusión por 3er semestre consecutivo (1S09 +4,2%[1] vs. mercado -12,0%) con menor gasto promocional -9,9%, y mejora comportamiento publicitario 1S09 -26,7% vs. mercado -33,1%[2]
  - Qué!: ahorro costes ex no rec. €-9,8m, -47,5% con mejora EBITDA €+4,1m. Crec. online[3] 1,3m u.u.m.
- **Audiovisual: progresiva eficiencia con mejora** EBITDA €+7,6m (costes ex no rec. 1S09 -21,9%)
  - TV Local y Autonómica: mejora EBITDA €+3,9m por reducción de costes
  - TDT Nacional: cuota de audiencia Disney Channel 3,7%[3]; #1 temático en TDT. Viabilidad del modelo de negocio: EBITDA positivo 1S09 €1,2m, mejora €+2,4m vs. 1S08
  - Radio: mejora EBITDA €+1,1m por ahorro costes, con crecimiento en audiencia (>0,6m oyentes, +15%) y adjudicación de nuevas licencias estratégicas: 3-Madrid y 2-Castilla La Mancha
  - Contenidos: optimización del negocio permite absorber la caída de ingresos. Mejora del margen EBITDA hasta 23,4% (+4,3 p.p. vs. 1S08).
- **Internet: grupo de medios de comunicación con mayor crecimiento[4] (+57%, x2 mercado):**
  - Ingresos publicidad 1S09 +21,9% vs. mercado +2,6%[2]: Ed. Digitales +24,5% y Clasificados +31,1%
  - Continúa el incremento de masa crítica de Ed. Digitales (ABC.es crecimiento 3x vs. competidores y Que.es 1,3[4]m u.u.m), Clasificados (infoempleo #2ª, pisos.com #4ª y HoyMotor #4ª)

Nota 1:OJD 1S09 vs. 1S08. Datos 2009 no auditados. Dato de mercado nacional calculado ex ABC y Público a efectos comparativos.
Nota 2: Infoadex 1S09 prensa e Internet. Nota 3: TNS Sofres junio 09. Nota 4: usuarios únicos y ranking Nielsen Netview junio 09.

vocento

Preparado para afrontar los retos y salir reforzado de la crisis

- **Mejora de cuota de mercado y apalancamiento en marcas**
  - Medios impresos: liderazgo en audiencias[1] 5,2m, mejor comportamiento en ingresos de publicidad que mercado y mejora continúa de ABC
  - Internet: audiencia +57% (2x mercado[2])
  - TDT Temática: cuota audiencia Disney Channel 3,7%[3]; #1 temático en TDT
- **Capacidad de reestructuración para mejorar la eficiencia de la compañía**
  - Operativamente tanto en producto y contenido (i.e. periódicos, radio, Internet) como en estructura de negocio
  - Impacto del ahorro de costes ex no recurrentes 1S09 €-55,8m (-13,3%)
  - Costes no recurrentes €-31,7m
  - Posición financiera sólida permite la inversión en la restructuración de los negocios
- **Oportunidad de ser un "jugador" en el nuevo panorama audiovisual**
  - TDT: creación de valor con un modelo basado en alianzas (Disney, Viacom)
  - Radio: consolidación de cobertura nacional
- **Liderazgo en Internet:**
  - Migración del poder de prescripción de las marcas de offline-online
  - Apoyo de la red para construir marcas nacionales de consumo local

Fuentes: 1. 2ª ola aum EGM.09 2. Nielsen Netview jun09 3. TNS Sofres junio 09

Resultados 1S09

Cuenta de Resultados Consolidada 1S09

€m	NIIF 1S09	1S08	Var %
Ventas de ejemplares	137,8	136,2	1,2%
Ventas de publicidad	140,3	195,9	(28,4%)
Otros ingresos	109,2	116,6	(6,3%)
Ingresos de explotación	**387,4**	**448,7**	**(13,7%)**
EBITDA	**(9,5)**	**17,8**	**(153,6%)**
Amortizaciones	(22,4)	(24,6)	(8,9%)
Rdo. enajenación inmov.	22,5	(0,1)	n.r.
Rdo de explotación (EBIT)	**(9,5)**	**(6,8)**	**38,3%**
Saneamiento de fondo comercio	0,0	(15,0)	(100,0%)
Rdo. sociedades participación	0,5	11,1	(95,8%)
Diferencial financiero	7,6	(3,6)	309,7%
Rdo neto enaj. activos no corr.	(0,2)	49,8	(100,4%)
Beneficio antes de impuestos	**(1,6)**	**35,4**	**(104,5%)**
Impuesto sobre sociedades	2,6	1,0	166,3%
Beneficio neto del ejercicio	**1,0**	**36,4**	**(97,3%)**
Accionistas minoritarios	(0,9)	(3,7)	77,1%
Beneficio atribuible sociedad dominante	**0,1**	**32,7**	**(99,6%)**
Costes operativos ex no recurr.	**(365,2)**	**(421,0)**	**(13,3%)**
EBITDA ex no recurrentes	**22,2**	**27,7**	**(20,0%)**

- Ingresos €387,4m:
  - Ventas de ejemplares (+1,2%): ABC (+12,6%), y Prensa Regional (+1,7%)
  - Publicidad (-28,4%): mejor que el mercado en prensa e Internet
  - Otros Ingresos (-6,3%): desfase temporal de estrenos en Contenidos
- EBITDA €22,2m ex-no recurrentes (€-9,5m reportado) vs. €27,7m 1S08
  - Impacto caída publicitaria (€-55,6m)
  - Costes operativos ex-no recurrentes mejora en €-55,8m, -13,3%:
    - Reducción de costes: personal (-8,7%), aprov. (-17,9%), marketing (-31,2%)
    - Mejora EBITDA Estructura y Otros €+5,9m
  - Costes no recurrentes (€-31,7m)
- Rdo. enajenación inmov: II Fase de la venta de terrenos de ABC (€21,4m)
- Diferencial financiero positivo €7,6m (€-3,6m 1S08) por cobro del dividendo de Telecinco (€10,8m)
- Beneficio Neto €0,1m

vocento

Balance Consolidado a 30 de junio de 2009

	NIIF 1S09	NIIF 2008[1]
Activos no corrientes	**753,8**	**766,8**
Activo intangible	285,7	293,0
Propiedad, planta y equipo	206,9	215,0
Part. por método de participación	22,3	19,1
Otros activos no corrientes	239,0	239,7
Activos corrientes	**317,4**	**347,0**
Efectivo y otros medios equivalentes	62,3	85,1
Otros activos corrientes	251,3	254,5
Activos mantenidos para la venta	3,7	7,4
Total Activo	1.071,2	1.113,8

	NIIF 1S09	NIIF 2008[1]
Patrimonio neto	**473,7**	**484,8**
Total pasivo	**597,5**	**629,0**
Deuda financiera	180,1	177,7
Otros pasivos	417,4	451,3
Total Patrimonio y Pasivo	1.071,2	1.113,8

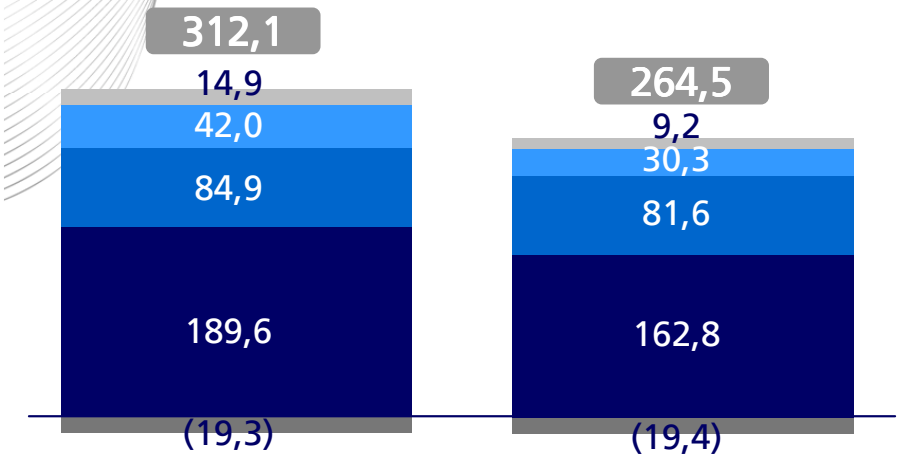
- Posición financiera neta €-117,8m con perfil de riesgo bajo y caja de €62,3m:
  - Entrada de caja en enero por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (€25,1m)
  - Cobro del dividendo de Telecinco por €10,8m en mayo de 2009
  - Salidas de caja correspondientes al plan de reestructuración iniciado en 2008 e incremento de deuda por registro indemnizaciones del plan de reestructuración de ABC
  - Crecimiento inorgánico: incremento participación en Punto Radio hasta 83,2%, toma participación en 11870.com y otras compras de minoritarios por un total de €13,2m
  - Salidas por operativa del negocio: CAPEX €8,8m, variaciones en circulante y otros
- Variación de la cifra de patrimonio neto por ajuste a valor de mercado de part. Telecinco (5,1%)

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

Medios Impresos

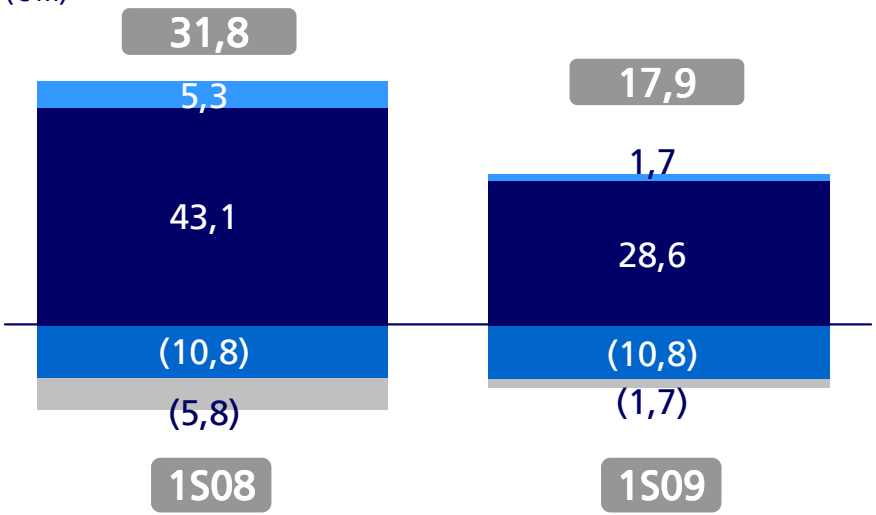
Ingresos

(€ m)



EBITDA ex no recurrentes

(€ m)



P.Regional P.Nacional Supl. y Rev P.Gratuita Eliminac.

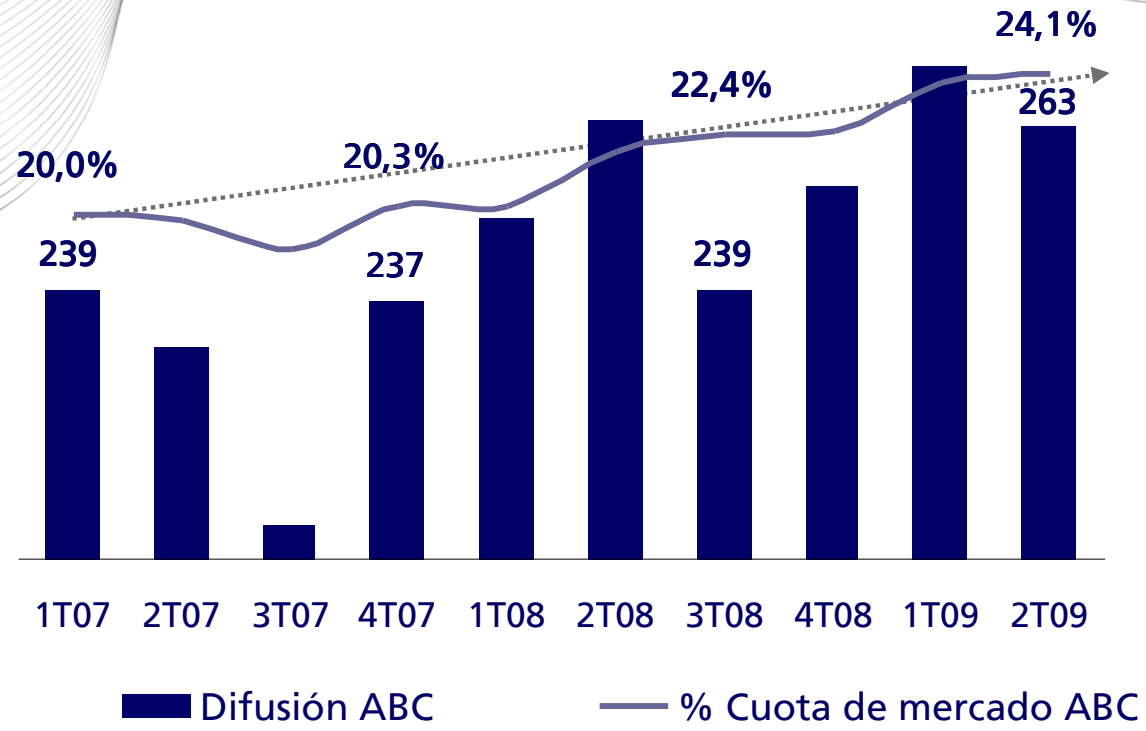
Aspectos Destacables

- Liderazgo prensa: 5,2m lectores (EGM 2ªOla ac. 09). ABC cabecera nacional que más crece en audiencia (+5,7% EGM 2ª09), Qué! c.2m lectores y Supl. y Revistas consolida liderazgo 5,9m lectores (+5,9% EGM 2ª 09)
- Ingresos €264,5m:
  - Venta ejemplares (+1,8%): notable comportamiento ABC (+12,6%), Prensa Regional (+1,7%) -incremento precios cabecera- Supl. y Revistas (-16,3%) por reducción en tiradas revistas corporativas y perímetro (Motor 16)
  - Ingresos publicidad: Prensa Regional (-27,8%) y ABC (-26,7%) menor descenso que mercado (Infoadex 1S09 -33,1%). Suplementos -36,9% vs. mercado dominicales Infoadex 1S09 -42,4%
- EBITDA ex-no recurrentes €17,9m (reportado €-12,5m)
  - Prensa Regional (€28,6m ex no rec.): la reducción de costes (€-12,3m ex no rec.) mitiga el impacto de la caída en publicidad. Gastos personal -10,3% (costes no rec. €-3,8m)
  - ABC: +0,6% costes ex no recurr.: personal (-8,8% ex no rec.), aprov. (-6,4%) y menor gasto promocional (-9,9%). Costes no recurrentes 1S09 €-26,4m por reestructuración
  - Supl. y Revistas €1,7m ex no rec.: caída de ingresos absorbida por eficiencia en costes (€-8,1m ex no rec.)
  - Prensa Gratuita: mejora EBITDA €+4,1m por reducción costes ex no recurrentes del -47,5% que recupera 2x caída de publicidad

vocento

Crecimiento continuo de la difusión en ABC

Evolución de la difusión de ABC (miles ejemplares) y cuota mercado de prensa nacional[1]



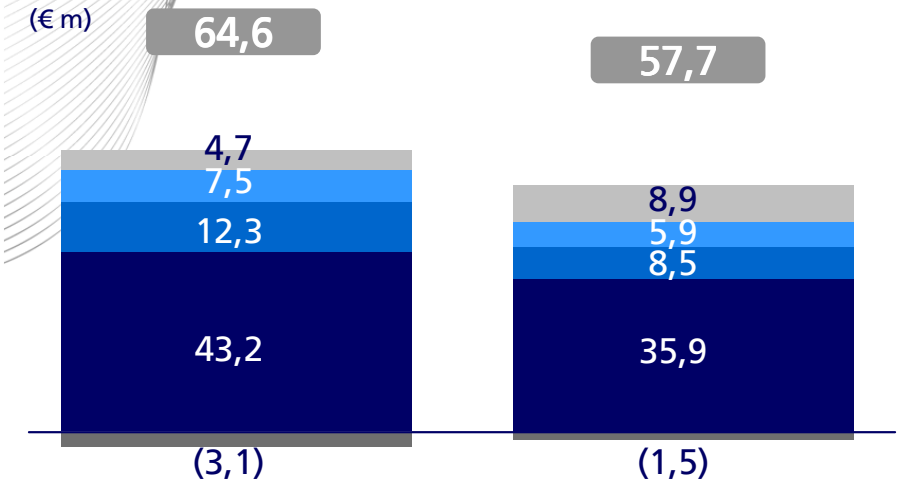
	Difusión media ABC	Var % a/a ABC	Var % a/a Mercado Nacional	Var % a/a Dif%
1S08	256.607	9,1%	2,0%	7,2%
2S08	246.676	11,5%	(5,5%)	17,0%
1S09	267.359	4,2%	(12,0%)	16,2%

- Confirma la tendencia de crecimiento en difusión iniciada en 2007; tercer semestre consecutivo de crecimiento
- La positiva evolución es compatible con una reducción del gasto promocional del -9,9% vs. 1S08
- Crecimiento vs. descenso del mercado en un entorno de fuerte competencia y apoyado especialmente en venta ordinaria:
  - Difusión media 1S09 de 267.359 ejemplares (+4,2%), comparado con mercado[1] -12,0%
  - Venta ordinaria 1S09 +3,1% (+5.684 ejemplares) comparado con caída del mercado[1] -12,4%

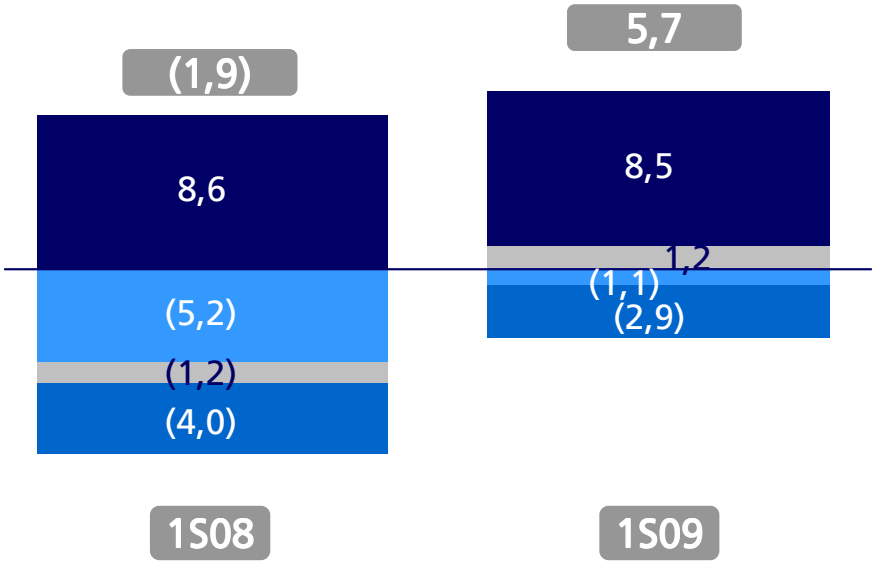
Fuente: OJD. Datos 1S09 no auditados Nota 1: Datos de cuota mercado ex Público y datos de mercado nacional ex Público y ABC a efectos comparativos

Audiovisual

Ingresos



EBITDA ex no recurrentes



Aspectos Destacables

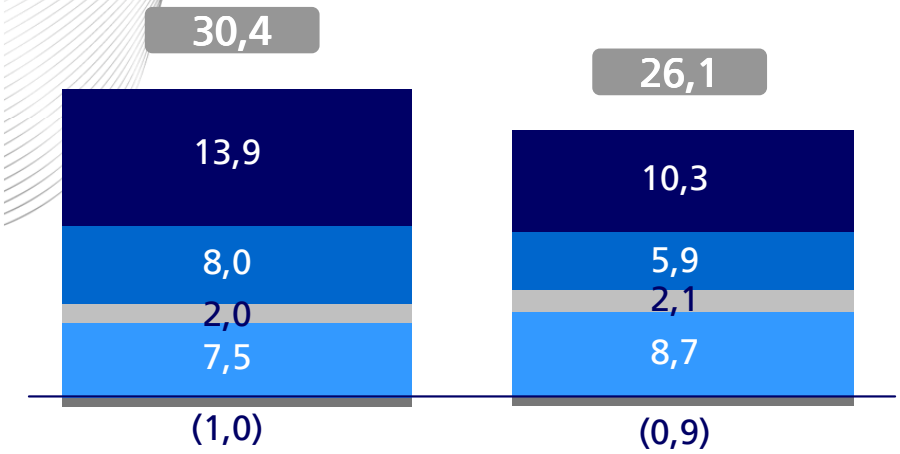
- Disney Channel consolida su liderazgo: cuota del 3,7% en TDT y primer canal temático en el ranking TNS Sofres jun09. La TDT alcanza penetración del 62,7% (+25,7 p.p. vs 2ºEGM 08) y >10 millones de hogares
- Acuerdo estratégico con Viacom en TDT Autonómica
- Ingresos €57,7m (-10,7%): recuperación en 2T09 de parte del retraso de actividad en Contenidos (-16,8%), descenso en publicidad TV Local y Autonómica y Radio
- Mejora EBITDA ex no rec. €+7,6m por la continuación en ahorro de costes (ex no rec. -21,9%)
  - TV Local y Autonómica: la reducción de costes a la mitad permite mejorar EBITDA ex no rec. €+4,1m
  - TDT Nacional: viabilidad del modelo de negocio en TDT con EBITDA positivo €1,2m y mejora de €+2,4m
  - Radio: incremento EBITDA ex no recurrentes €+1,1m, por reducción de costes en temporada 2008/9 (>0,6m oyentes 2ª ola EGM09, +15% 2ª08; 3 nuevas licencias en Madrid y 2 C. La Mancha)
  - Contenidos: absorbe caída en ingresos. EBITDA ex no rec. €8,5m, incremento del margen EBITDA hasta 23,7% (+3,9 p.p. vs. 1S08). Mejora EBIT €+1,4m

vocento

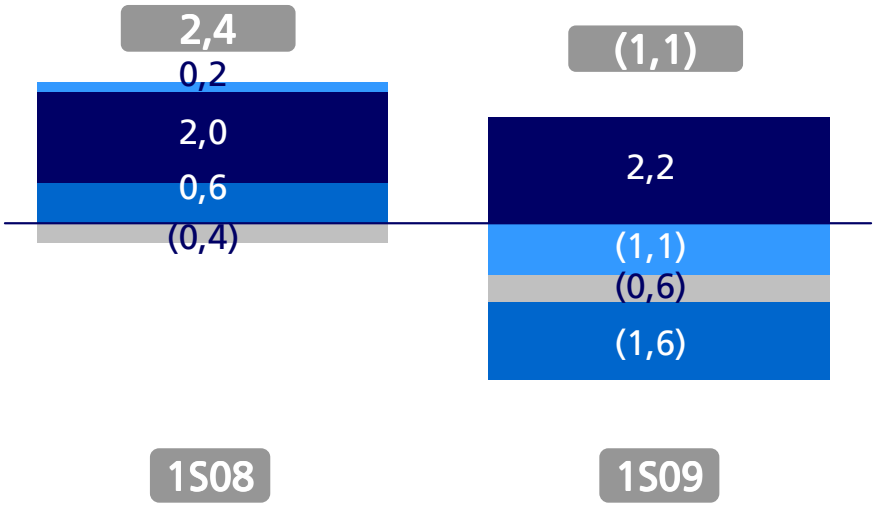
Internet

Ingresos

(€ m)



EBITDA ex no recurrentes



Aspectos Destacables

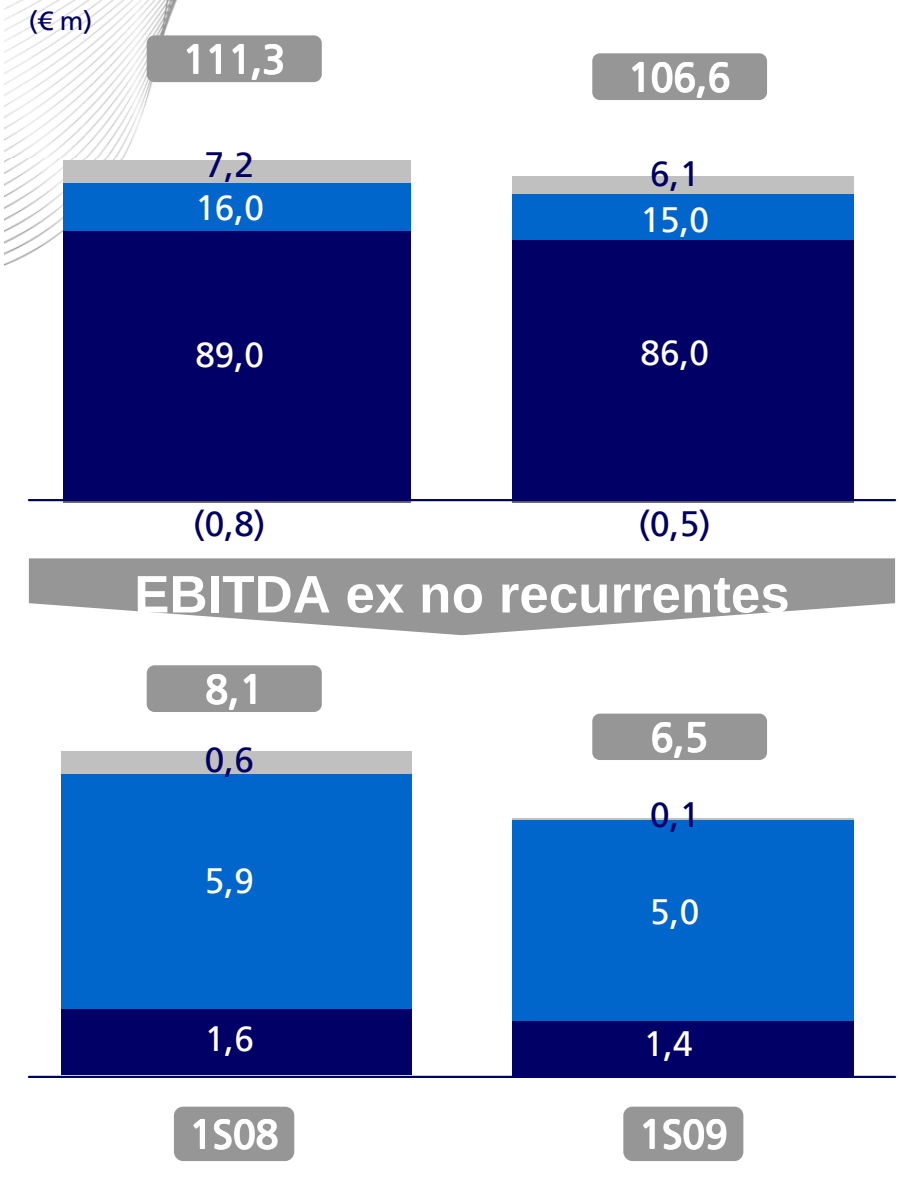
- Continúa el incremento de masa crítica: VOC es el grupo de medios de comunicación[1] con mayor crecimiento en junio (+57%, 2x mercado)
- Toma de participación en 11870.com (33%) supone una apuesta innovadora en directorios online
- Ingresos €26,1m: por crisis en los mercados de empleo, inmobiliario y motor, y por efecto de perímetro en B2B (salida de La Trastienda Digital -Ingresos €3,7m y sin impacto en EBITDA-)
  - Ingresos de publicidad +21,9% crecimiento superior al mercado (+2,6% según Infoadex 1S09)
- EBITDA ex no recurrentes €-1,1m por la apuesta estratégica en Clasificados, y modernización continua de B2C impulsando ABC.es y Que.es
  - Posicionamiento estratégico en Ediciones Digitales (ABC.es 3x veces>competidores[1], Que.es 1,3m u.u.m), Clasificados (infoempleo #2ª, pisos.com #4ª, y HoyMotor #4ª) y Portales Verticales (finanzas.com +44%)

Nota 1: ranking, crecimiento y usuarios únicos mes según Netview jun09

vocento

Otros Negocios

Ingresos



Aspectos Destacables

- Ingresos de explotación €106,6m (-4,3%), reflejo de la vinculación de las actividades de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos
- EBITDA ex costes no recurrentes €6,5m:
  - Impresión €5,0m: compensa la menor actividad con esfuerzo en costes
  - Distribución €1,4m: perdida de ingresos compensada por diversificación en la distribución de productos.

vocento

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