



Resultados 1T09

14 de mayo de 2009

vocento ver, escuchar, leer y sentir.

Aspectos Destacables en 1T09

- **Mejor comportamiento de la publicidad en Prensa e Internet que el mercado:**
 - Internet +23,9% vs. +1,8% del mercado (IAB 1T09) y prensa regional y nacional (-28,1% y -29,4% respectivamente) vs. -31,2% mercado (Arce Media 1T09)
- **Mantenimiento de EBITDA de €6,0m ex no recurrentes en niveles de 1T08:**
 - Impacto de la disminución de ingresos publicitarios €-25,8m
 - Positivo impacto de las medidas de control y reducción de costes iniciadas en 2008 por un total de €-31,4m (-15,0%): personal -9,5%, aprovisionamientos -15,2%, comerciales y de marketing -24,3%
 - Mejora EBITDA de Estructura y Otros €+3,9m ex no recurrentes por reducción de costes centrales y de administración
 - Costes no recurrentes €-9,5m por medidas de reestructuración en especial de ABC
- **Mejora de la posición financiera neta €+19,8m manteniendo perfil de bajo riesgo:**
 - Efectivo y medios equivalentes €65,2m (no incluye dividendo de Telecinco por €10,8m)

Detalle de EBITDA ex no recurrentes 1T09 vs. 1T08

€m	1T09	1T08	Var Abs
Medios Impresos	4,9	10,9	(5,9)
Audiovisual	2,5	(1,5)	4,0
Internet	(0,6)	1,5	(2,2)
Otros Negocios	2,9	3,6	(0,7)
Estructura y Otros	(3,7)	(7,6)	3,9
EBITDA ex no recurrentes	6,0	6,9	(0,9)
Costes no recurrentes	(9,5)	(5,6)	(3,9)
EBITDA reportado	(3,5)	1,2	(4,7)

Aspectos Destacables por Área de Actividad

- **Liderazgo en Medios Impresos y estricto control costes (1T09 ex-no rec. -11,6%)**
 - Liderazgo en prensa con 5,4m de lectores¹
 - ABC incrementa difusión por 6º trimestre consecutivo (1T09 +8,8%² vs. Mercado -11,8%) con menor gasto promocional -10,1% vs 1T08 efecto que se traslada a un mejor comportamiento publicitario 1T09 -29,4% vs. Mercado -31,2%³
 - Prensa Regional refuerza posición dominante: cuota de mercado 26,2%² y mejor comportamiento publicitario que el mercado (1T09 -28,1% vs. -31,2%³). Reducción costes ex no recur. €-5,1m, -7,2%
 - Qué!: ahorro costes ex no rec. €-4,6m. Audiencia¹ papel >2m lectores y crecimiento online⁴ 1m u.u.m.
- **Progresiva eficiencia Audiovisual: EBITDA €+4,0m (costes 1T09 ex no rec. -30,4%)**
 - Radio: EBITDA €+0,6m por ahorro de costes de programación y obtención de 3 licencias en Madrid
 - TV Local y Autonómica: EBITDA €+2,4m por reducción de costes de negocios en pérdidas
 - TDT Nacional: Cuota de audiencia Disney Channel 3,1%⁵; #2º temático en TDT. Viabilidad del modelo de negocio, EBITDA positivo 1T09 €+0,5m
 - Contenidos: impacto en ingresos por desfase temporal de estrenos pero mejora el margen EBITDA 27,7% (+6,1 p.p. vs. 1T08)
- **Grupo líder de medios de comunicación en Internet⁴ según ranking Netview:**
 - Ingresos publicidad 1T09 +23,9% vs. Mercado Internet +1,8%³: Ediciones Digitales +24,5% y Clasificados +32,8%
 - Foco estratégico en 1T09 en Ediciones Digitales (ABC.es +28%⁴ y Que.es 1m u.u.m), Clasificados (infoempleo +114%⁴ #2ª y pisos.com +129%⁴ #4ª) y Verticales (finanzas.com +255%⁴ #4ª)

Nota 1: 1ª ola acum EGM 09. Nota 2: OJD, datos 2009 no auditados. En el caso del mercado nacional, el dato de mercado calculado ex ABC y Público a efectos comparativos
Nota 3: Arce Media 1T09 prensa e Internet IAB 1T09. Nota 4: usuarios únicos y ranking Nielsen Netview marzo 09 y abril 09. Nota 5: TNS Sofres mar09

Preparado para afrontar los retos y salir reforzado de la crisis

Fortalezas ante el Ciclo Económico

- **Balance sólido y capacidad de reestructuración**
 - Posición financiera sólida
 - Activos saneados
- **Contención de costes iniciada ya en 2008**
- **Comportamiento publicitario mejor** que el mercado e incremento de cuota de mercado

Fortalezas ante Cambios del Sector

- Solidez de las **Marcas Regionales**
- **Medios Nacionales**
 - ABC
 - Punto Radio
 - Qué!
- **Liderazgo en Internet**
 - Migración poder prescripción de offline-online
- **Oportunidad de ser un “jugador” en el nuevo panorama audiovisual**



Resultados 1T09

Cuenta de Resultados Consolidada 1T09

€m	NIIF		
	1T09	1T08	Var %
Ventas de ejemplares	69,5	67,5	3,0%
Ventas de publicidad	65,5	91,3	(28,3%)
Otros ingresos	49,4	57,8	(14,6%)
Ingresos de explotación	184,4	216,6	(14,9%)
EBITDA	(3,5)	1,2	(378,4%)
Amortizaciones	(11,2)	(12,0)	6,8%
Rdo. enajenación inmov.	21,3	0,0	n.r.
Rdo de explotación (EBIT)	6,7	(10,7)	162,6%
Rdo.de sociedades método participación	0,3	10,6	(96,9%)
Diferencial financiero	(1,2)	(2,5)	50,1%
Beneficio antes de impuestos	5,8	(2,6)	325,2%
Impuesto sobre sociedades	(2,8)	3,0	(194,4%)
Beneficio neto del ejercicio	3,0	0,4	631,7%
Accionistas minoritarios	(0,3)	(0,9)	67,7%
Beneficio atribuible sociedad dominante	2,7	(0,5)	628,4%
Costes operativos ex no recurr.	178,3	209,7	(15,0%)
EBITDA ex no recurrentes	6,0	6,9	(12,4%)

- Ingresos €184,4m:
 - Ventas de ejemplares (+3,0%): ABC (+16,7%), y Prensa Regional (+2,3%)
 - Publicidad (-28,3%): mejor que el mercado en prensa e Internet
 - Otros Ingresos (-14,6%): por desfase temporal de estrenos en Contenidos
- EBITDA €6,0m ex-no recurrentes (€-3,5m reportado) en línea con 1T08
 - Impacto caída publicitaria (€-25,8m)
 - Costes operativos ex-no recurrentes mejora €-31,4m, -15,0%:
 - Contención de costes: personal (-9,5%), aprov. (-15,2%), marketing (-24,3%)
 - Reducción de costes en todas áreas excepto Internet (B2C)
 - Mejora EBITDA Estructura y Otros €+3,9m
 - Costes no recurrentes (€-9,5m)
- Rdo. enajenación inmov: II Fase de la venta de terrenos de ABC (€21,4m)
- Telecinco: tras distribución de reservas en especie del 6,0% la participación se contabiliza como inversión financiera
- Reducción del diferencial financiero a la mitad por la mejora en posición financiera neta en €19,8m
- Beneficio Neto €2,7m

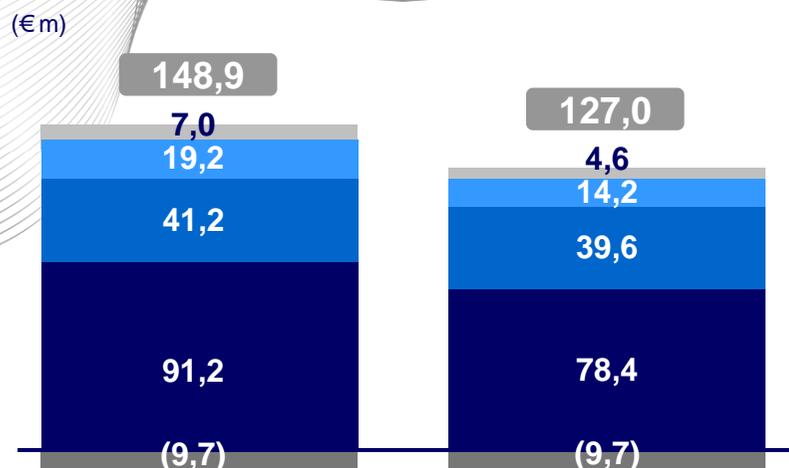
Balance Consolidado a 31 de marzo de 2009

	NIIF			NIIF	
	1T09	2008		1T09	2008
Activos no corrientes	685,9	715,4	Patrimonio neto	536,5	561,9
Activo intangible	237,9	241,6			
Propiedad, planta y equipo	211,4	215,0	Total pasivo	443,5	500,5
Part. por método de participación	19,2	19,1	Deuda financiera	137,9	177,7
Otros activos no corrientes	217,3	239,7	Otros pasivos	305,6	322,8
Activos corrientes	294,1	347,0			
Efectivo y otros medios equivalentes	65,2	85,1			
Otros activos corrientes	225,2	254,5			
Activos mantenidos para la venta	3,7	7,4			
Total Activo	980,0	1.062,4	Total Patrimonio y Pasivo	980,0	1.062,4

- Mejora de posición financiera neta en €19,8m manteniendo perfil de riesgo bajo:
 - Caja de €65,2m, posición financiera neta €-72,7m
 - Medidas estrictas de control de costes
 - Entrada de caja por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (€25,1m)
 - Mejora en la gestión del circulante (i.e. reducción de otros activos corrientes)
 - No incluye cobro del dividendo de Telecinco por €10,8m (14 mayo 2009)
- Impacto en otros activos no corrientes en €-29,2m y en reservas €-25,9m (neto de impacto fiscal) por ajuste a valor de mercado de participación Telecinco (5,1%)

Medios Impresos

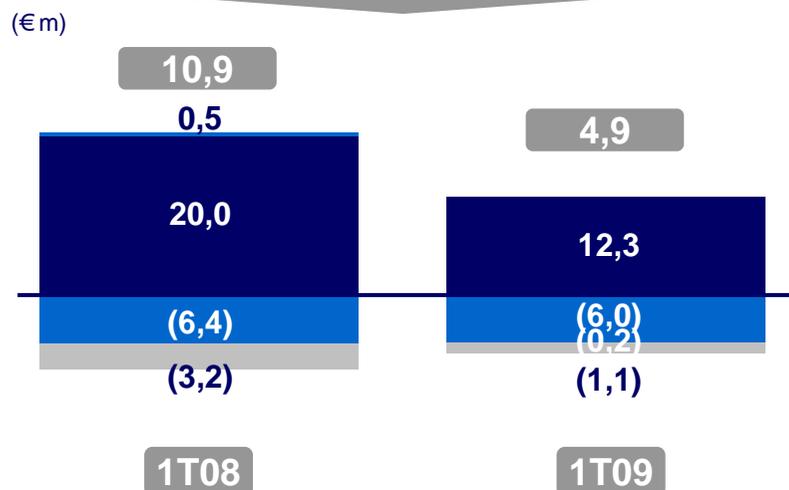
Ingresos



Aspectos Destacables

- Liderazgo prensa: 5,4m lectores (EGM 1ªOla ac. 09). ABC única cabecera nacional que crece en audiencia EGM 2009, Qué! >2m lectores y Supl. y Revistas consolida liderazgo 6,7m lectores
- Ingresos €127,0m:
 - Venta ejemplares (+3,2%): notable comportamiento ABC (+16,7%), Prensa Regional (+2,3%) -incremento precios cabecera- Supl. y Revistas (-17,1%) por reducción en tiradas revistas corporativas y perímetro (Motor 16)
 - Ingresos publicidad: Prensa Regional (-28,1%) y ABC (-29,4%) menor descenso que mercado (Arce Media 1T09 -31,2%). Suplementos -33,6% vs. mercado dominicales Arce Media 1T09 -39,5%
- EBITDA ex-no recurrentes €4,9m (reportado €-4,4m)
 - Prensa Regional (€12,3m): la contención de costes (€-5,1m ex no recurrentes) mitiga el impacto de la caída en publicidad. Reducción gasto promocional -5,8%
 - ABC: mejora +6,5% ex no recurrentes: personal (-7,3% ex no rec.), aprov. (-6,6%) y menor gasto promocional (-10,1%). Costes no recurrentes 1T09 €-8,7m
 - Supl. y Revistas €-0,2m: caída de ingresos absorbida por eficiencia en costes (€-4,2m ex no recurrentes)
 - Prensa Gratuita: mejora EBITDA €+2,1m por reducción costes ex no rec. del -44,6% que recupera 2x caída de publicidad

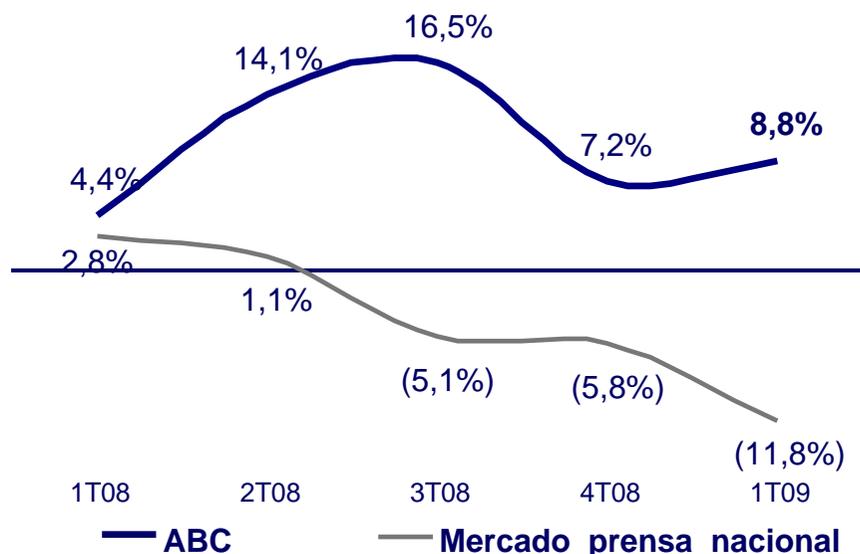
EBITDA



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

Crecimiento Continuo de la Difusión en ABC

Evolución de la difusión de ABC y mercado de prensa nacional¹ (%)



	Difusión media	Var % a/a
1T08	249.662	4,4%
2T08	263.552	14,1%
3T08	238.993	16,5%
4T08	254.358	7,2%
1T09	271.671	8,8%

- Confirma la tendencia de crecimiento en difusión iniciada en 2007; sexto trimestre consecutivo de crecimiento
- La positiva evolución es compatible con una reducción del gasto promocional del -10,1% vs 1T08
- Crecimiento vs. descenso del mercado en un entorno de fuerte competencia y apoyado especialmente en venta ordinaria:
 - Difusión media 1T09 de 271.671 ejemplares (+8,8%), comparado con mercado -11,8%
 - Venta ordinaria 1T09 +6,2% (+11.481 ejemplares) comparado con caída del mercado -13,7%

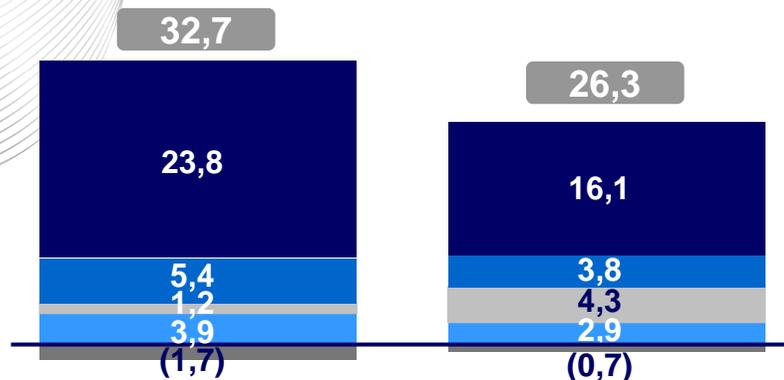
Fuente: OJD. Datos 1T09 no auditados

Nota 1: Datos de mercado ex ABC y Público a efectos comparativos

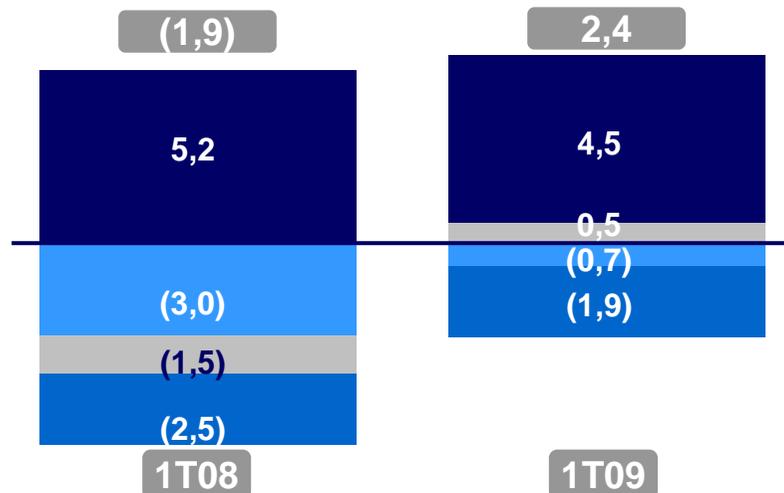
Audiovisual

Ingresos

(€m)



EBITDA



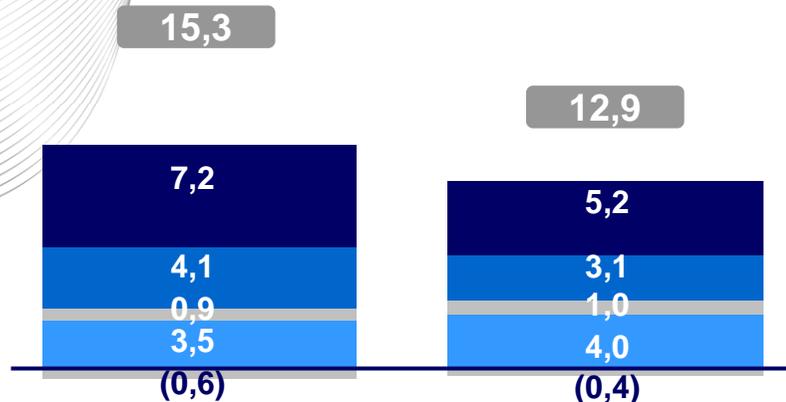
Aspectos Destacables

- Disney Channel consolida su liderazgo: cuota del 3,1% en TDT y 2º canal temático en el ranking TNS Sofres mar09. La TDT alcanza una penetración del 57,3% (+25,5 p.p. vs 1ºOla EGM 08) y >9 millones de hogares
- Ingresos €26,3m (-19,5%): retraso de actividad en Contenidos (-32,6%), descenso en publicidad en TV Local y Autonómica y Radio
- Positiva evolución EBITDA €+4,3m por la continuación de la racionalización en costes (1T09 ex no rec. -30,4%)
 - TV Local y Autonómica: la reducción de costes a la mitad permite mejorar EBITDA €+2,4m
 - TDT Nacional: viabilidad del modelo de negocio en TDT y EBITDA positivo €0,5m y mejora de €+2,0m
 - Radio: EBITDA €+0,6m, por reducción de costes de programación y producción en temporada 2008/9 (>0,5m oyentes 1ª ola EGM09 y 3 nuevas licencias en Madrid)
 - Contenidos: EBITDA €4,5m, impacto en ingresos por desfase temporal de estrenos pero mejora el margen EBITDA 27,7% (+6,1 p.p. vs. 1T08)

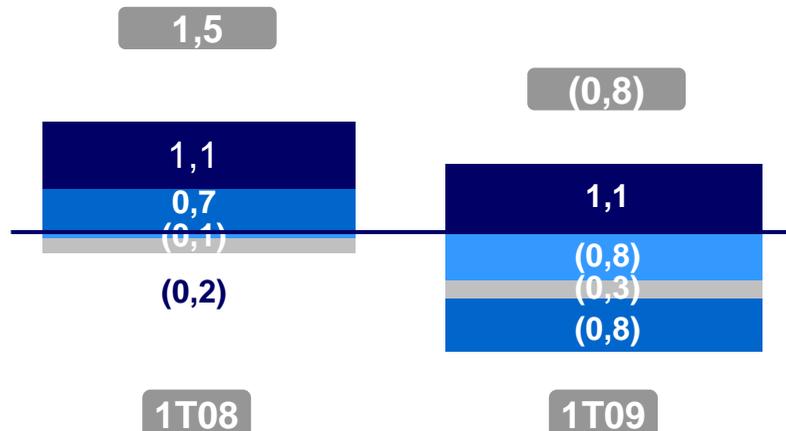
Internet

Ingresos

(€m)



EBITDA



Aspectos Destacables

- VOC consolida liderazgo en el sector medios de comunicación¹ en marzo y abril según ranking Netview
- Ingresos €12,9m: por crisis en los mercados de empleo, inmobiliario y motor, y por efecto de perímetro en B2B (La Trastienda Digital Ingresos €2,1m y sin impacto en EBITDA)
 - Ingresos de publicidad +23,9% crecimiento mejor al mercado (+1,8% según IAB 1T09)
- EBITDA €-0,8m por la apuesta estratégica en Clasificados, y modernización continua de las webs de Vocento
 - Posicionamiento estratégico en Ediciones Digitales (ABC.es +28%¹, Que.es 1m u.u.m), Clasificados (infoempleo +114%, 2,1x veces>mercado #2^a, y pisos.com +129% 3,3x>mercado #4^a) y Portales Verticales (finanzas.com +255% 4,6x>mercado #4^a)

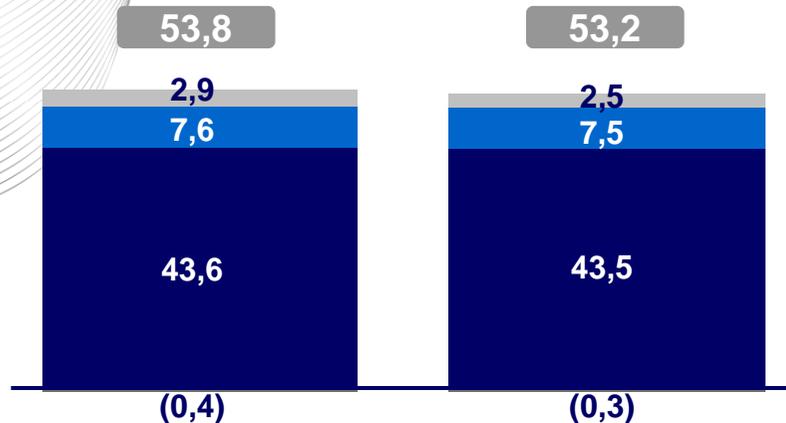
Nota 1: ranking, crecimiento y usuarios únicos mes según Netview mar09 y abril 09.

Otros Negocios

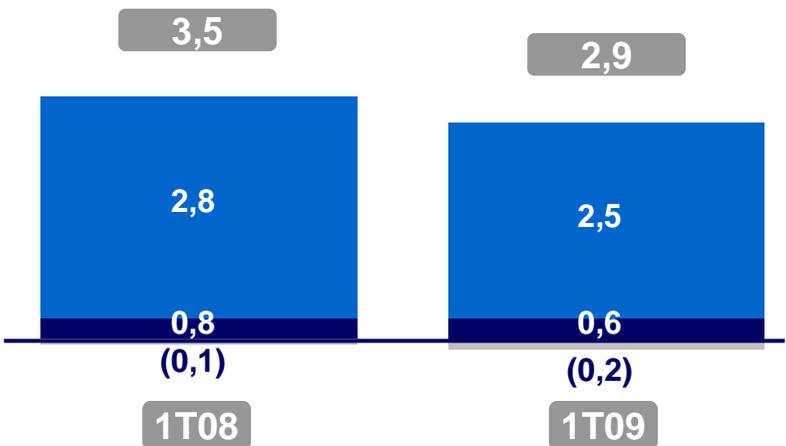
Ingresos

Aspectos Destacables

(€m)



EBITDA



- Ingresos de Explotación €53,2m (-1,1%), reflejo de la vinculación de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos
- EBITDA €2,9m (-18,3%)
 - Impresión €2,5m: compensa la menor actividad con esfuerzo en costes
 - Distribución €0,6m: 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.



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