

Resultados 2014

vocento

25 Febrero 2015

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 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.

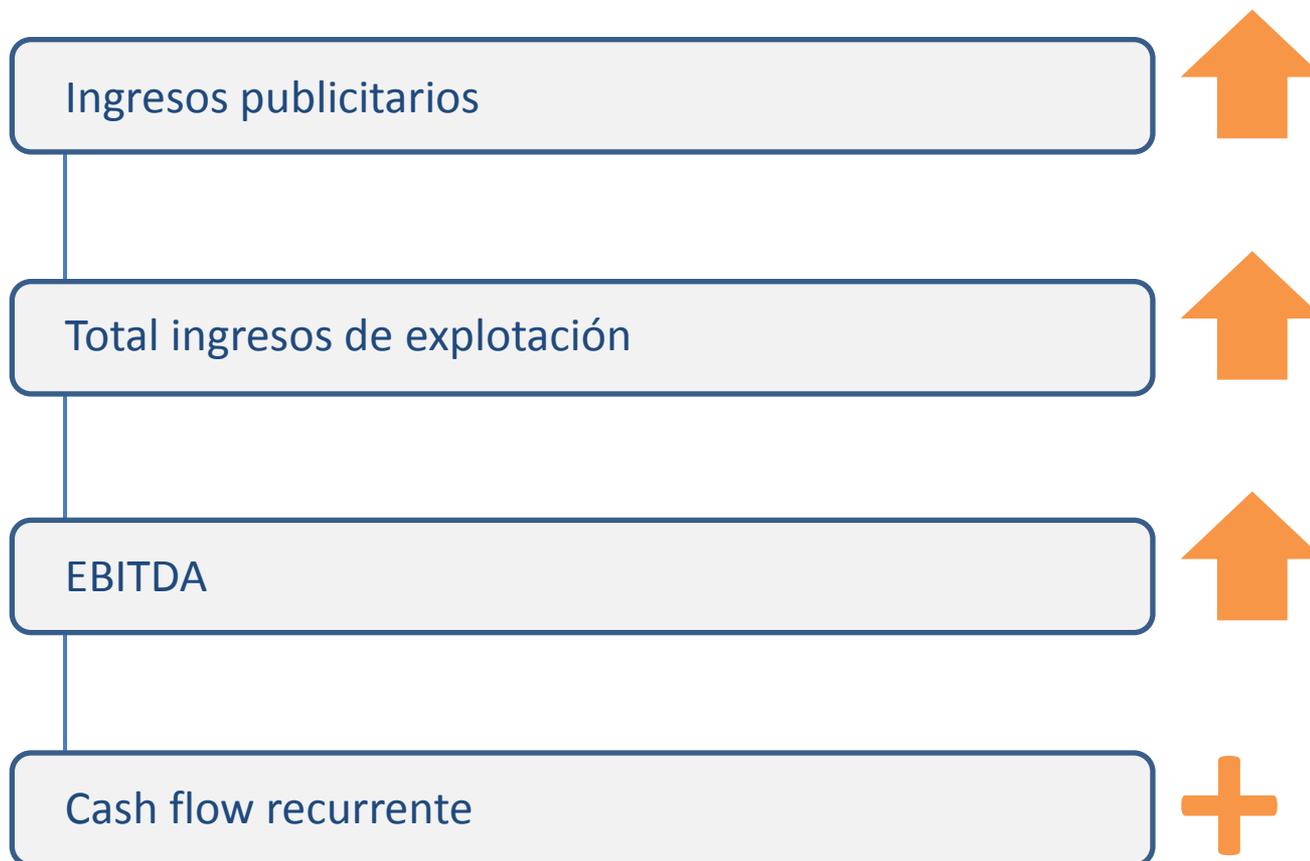
Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases de la oferta o la aceptación de cualquier tipo de compromiso.

Ciertas cifras incluidas en este documento se han redondeado. Por lo tanto, en los gráficos y tablas se pueden producir discrepancias entre los totales y las sumas de las cifras consideradas individualmente debido a este redondeo.

Principales hitos 2014

| Compromisos | Hitos 2014 |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estabilización ingresos publicitarios | +0,9% <ul style="list-style-type: none">Exposición a negocio digital 25,2%Publicidad online prensa +17,0% |
| Crecimiento en EBITDA comparable | +19,3% (hasta €44,1m) Margen 8,9% <ul style="list-style-type: none">Regionales: mantiene rentabilidadABC alcanza EBITDA comp. de €2,0mAudiovisual crece en €+6,0mCrecimiento EBITDA todas las áreas |
| Cash flow recurrente positivo | €14,9m <ul style="list-style-type: none">Gestión activa de circulanteInversión selectiva |
| Reducción de deuda neta (DFN) | DFN/EBITDA comp. 2,9X <ul style="list-style-type: none">DFN 2014: €125,9m (desde €149,3m)Venta de activos no estratégicos (ONO y Sarenet) |

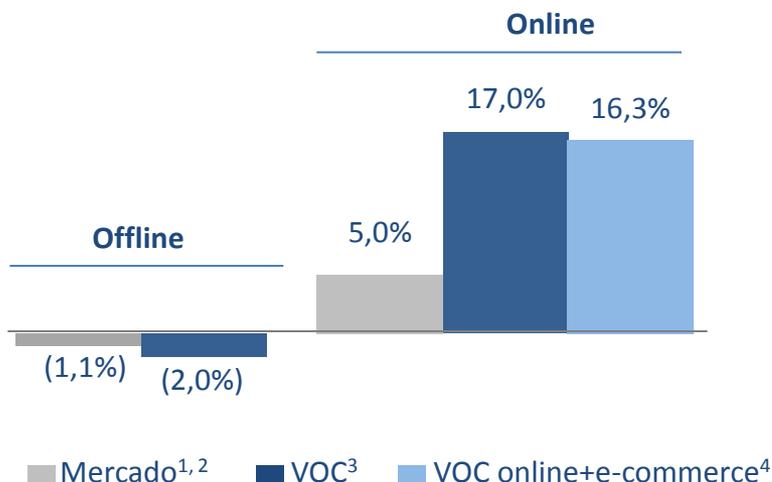
Compromisos



Publicidad: VOC alcanza la estabilización y gana cuota en online

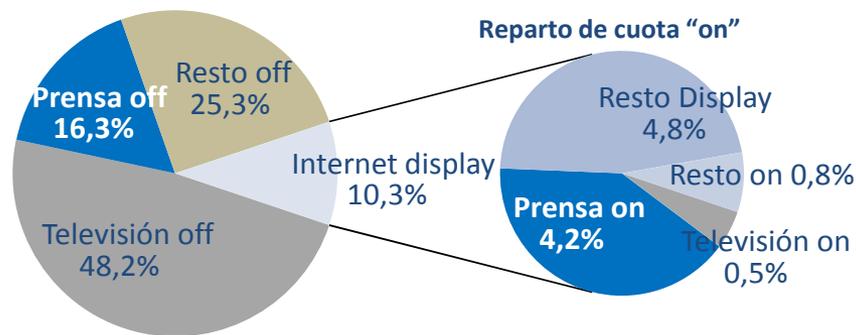
Evolución publicidad de VOC vs mercado¹

Variación de inversión publicitaria en 2014 (%)



Prensa estabiliza cuota por la inversión en online

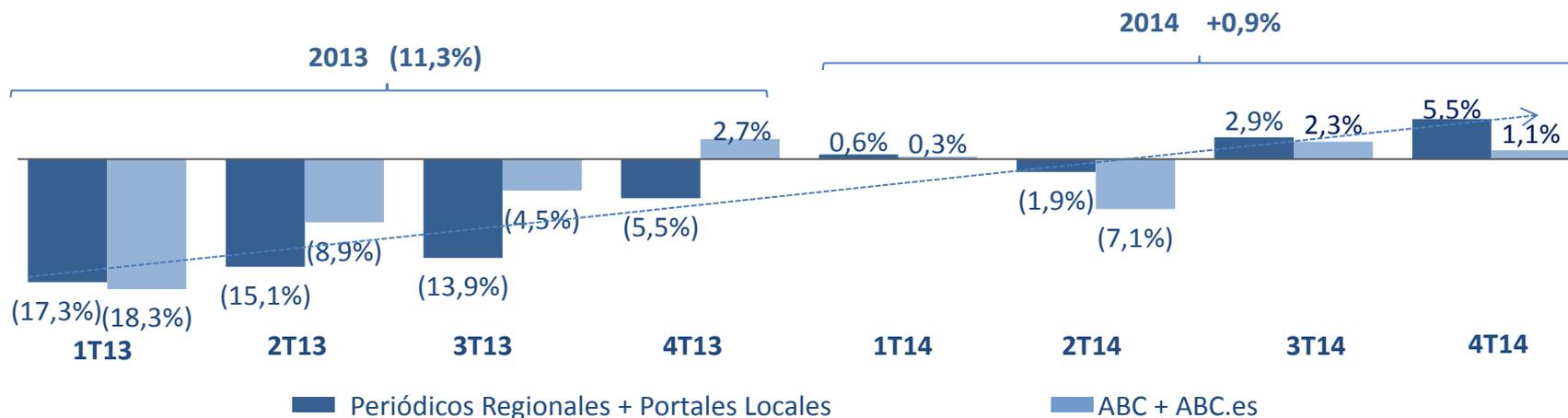
Tarta publicitaria del mercado español¹ en 2014



| Cuota on+off | 2013 | 2014 | Var p.p. |
|----------------------|-------|-------|----------|
| TV | 46,9% | 48,7% | 1,8 pp |
| Prensa | 21,1% | 20,4% | (0,7 pp) |
| Radio, cine, y otros | 26,9% | 26,1% | (0,8 pp) |
| Resto display | 5,2% | 4,8% | (0,4 pp) |

Mejora de la tendencia publicitaria de VOC (off y on)

Evolución en % de las ventas de publicidad de VOC en 2014

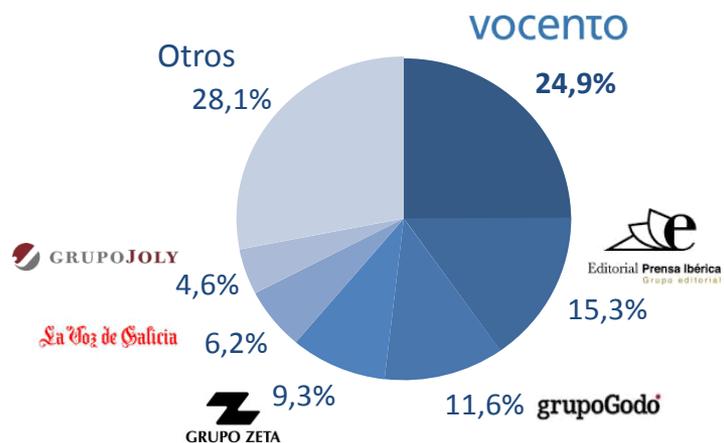


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3 : marcas VOC (ABC y Regionales). Nota 4: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC, además del negocio de e-commerce

Regionales: crecimiento de publicidad, mantenimiento de liderazgo y rentabilidad

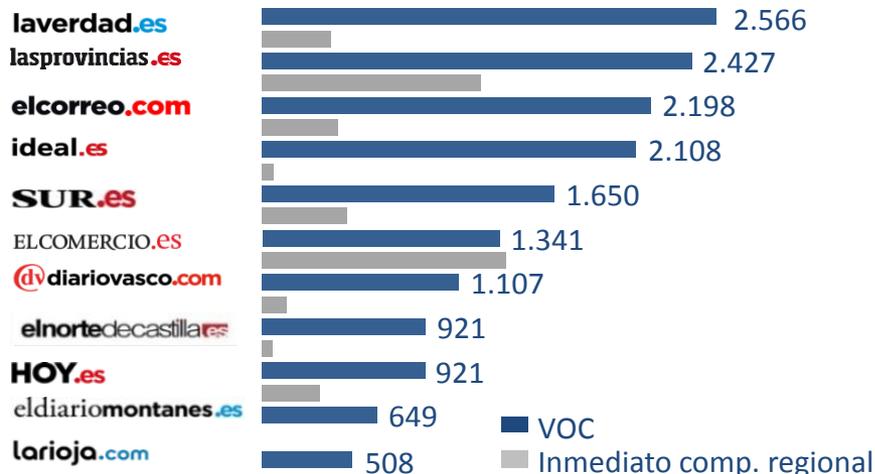
Mantiene claro liderazgo en difusión regional¹ ...

Cuota de mercado prensa generalista regional



... y en audiencias² online, claves del negocio digital

Miles de usuarios únicos mes



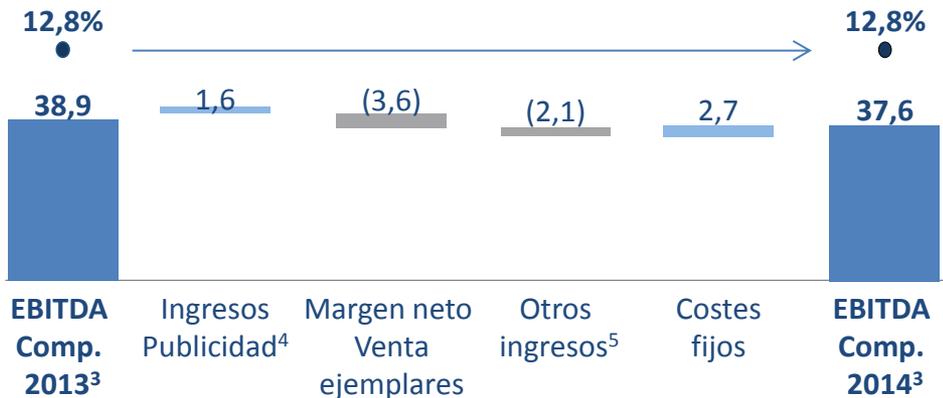
Posicionamiento diferencial en publicidad digital

% peso inversión publicitaria digital sobre total inversión

| | 2014 | var pp vs. a/a |
|-------------------------|-------|----------------|
| Prensa Regional VOC | 17,2% | 1,6 pp |
| Mercado prensa regional | 10,6% | 1,4 pp |

Mantenimiento de la rentabilidad en EBITDA de regionales

Variación 2014 vs 2013 excepto EBITDA comparable (€m) y margen EBITDA comp. (%)



Nota 1: OJD 2S14 datos no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma dic14. Nota 3: excluye reestructuración 2013 €-0,6m y medidas de ajuste de personal 2014 €-4,2m. Nota 4: actividad editora y digital. Nota 5: incluye, entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones.

ABC: mejora de cuota de mercado y crecimiento de EBITDA

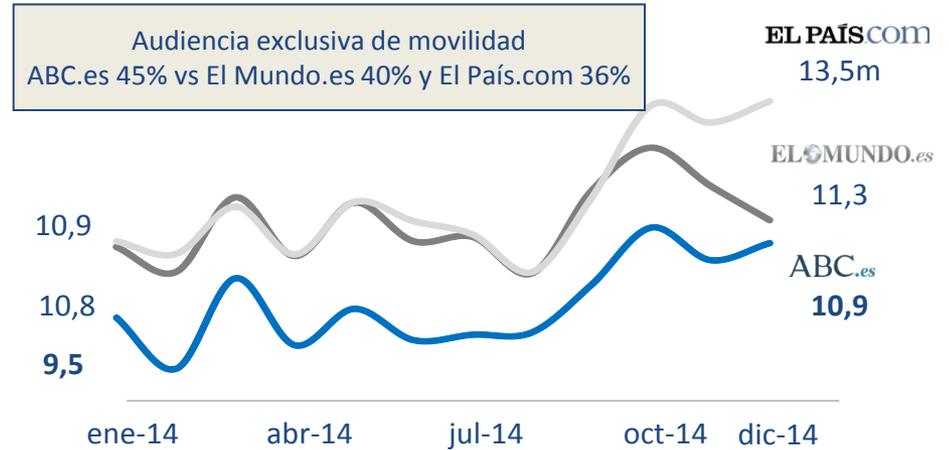
Mejora de cuota de difusión ordinaria¹

Evolución del diferencial ejemplares vs El Mundo. 2008-2014 (miles)



ABC compete en universo total de usuarios únicos²

Usuarios únicos mensuales total (millones) ene14-dic14



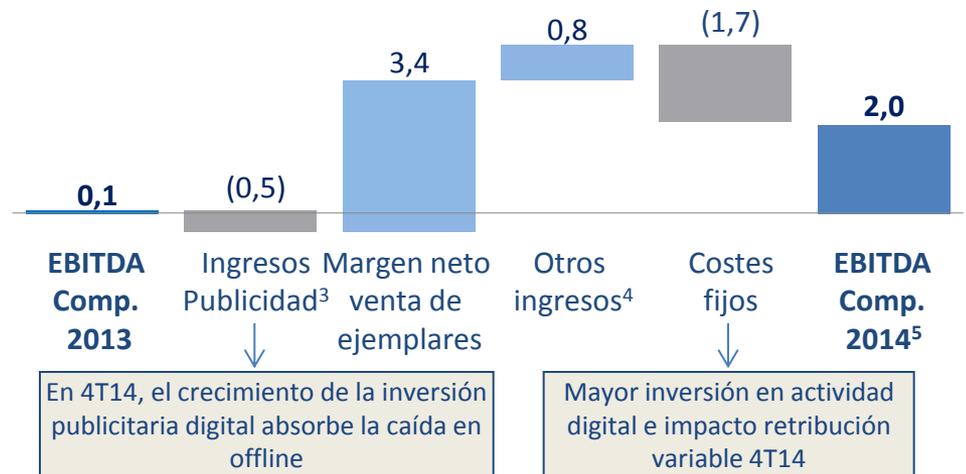
Rápido crecimiento a exposición publicitaria digital

% peso inversión publicitaria digital sobre total inversión

| | Cuota 2014 | var pp vs. a/a |
|----------|------------|----------------|
| ABC | 23,8% | 4,5 pp |
| EL PAÍS | 28,9% | 2,9 pp |
| EL MUNDO | 33,0% | 2,1 pp |

Mejora en EBITDA de ABC de €1,9m

Variación 2014 vs 2013 excepto EBITDA comparable (€m)



Nota 1: OJD datos desde jul14 no auditados. Incluye quiosco y suscripciones individuales. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma. Movilidad exclusiva incluye solo dispositivos móviles. Nota 3: actividad editora y digital. Nota 4: incluye entre otros, margen de promociones. Nota 5: excluye medidas de ajuste de personal 2014 €-0,1m

ABC 2015: mejora de ingresos y rentabilidad



Negocio digital

- **Rediseño de ABC.es** para fortalecer liderazgo online y optimizar la experiencia en dispositivos móviles
- **Mejora de la oferta** global de servicios y utilidades al cliente (Oferplan, ticketing, ABC foto)
- **Conocimiento del usuario:** cualificación y segmentación de audiencias, gestión de bases de datos, geolocalización



Nueva estrategia de difusión

- **Incrementar cuota de mercado en off y on**
 - Apuesta por transición a Kiosko y Más
 - Solicitud a OJD de control combinado de difusión
- **Fidelización lector quiosco:** tarjeta ABC Oro. Piloto realizado en Toledo (incremento difusión +3%). Extensión al resto de España en 1T15
- **Subida de precios** de cabecera de lunes-viernes (de €1,4 a €1,5) y los sábados (de €1,8 a €2,00)



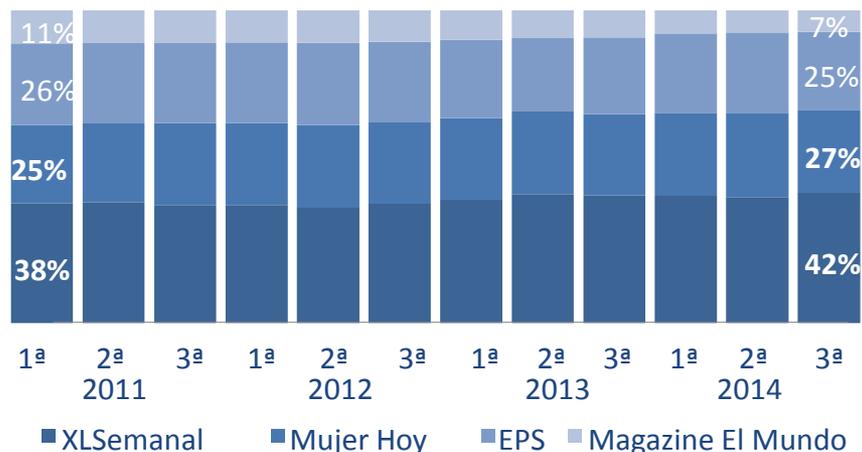
Rentabilidad y eficiencia

- **Reconversión logística de ABC en Baleares y Canarias** desde 1/1/2015 con eliminación del formato papel para ser un periódico 100% digital vía plataforma Kiosko y Más
- **Optimización centros de impresión**

Suplementos y revistas: mejora de cuota y rentabilidad

Mejora paulatina de cuota de mercado¹ ...

Cuota de mercado audiencias suplementos



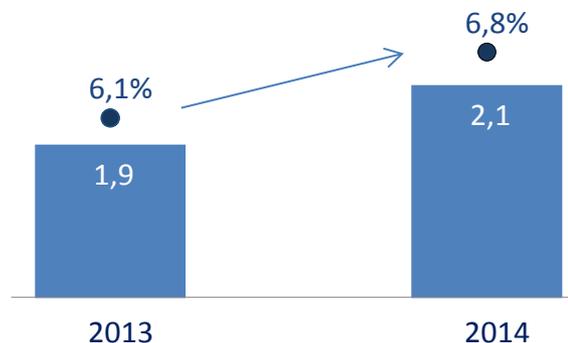
... con reflejo en publicidad²

Variación de inversión publicitaria de suplementos dominicales y femeninos
Datos de variación publicitaria ene14-dic14 (%)



Mejora de rentabilidad

EBITDA comparable €m³ y margen EBITDA comparable (%)³

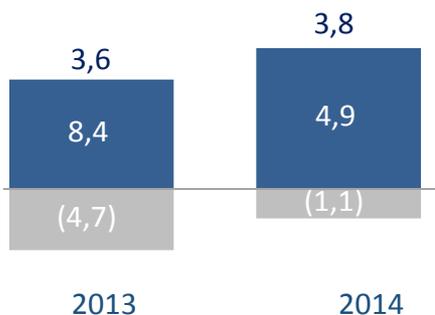


Nota 1: EGM s acumuladas. Son cuotas calculadas sobre contactos (pueden existir duplicidades en lectores). Nota 2: datos internos. Publicidad bruta. Nota 3: excluye medidas de ajuste de personal 2013 €-0,3m y 2014 €-0,1m.

Audiovisual: todas las áreas en EBITDA positivo en 2014 tras medidas adoptadas

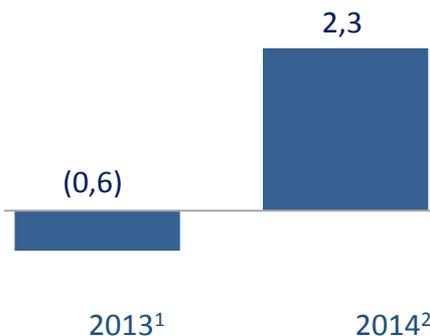
Mejora pese a cierre 2 canales TDT

EBITDA comparable en €m



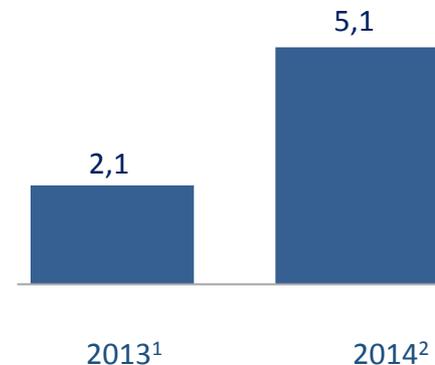
Positivo acuerdo en radio con COPE

EBITDA comparable en €m



Contenidos crece tras medidas adoptadas

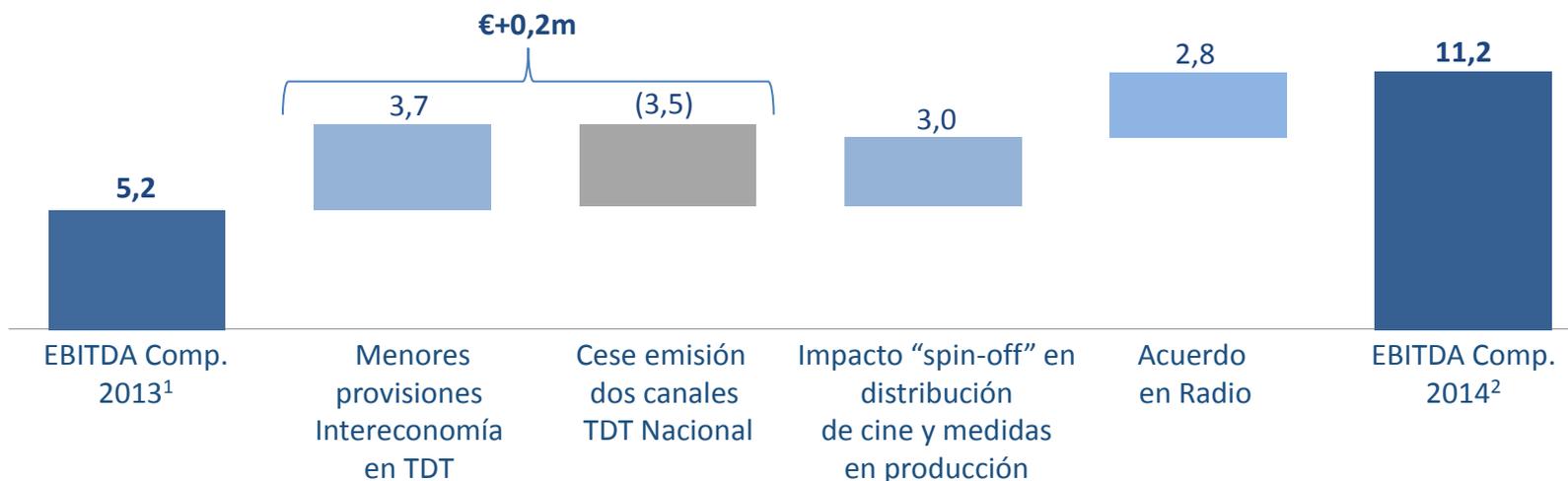
EBITDA comparable en €m



■ Provisión por Intereconomía

Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 2014 vs 2013 excepto para EBITDA comparable

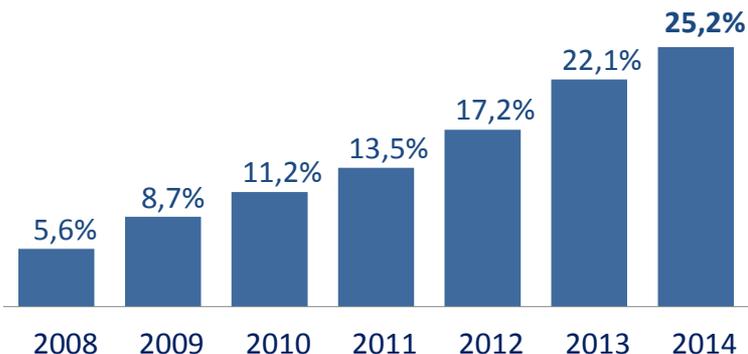


Nota 1: ajustado por medidas de ajuste de personal 2013 €-0,1m en Radio y €-0,1m en Contenidos. Nota 2: ajustado por medidas de ajuste de personal 2014 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

Nuevas iniciativas y crecimiento online que alcanza 25% de ingresos

Evolución de peso de ingresos digitales

Peso sobre el total de ingresos publicitarios %



Mayor peso de usuarios de movilidad que comparables¹

Millones de usuarios únicos mensuales



Las nuevas fuentes de ingresos digitales aportan EBITDA positivo agregado 2014 de €2,2m



15% s/total ingresos ediciones digitales 2014



Ingresos 2014 >2x



Venta online de entradas a espectáculos o eventos



Promoción de productos cosméticos de primeras marcas

Crecimiento de publicidad en Clasificados

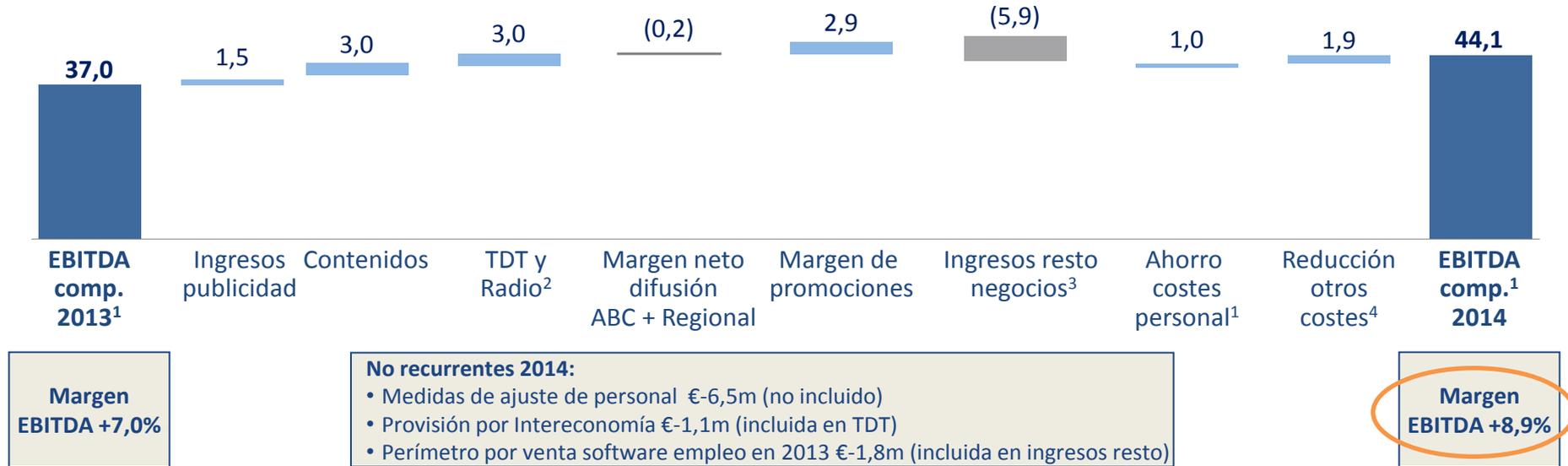
Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



EBITDA comparable 2014 crece €7,1m: mejora en todas las áreas

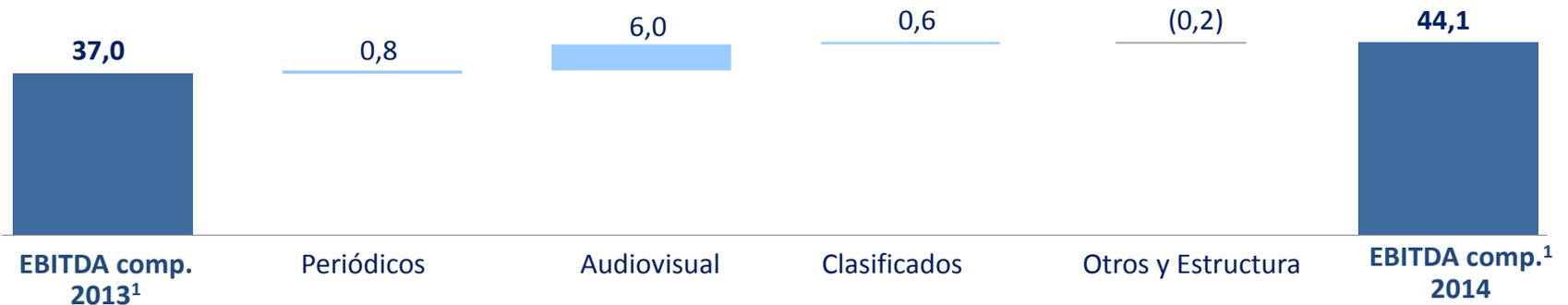
Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 2014 vs 2013 excepto para EBITDA comparable



Incremento de EBITDA comparable por área de negocio

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable

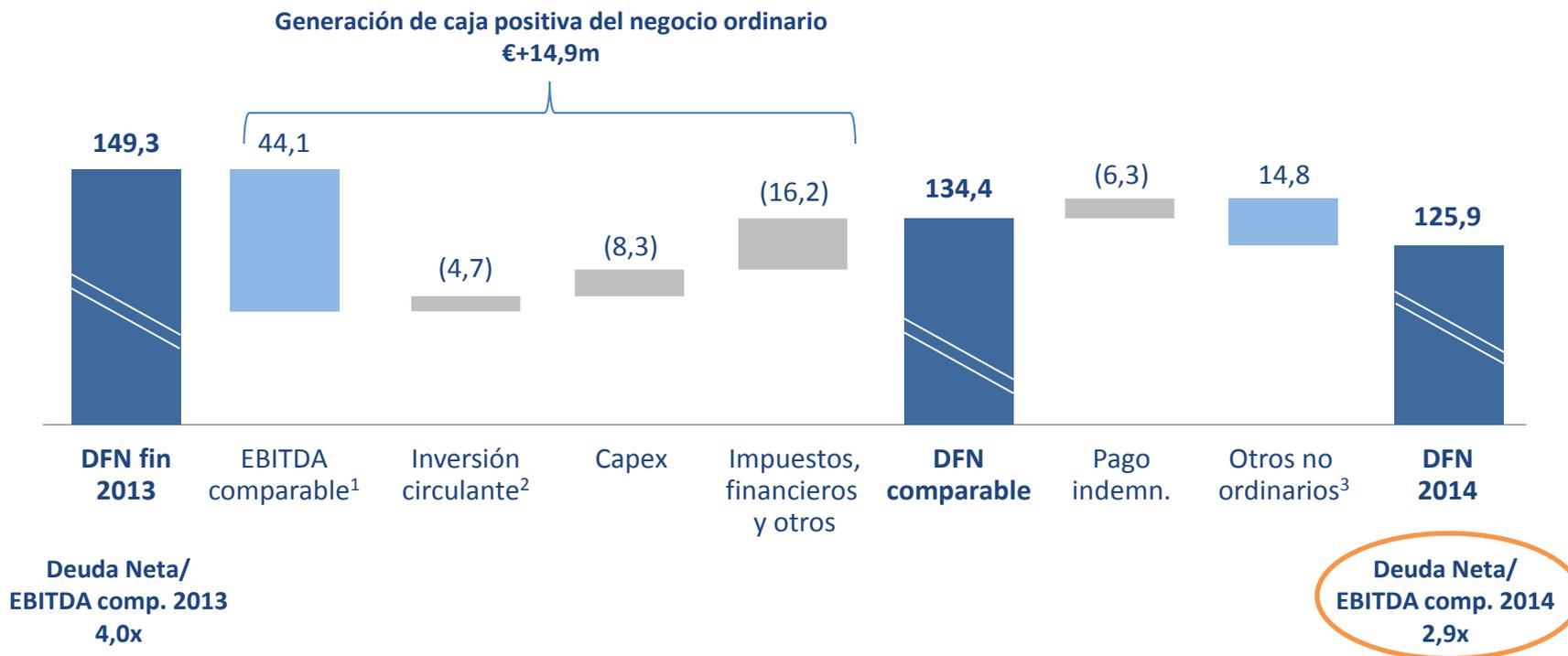


Nota 1: ex. medidas ajuste personal 2014 €-6,5m y 2013 €-0,6m. Ahorros personal ex. Audiovisual. Nota 2: impacto acuerdo COPE Radio, cierre canales TDT y provisión Intereconomía TDT. Nota 3: Venta de ejemplares suplementos, Clasificados y otros negocios. Nota 4: costes comerciales, y administrativos Regionales y ABC, y costes producción, comerciales y administración resto áreas ex-Contenidos.

Mejora de posición financiera neta

Mejora de los niveles de DFN

Cambios en Deuda Financiera Neta diciembre 2013-2014. Datos en €m



Inversión circulante

- Gestión activa de circulante
- Disminución de saldos ciertos con proveedores por la venta del negocio de Triptictures (Contenidos) y el cese de 2 canales de TV

Otros no ordinarios

- Venta 80% de Sarennet en 4T14 (12,8m)
- Venta 0,36% de ONO en 4T14 (€10,8m)
- Pagos y ajustes contables por constitución del préstamo sindicado, "mark to market" de su derivado, y otros

Composición deuda neta

- Caja: €23,8m
- Líneas de crédito no dispuestas €36,9m

Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 2014 €-6,5m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye venta de participación en Sarennet, ONO, comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y otros pagos extraordinarios.

Anexo financiero 2014 vs 2013

Cuenta de Resultados consolidada comparable 2014

NIIF

Datos en €m

| | 2014 | 2013 | Var % |
|--------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|------------------------------------------|
| Ventas de ejemplares | 205,2 | 214,5 | (4,3%) |
| Ventas de publicidad | 157,9 | 156,5 | 0,9% |
| Otros ingresos | 131,7 | 158,8 | (17,0%) |
| Ingresos de explotación | 494,8 | 529,8 | (6,6%) |
| Costes operativos comparables¹ | (450,8) | (492,8) | (8,5%) |
| EBITDA comparable¹ | 44,1 | 37,0 | 19,3% |
| Indemnización y medidas ajuste personal | (6,5) | (0,6) | n.r. |
| EBITDA | 37,6 | 36,4 | 3,3% |
| Depreciación y amortización | (23,9) | (29,1) | (18,0%) |
| Resultado por enajenación inmov. | (0,3) | (1,3) | 76,9% |
| Rdo. de explotación (EBIT) | 13,4 | 6,0 | n.r. |
| Rdo. sociedades método participación comp. | (0,2) | 0,1 | n.r. |
| Diferencial financiero y otros | (9,1) | (10,0) | 8,2% |
| Rdo. Neto enaj. de activos no corrientes | 7,5 | 0,3 | n.r. |
| Impuesto sobre sociedades comp. | (2,2) | (3,9) | 43,7% |
| Resultado neto del ejercicio antes minorit. comp. | 9,3 | (7,5) | n.r. |
| Minoritarios comp. | (5,1) | (4,1) | (24,1%) |
| Resultado atribuible a sociedad dominante comp.² | 4,3 | (11,6) | n.r. |
| Impacto de la reforma fiscal³ | (12,0) | 0,0 | } Extraordinarios sin impacto en caja |
| Saneamiento Fondo de comercio^{3,4} | (14,6) | (3,5) | |
| Resultado atribuible a la sociedad dominante | (22,3) | (15,1) | |

Nota: n.r. valor absoluto var% >1. Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 2014 €-6,5m y 2013 €-0,6m. Nota 2: antes de reforma fiscal y saneamiento fondo de comercio. Nota 3: neto de minoritarios. Nota 4: incluye saneamiento del fondo de comercio por regionales y Veralia Contenidos, además del ajuste en resultado de sociedades en participación por 11870. La cifra está neta de impuestos y minoritarios

Balance consolidado a 31 de diciembre de 2014

NIIF

Datos en €m

| | 2014 | 2013 | | 2014 | 2013 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|------------------------------|--------------|--------------|
| Activos no corrientes | 506,7 | 568,0 | Patrimonio neto | 322,6 | 349,9 |
| Activo intangible | 134,2 | 159,7 | | | |
| Propiedad, planta y equipo | 167,4 | 182,4 | | | |
| Part. por método participación | 8,1 | 10,7 | | | |
| Otros activos no corrientes | 196,9 | 215,3 | | | |
| Activos corrientes | 145,9 | 172,8 | Total pasivo | 330,2 | 391,1 |
| Otros activos corrientes | 122,4 | 138,1 | Deuda financiera | 146,4 | 184,4 |
| Efectivo y medios equivalentes | 23,5 | 34,7 | Otros pasivos no corrientes | 62,6 | 68,3 |
| Activos mantenidos a la venta | 0,2 | 0,2 | Otros pasivos corrientes | 121,2 | 138,4 |
| Total Activo | 652,8 | 741,0 | Total Pasivo | 652,8 | 741,0 |
| | | | Deuda financiera neta | 125,9 | 149,3 |

Variación DFN 2014

NIIF

Datos en €m

| | 2014 | 2013 |
|------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|
| EBITDA comparable | 44,1 | 36,9 |
| Variación capital circulante ¹ | (4,7) | (9,3) |
| Capex | (8,3) | (8,0) |
| Otras partidas ² | (2,5) | 1,3 |
| Cash flow proveniente de actividades operativas | 28,5 | 21,0 |
| Dividendos e intereses cobrados | 0,8 | 0,7 |
| Dividendos e intereses pagados ³ | (14,5) | (17,4) |
| Total cash flow recurrente | 14,9 | 4,3 |
| Pagos medidas ajuste de personal | (6,3) | (17,5) |
| Otras partidas no recurrentes con impacto en el cash flow ⁴ | 14,8 | 6,9 |
| Cambio en DFN | 23,4 | (6,3) |

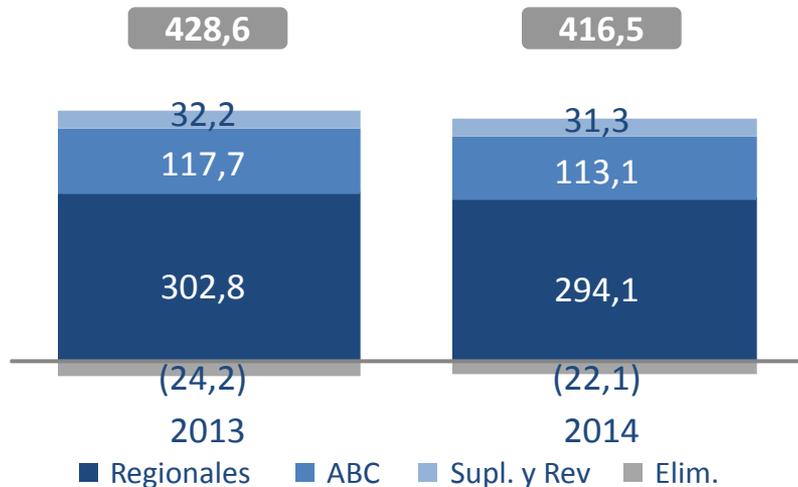
| | |
|-----------------|--------------|
| DFN 2014 | 125,9 |
| DFN 2013 | 149,3 |

Nota 1: excluye pagos a Fundación ABC. Nota 2: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros. Nota 3: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 4: incluye ventas de activos no estratégicos, comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado.

Ingresos por área de negocio

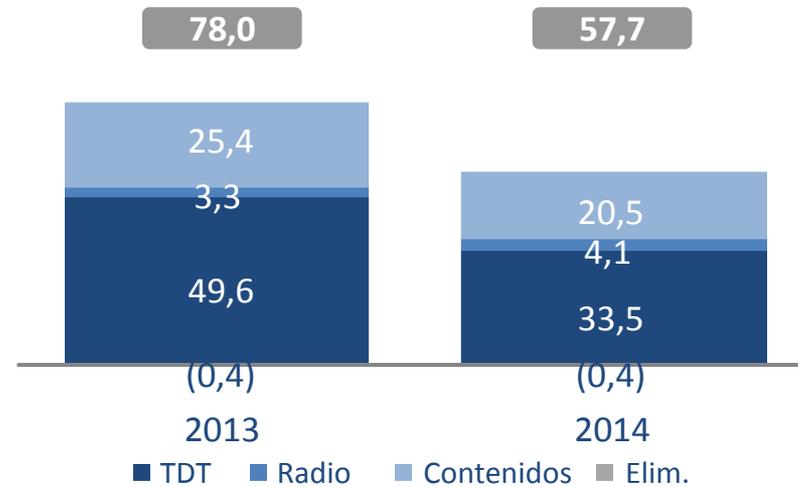
Periódicos

Datos en €m



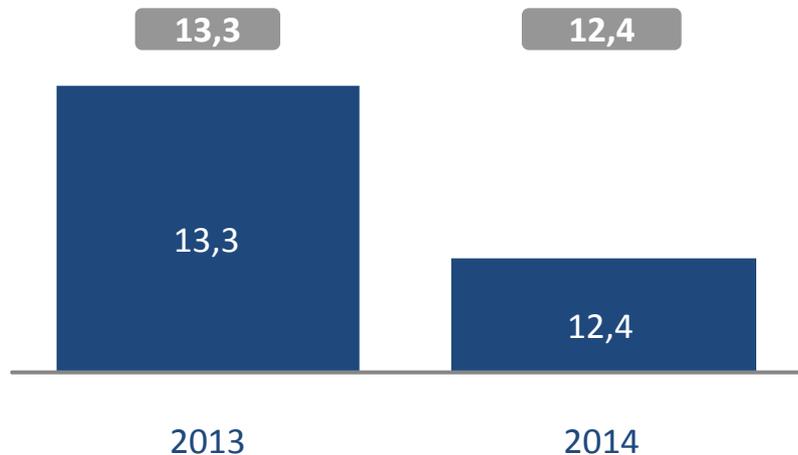
Audiovisual

Datos en €m



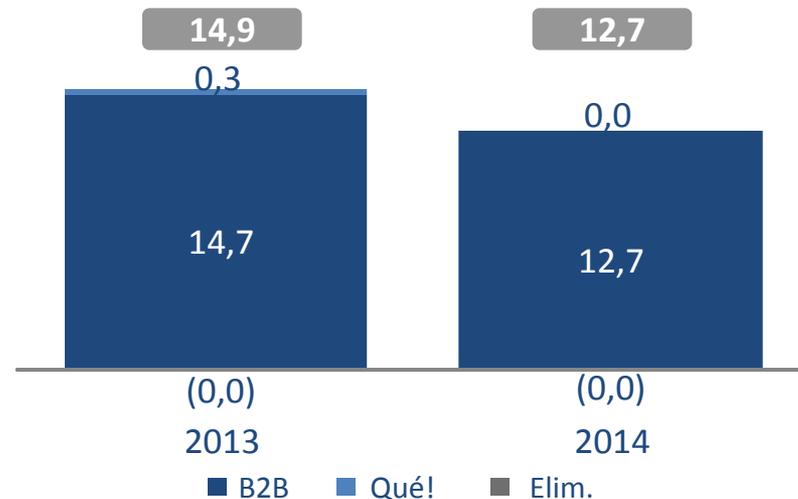
Clasificados

Datos en €m



Otros

Datos en €m



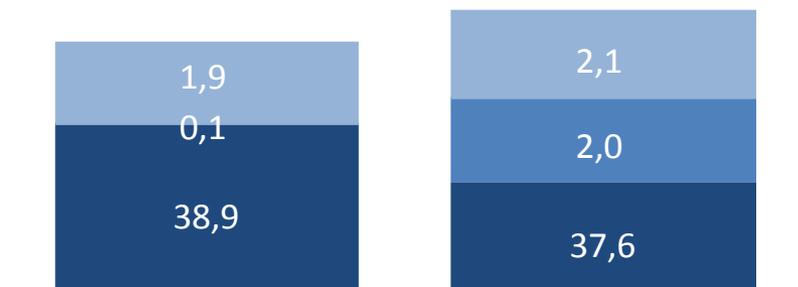
EBITDA comparable¹ por área de negocio

Periódicos

Datos en €m

40,9

41,7



2013

2014

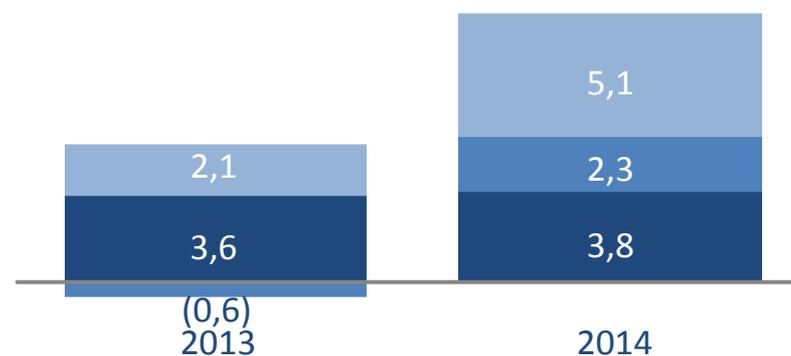
■ Regionales ■ ABC ■ Supl. y Rev

Audiovisual

Datos en €m

5,2

11,2



(0,6)
2013

2014

■ TDT ■ Radio ■ Contenidos

Clasificados

Datos en €m

(1,3)

(0,7)



2013

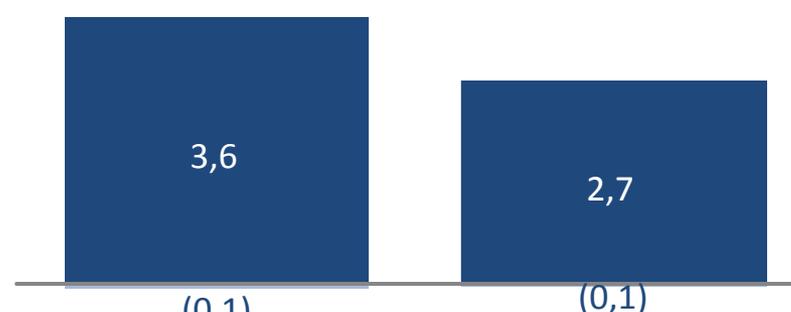
2014

Otros

Datos en €m

3,5

2,7



(0,1)
2013

(0,1)
2014

■ B2B ■ Qué!

Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 2014 €-4,4m y 2013 €-0,9m, Audiovisual 2014 €-0,4m y 2013 €-0,2m y Clasificados 2014 €-0,2m.



EL DIARIO MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

LA RIOJA

El Norte de Castilla.

EL DIARIO VASCO

LA VOZ DE CÁDIZ

INVERSIÓN 0 Finanzas.com

XLSemanal

SUR

EL COMERCIO

EL CORREO

ABC

HOY

Colpisa

mujerhoy.com

LAS PROVINCIAS

infoempleo.com



mujerhoy



hillvalley

BOCA } } BOCA PRODUCCIONES

pisos.com

VOCENTO



EL DIARIO VASCO .COM

ABC.es



tus anuncios.com

LA RIOJA .COM



NET TV

EL CORREO .COM

AUTOCASION .COM

HOY .ES



cmvocento

LA VERDAD .ES

IDEAL .ES

El Norte de Castilla .ES

lavozdigital.es

EL DIARIO MONTAÑÉS .ES

LAS PROVINCIAS .ES

EL COMERCIO .ES

SUR .ES

vocento