

Resultados 1T10
13 de mayo de 2010

VOCENTO ver, escuchar, leer y sentir.

Aspectos más destacables 1T10

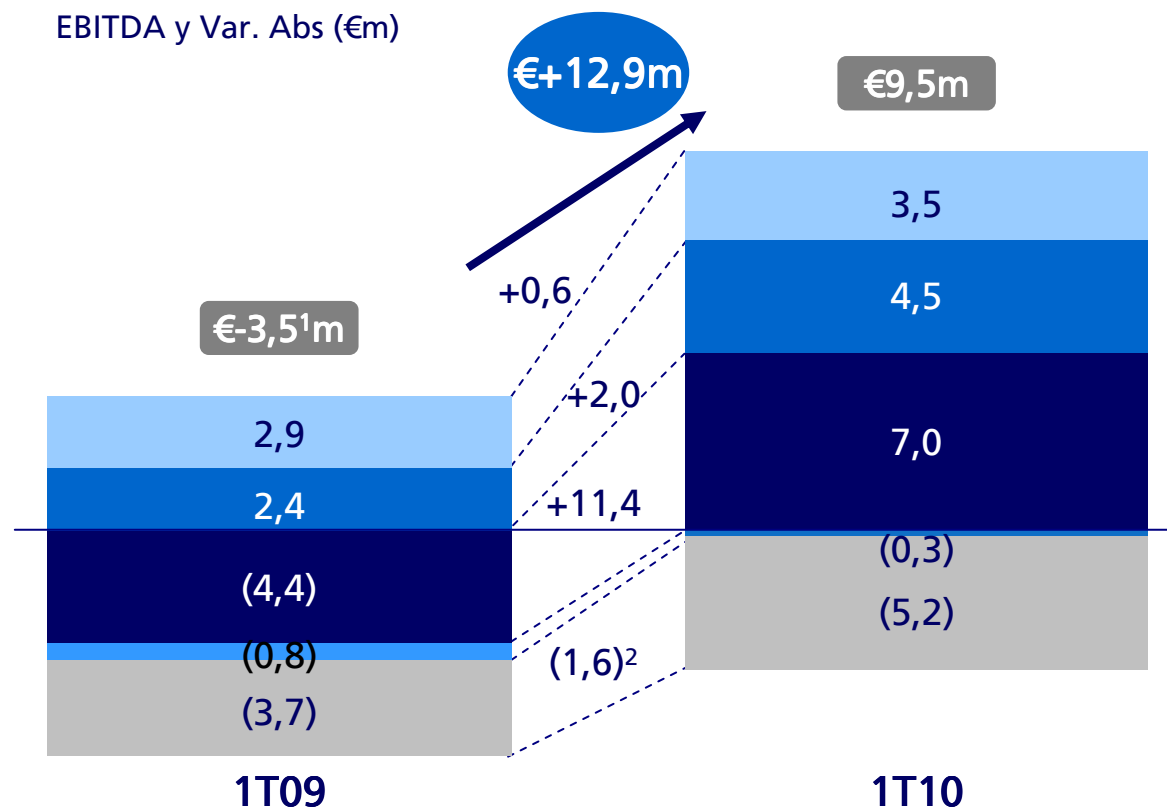
- ▶ Reducción de costes en todas las áreas, mejora de rentabilidad en Audiovisual y crecimiento en Internet permiten **incrementar EBITDA: 1T10 €9,5m vs. 1T09 €-3,5m**
- ▶ Crecimiento de publicidad en Suplementos (+13,6%) e Internet (+25,8%) por encima del mercado y ralentización de la caída en prensa de pago
- ▶ ABC refleja el impacto positivo de la reestructuración y mantiene crecimiento de cuota de difusión vs. El Mundo: gap en ejemplares < 50mil
- ▶ Liderazgo en Internet (9,7m usuario únicos mes en abril 2010, +5,4%), que contribuye 10,9% de los ingresos publicitarios de VOC
- ▶ Sólida posición financiera: Deuda financiera neta 1T10 €-94,1m, caja de €86,6m

Incremento en EBITDA en todas las áreas de negocio

- ▶ Continúa la mejora en EBITDA 1T10, €+12,9m
 - A pesar del deterioro en ingresos por la actual coyuntura económica
 - Impacto positivo de la inversión en reestructuración realizada

Mejora de rentabilidad en todas las áreas de negocio

EBITDA y Var. Abs (€m)



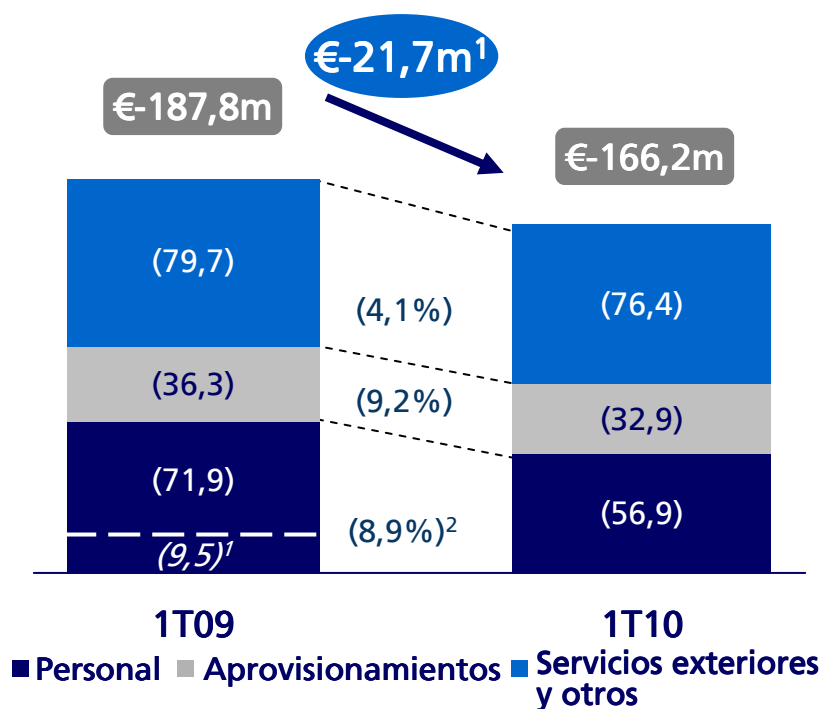
■ Medios Impresos ■ Audiovisual ■ Internet ■ Otros Neg. ■ Estructura

La contención en costes sigue siendo una prioridad

- Reducción de costes en todas las áreas de negocio en 1T10 €-21,7m¹, -11,5%

Mejora de eficiencia 1T10 vs. 1T09

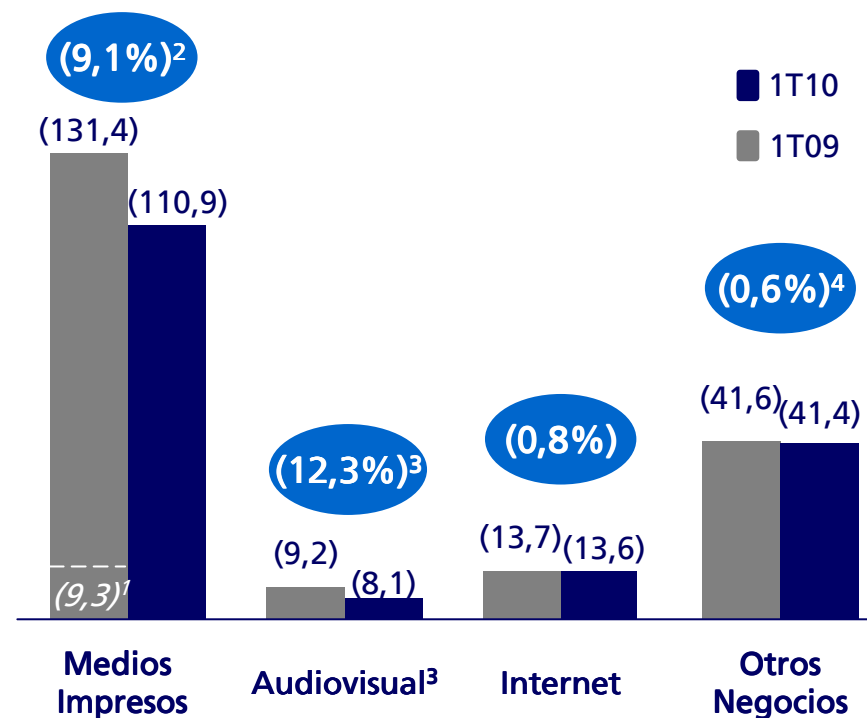
Gastos de explotación sin amortizaciones (€m)



Nota 1: incluye la inversión en reestructuración 1T09: €9,5m en VOC, €9,3m en MMII
 Nota 2: variación gastos personal ajustado por reestructuración 1T09.
 Fuente: Vocento.

Reflejada en todas las áreas 1T10 vs. 1T09

Costes (€m) y variación (%)

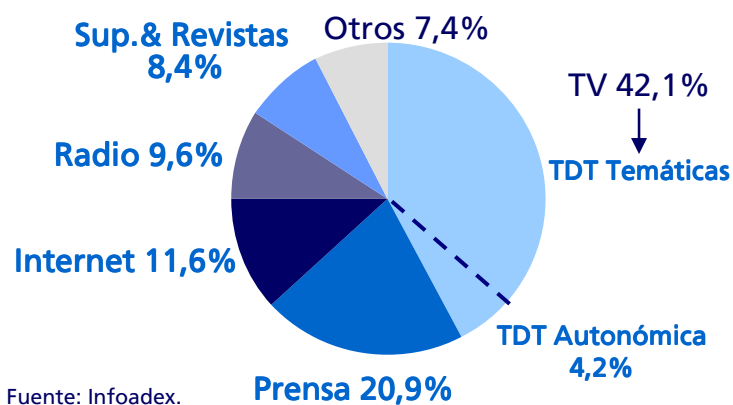


Nota 3: excluye TDT Nacional y Contenidos. Radio pro forma 1T10 Onda Rambla.
 Nota 4: pro forma incorporación 1T10 Rotomadrid y salida 1T09 Distrirutas y Sector MD.
 Fuente: Vocento.

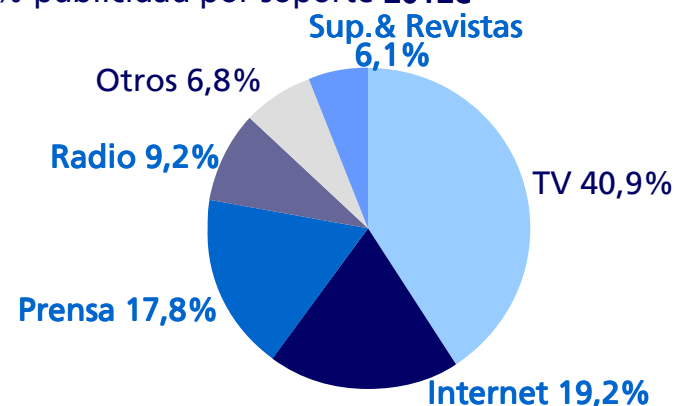
La transformación de la tarta publicitaria: una oportunidad

Se amplía el mercado objetivo de VOC: evolución mercado 2009-2012e

% publicidad por soporte 2009



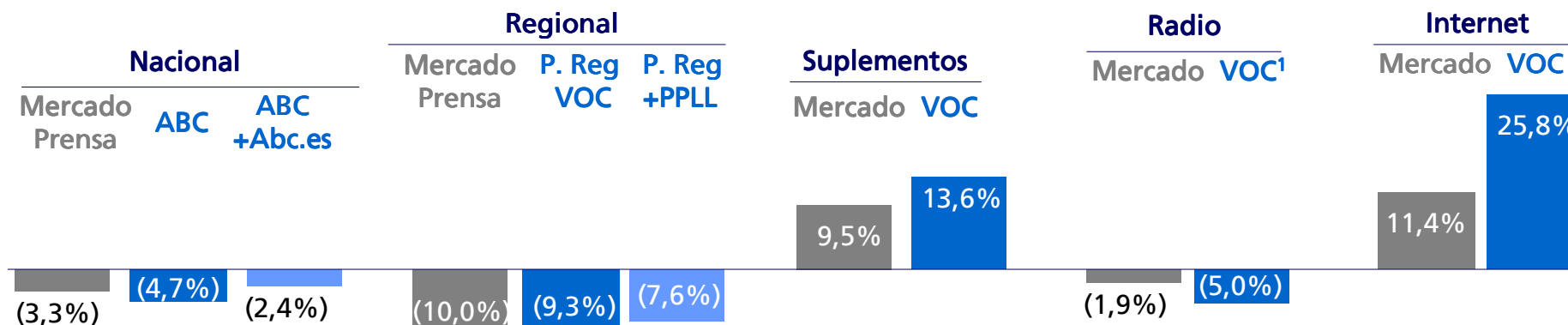
% publicidad por soporte 2012e



Evolución VOC vs. Mercado: se ralentiza la caída con crecimiento en nuevos soportes

Crecimiento publicidad 1T10 (%)

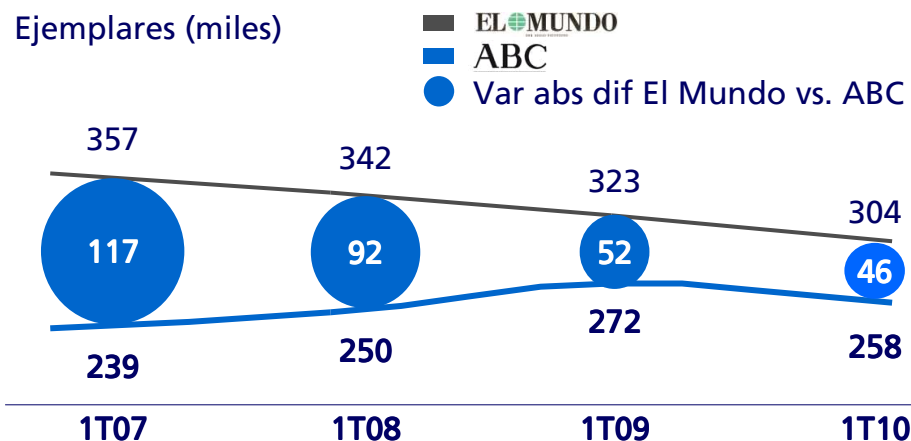
■ Mercado ■ VOC



Fuente: Fuentes internas Nacional (>100mil ejemplares) y Regional (100mil>ej. >30mil); informe i2p: Internet, Suplem. y Radio. Resto Vocento. Nota 1: pro forma 1T10 Onda Rambla.

ABC: Posicionamiento multicanal de la marca

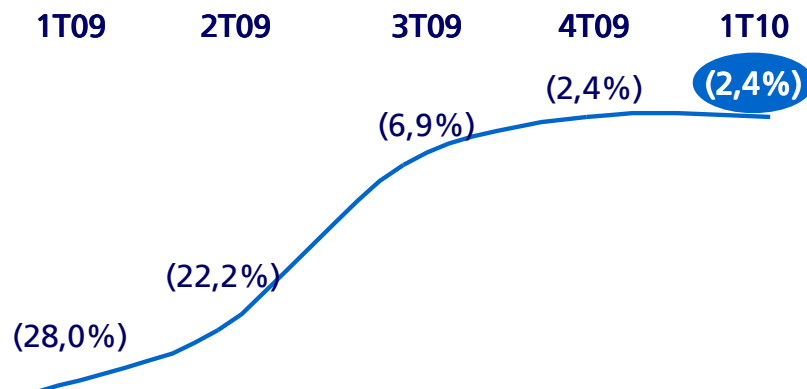
ABC sigue reduciendo el gap a posición #2...



Fuente: Difusión media OJD (datos 2010 no auditados).

..con una estabilización en la publicidad con apoyo online...

ABC+Abc.es var. publicidad (%)



Fuente: Vocento.

...y Abc.es continúa ganando cuota en Internet...

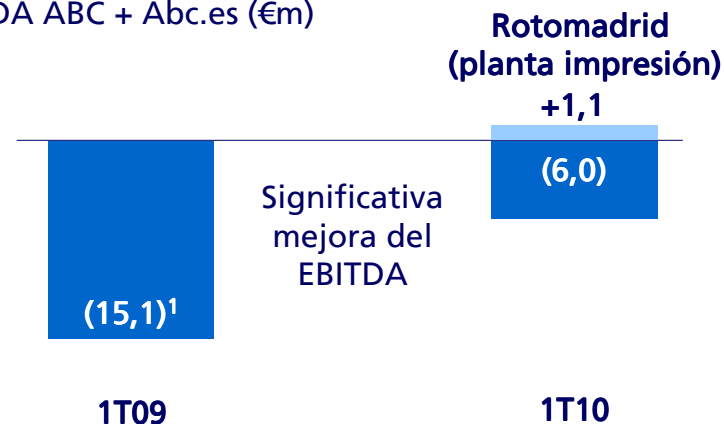
Cuota audiencia (%)

EL PAÍS.com	35,9%	(1,9 p.p.)	33,9%
ELMUNDO.es	42,3%	(0,4 p.p.)	42,0%
ABC.es	21,8%	+2,3 p.p.	24,1%
	abr09		abr10

Fuente: Nielsen Netview. Cuotas calculadas sobre agregado de audiencias.

... y mejorando EBITDA

EBITDA ABC + Abc.es (€m)

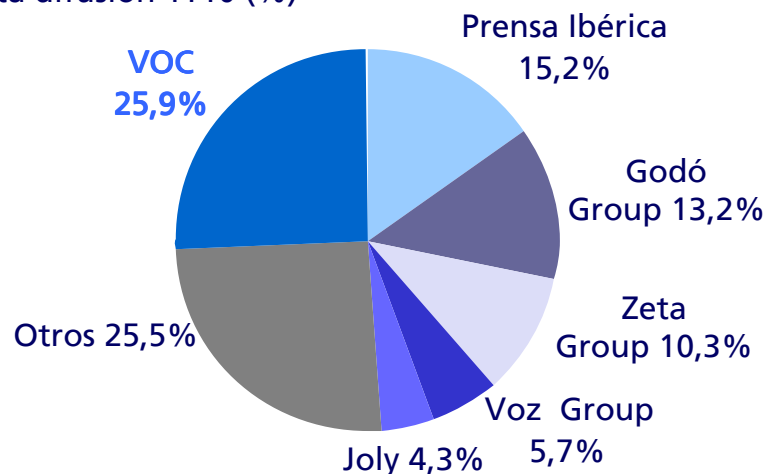


Nota 1: EBITDA 1T09 incluye inversión en reestructuración por €8,7m.
Fuente: Vocento.

Prensa Regional: liderazgo y migración a Internet

La Prensa Regional mantiene cuota en un mercado fragmentado

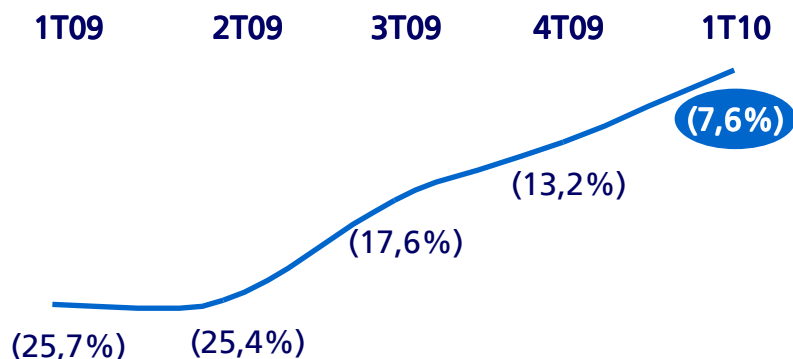
Cuota difusión 1T10 (%)



Fuente: OJD (datos 2010 no auditados).

Ralentización en el descenso de publicidad con apoyo online...

Prensa Regional+Ediciones Digitales var. publicidad (%)

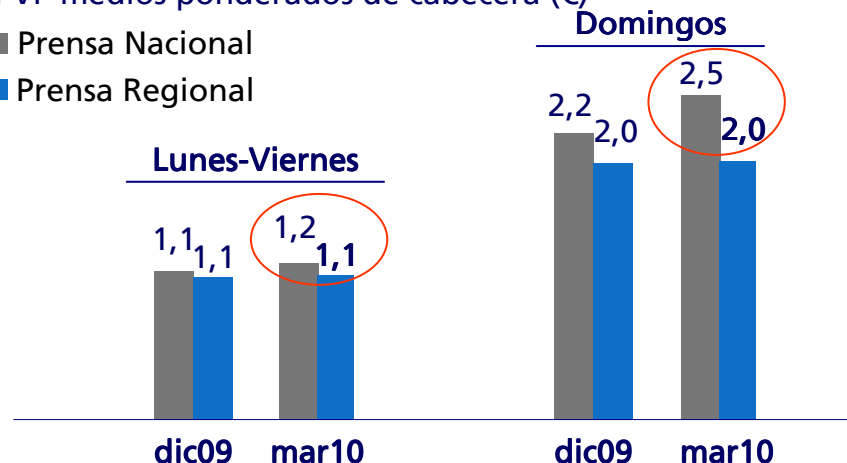


Fuente: Vocento.

Caída en difusión, pero capacidad de incremento de precios de cabecera

PVP medios ponderados de cabecera (€)

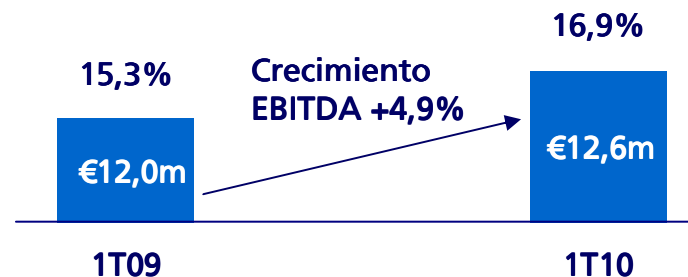
■ Prensa Nacional
■ Prensa Regional



Fuente: Prensa Regional VOC y promedio por difusión de ABC, El País, El Mundo y La Razón.

...y mejora en EBITDA y rentabilidad

Prensa Regional EBITDA (€m) y Margen EBITDA (%)

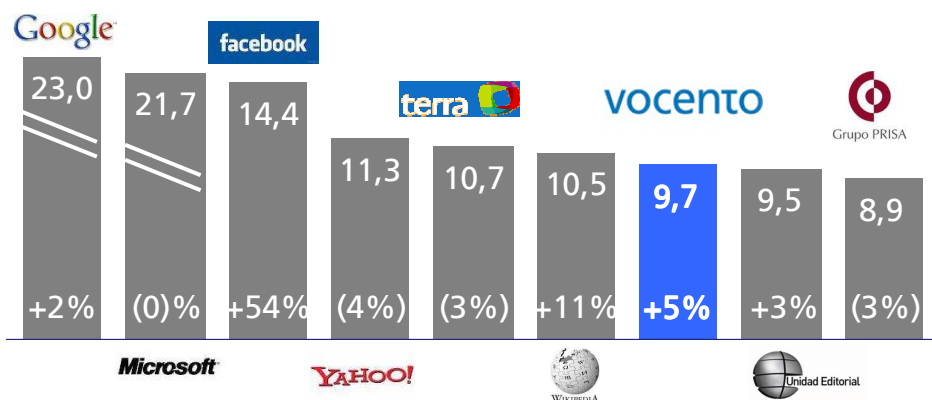


Fuente: Vocento.

Internet: articulación de red para captar nuevas audiencias

Mantenimiento del liderazgo de audiencias en Internet...

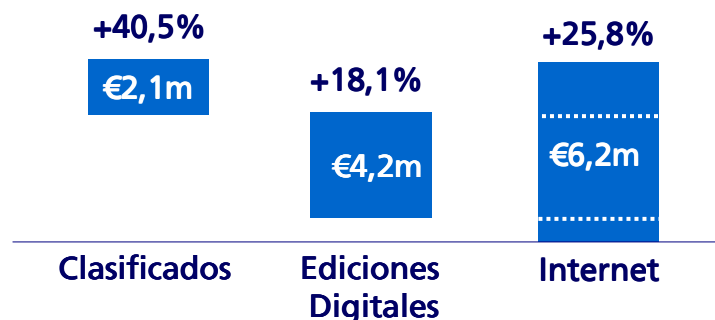
Millones usuarios únicos mes abr10 y variación (%)



Fuente: Nielsen Net view.

Crecimiento tanto en publicidad display como en clasificados...

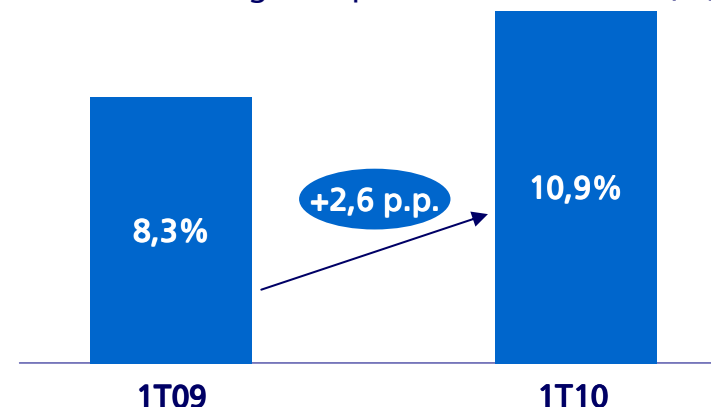
Publicidad (€m) y crecimiento 1T10 (%)



Fuente: Vocento.

...y mayor aportación en ingresos

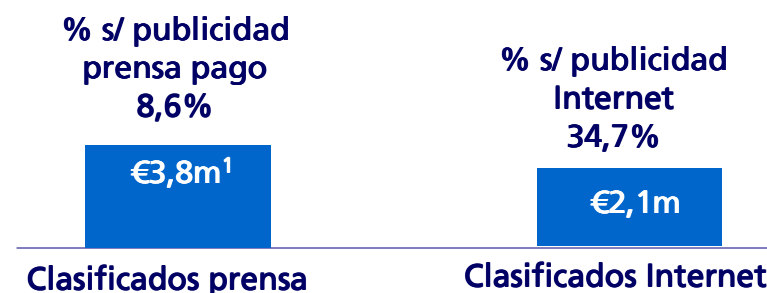
Publicidad Internet s/ ingresos publicitarios de VOC (%)



Fuente: Vocento.

...con paulatina migración de clasificados de prensa a la red online de VOC

Publicidad VOC prensa e Internet 1T10 (€m) y peso (%)



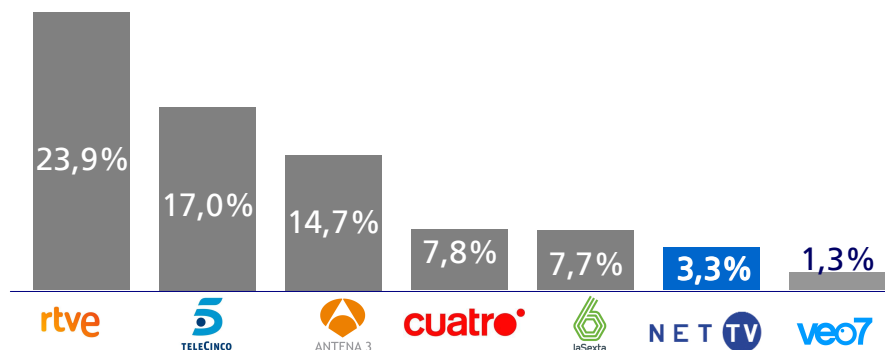
Fuente: Vocento.

Nota 1: No incluye esquilas ni cartelera

Posición relevante en TDT tras apagón...

Canales TDT de VOC ya alcanzan 3% de audiencia...

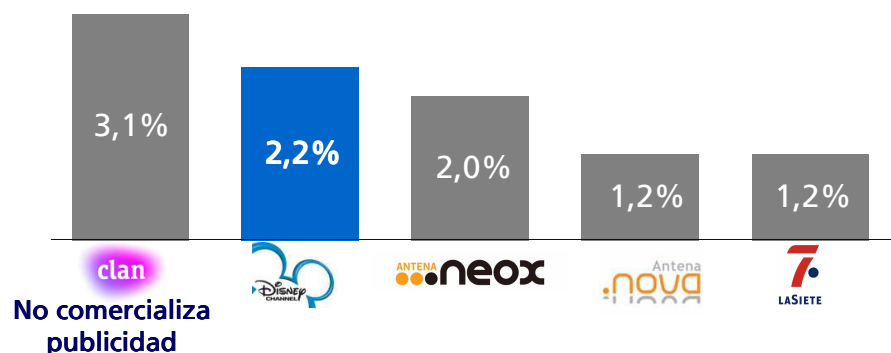
Cuota audiencia por familia de canales abril 2010 (%)



Fuente: Kantar Media.

... donde Disney Channel lidera canales temáticos objeto de target publicitario

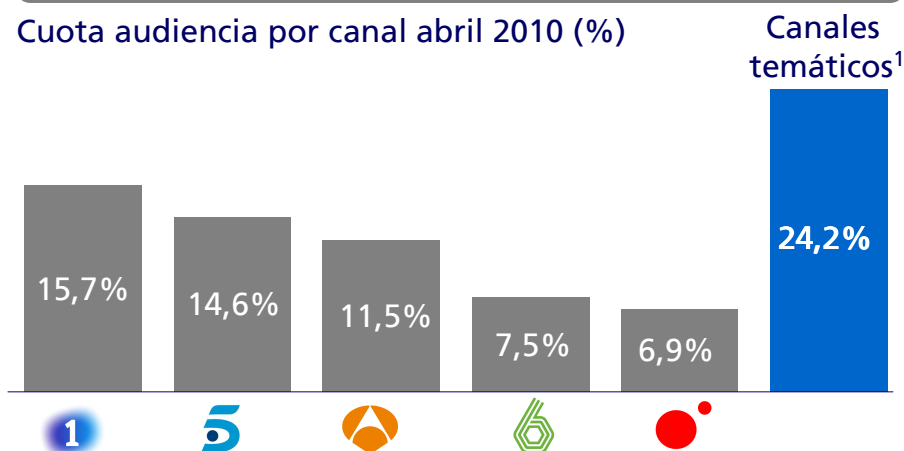
Cuota TDT abril 10 (%)



Fuente: Kantar Media.

... en pleno proceso de fragmentación de audiencias...

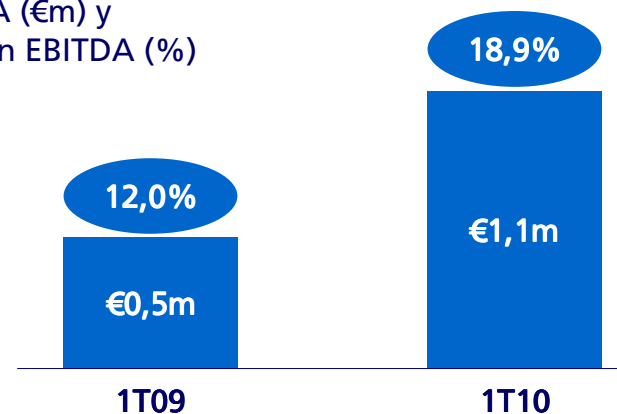
Cuota audiencia por canal abril 2010 (%)



Fuente: Kantar Media. Nota 1: incluye temáticas con concesión TDT y de pago.

Incremento de rentabilidad del modelo de TDT Nacional de VOC

EBITDA (€m) y
margen EBITDA (%)

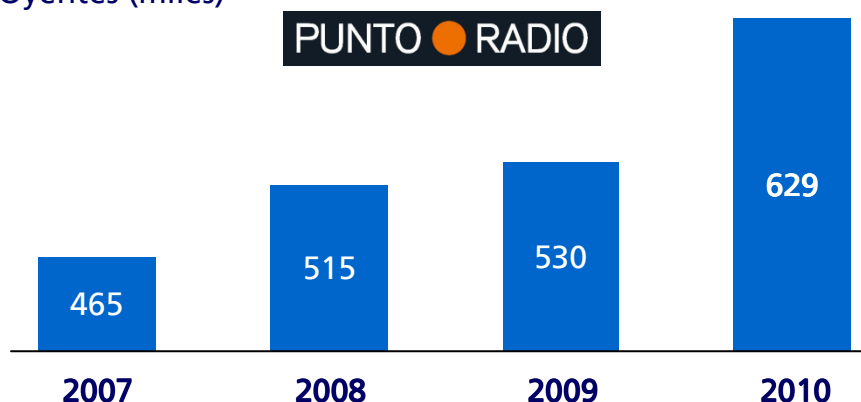


Fuente: Vocento.

...Completada en Audiovisual con Radio y Contenidos

Crecimiento audiencias de Punto Radio gracias a la mejora en cobertura

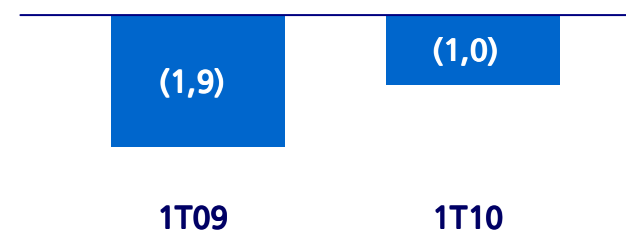
Oyentes (miles)



Fuente: promedio de olas individuales EGM.

Mejora rentabilidad de Radio¹ por reducción de costes

EBITDA (€m)



Fuente: Vocento. Nota 1: EBITDA pro forma 1T10 Onda Rambla.

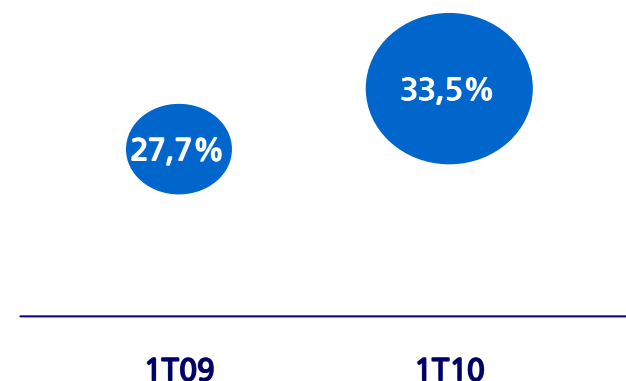
Contenidos: amplia cartera de producciones



Fuente: Vocento.

Mejora márgenes de Contenidos por optimización de estructuras

Mg EBITDA (%)



Fuente: Vocento.

Información Financiera 1T10

Cuenta de Resultados Consolidada 1T10

€m	NIIF		
	1T10	1T09 ¹	Var %
Ventas de ejemplares	67,9	69,5	(2,3%)
Ventas de publicidad	62,4	65,5	(4,7%)
Otros ingresos	45,3	49,4	(8,1%)
Ingresos de explotación	175,6	184,4	(4,7%)
EBITDA	9,5	(3,5)	373,0%
Amortizaciones	(11,8)	(11,2)	6,1%
Rdo. enajenación inmovilizado ²	(0,1)	21,3	(100,4%)
Rdo. de explotación (EBIT)	(2,5)	6,7	(136,9%)
Impuesto sobre sociedades	0,5	(2,8)	117,0%
Beneficio neto del ejercicio	(3,8)	3,0	(226,8%)
Beneficio atribuible a la sociedad dominante	(5,2)	2,7	(293,8%)

EBIT ajustado por enaj. Inmov.²	(2,5)	(14,7)	87,1%
B° neto ajus. por enaj. Inmov.²	(5,2)	(14,7)	64,6%

Nota 1: incluye costes de reestructuración por importe de €9,5m.

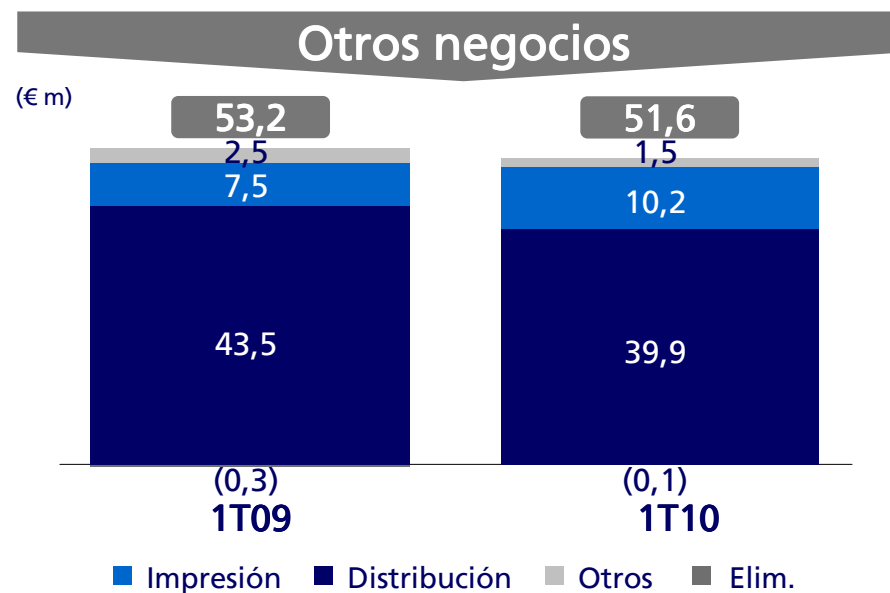
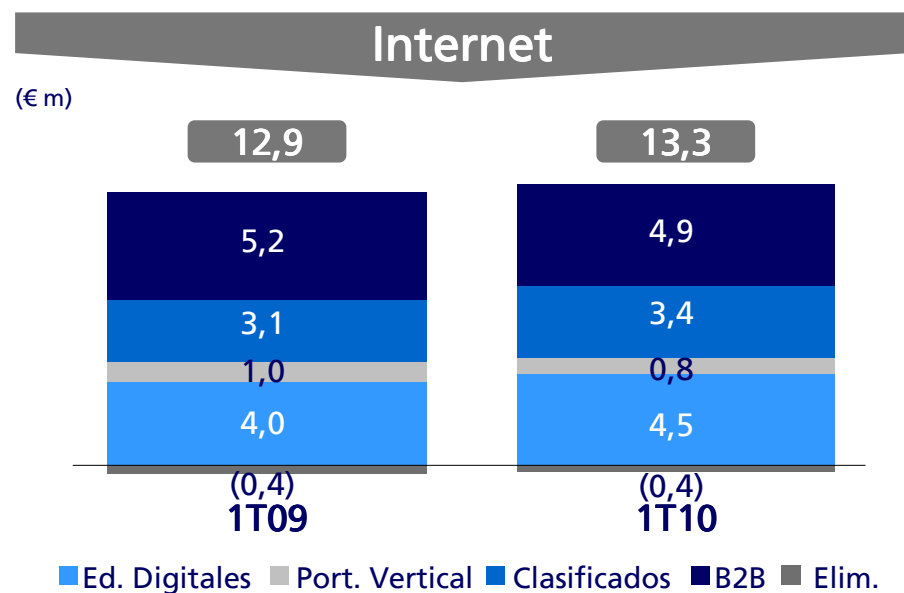
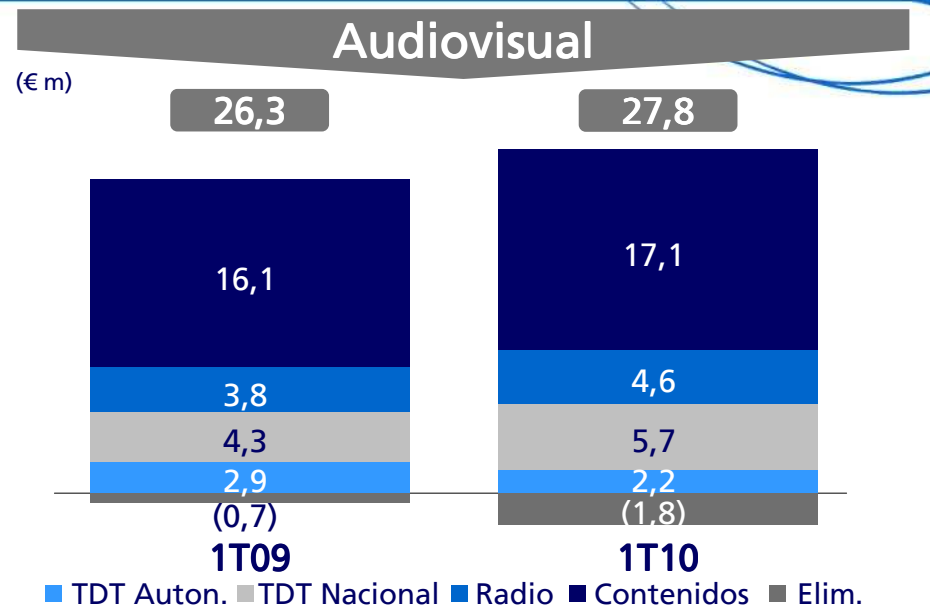
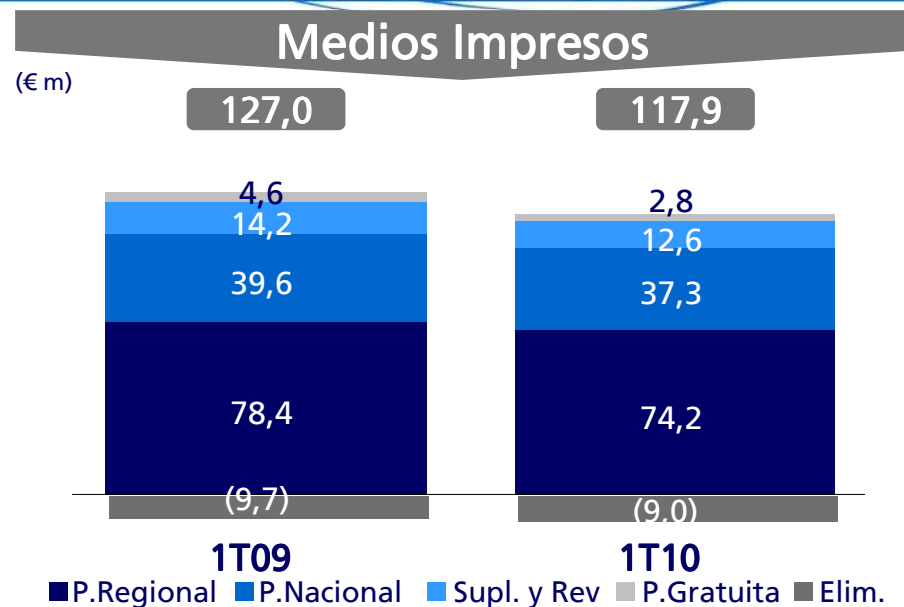
Nota 2: plusvalías por la venta de terrenos de ABC en enero 2009 por €21,4m en 1T09, €17,4m neto de impuestos

Balance Consolidado a 31 de marzo de 2010

- Se mantiene **sólida posición financiera**: deuda financiera neta €94,1m y efectivo y otros medios equivalentes €86,6m

	NIIF			NIIF	
	1T10	2009		1T10	2009
Activos no corrientes	697,1	701,2	Patrimonio neto	419,0	424,1
Activo intangible	271,8	277,3			
Propiedad, planta y equipo	233,0	230,4	Total pasivo	585,3	626,4
Part. por método participación	20,0	20,0	Deuda financiera	180,7	200,2
Otros activos no corrientes	172,3	173,5	Otros pasivos	404,6	426,2
Activos corrientes	307,2	349,3			
Efectivo y medios equivalentes	86,6	125,5			
Otros activos corrientes	216,9	220,1			
Activos mantenidos a la venta	3,7	3,7			
Total Activo	1.004,3	1.050,5	Total Pasivo	1.004,3	1.050,5

Ingresos por área de negocio



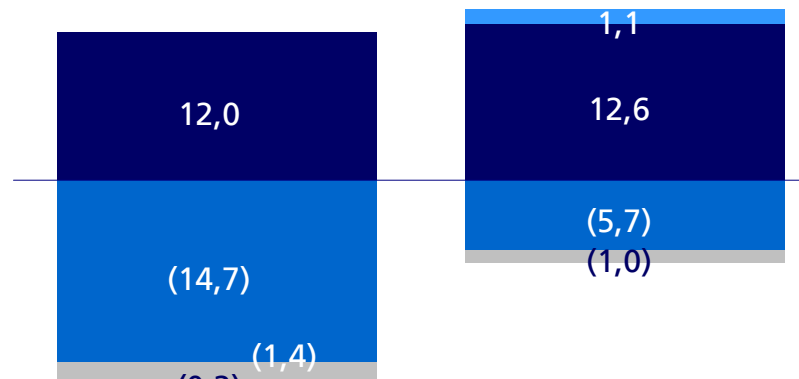
EBITDA por área de negocio

Medios Impresos

(€ m)

(4,4)

7,0



1T09

1T10

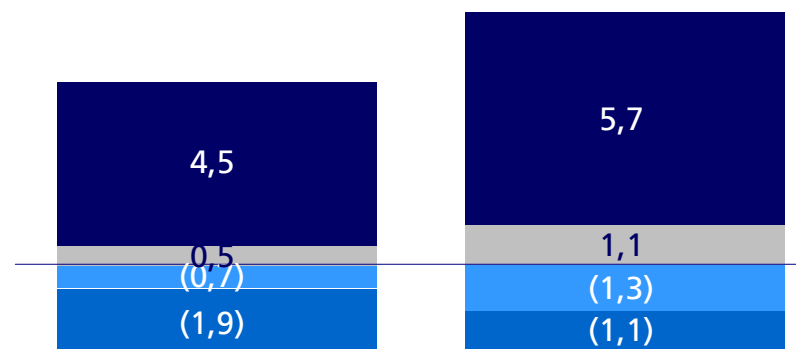
■ P.Regional ■ P.Nacional ■ Supl. y Rev ■ P.Gratis

Audiovisual

(€ m)

2,5

4,5



1T09

1T10

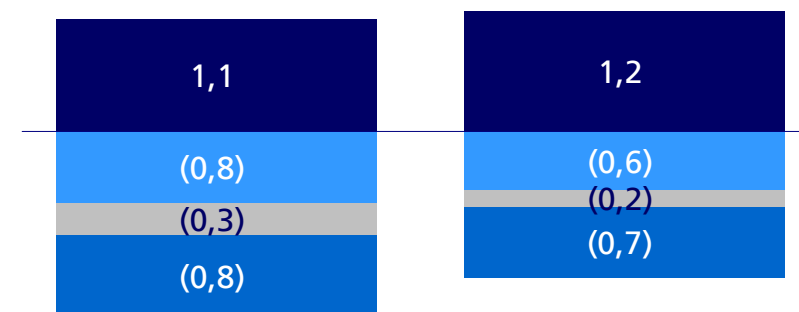
■ TDT Auton. ■ TDT Nacional ■ Radio ■ Contenidos

Internet

(€ m)

(0,8)

(0,3)



1T09

1T10

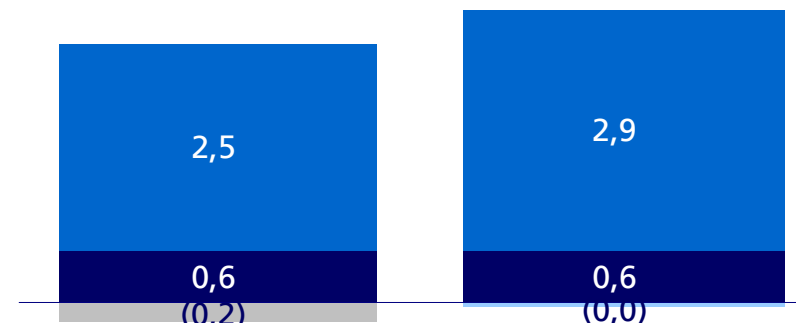
■ Ed. Digitales ■ Port. Vertical ■ Clasificados ■ B2B

Otros negocios

(€ m)

2,9

3,5



1T09

1T10

■ Impresión ■ Distribución ■ Otros

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.

Departamento de Relación con Inversores y Accionistas

Directora de Relación con Inversores Loles Mendoza

Relación con Inversores

Javier García Echegaray

vocento ver, escuchar, leer y sentir.

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91.743.81.04
Fax: 91.742.63.52
e-mail: ir@vocento.com