



**Resultados 2010**  
**25 de febrero de 2011**

---

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

# 2008-10: VOC tiene el foco en la transformación del negocio

Cambio tecnológico

Crisis económica

## TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO



Reestructuración y dimensionamiento de la Compañía

Mantenimiento del liderazgo en mercados tradicionales

Posicionamiento estratégico: Internet-Audiovisual

Sólida Posición financiera

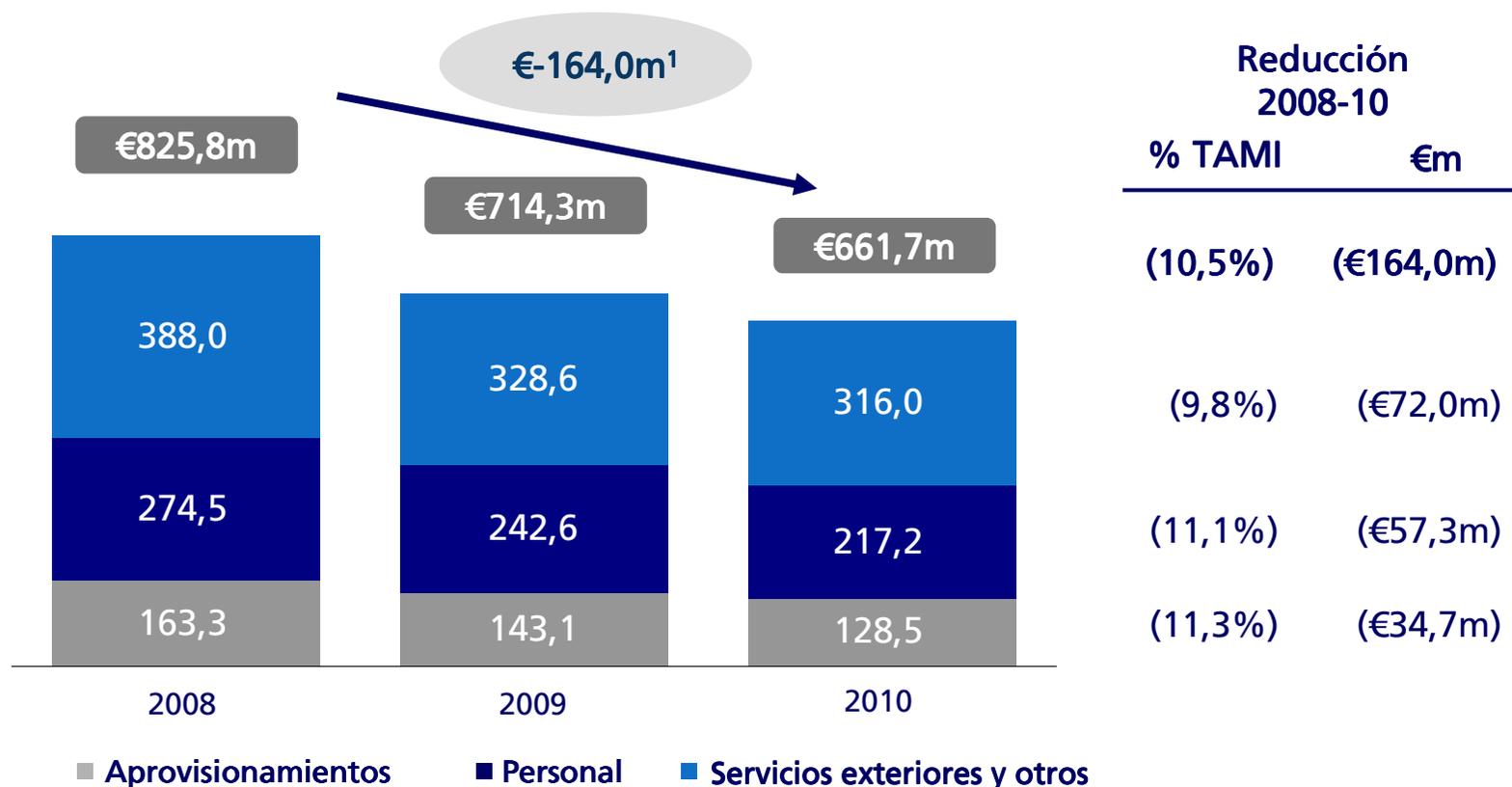
Marcas líderes

VOC posicionado para liderar el "futuro" de los medios de comunicación

# La transformación del sector pasa por la reducción de costes,...

- ▶ Reducción de costes operativos 2008-10: €-164,0m
  - Gastos de personal 2008-10: €-57,3m, TAMI -11,1%<sup>1</sup> (peso 33% s/costes operativos)
  - Costes de aprovisionamientos: €-34,7m, TAMI -11,3% (19% s/costes)
- ▶ Reducción de plantilla 2008-10: aprox. -25% de la plantilla

Gastos de explotación sin amortizaciones<sup>1</sup> (€m)



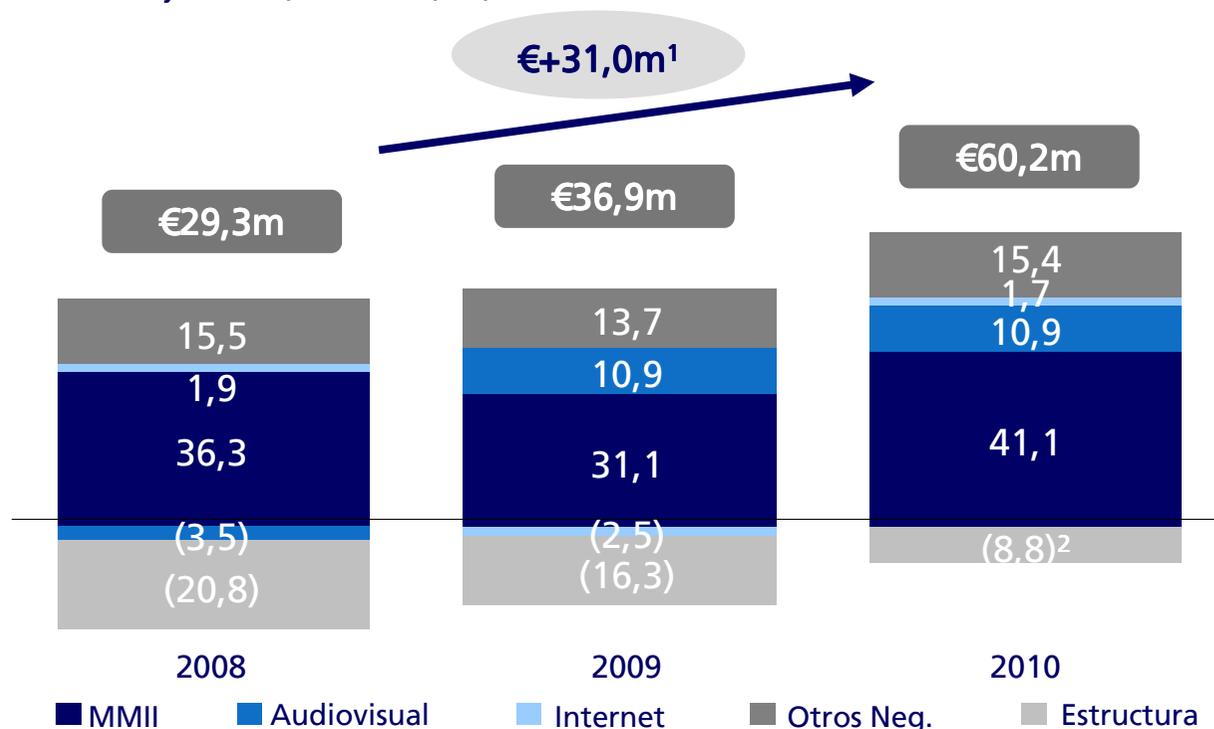
Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 2008 €-44,0m, 2009 €-65,3m y 2010 €-11,1m y reversión provisión por avales de Radio Digital por €4,9m.

## ..., clave para alcanzar apalancamiento operativo, ...

► Mejora en EBITDA ajustado 2008-10: €+31,0m y en rentabilidad: +5,0 p.p. vs. 2008 (margen EBITDA 8,4%)

- Todas las áreas de negocio mejoran EBITDA
- Desde inicio de la crisis en 2007, los ingresos por publicidad se han reducido €-156,0m
- La disciplina en costes iniciada en 2008 permite reducir los costes operativos €-164,0m

EBITDA ajustado<sup>1</sup>, var. abs (€m)

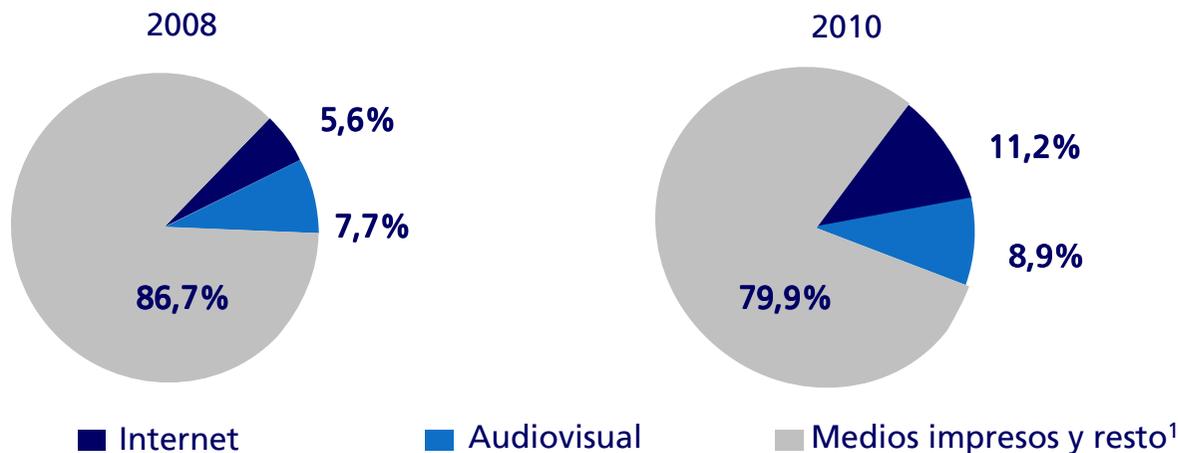


Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 2008 €-44,0m, 2009 €-65,3m y 2010 €-11,1m.

Nota 2: incluye reversión de provisión por cancelación de avales vinculados a Radio Digital por €4,9m en 2010.

# ... y por el cambio del perfil de ingresos de VOC

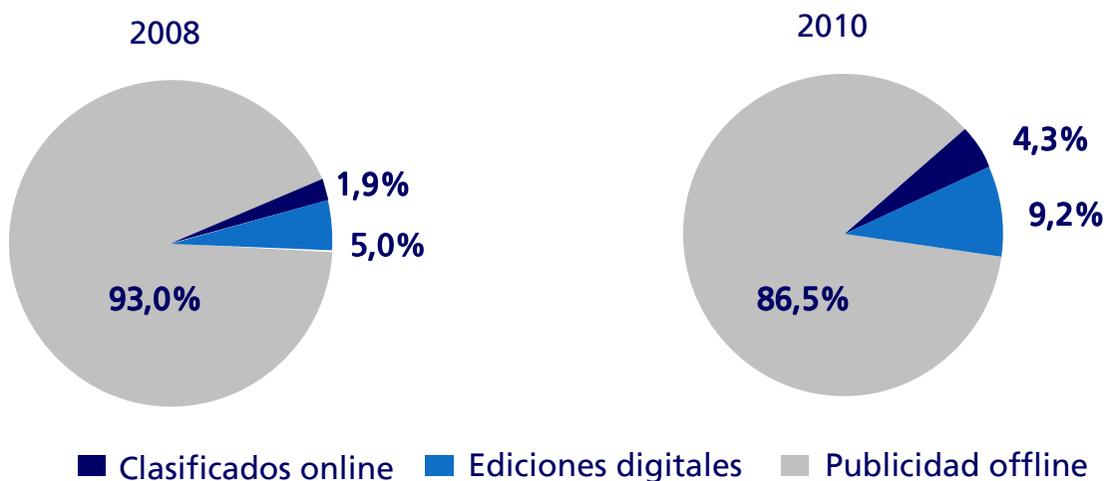
## Mix de ingresos publicitarios VOC (%)



Internet representa el 11,2% de la publicidad de VOC en 2010

Internet+ Audiovisual: 20,1%

## Mix de ingresos publicitarios ABC y marcas regionales (%)



Publicidad Clasificados online + Ediciones Digitales 13,5%

Publicidad clasificados online VOC +32,4%

Nota 1: suma Medios Impresos, Otros Negocios y Estructura.

# Liderazgo de Marcas Regionales e incremento de cuota de ABC

## Marcas Regionales: mejora en rentabilidad...

EBITDA ajustado<sup>1</sup> (€m) y mg. EBITDA<sup>1</sup> (%)  
Prensa Reg. y Portales Locales

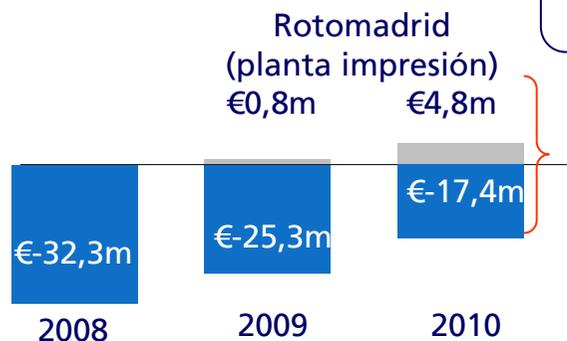


Pérdida ingresos de publicidad 2007-10 Prensa Regional €-99,3m. Estabilización de EBITDA > €50m<sup>1</sup> margen EBITDA 2010 16,6%

Nota 1: ajustado por reestructuración 2008 €-15,9m, 2009 €-17,6m y 2010 €-3,3m.

## ABC: continua mejora del EBITDA...

EBITDA ajustado<sup>1</sup> ABC + ABC.es (€m)



Pérdida ingresos de publicidad ABC 2007-10 €-37,2m

€-12,6m<sup>2</sup>

Nota 1: ajustado por reestructuración 2008 €-11,0m, 2009 €-32,9m, y 2010 €-4,5m.  
Nota 2: incluye EBITDA (€4,8m) de Rotomadrid que se reporta en "Otros Negocios".

## ...por liderazgo y crecimiento en Internet

- ▶ Cuota difusión Prensa Regional VOC 26,0%<sup>1</sup>
- ▶ La publicidad de Portales locales supone 10,3% total publicidad Regional
- ▶ Agregado de Portales locales: break even 2010
- ▶ Base para expansión de la red de VOC de clasificados online (ingresos public. 2010 +32,4%)

Nota 1: OJD (2010 no auditados).

## ...y ganancia de cuota de mercado

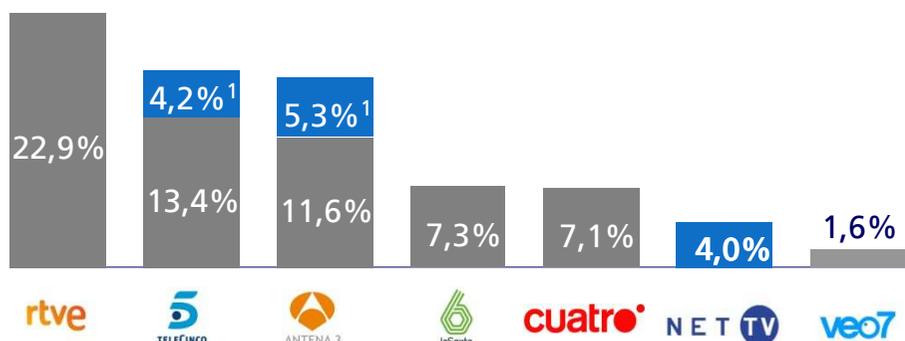
- ▶ Difusión ABC 2010 -2,8%<sup>1</sup> vs. mercado -3,4%<sup>1</sup>
- Difusión kiosco -2,1%<sup>1</sup> vs. mercado -8,5%<sup>1</sup>
- ABC es #2 en difusión domingos en 4T10<sup>1</sup>
- Gap El Mundo vs. ABC: <37 mil<sup>1</sup> ejem. difusión media año 2010 vs. 108 mil<sup>1</sup> ejem. 2007
- ▶ Cuota ABC.es dic10 24,5%<sup>2</sup> +4 p.p. vs. dic09
- ▶ Mejor evolución publicidad 2010 vs. mercado: ABC -3,6% vs. -4,0%<sup>3</sup> y ABC.es +25,0% vs. +19,2%<sup>3</sup>

Nota 1: OJD (2010 no auditados). Mercado ex ABC. Nota 2: Nielsen Net View cuota con ElPais.com y El Mundo.es. Nota 3: i2p prensa e Internet.

# Audiovisual: foco en rentabilidad y crecimiento

## Canales TDT de Net TV alcanzan 4% de audiencia

Cuota audiencia por familia de canales enero 2011 (%)



Fuente: Kantar Media. Nota 1: En TL5 y A3TV, separando cuota de temáticas de canales "core". No incluye canales TDT de pago.

## Diversificación en Contenidos

- ▶ Diversificación: ficción y entretenimiento con un crecimiento del volumen de horas en producción 2010 +60%
- ▶ Crecimiento internacional: venta de formatos en el exterior
- ▶ Sinergias: producción in-house para "La 10"
- ▶ Eficiencia: margen EBITDA ajustado 2010 25,6%, +3 p.p. vs. 2009. EBITDA ajus. €16,4m

## Apuesta por TDT en nacional

EBITDA ajustado<sup>1</sup> (€m)

■ TDT Nacional  
■ TDT Autonómica



Operativa 100% de "La 10" y MTV en 4T10

Desinversiones selectivas y cierre operativa TDT Autonómica en 4T10

Nota 1: ajustado por reestructuración TDT Autonómica 2009 €-0,6m y 2010 €-0,8m.

## Eficiencia en Punto Radio

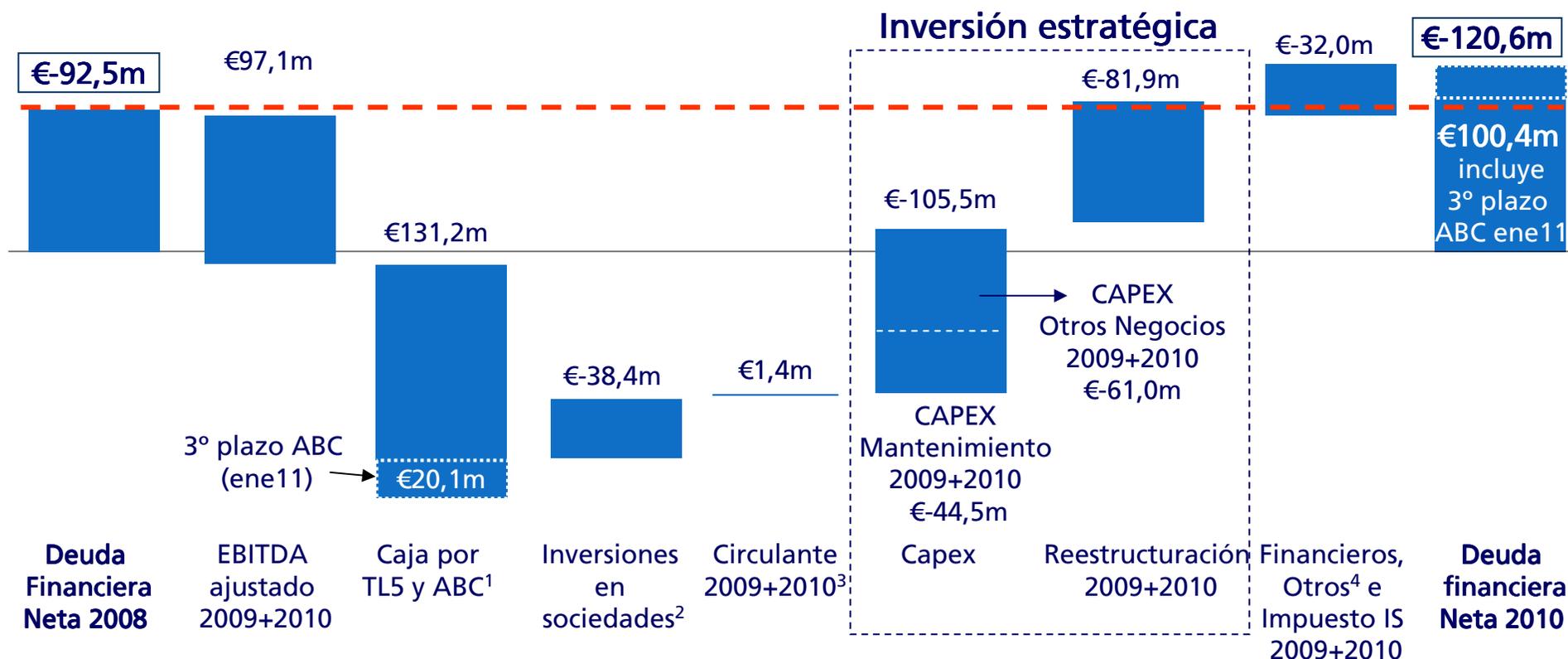
- ▶ Audiencia: consolida audiencia 573mil oyentes<sup>1</sup>
- ▶ Cobertura: concesión frecuencia en Asturias. Concursos pendientes Comunidad Valencia, Andalucía y Galicia
- ▶ Eficiencia: reducción EBITDA ajustado negativo en 2010 €+1,0m hasta €-4,2m

Nota 1: promedio olas EGM 2010.

# Sólida posición financiera que respalda el modelo de negocio

- ▶ Deuda financiera neta 2008: €-92,5m vs. 2010 €-120,6m (€100,4m post cobro 3º fase venta terrenos ABC) y caja a cierre 2010 de €69,0m
- ▶ Inversión estratégica 2009+2010: aprox. €140m (reestructuración y Capex Otros Negocios)
- ▶ Posición de autocartera a cierre de 2010: 2,84%

## Análisis del movimiento de deuda financiera neta en los dos últimos años (2009 y 2010)



Nota 1: plusvalías y dividendo de TL5 y terrenos ABC. Nota 2: Onda Ramblas y Las Provincias. Nota 3: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 4: incluye compra de autocartera en el periodo por €-4,8m

## VOC: posicionado para liderar el futuro del sector

- ▶ Estratégicamente enfocado en la generación de contenidos multicanal y audiovisuales
  - Poder de prescripción de las marcas
  - Integración de redacciones
  - Convergencia Internet-audiovisual
- ▶ Apalancamiento operativo ante el cambio de ciclo
- ▶ Sólida posición financiera para desarrollar el modelo de negocio



# Información Financiera 2010

## Cuenta de Resultados Consolidada 2010

NIIF. €m	2010	2009	Var %
Ventas de ejemplares	266,0	274,2	(3,0%)
Ventas de publicidad	265,4	274,6	(3,3%)
Otros ingresos	185,7	202,4	(8,2%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>717,1</b>	<b>751,2</b>	<b>(4,5%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>49,1</b>	<b>(28,4)</b>	<b>273,0%</b>
Amortizaciones	(45,6)	(45,7)	(0,3%)
Rdo. enajenación inmovilizado <sup>1</sup>	(0,9)	13,4	(106,8%)
<b>Rdo. de explotación (EBIT)</b>	<b>2,6</b>	<b>(60,8)</b>	<b>104,4%</b>
Saneamiento fondo comercio	0	(18,0)	n/s
Rdo. Sociedades método participación	0,1	(1,9)	105,3%
Diferencial financiero <sup>2</sup>	(8,5)	4,8	(279,2%)
Rdo. neto enajenación act. no corrientes <sup>3</sup>	(1,6)	69,6	(102,4%)
Impuesto sobre sociedades	4,6	18,1	(74,4%)
<b>Resultado neto del ejercicio</b>	<b>(2,8)</b>	<b>11,8</b>	<b>(123,6%)</b>
Minoritarios <sup>4</sup>	(6,9)	(2,6)	(160,9%)
<b>Resultado sociedad dominante</b>	<b>(9,7)</b>	<b>9,1</b>	<b>(205,8%)</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>5</sup></b>	<b>60,2</b>	<b>36,9</b>	<b>63,4%</b>

Nota 1: incluye en 2009 plusvalías por la venta de terrenos de ABC por €21,4m. Nota 2: incluye en 2009 el cobro del dividendo de Telecinco por importe de €10,8m. Nota 3: 2009 incluye las plusvalías por la colocación del 5,1% en Telecinco por importe de €70,1m. Nota 4: mejora de resultados en Suplementos, TDT Nacional e Internet. Nota 5: ajustado por inversión en reestructuración 2009 €-65,3m y 2010 €-11,1m.

## Balance Consolidado a 31 de diciembre de 2010

NIIF. €m	2010	2009		2010	2009
<b>Activos no corrientes</b>	<b>703,8</b>	<b>701,2</b>	<b>Patrimonio neto</b>	<b>489,2</b>	<b>488,8</b>
Activo intangible	265,0	277,3			
Propiedad, planta y equipo	239,6	230,4			
Part. por método participación	19,1	20,0			
Otros activos no corrientes	180,1	173,5			
<b>Activos corrientes</b>	<b>284,4</b>	<b>345,6</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>502,9</b>	<b>561,7</b>
Efectivo y medios equivalentes	69,0	125,5	Deuda financiera	189,6	200,2
Otros activos corrientes	215,4	220,1	Otros pasivos	313,3	361,5
<b>Activos mantenidos a la venta</b>	<b>3,9</b>	<b>3,7</b>			
<b>Total Activo</b>	<b>992,1</b>	<b>1.050,5</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>992,1</b>	<b>1.050,5</b>

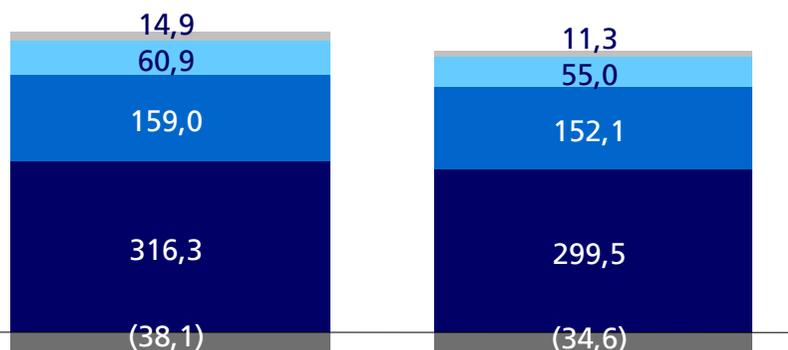
# Ingresos por área de negocio

## Medios Impresos

(€ m)

513,0

483,3



2009

2010

■ P. Regional ■ P. Nacional ■ Supl. y Rev ■ P. Gratuita ■ Elim.

## Audiovisual

(€ m)

111,4

112,8



2009

2010

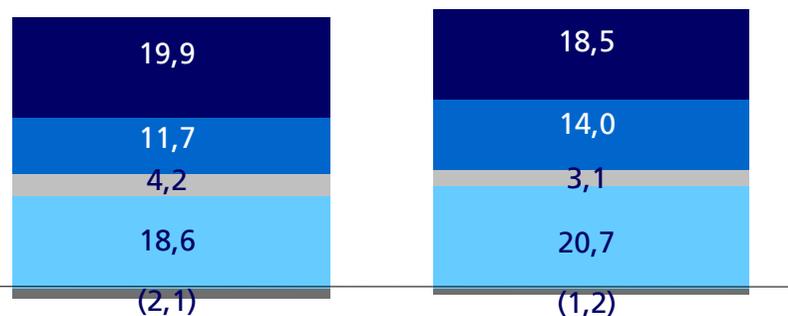
■ TDT Auton. ■ TDT Nacional ■ Radio ■ Contenidos ■ Elim.

## Internet

(€ m)

52,2

55,1



2009

2010

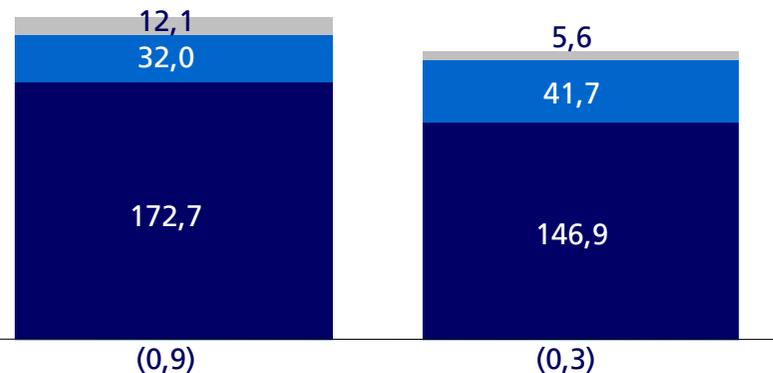
■ Ed. Digitales ■ Port. Vertical ■ Clasificados ■ B2B ■ Elim.

## Otros negocios

(€ m)

215,9

193,9



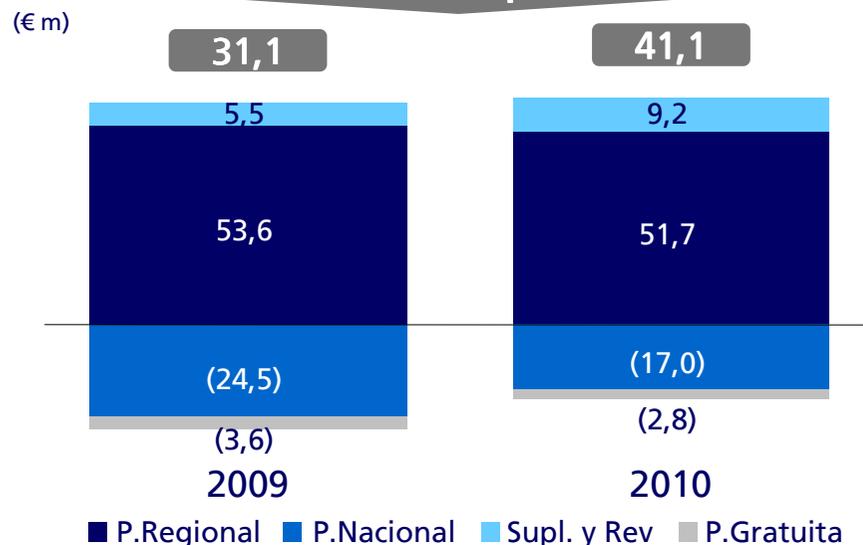
2009

2010

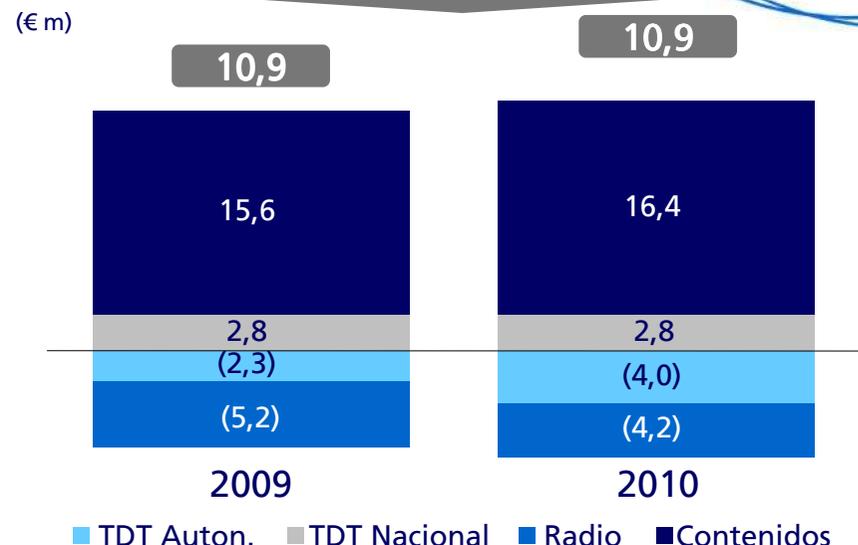
■ Impresión ■ Distribución ■ Otros ■ Elim.

# EBITDA ajustado por área de negocio

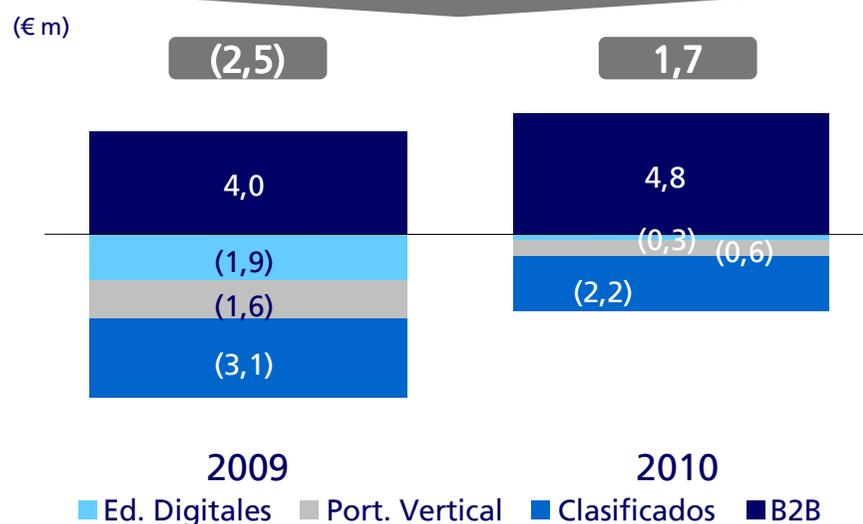
## Medios Impresos



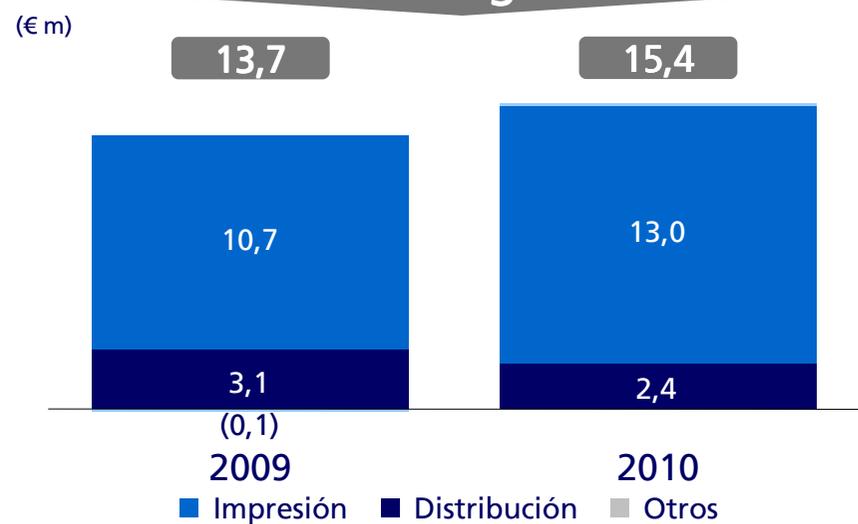
## Audiovisual



## Internet



## Otros negocios



## 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 la oferta o la aceptación de cualquier tipo de 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](mailto:ir@vocento.com)