



Resultados 1S11
29 de julio de 2011

vocento ver, escuchar, leer y sentir.

Aspectos más destacables 1S11

- ▶ **La estrategia basada en el liderazgo de las marcas de VOC permite:**
 - Absorber gran parte del descenso en publicidad derivado del entorno macro, con mejor comportamiento que el mercado en prensa e Internet
 - Incrementar cuota de mercado de difusión: ABC -5,8% vs. competidores -13,0%¹
 - Liderazgo en Internet con 8,1m de usuarios únicos mes²
- ▶ **Refuerzo del apalancamiento operativo vía control de costes e inversión adicional para generar valor: EBITDA³ 1S11 €24,3m y costes de personal 1S11 -6,1%³**
 - Medios Impresos supera EBITDA de 1S10 (incremento €+1,5m³) a pesar de la caída publicitaria €-9,2m por continuo ahorro de costes 1S11 -7,4% (€-16,7m). ABC mejora EBITDA³ 1S11 €+4,1m y Prensa Regional absorbe 2/3 de la caída en ingresos
 - Internet: alcanza break even EBITDA por inversión controlada en costes y crecimiento publicitario: Ed. Digitales +14,7% y Clasificados +13,7% vs. mercado +12,3%
 - Audiovisual: desarrollo de TDT y estacionalidad de Contenidos (var. EBITDA³ 1S11/10 €-3,3m ya incurridos en 1T11). Consolidación de cobertura en Punto Radio: obtención de 8 licencias en Andalucía y 3 en Canarias
 - Inversión en reestructuración 1S11 (€-13,1m) intrínseco a la transformación del sector
- ▶ **Mejora perfil de ingresos por posicionamiento en Internet/Audiovisual: 26,8% del total de ingresos VOC, +2,9 p.p. vs. 1S10:**
 - Audiovisual: ingresos de publicidad representan 8,6% de la publicidad total de VOC
 - Internet: contribuye 13,0% publicidad total VOC. Crecimiento ingresos B2C +12,7%
- ▶ **Sólida posición financiera diferencial frente al sector: deuda financiera neta 1S11 €-114,5m, caja €52,0m y líneas de crédito no dispuestas aprox. €100m**

Nota 1: OJD 1S11 (datos no auditados). Competidores: El Mundo y La Razón. Nota 2: Nielsen Net view junio 2011. Nota 3: ajustado por inversión reestructuración: total VOC 1S11 €-13,1m y 1S10 €-0,6m; Medios Impresos 1S11 €-7,1m y 1S10 €0m (ABC 1S11 €-5,3m y 1S10 €0m); Audiovisual 1S11 €-1,4m y 1S10 €0m (Contenidos 1S11 €-0,5m y 1S10 €0m); Internet 1S11 €-0,4m y 1S10 €-0,1m.

Liderazgo de marcas

Marcas líderes de VOC en MMII e Internet...

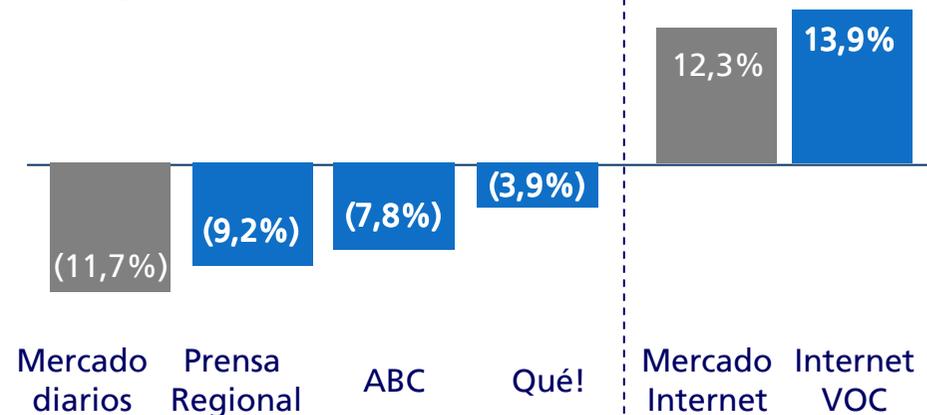
Millones de contactos (EGM) ■ Diarios info. general



Fuente: EGM 2ª ola 2011. Nota 1: Nielsen Net View usuarios únicos mes junio 2011.

...que se refleja en una mejora de cuota publicitaria

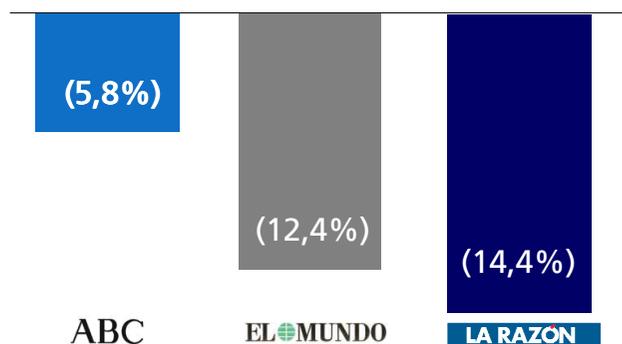
Var. Ing. publicidad 1S11 (%)



Fuente: InfoAdex y VOC.

ABC continúa ganando cuota en difusión...

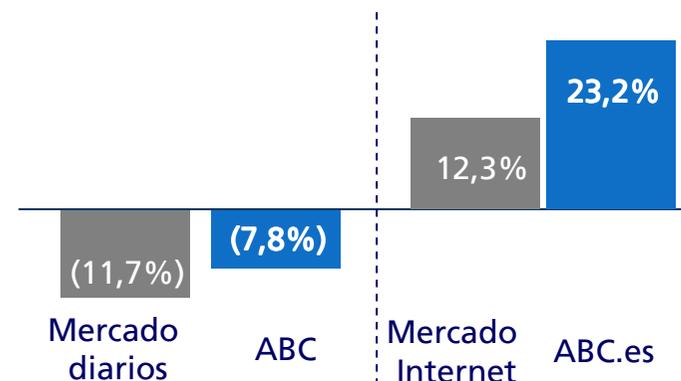
Var. difusión 1S11 (%)



Fuente: Difusión media OJD (datos 2011 no auditados).

... y cuota publicitaria

Var. Ing. publicidad 1S11 (%)



Fuente: InfoAdex y VOC. Nota 2: fuente internas de mercado

Refuerzo del apalancamiento operativo

Continúa el esfuerzo en control de costes (1S11 -1,3%¹) a pesar del desarrollo de la TDT e Internet. Costes de personal 1S11 -6,1%¹:

- Medios Impresos e Internet por encima de los niveles del año pasado
 - MMII EBITDA¹ 1S11 €24,8m: mejora en €+1,5m pese a la caída de publicidad €-9,2m
 - Internet EBITDA¹ 1S11 €1,5m: break even con margen EBITDA¹ 1S11 5,5%
- Apuesta controlada en Audiovisual:
 - Desarrollo TDT: EBITDA¹ €-2,6m y posicionamiento nicho (audiencia NET TV 4,2%²)
 - Radio: la publicidad refleja el ciclo compensado por costes y mejora de cobertura
 - Estacionalidad de Contenidos, var. EBITDA¹ 1S11/10 €-3,3m arrastrada de 1T11
- Inversión en reestructuración 1S11 €-13,1m: vinculado a la transformación del sector, refuerza el apalancamiento operativo futuro

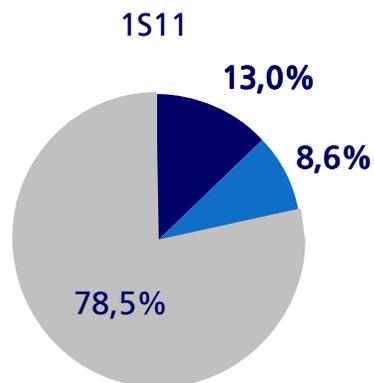
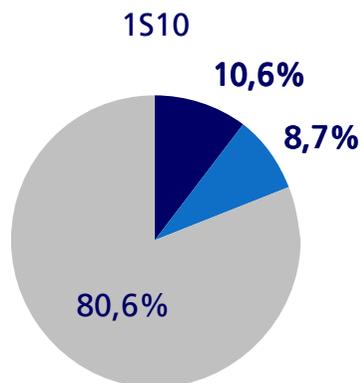
EBITDA¹ por área y var. abs. (€m)



Nota 1: ajustado por inversión reestructuración: total VOC 1S11 €-13,1m y 1S10 €-0,6m; Medios Impresos 1S11 €-7,1m y 1S10 €0m (ABC 1S11 €-5,3m y 1S10 €0m); Audiovisual 1S11 €-1,4m y 1S10 €0m (Contenidos 1S11 €-0,5m y 1S10 €0m); Internet 1S11 €-0,4m y 1S10 €-0,1m. Nota 2: fuente Kantar Media junio 2011.

Internet+Audiovisual mejoran el perfil de ingresos de VOC...

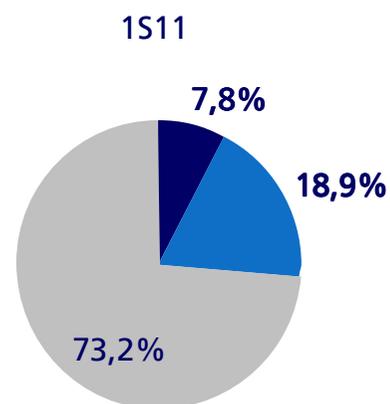
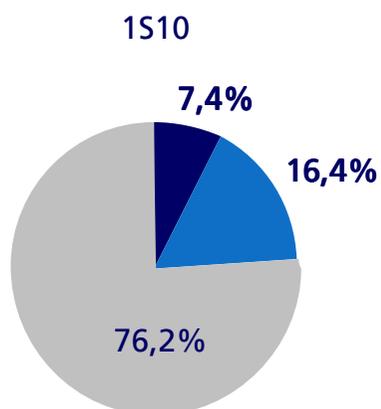
Mix de ingresos publicitarios VOC (%)



Internet representa el 13,0% de la publicidad de VOC en 1S11 (+2,3 p.p. vs. 1S10)

Publicidad Internet+ Audiovisual: 21,5%

Mix de ingresos totales VOC (%)



Internet+Audiovisual: 26,8% del total de ingresos de VOC en 1S11 (+2,9 p.p. vs. 1S10)

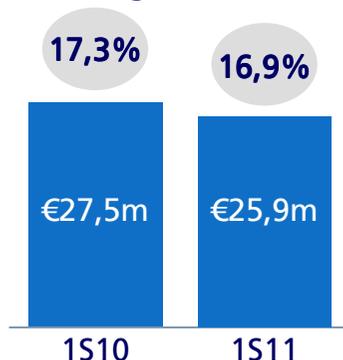
■ Internet ■ Audiovisual ■ Medios impresos y resto¹

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

...por estrategia combinada de marcas

Marcas Regionales: mantenimiento de rentabilidad...

EBITDA¹ (€m) y mg. EBITDA¹ (%)
Prensa Reg. + Portales Locales



Nota 1: ajustado por reestructuración 1S11 €-1,4m.

Publicidad Prensa Regional y Portales Locales 1S11 -7,1%

Prensa Regional mantiene margen EBITDA¹

Costes¹ Prensa Regional 1S11 -4,3%

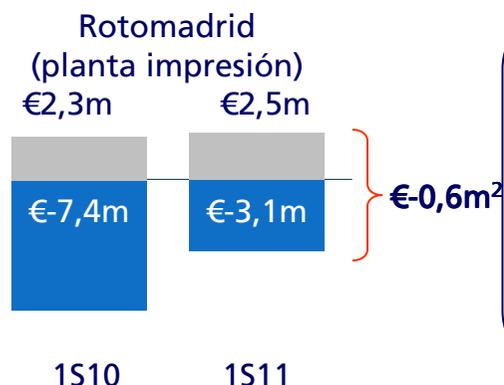
...y liderazgo y crecimiento en Internet

- ▶ Cuota difusión Prensa Regional VOC 25,3%¹
- ▶ Mantiene ingresos de circulación (1S11 +0,2%) pese a la caída de difusión (1S11 -5,7%)
- ▶ Absorbe >2/3 de la caída en ingresos por ahorro en costes
- ▶ Mejor evolución de publicidad que mercado y Portales locales supone 11,9% total publicidad Regional (+2,1 p.p. vs. 1S10)
 - Break even con margen EBITDA 1S11 7,6%

Nota 1: OJD 1S11 (datos no auditados).

ABC: continua mejora del EBITDA...

EBITDA¹ of ABC + ABC.es + Rotomadrid (€m)



Publicidad ABC+ABC.es 1S11 -5,6%

Mejora EBITDA^{1,2} €+4,5m

Costes¹ ABC 1S11 -12,0%

...y cuota de mercado

- ▶ Mejor evolución publicidad 1S11 vs. mercado:
 - ABC prensa -7,8% vs. -11,7%³ mercado
 - ABC.es +23,2% vs. +12,3%³ mercado
- ▶ Difusión ABC -5,8%¹ vs. competidores -13,0%¹
- Difusión kiosco -1,6%¹ vs. competidores -13,3%¹
- ▶ Cuota de ABC.es +0,4 p.p.² en junio 2011

Nota 1: ajustado por reestructuración ABC 1S11 €-5,3m, ABC+ABC.es €-5,4m.
Nota 2: incluye EBITDA de Rotomadrid que se reporta en "Otros Negocios".

Nota 1: OJD (1S11 no auditado). Competidores: El Mundo y La Razón. Nota 2: Nielsen Net View. Cuota sobre la suma de ABC.es, ElMundo.es y ElPais.com. Nota 3: InfoAdex.

Apuesta controlada en Audiovisual

Net TV supera 4% de audiencia

Cuota audiencia por familia de canales junio 2011 (%)



Variación cuota audiencia por mux 2009-junio 2011 (p.p.)

Core	(1,9)	(1,8)	(3,7)	(1,3)	n.a.	n.a.
Temáticos	5,2	1,8	3,3	2,2	2,2	1,3

Fuente: Kantar Media. Nota 1: separado cuota de temáticas de canales "core". No incluye canales TDT de pago.

Inversión en posicionamiento de nicho

EBITDA¹ TDT (€m)



Nota 1: ajustado por reestructuración 1S11 €-0,1.

Estacionalidad en Contenidos

- ▶ Estacionalidad en Contenidos que afecta la comparativa: var. EBITDA 1S11/10 €-3,3m (var. EBIT €-1,9m) que se arrastra de 1T11
- ▶ Diversificación de productoras: venta de formatos en el exterior, especialización de formatos y mejora de cartera de programas

Punto Radio: consolidación de la red

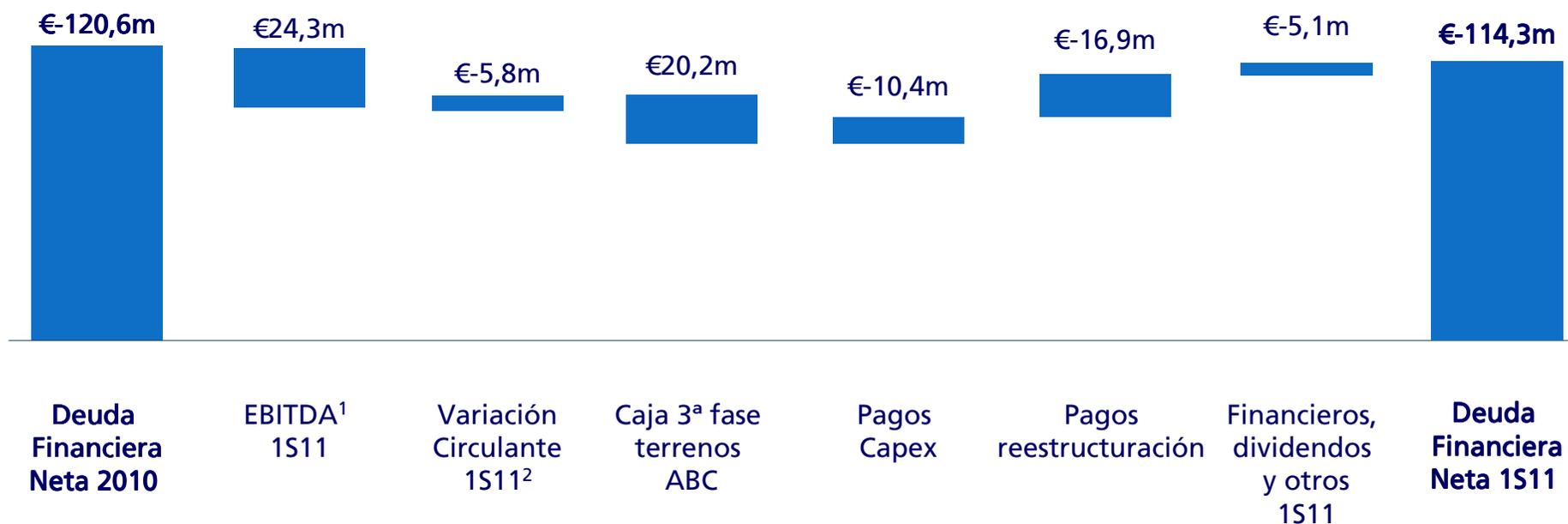
- ▶ Consolidación del valor de la red: concesión de 8 licencias en Andalucía y 3 en Canarias. Concursos pendientes Comunidad Valenciana y Galicia
- ▶ Difícil entorno macroeconómico que afecta al comportamiento publicitario
- ▶ Compensado por control de costes: costes operativos¹ 1S11 -1,1%

Nota 1: ajustado por reestructuración 1S11 €-0,9.

Sólida posición financiera: diferencial frente al sector

- ▶ **Sólida posición financiera diferencial frente al sector ante la incertidumbre del ciclo:**
deuda financiera neta 1S11 €-114,3m, con caja y otros medios equivalentes de €52,0m
 - Entrada de caja por la 3ª fase de la venta de terrenos de ABC en enero 2011: €20,2m
 - Salidas caja 1S11: pagos reestructuración y Capex principalmente Internet-Audiovisual
 - Líneas de crédito no dispuestas aprox. €100m
- ▶ **Posición de autocartera a 30 de junio de 2011: 2,92%**

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 31 diciembre 2010-30 junio 2011



Nota 1: ajustado por inversión reestructuración: total VOC 1S11 €-13,1m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).



Información Financiera 1S11

Cuenta de Resultados Consolidada 1S11

NIIF. €m	1S11	1S10	Var %
Ventas de ejemplares	129,7	134,8	(3,8%)
Ventas de publicidad	128,1	137,0	(6,5%)
Otros ingresos	103,8	98,9	5,0%
Ingresos de explotación	361,6	370,6	(2,4%)
EBITDA	11,2	28,2	(60,2%)
Amortizaciones	(20,6)	(22,8)	(9,5%)
Rdo. enajenación inmovilizado	11,7	(0,1)	n.r.
Rdo. de explotación (EBIT)	2,4	5,3	(55,7%)
Rdo. Sociedades método participación	(0,3)	0,1	(329,3%)
Diferencial financiero	(3,3)	(4,0)	17,2%
Impuesto sobre sociedades	0,4	(1,3)	132,9%
Resultado neto del ejercicio	(0,7)	0,2	(469,6%)
Minoritarios	(3,2)	(3,9)	17,7%
Resultado sociedad dominante	(4,0)	(3,7)	(6,7%)
EBITDA ajustado¹	24,3	28,8	(15,5%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 1S11 €-13,1m y 1S10 €-0,6m.

Balance Consolidado a 30 de junio de 2011

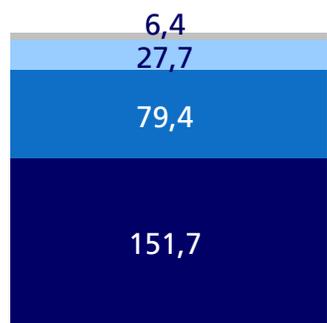
NIIF. €m	1S11	2010		1S11	2010
Activos no corrientes	680,4	703,8	Patrimonio neto	485,1	489,2
Activo intangible	259,3	265,0			
Propiedad, planta y equipo	224,1	239,6			
Part. por método participación	19,1	19,1			
Otros activos no corrientes	177,9	180,1			
Activos corrientes	269,2	284,4	Total pasivo	464,7	502,9
Efectivo y medios equivalentes	52,0	69,0	Deuda financiera	166,3	189,6
Otros activos corrientes	217,2	215,4	Otros pasivos	298,4	313,3
Activos mantenidos a la venta	0,2	3,9			
Total Activo	949,8	992,1	Total Pasivo	949,8	992,1

Ingresos por área de negocio

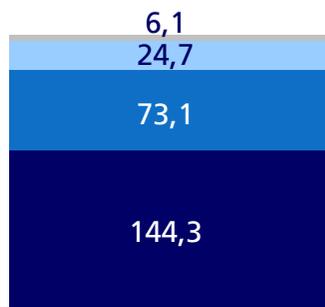
Medios Impresos

(€ m)

247,7



232,6



1S10

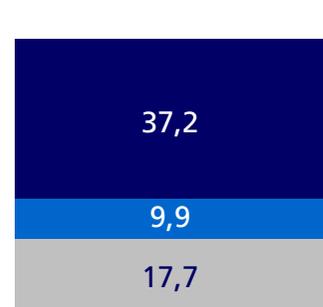
1S11

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

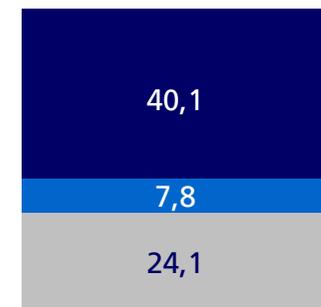
Audiovisual

(€ m)

60,8



68,5



1S10

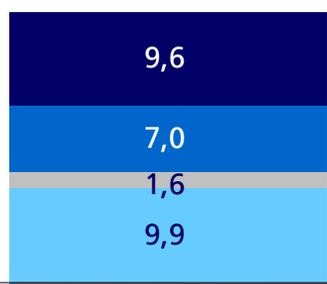
1S11

■ TDT ■ Radio ■ Contenidos ■ Elim.

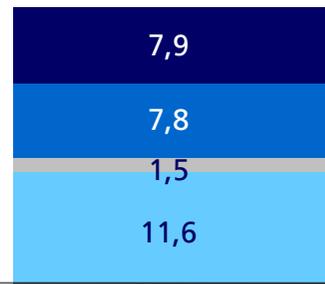
Internet

(€ m)

27,5



28,3



1S10

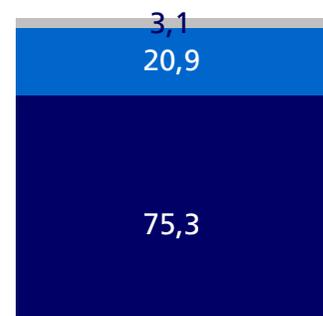
1S11

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

Otros negocios

(€ m)

99,3



96,0

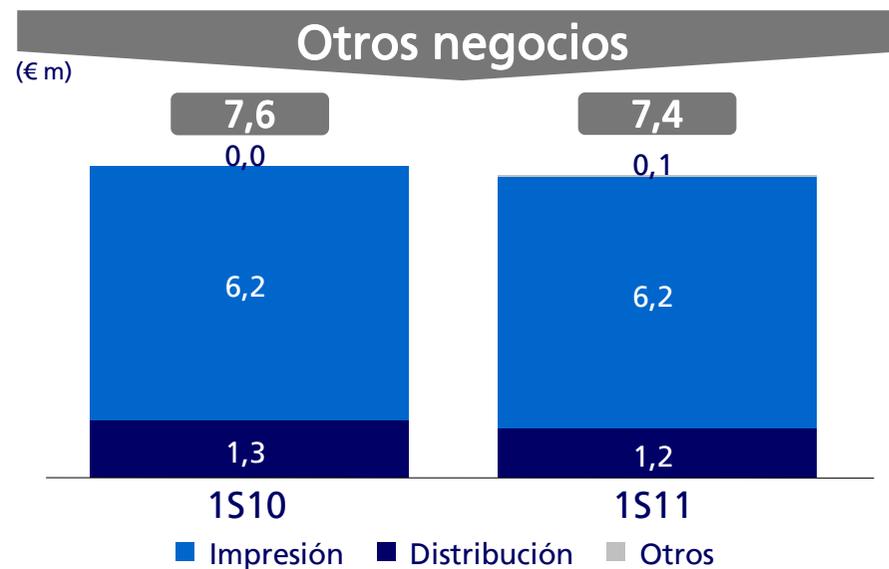
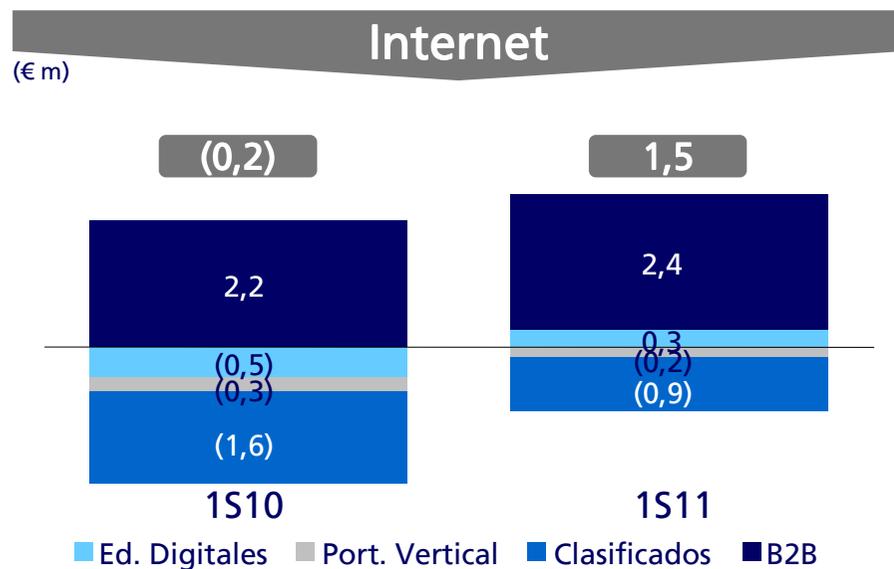
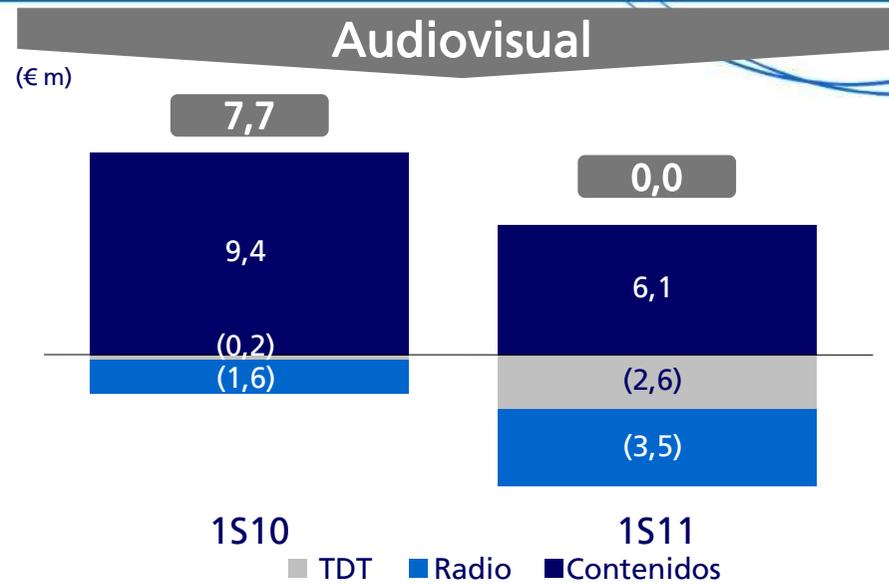
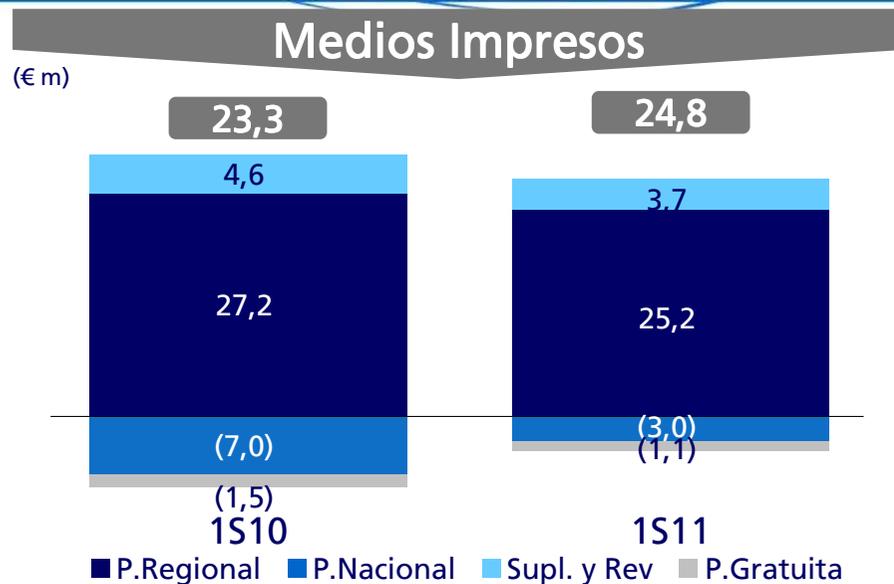


1S10

1S11

■ Impresión ■ Distribución ■ Otros ■ Elim.

EBITDA¹ por área de negocio



Nota 1: ajustado por inversión reestructuración: total VOC 1S11 €-13,1m y 1S10 €-0,6m, Medios Impresos 1S11 €-7,1m y 1S10 €0m; Audiovisual 1S11 €-1,4m y 1S10 €0m; Internet 1S11 €-0,4m y 1S10 €-0,1 y Otros negocios 1S11 €-0,3m y 1S10 €0.

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.

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