



Resultados 1T12
10 de mayo de 2012

VOCENTO ver, escuchar, leer y sentir.

Principales ideas 1T12

▶ Ante un ciclo en deterioro: gestión de variables clave & nuevas fuentes ingresos

▶ Estrategia comercial como palanca de crecimiento

▶ Continuo objetivo de eficiencia y disciplina en costes

▶ Posición financiera diferencial para afrontar el ciclo

ABC Global: incremento de cuota y eficiencia comercial...

Foco en difusión de calidad y rentable

- Incremento cuota difusión ordinaria: única cabecera que crece en Kiosco +2,1% vs. comparables
- Difusión: reducción venta en bloque y conjunta
- Subida precios ene12: ingresos por venta kiosco 1T12 +7,2%

Sinergias editoriales marca combinada

- Impacto en audiencias 1º Ola EGM 2012:
 - Lectores: mejora de tendencia
 - Satisfacción del número de oyentes

Eficacia comercial

- **Mejora cuota publicitaria con subida precios medios 1T12 >10%**
 - Mercado prensa¹ 1T12 -21,2% vs. ABC -19,6%
 - Mercado radio¹ 1T12 -11,8% vs. publicidad nacional ABC ● RADIO -8,8%. Publicidad radio local proforma -16,2%
- Incremento de la cartera clientes por venta conjunta: prensa+radio+Internet

Transformación negocio

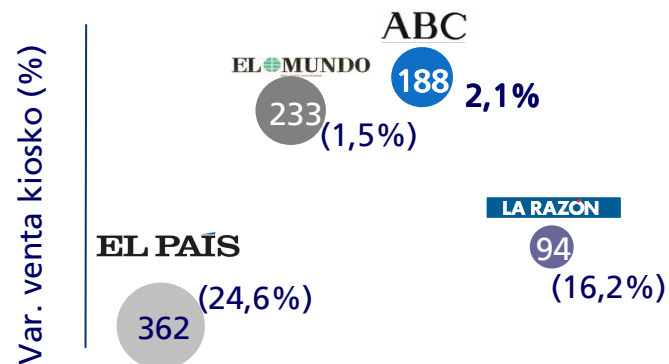
- Mejora u.u.m 3,9m +17,8%²: cierre gap vs. comparables
- Eliminación del volcado papel-Internet
- ABC en Kiosko y más: soporte de pago para contenidos Premium

Nota 1: fuente InfoAdex 1T12.

Nota 2: fuente Nielsen Netview usuarios únicos mes 2012, var% vs. marzo 2011.

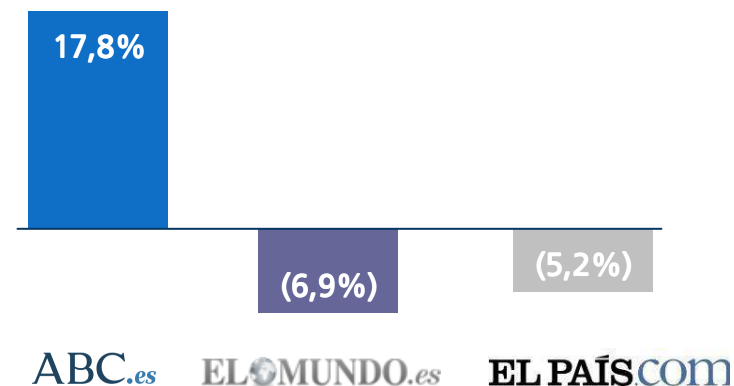
... con reflejo en resultados

Difusión media 1T12 (miles ej.) y var. vta. Kiosco (%)



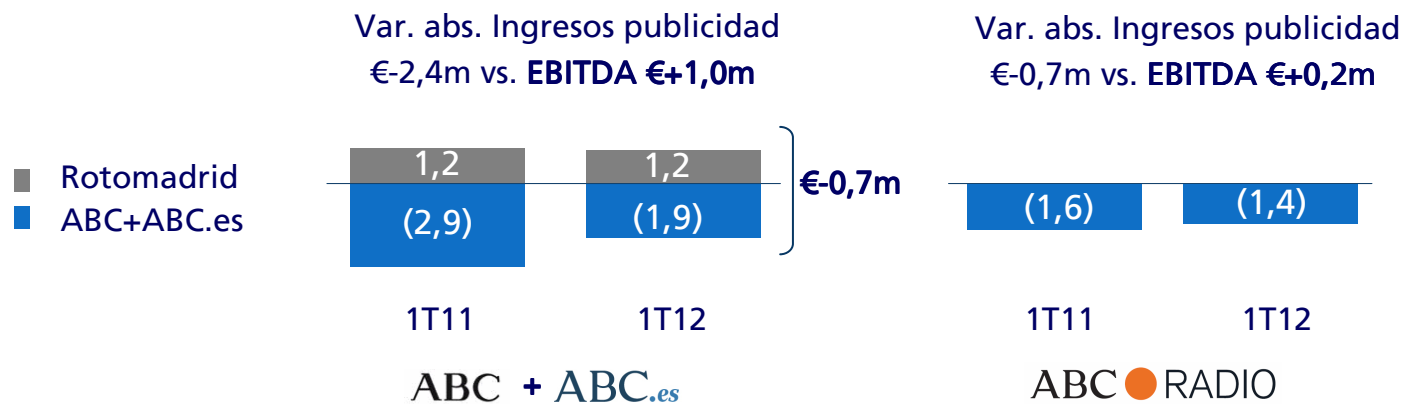
Fuente: OJD. Datos no certificados.

Evolución audiencia ABC.es y competencia (%)



Fuente: Nielsen Netview marzo 2012 vs. marzo 2011.

Evolución EBITDA de negocio comparable¹ (€m)



Nota 1: ABC excluye inversión en reestructuración en 1T12 por €-0,5m y 1T11 €-4,8m. Radio excluye inversión en reestructuración en 1T11 por €-0,2m.

Regionales: nuevos ingresos y continua eficiencia en costes...

Foco en difusión de calidad y rentable

- Difusión Prensa Regional 1T12 -7,5%
- Subida precios L-V €+0,10: estimada para 2T12

Fortalecimiento estrategia comercial

- Tarifa única 3.0: produce incremento de ingresos, de mancha publicitaria y de precio medio
- Total publicidad regional nacional 1T12 -10,6%
- Menor caída publicitaria 1T12 -16,6% vs. mercado¹ -21,2%
- Nuevas fuentes de ingresos en online: Oferplan y Kiosko y Más

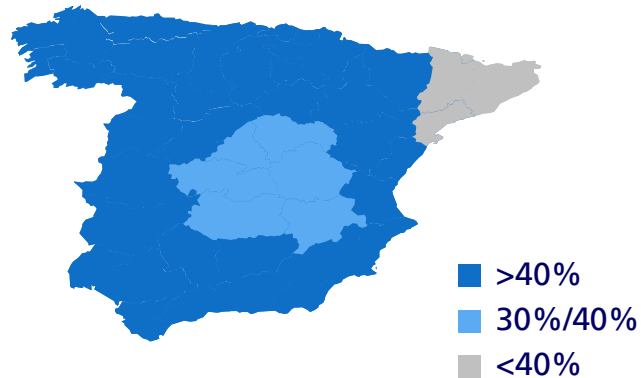
Eficiencias operativas

- Ahorros por la negociación de materias primas y paginación
- Foco en rentabilidad:
 - La Voz de Cádiz: impacto estimado €-0,4m por salidas de personal y ahorros en base anual de aprox. €1m
 - Suplementos editoriales rentables

... como ventaja competitiva

Estrategia 3.0: cobertura geográfica

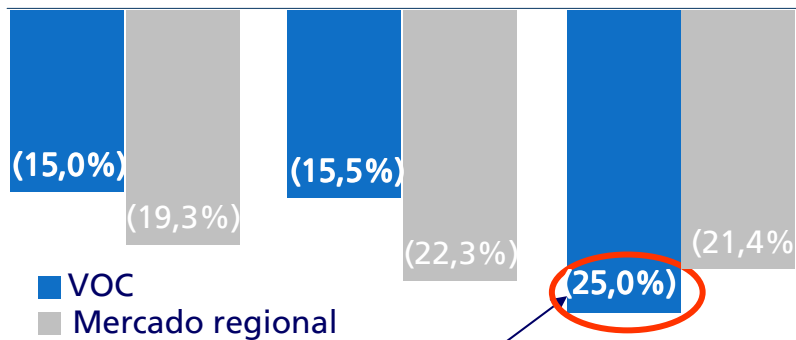
84% de cobertura exclusiva



Fuente: 1ª ola ac. EGM 2012.

Publicidad cabeceras regionales vs. competencia 1T12 (%)

>80 mil ejemp. 80 - >25 mil ejemp. >25 mil ejemp.



Plan ahorros en La Voz de Cádiz

Fuente: datos internos 1T12.

Cobertura online (%)

Tarifa 3.0: 7,1m de u.u.m.

vocento + HERALDO DE ALBANY **69%**

Diario de Navarra + La Voz de Galicia

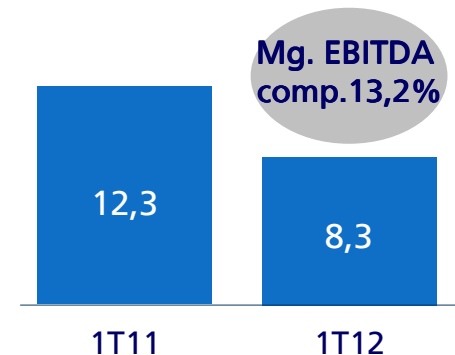
ELMUNDO.es **51%**

EL PAÍS.com **45%**

Fuente: Nielsen Netview marzo 2012.

Evolución de EBITDA de negocio comparable¹ (€m)

Var. abs. Ingresos publicidad €-4,6m vs. EBITDA €-4,0m

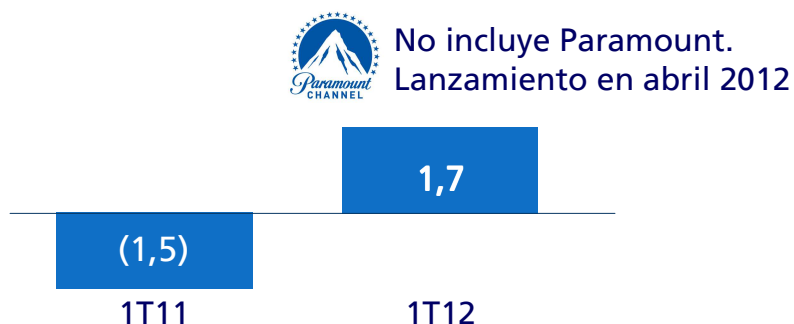


Nota 1: excluye inversión en reestructuración en 1T11 por €-0,5m y en 1T12 por €-0,7m

Audiovisual

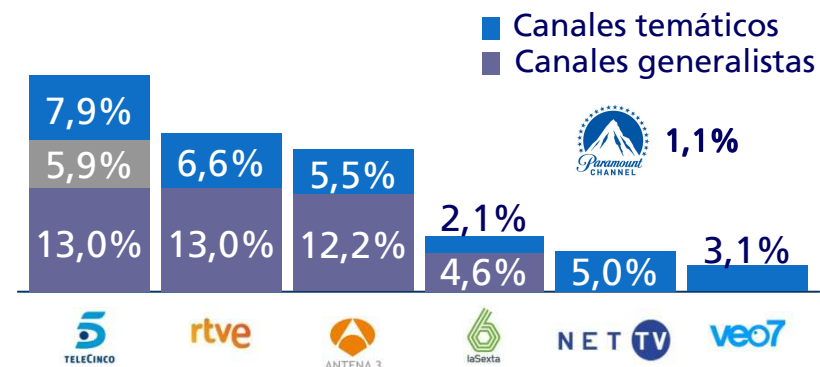
TDT: puesta en valor

EBITDA comparable TDT Nacional (€m)



El múltiplex alcanza cuota del 5,0%

Cuota de audiencia TDT abril 2012 (%)



Fuente: Kantar Media. Diferencia canales generalistas de los temáticos (Cuatro se separa de TL5). No se incluyen canales TDT de pago.

Contenidos: mantenimiento en EBIT

- Foco en EBIT: optimización de estructura y menor amortización (€-0,8m)
- Sinergias por acuerdo de TDT

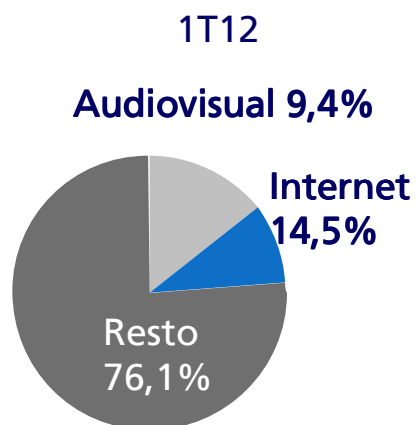
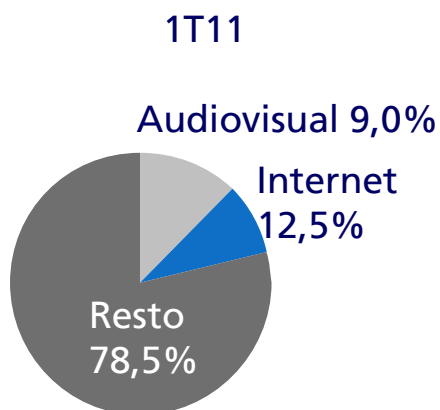
Evolución EBIT y EBITDA comparables¹ 1T11 y 1T12 (€m)



Nota 1: excluye inversión en reestructuración en 1T11 por €-0,2m.

Internet: mejora perfil de ingresos por posicionamiento

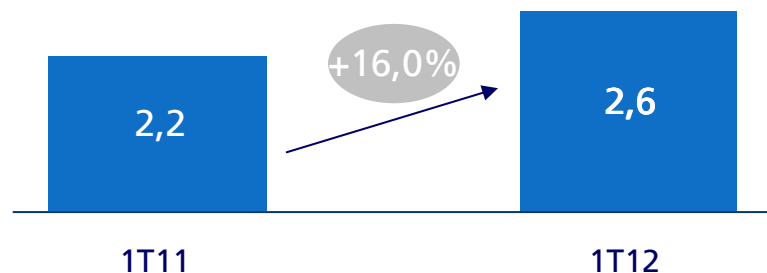
Incremento del peso de publicidad de Internet en las marcas de VOC



Internet supone 14,5% del total de publicidad de VOC 1T12 (+2,0 p.p. vs. 1T11)

Único grupo de Media con red propia de Clasificados

Ingresos publicidad (€m) y crec.(%)

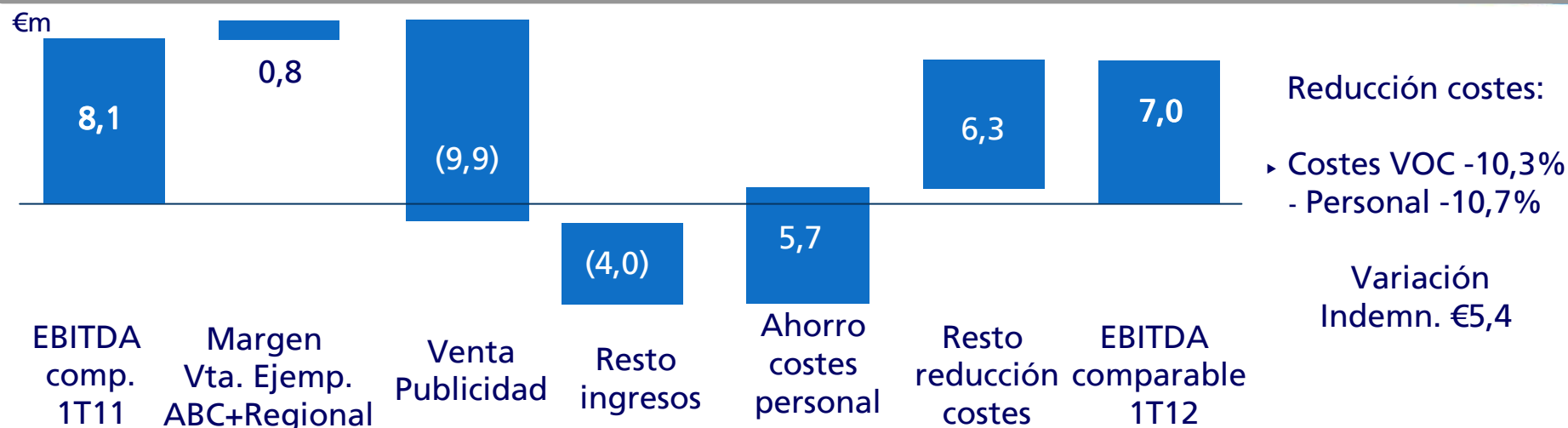


Peso de Clasificados 35,6% publicidad 1T12 Internet

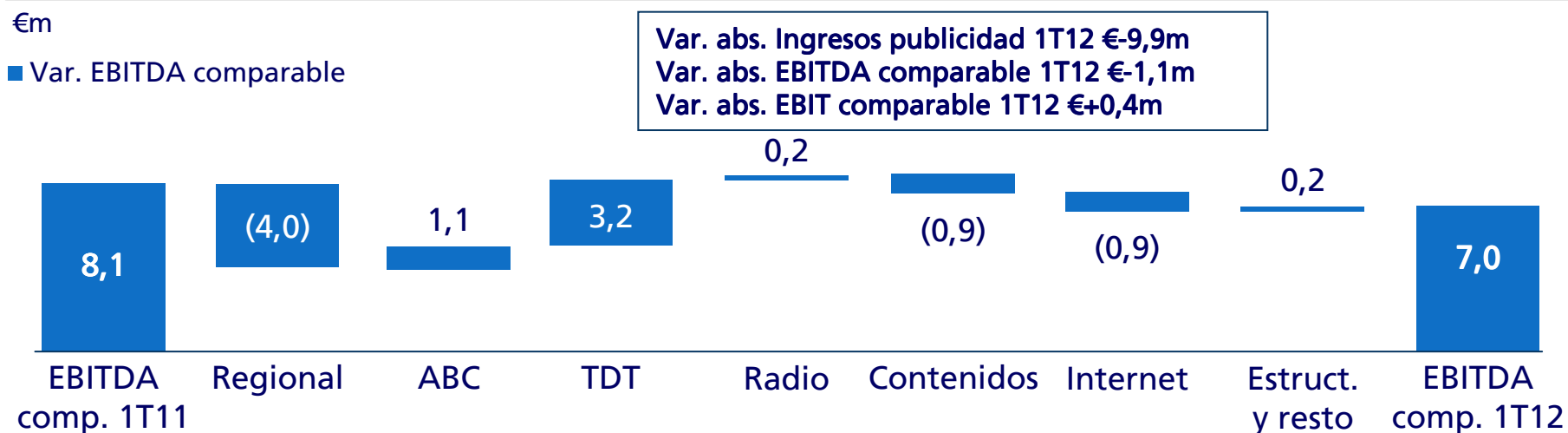
Mayor inversión vía OPEX por ser área en crecimiento

Continuo objetivo de eficiencia

EBITDA comparable¹ 1T12: el ahorro en costes absorbe la caída en ingresos...



EBITDA comparable¹ 1T12 por negocio

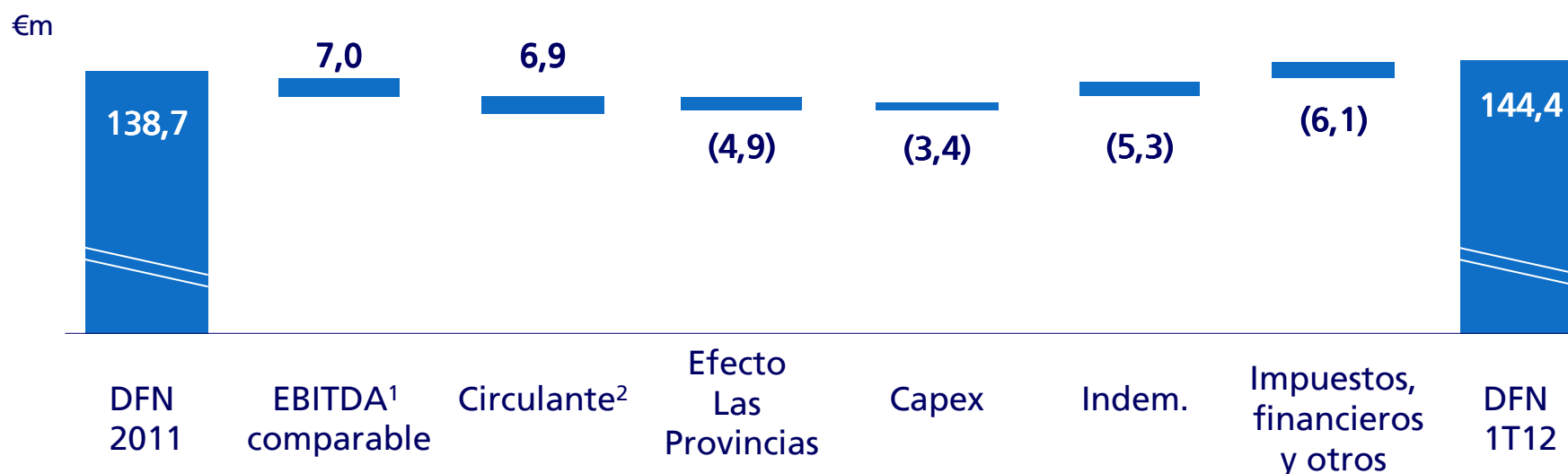


Nota 1: excluye inversión en reestructuración en 1T12 por €-1,3m y en 1T11 por €-6,6m.

Posición financiera diferencial frente al sector

- ▶ **Posición financiera diferencial frente al sector ante la incertidumbre del ciclo:** deuda financiera neta 1T12 €-144,4m, que incluye caja y otros medios equivalentes de €36,2m
- ▶ **Líneas de crédito disponibles** aproximadamente €70m a nivel corporativo
- ▶ **Protección de caja y gestión del circulante como objetivos clave:**
 - Acuerdo firmado de Las Provincias permite pago aplazado
 - Pago pendiente regularización crédito fiscal y cobros pendiente de AAPP
- ▶ **Posición de autocartera a 31 de marzo de 2012: 3,10%**

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 2011-1T12



Nota 1: excluye inversión reestructuración en 1T12 por €-1,3m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).



Información Financiera 1T12

Cuenta de Resultados Consolidada 1T12

NIIF. €m	1T12	1T11	Var %
Ventas de ejemplares	60,0	65,5	(8,2%)
Ventas de publicidad	50,4	60,2	(16,4%)
Otros ingresos	45,4	48,3	(5,9%)
Ingresos de explotación	155,9	174,0	(10,4%)
EBITDA	5,8	1,5	295,1%
Amortizaciones	(8,8)	(10,3)	(14,4%)
Rdo. enajenación inmovilizado	0,0	12,9	(100,0%)
Rdo. de explotación (EBIT)	(3,0)	4,1	(173,4%)
Rdo. Sociedades método participación	(0,1)	(0,3)	54,0%
Diferencial financiero	(0,6)	(1,6)	61,9%
Impuesto sobre sociedades	1,9	(0,6)	408,9%
Resultado neto del ejercicio	(1,9)	1,6	(217,3%)
Minoritarios	(1,5)	(1,4)	(5,4%)
Resultado sociedad dominante	(3,4)	0,3	n.r.
Gastos explotación comparables¹	(148,9)	(165,9)	(10,3%)
EBITDA comparable¹	7,0	8,1	(13,3%)
EBIT comparable^{1 2}	(1,8)	(2,2)	18,1%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%. n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

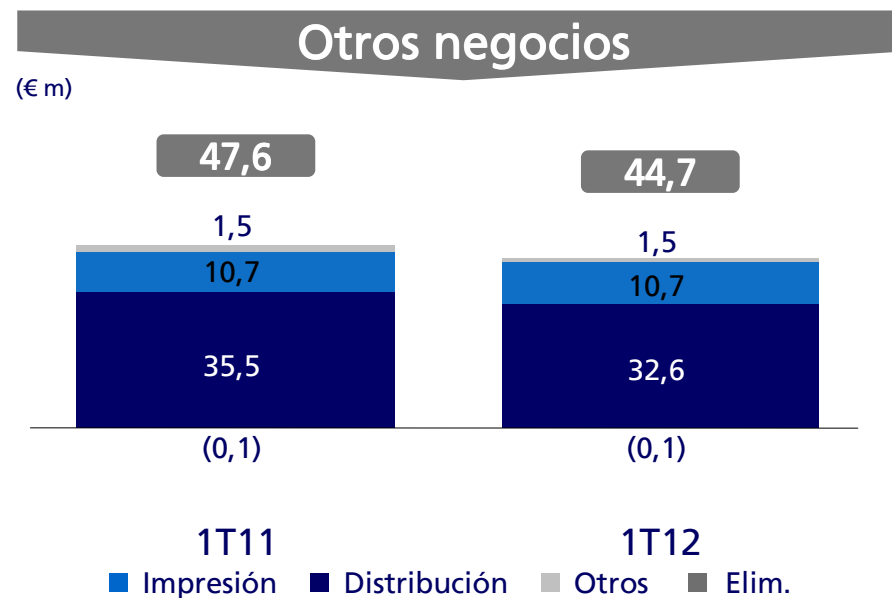
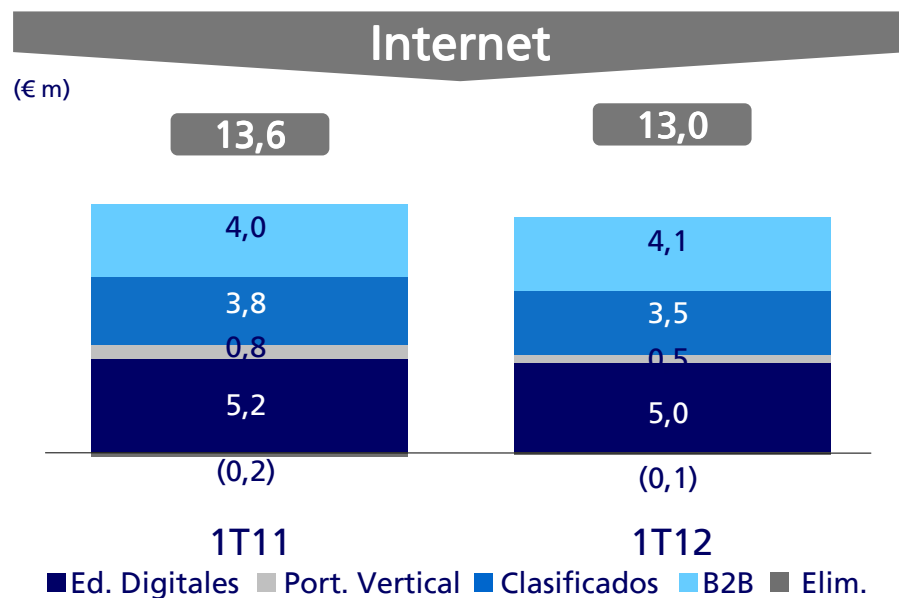
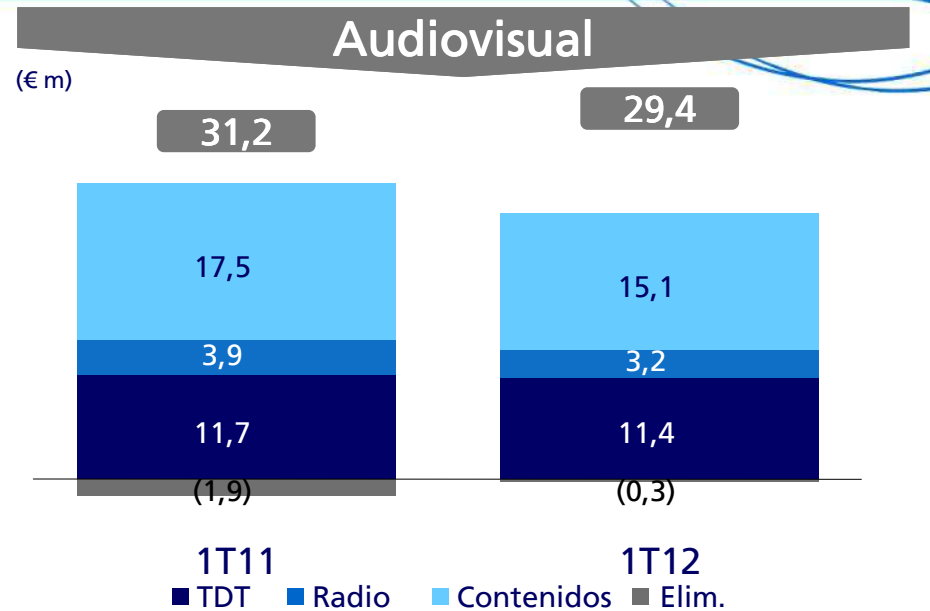
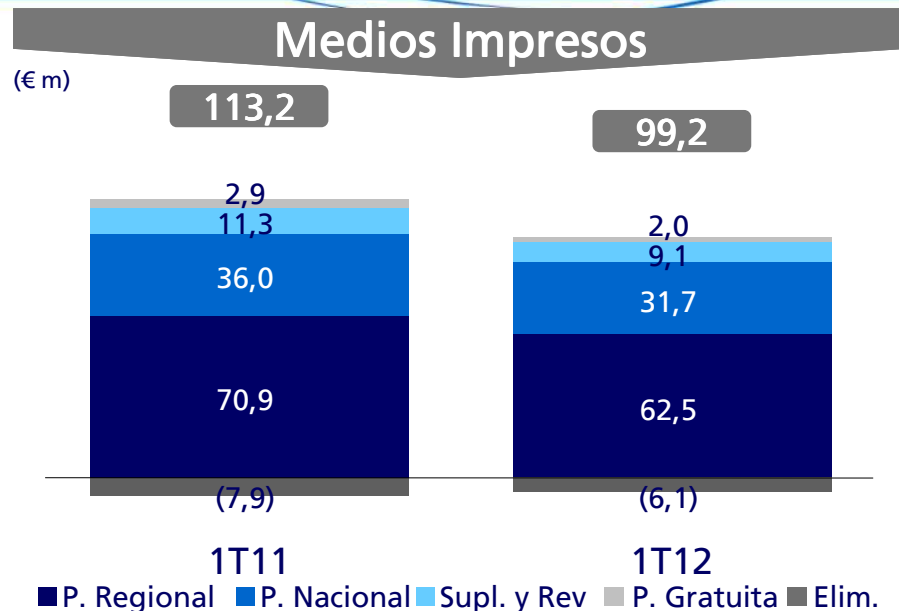
Nota 1: excluye inversión en reestructuración en 1T12 por €-1,3m y en 1T11 por €-6,6m.

Nota 2: excluye Rdo. enajenación principalmente venta terrenos ABC.

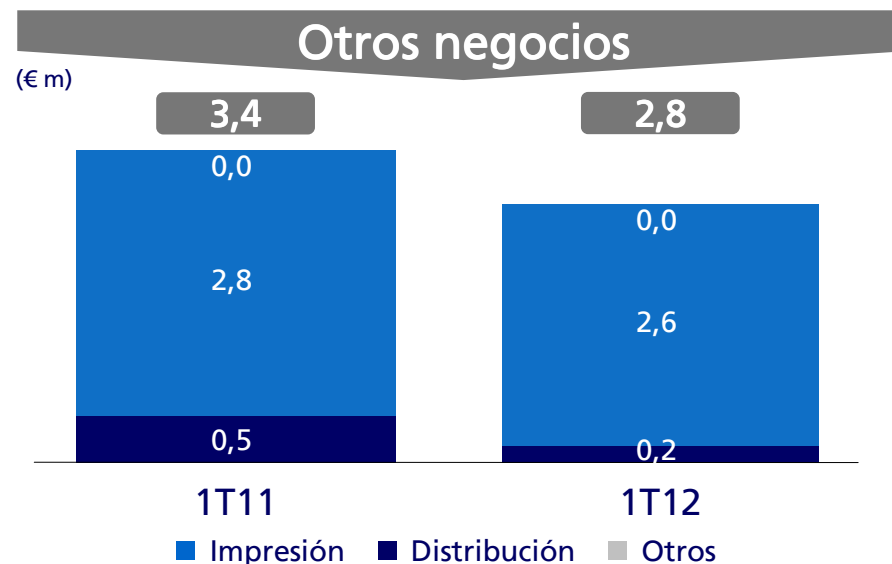
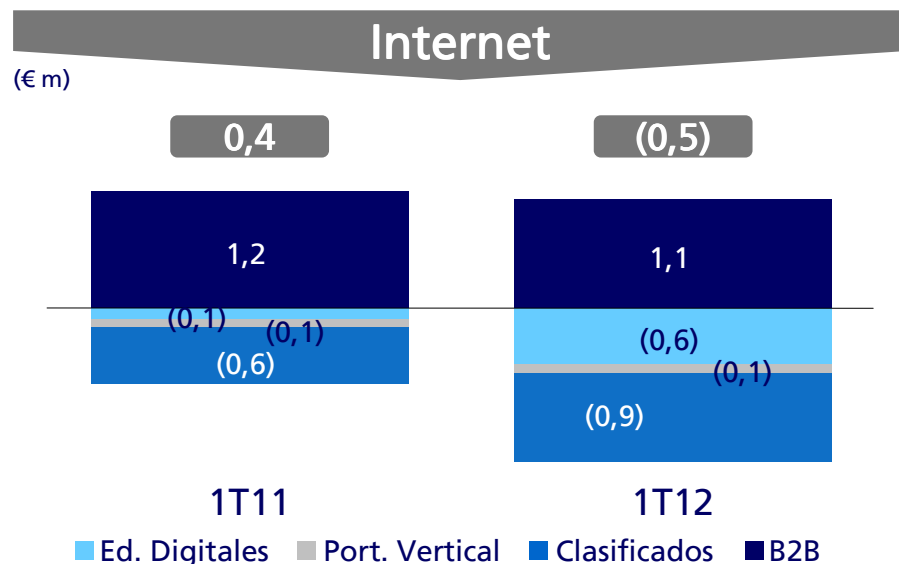
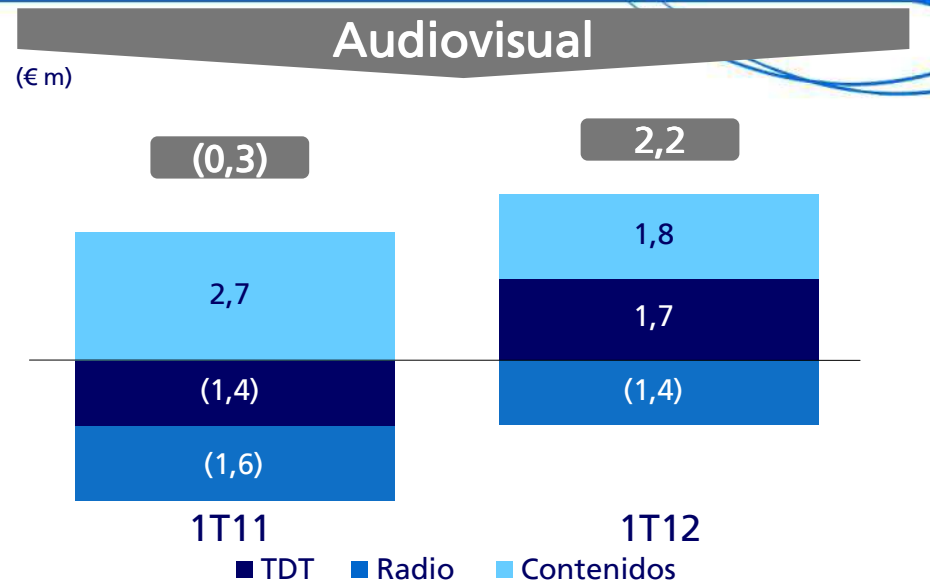
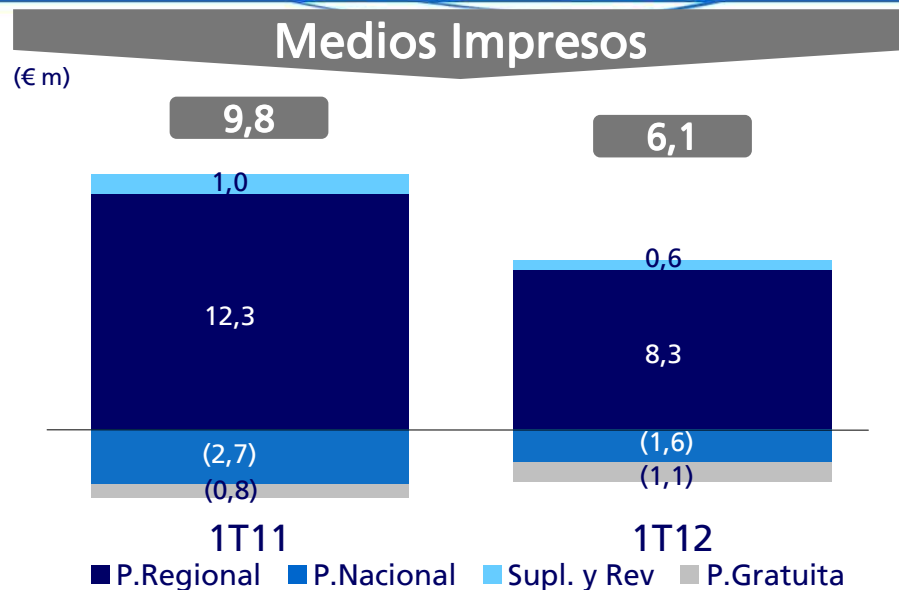
Balance Consolidado a 31 de marzo de 2012

NIIF. €m	1T12	2011		1T12	2011
Activos no corrientes	639,7	639,7	Patrimonio neto	422,4	427,1
Activo intangible	219,6	222,2			
Propiedad, planta y equipo	209,0	212,2			
Part. por método participación	19,1	19,2			
Otros activos no corrientes	192,1	186,1			
Activos corrientes	229,0	269,4	Total pasivo	446,5	482,2
Otros activos corrientes	192,8	216,1	Deuda financiera	180,5	192,0
Efectivo y medios equivalentes	36,2	53,3	Otros pasivos	266,0	290,2
Activos mantenidos a la venta	0,2	0,2			
Total Activo	868,9	909,3	Total Pasivo	868,9	909,3

Ingresos por área de negocio



EBITDA comparable¹ por área de negocio



Nota 1: excluye inversión reestructuración: Medios Impresos 1T12 €-1,1m y 1T11 €-5,4m; Audiovisual 1T11 €-0,5m, Internet 1T11 €-0,3m, y Otros negocios 1T12 €-0,1m.

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