



Resultados 1T11
13 de mayo de 2011

VOCENTO ver, escuchar, leer y sentir.

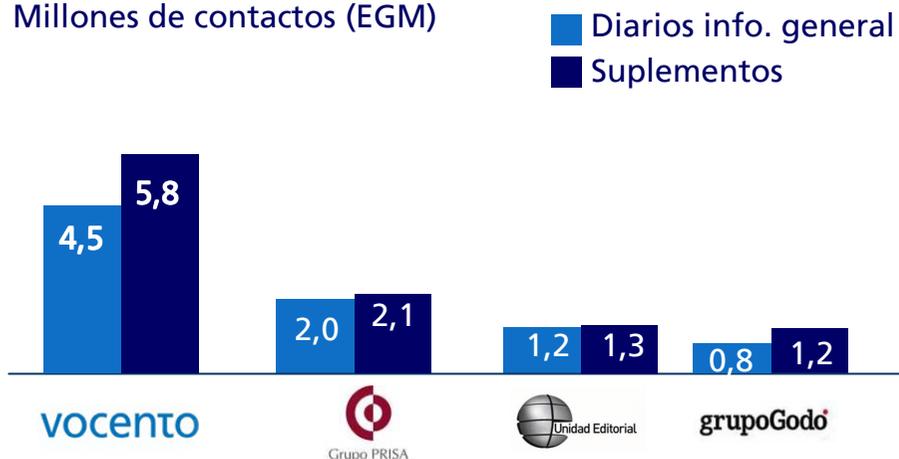
Aspectos más destacables 1T11

- ▶ La estrategia basada en el liderazgo de las marcas de VOC permite:
 - Absorber el descenso en ingresos derivado del entorno macroeconómico
 - Consolidar liderazgo en mercado de prensa: 4,5m de contactos (EGM 1ª ola ac. 2011)
 - Incrementar cuota de mercado: gap difusión mar11 ABC vs. El Mundo <14mil ejem.¹
- ▶ Inversión para generar valor y reflejo del apalancamiento operativo:
EBITDA ajustado² 1T11 €8,1m
 - Mejora de EBITDA y de rentabilidad en Medios Impresos (margen +2,7 p.p. y ABC €+2,9m) e Internet, que alcanza break even
 - Apuesta controlada en Audiovisual: inversión en "La 10" y 1T11 afectado por estacionalidad de Contenidos (variación EBITDA ajustado³ 1T11/10 €-3,0m)
 - Inversión en reestructuración 1T11 (€-6,6m) intrínseco a la transformación del sector
- ▶ El posicionamiento en Internet/Audiovisual sigue mejorando el perfil de ingresos, representa 25,8% total VOC, +2,3 p.p. vs. 1T10:
 - Audiovisual: crecimiento en ingresos TDT +48,2% (€+3,8m), representando los ingresos de publicidad 9,0% de la publicidad total de VOC
 - Internet: contribuye 12,5% publicidad total VOC. Crecimiento ingresos B2C +12,4%
- ▶ Sólida posición financiera ante la incertidumbre del ciclo: deuda financiera neta 1T11 €-99,5m vs. 2010 €-120,6m

Liderazgo de marcas tradicionales

VOC líder en prensa y suplementos...

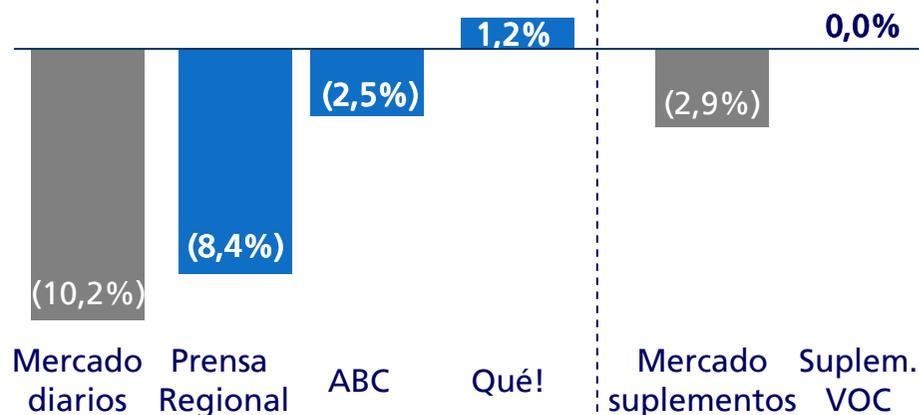
Millones de contactos (EGM)



Fuente: EGM 1ª ola 2011.

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

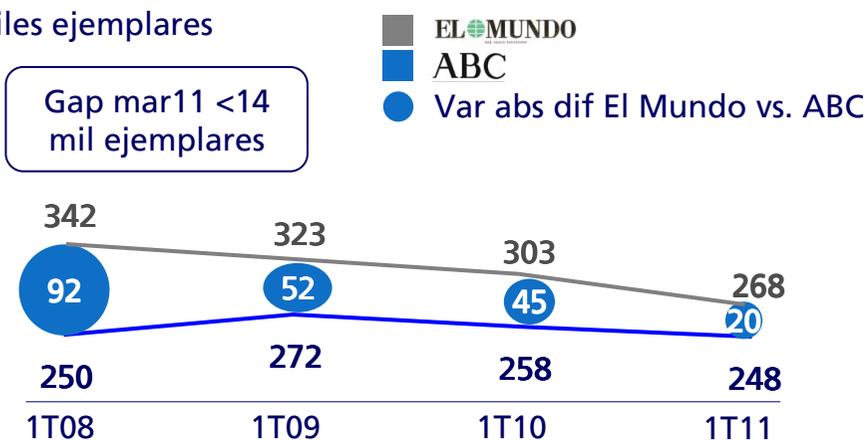
Var. Ing. publicidad 1T11 (%)



Fuente: InfoAdex y VOC.

ABC continúa ganando cuota en difusión...

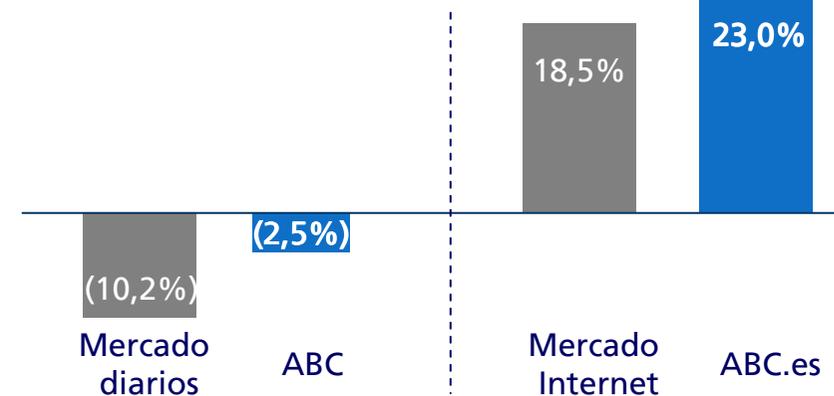
Miles ejemplares



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

... y cuota publicitaria

Var. Ing. publicidad 1T11 (%)

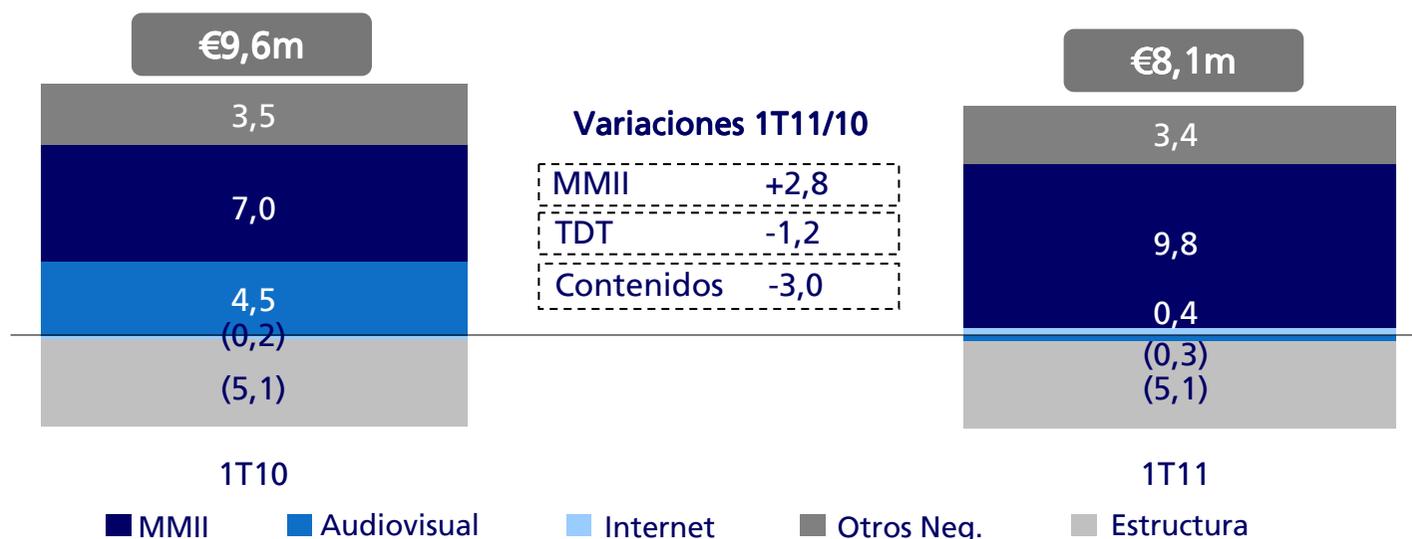


Fuente: InfoAdex y VOC.

Inversión para generar valor y reflejo del apalancamiento operativo

- ▶ Equilibrio entre inversión, para puesta en valor del área Audiovisual y reestructuración adicional con reflejo en apalancamiento operativo:
 - Mejora en EBITDA de Medios Impresos (€+2,8m) y en rentabilidad (mg. EBITDA 1T11 8,6%, +2,7 p.p. vs. 1T10) e Internet (alcanza break even, mg. EBITDA 1T11 3,0%)
 - Apuesta controlada en Audiovisual:
 - Inversión en "La 10" con EBITDA TDT €-1,4m y posicionamiento de nicho (audiencia NET TV 4,1%¹)
 - Estacionalidad de Contenidos afecta 1T11 (Variación EBITDA 1T11/10 €-3,0m)
 - Inversión en reestructuración 1T11 €-6,6m para reforzar apalancamiento operativo

EBITDA ajustado² por área y var. abs. (€m)



Nota 1: fuente Kantar Media abr11. Nota 2: EBITDA ajustado por inversión en reestructuración 1T11 €-6,6m y 1T10 €-0,2m.

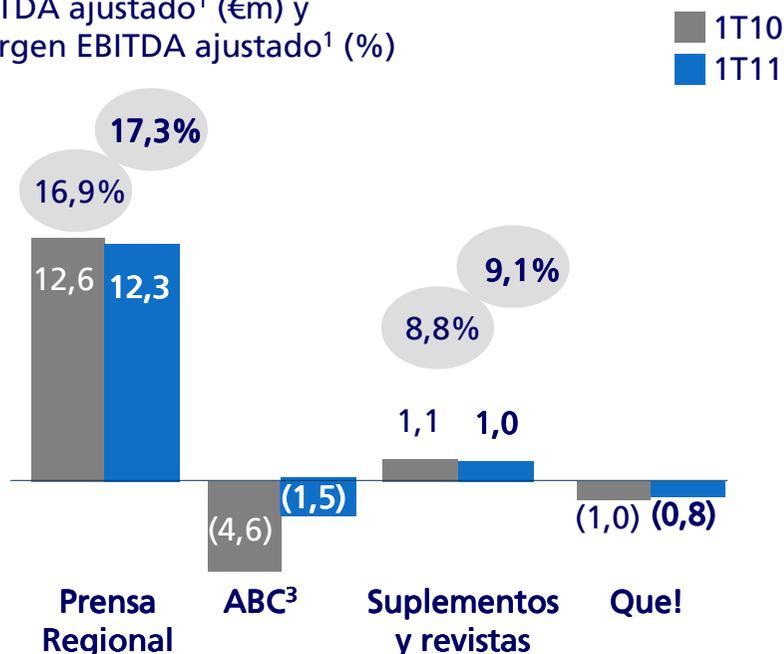
Mejora de rentabilidad...

► Mejora de rentabilidad en Medios Impresos e Internet:

- **Medios Impresos:** mejora EBITDA €+2,8m, reducción costes -6,8%¹ y mg EBITDA 1T11 8,6%¹, +2,7 p.p. vs. 1T10
- **Internet:** representa ya el 12,5% de la publicidad de VOC en 1T11 (+1,6 p.p. vs. 1T10) y alcanza break even de EBITDA (€0,4m²) con un margen del 3,0%

Mejora en rentabilidad en MMII

EBITDA ajustado¹ (€m) y
Margen EBITDA ajustado¹ (%)



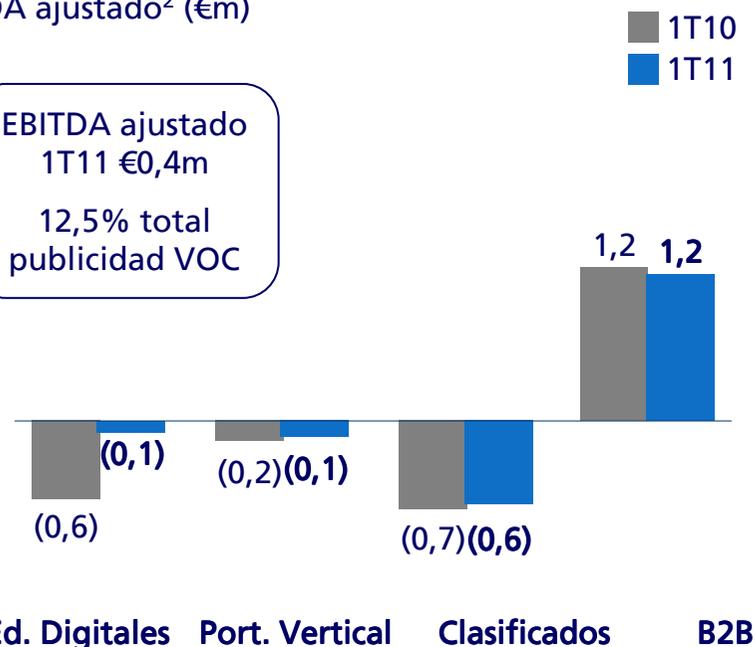
Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 1T11 €-5,5m.

Nota 3: incluye EBITDA de Rotomadrid que se reporta en "Otros Negocios".

Mejora en rentabilidad en Internet

EBITDA ajustado² (€m)

EBITDA ajustado
1T11 €0,4m
12,5% total
publicidad VOC



Nota 2: ajustado por inversión en reestructuración 1T11 €-0,3m.

...por estrategia combinada de marcas

Marcas Regionales: mejora en rentabilidad...

EBITDA ajustado¹ (€m) y mg. EBITDA¹ (%)
Prensa Reg. + Portales Locales



Nota 1: ajustado por reestructuración 1T11 €-0,5m.

Publicidad Prensa Regional y Portales Locales 1T11 -6,6%

Prensa Regional mantiene EBITDA

Costes ajustados Prensa Regional 1T11 -4,9%

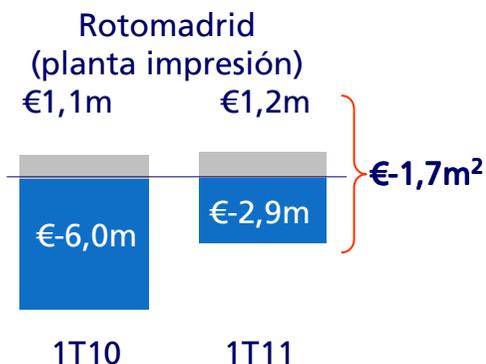
...y liderazgo y crecimiento en Internet

- ▶ Cuota difusión Prensa Regional VOC 25,7%¹
- ▶ Venta de ejemplares +0,1%
- ▶ La publicidad de Portales locales supone 11,2% total publicidad Regional (+1,8 p.p. vs. 1T10)
- ▶ Portales locales: breakeven, margen EBITDA 3,8%

Nota 1: OJD (1T11 no auditado).

ABC: continua mejora del EBITDA...

EBITDA ajustado¹ ABC + ABC.es (€m)



Publicidad ABC+ABC.es 1T11 -0,7%

ABC+ABC.es mejora EBITDA €+3,1m

Costes ajustados ABC 1T11 -9,9%

...y cuota de mercado

- ▶ Difusión ABC -4,1%¹ vs. competidores -13,3%¹
- Difusión kiosco -2,4%¹ vs. competidores -15,9%¹
- Gap El Mundo vs. ABC: <14 mil¹ ej. difusión mar11
- ▶ Mejor evolución publicidad 1T11 vs. mercado:
 - ABC prensa -2,5% vs. -10,2%² mercado
 - ABC.es +23,0% vs. +18,5%² mercado

Nota 1: ajustado por reestructuración 1T11 €-4,8m.

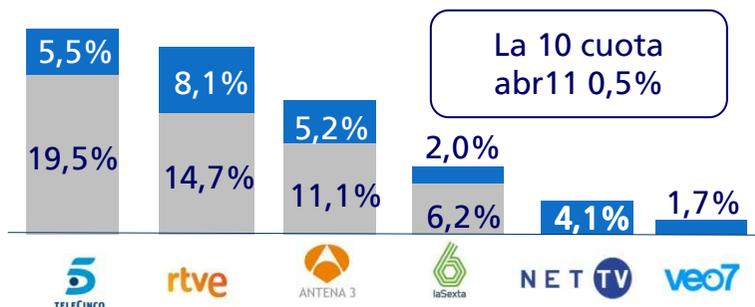
Nota 2: incluye EBITDA de Rotomadrid que se reporta en "Otros Negocios".

Nota 1: OJD (1T11 no auditado). Competidores: El Mundo y La Razón. Nota 2: InfoAdex.

Apuesta controlada en Audiovisual

Net TV supera 4% de audiencia

Cuota audiencia por familia de canales abril 2011 (%)



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

Core	(3,8)	(1,7)	(3,6)	(0,6)	n.a.	n.a.
Temáticos	4,1	1,9	3,3	2,0	2,1	1,3

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

Estacionalidad en Contenidos

- ▶ Estacionalidad en Contenidos que afecta la comparativa: Var. EBITDA 1T11/10 €-3,0m
 - Impacto de ventana DVD's en Tripictures y activación de formatos (sin impacto en EBIT) y retraso calendario productoras
- ▶ Crecimiento internacional de las productoras (venta de formatos en el exterior) y mejora de cartera

Inversión en posicionamiento de nicho

EBITDA TDT (€m)

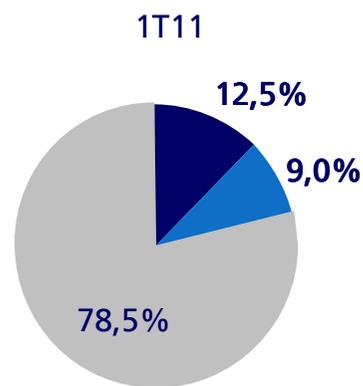
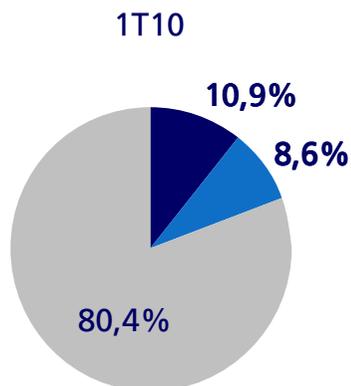


Valor de las licencias de Radio

- ▶ Audiencia: consolida según último estudio EGM audiencia >500mil oyentes¹
- ▶ Cobertura: concursos pendientes Comunidad Valencia, Andalucía y Galicia
- ▶ Continúa eficiencia: costes ajustados 1T11 -1,5%

Internet+Audiovisual mejoran el perfil de ingresos de VOC

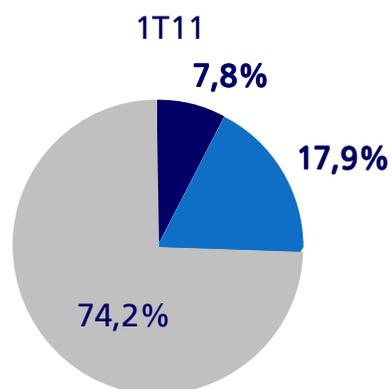
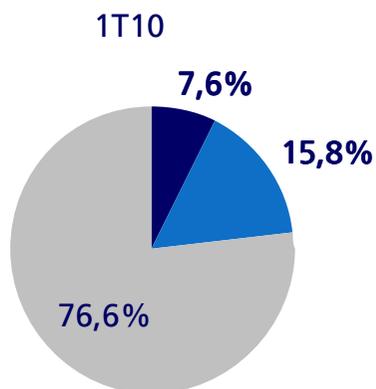
Mix de ingresos publicitarios VOC (%)



Internet representa el 12,5% de la publicidad de VOC en 1T11 (+1,6 p.p. vs. 1T10)

Publicidad Internet+Audiovisual: 21,5%

Mix de ingresos totales VOC (%)



Internet+Audiovisual: 25,8% del total de ingresos de VOC en 1T11

■ Internet

■ Audiovisual

■ Medios impresos y resto¹

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

Sólida posición financiera ante la incertidumbre de ciclo

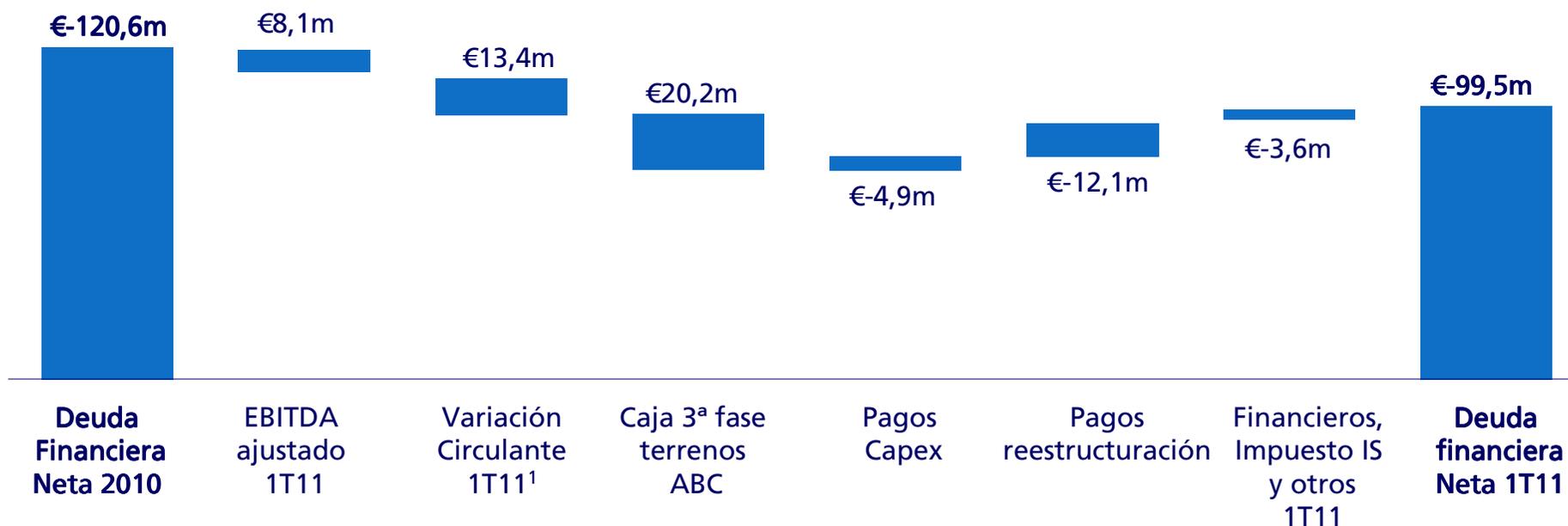
► Sólida posición financiera ante la incertidumbre del ciclo:

deuda financiera neta 1T11 €-99,5m vs. 2010 €-120,6m

- Entrada de caja por la 3ª fase de la venta de terrenos de ABC en enero 2011: €20,2m
- Salidas de caja 1T11: pagos por reestructuración y Capex Internet-Audiovisual

► Posición de autocartera a cierre de 1T11: 2,89%

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



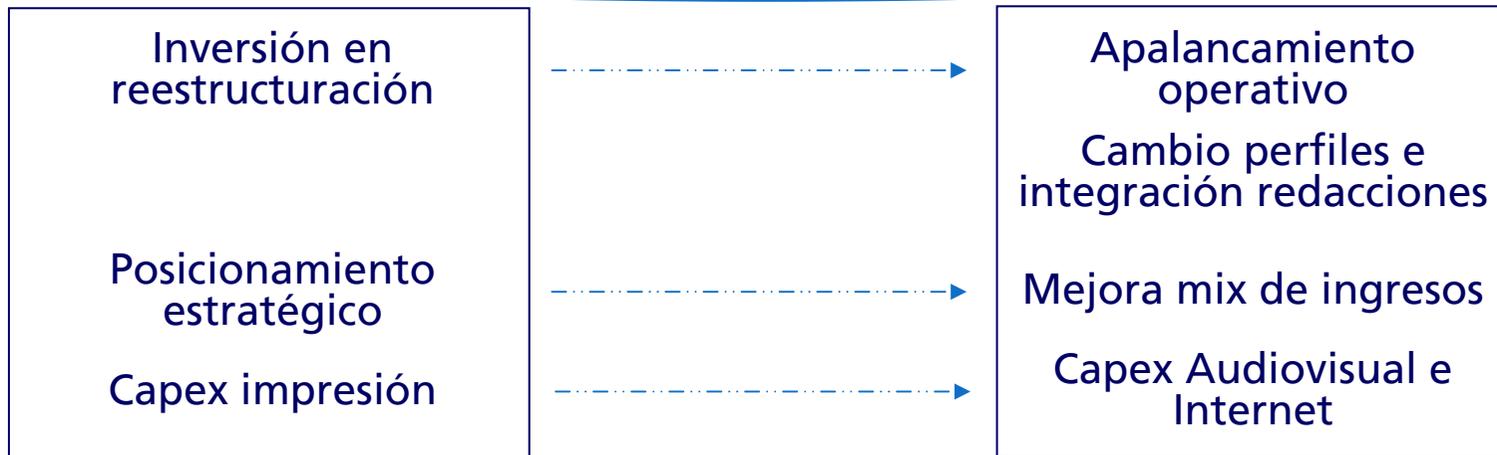
Nota 1: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).

2011: puesta en valor de la transformación del negocio

2008-2010

2011

Transformación del negocio



Sólida posición financiera

Marcas líderes

Convergencia Audiovisual/Internet

Puesta en valor:

- ABC: rentabilidad y liderazgo
- TDT: posicionamiento de nicho
- Radio: valor de las licencias



Información Financiera 1T11

Cuenta de Resultados Consolidada 1T11

NIIF. €m	1T11	1T10	Var %
Ventas de ejemplares	65,5	67,9	(3,6%)
Ventas de publicidad	60,2	62,4	(3,4%)
Otros ingresos	48,3	45,3	6,5%
Ingresos de explotación	174,0	175,6	(0,9%)
EBITDA	1,5	9,5	(84,6%)
Amortizaciones	(10,3)	(11,8)	(13,3%)
Rdo. enajenación inmovilizado	12,9	(0,1)	n.r.
Rdo. de explotación (EBIT)	4,1	(2,5)	266,8%
Rdo. Sociedades método participación	(0,3)	(0,0)	n.a.
Diferencial financiero	(1,6)	(1,7)	7,1%
Impuesto sobre sociedades	(0,6)	0,5	n.a.
Resultado neto del ejercicio	1,6	(3,8)	143,2%
Minoritarios	(1,4)	(1,4)	3,7%
Resultado sociedad dominante	0,3	(5,2)	105,0%
EBITDA ajustado¹	8,1	9,6	(15,9%)

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 1T11 €-6,6m y 1T10 €-0,2m.

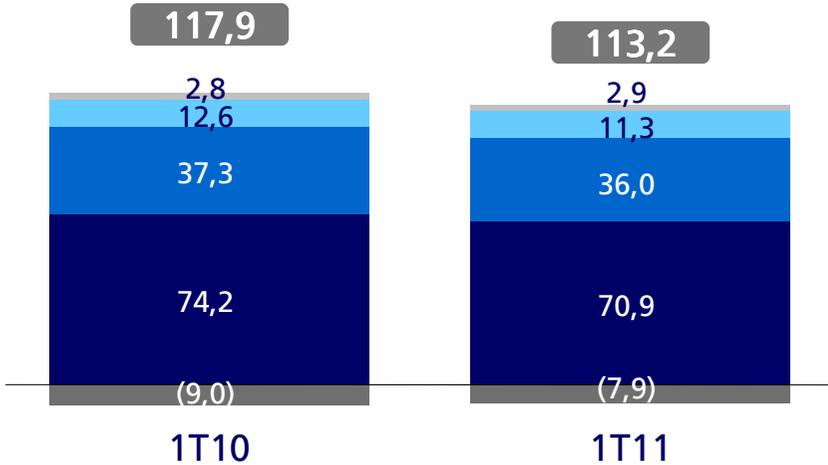
Balance Consolidado a 31 de marzo de 2011

NIIF. €m	1T11	2010		1T11	2010
Activos no corrientes	692,3	703,8	Patrimonio neto	489,2	489,2
Activo intangible	261,6	265,0			
Propiedad, planta y equipo	232,4	239,6			
Part. por método participación	18,8	19,1			
Otros activos no corrientes	179,4	180,1			
Activos corrientes	256,9	284,4	Total pasivo	460,1	502,9
Efectivo y medios equivalentes	65,2	69,0	Deuda financiera	164,7	189,6
Otros activos corrientes	191,7	215,4	Otros pasivos	295,5	313,3
Activos mantenidos a la venta	0,2	3,9			
Total Activo	949,3	992,1	Total Pasivo	949,3	992,1

Ingresos por área de negocio

Medios Impresos

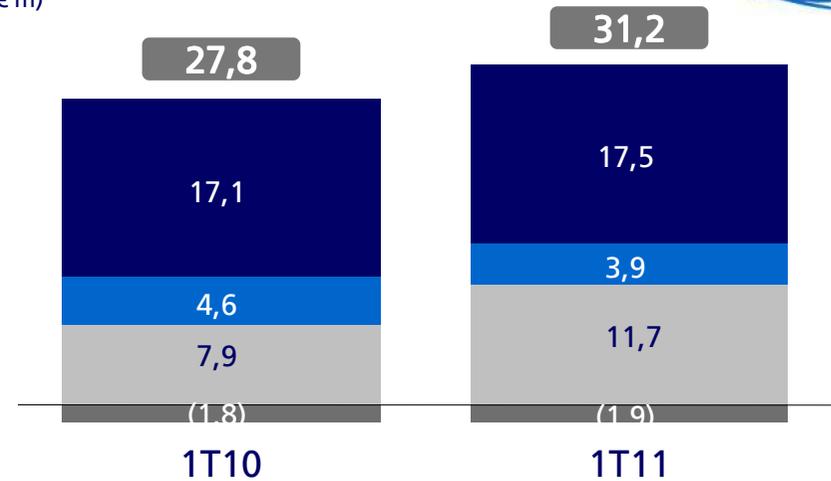
(€ m)



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

Audiovisual

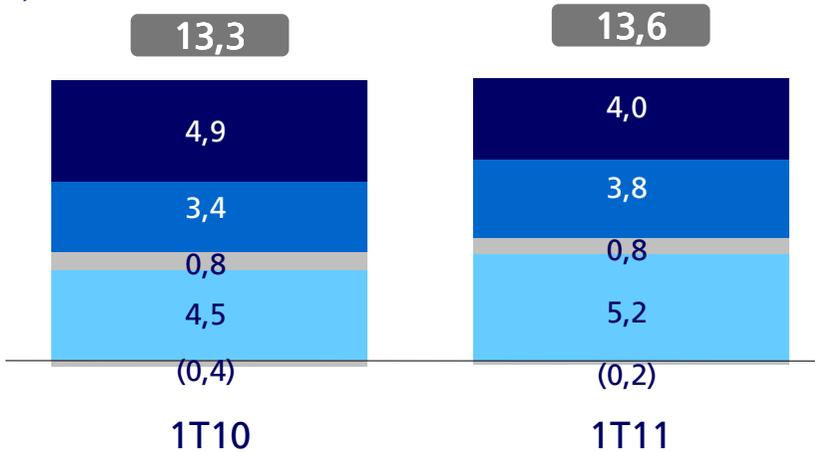
(€ m)



■ TDT ■ Radio ■ Contenidos ■ Elim.

Internet

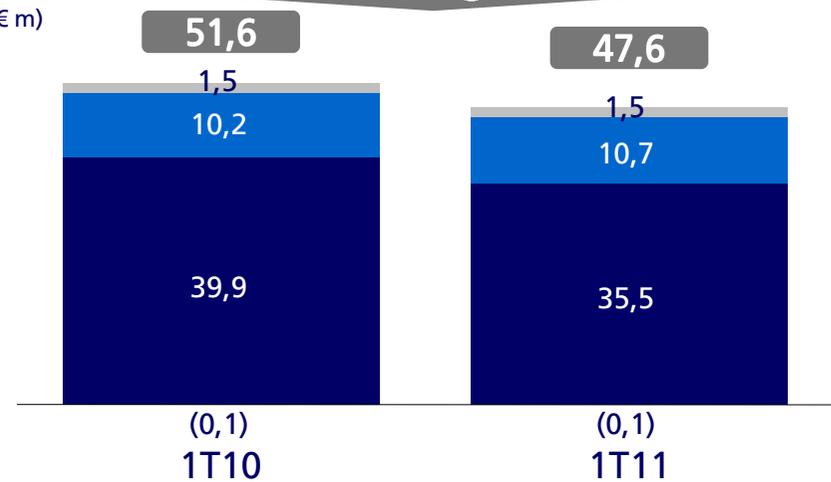
(€ m)



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

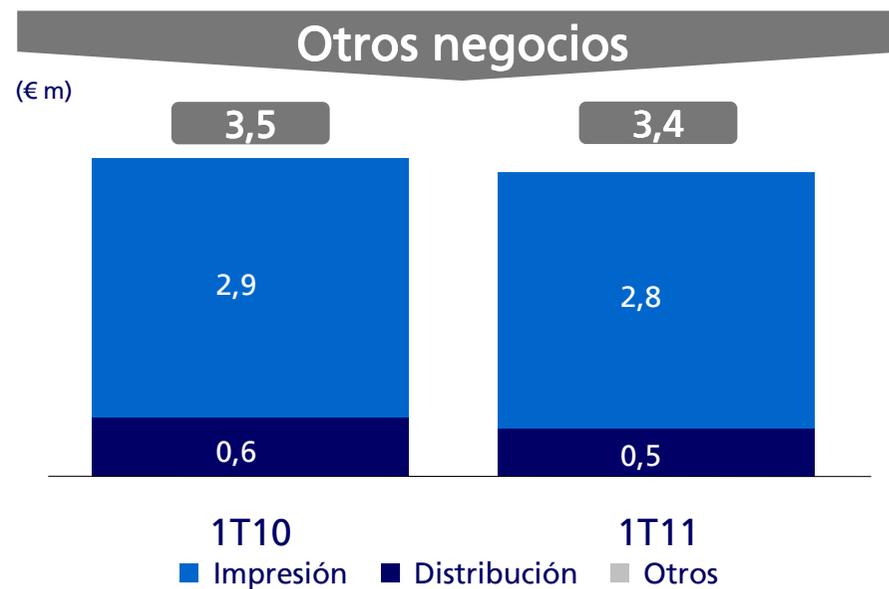
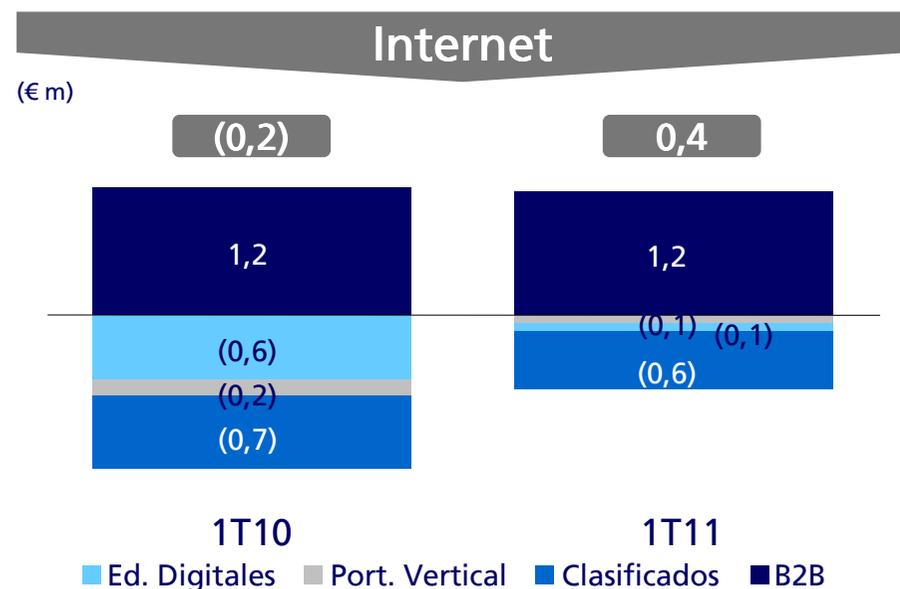
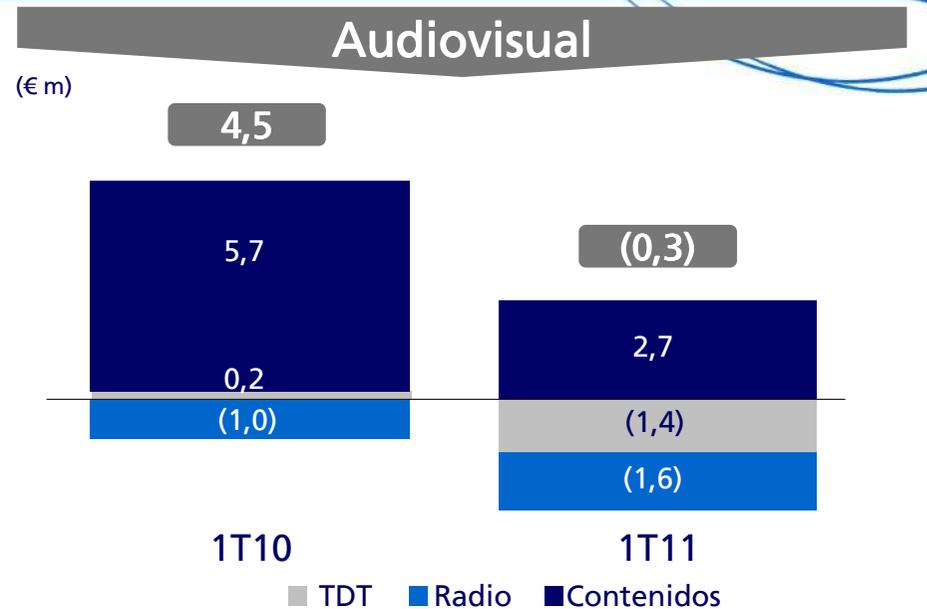
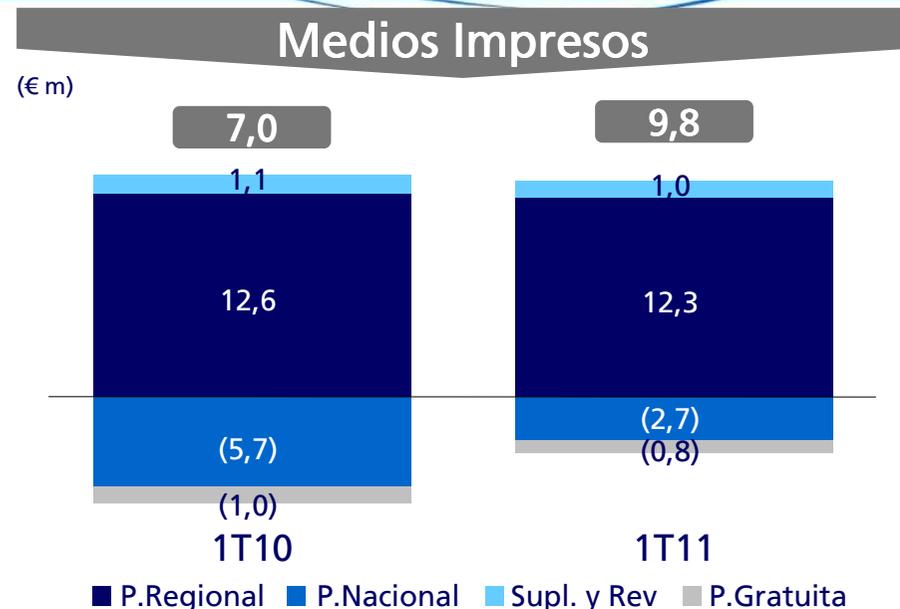
Otros negocios

(€ m)



■ Impresión ■ Distribución ■ Otros ■ Elim.

EBITDA ajustado por área de negocio



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