



**Resultados 9M11**  
**11 de noviembre de 2011**

---

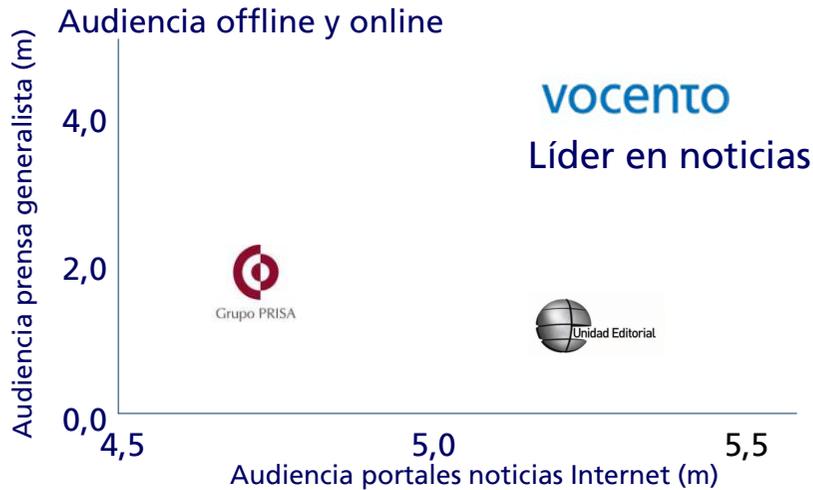
VOCENTO ver, escuchar, leer y sentir.

## Aspectos más destacables 9M11

- ▶ Ingresos de **publicidad** afectados por el ciclo (9M11/10 €-15,7m) pero:
  - Incremento de cuota de mercado publicitaria en prensa e Internet
  - Potencial en ingresos vinculado a la fortaleza de las marcas de VOC
- ▶ Continúa la eficiencia en costes a pesar de la mayor actividad en Audiovisual:
  - Costes 9M11 -1,7%<sup>1</sup>, costes de personal 9M11 -6,3%<sup>1</sup>
  - EBITDA ajustado 9M11 €22,7<sup>1</sup>m. **Medios Impresos por encima de 9M10 (€+0,7<sup>1</sup>m)**
- ▶ Mejora de EBITDA en los negocios en pérdidas con objetivo de rentabilidad:
  - **ABC: mejora en EBITDA 9M11 en €+7,1m<sup>2</sup>**
  - **TDT: contención de costes en La 10 con mejora evolución en EBITDA 3T11 vs. 2T11**
  - **Radio: obtención de licencias y lanzamiento de ABC ● RADIO**
- ▶ Mejora perfil de ingresos por posicionamiento en Internet:
  - **Internet: aporta 13,6% de la publicidad total VOC**
  - Lanzamiento de **KIOSKO y más** como nuevo soporte de contenidos premium
- ▶ **Posición financiera diferencial en el sector: deuda financiera neta 9M11 €-119,2m**

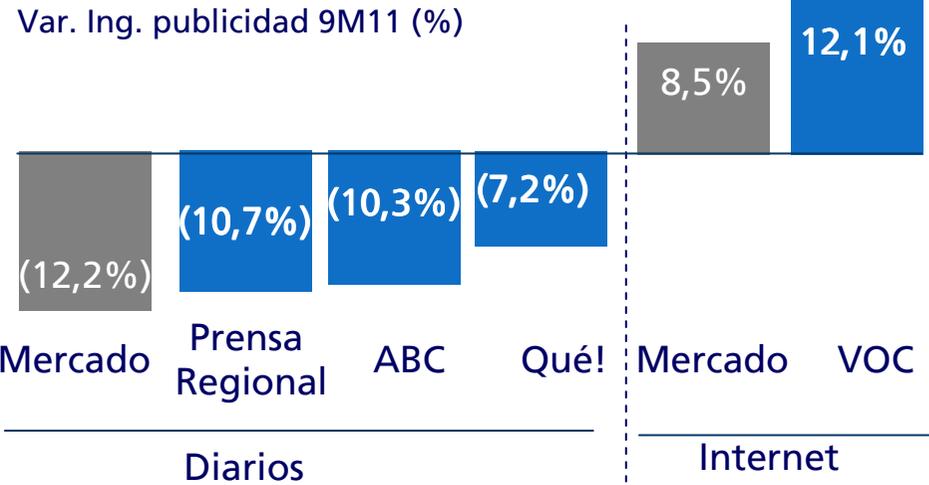
# Foco en la generación de ingresos de las marcas

## Liderazgo en información general



Fuente: contactos EGM 2ª ola ac. 2011 y u.u.m Niesen Netview sep11.

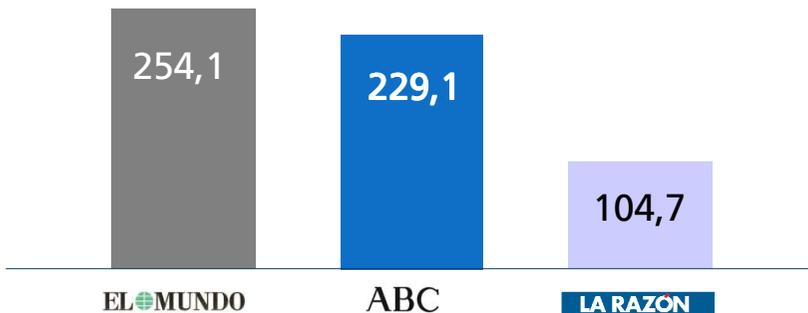
## ...que se refleja en una mejora de cuota publicitaria



Fuente: InfoAdex y VOC.

## Sólida posición de ABC y foco en rentabilidad...

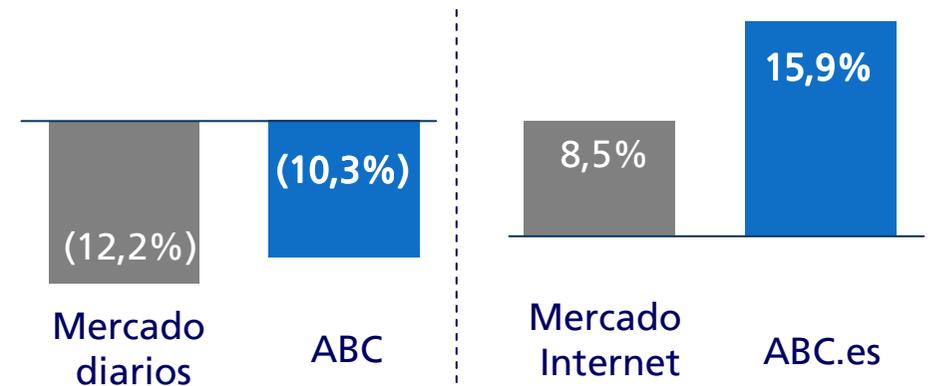
Difusión 9M11 (miles de ejemplares)



Fuente: Difusión media OJD (datos no auditados).

## ... con mejora de cuota publicitaria

Var. Ing. publicidad 9M11 (%)

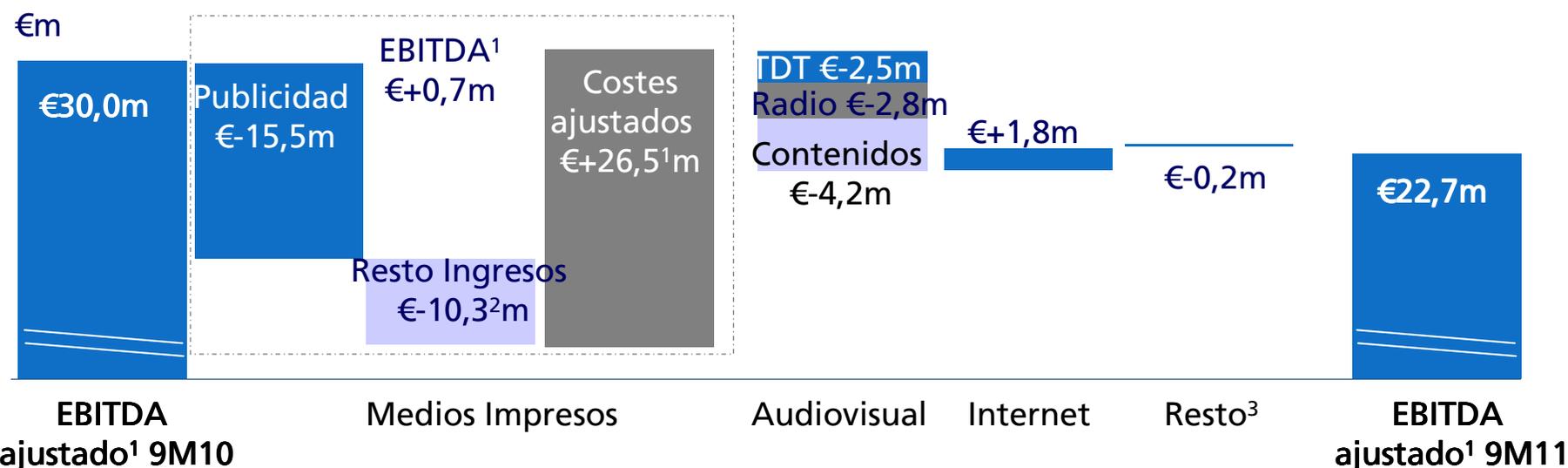


Fuente: InfoAdex y VOC.

## Continúa la eficiencia en costes

- ▶ **Continúa el esfuerzo en control de costes 9M11: personal 9M11 -6,3%<sup>1</sup>**
  - Inversión en reestructuración 9M11 €-17,1m
- ▶ **Medios Impresos: mejora en EBITDA ajustado 9M11/10 €+0,7m**
  - **Costes -8,0%<sup>1</sup>**, aprovisionamientos -10,4% pese subida precio de las materias primas
- ▶ **Contenidos: costes de royalties en DVD y menor facturación de productoras pero con reducción de estructura (variación EBIT ajustado 9M11/10 €-0,9<sup>1</sup>m)**
- ▶ **Internet: alcanza EBITDA positivo con mejora en todas las áreas**

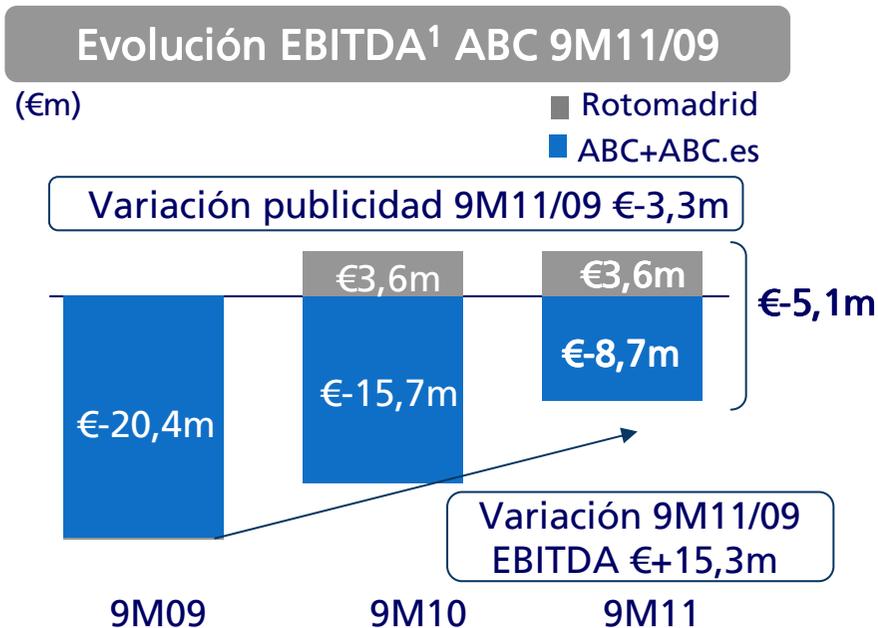
### Análisis de la evolución EBITDA ajustado 9M10-9M11



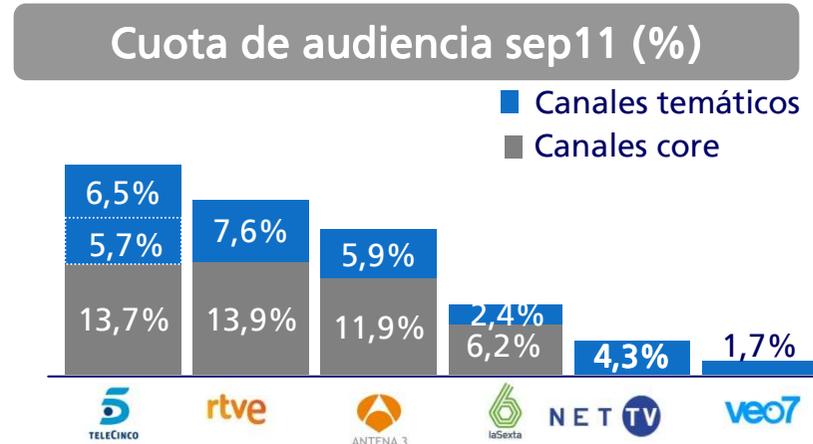
Nota 1: ajustado por reestructuración: VOC 9M11 €-17,1m y 9M10 €-1,7m. MMII 9M11 €-9,4m y 9M10 €-1,6m. Contenidos 9M11 €-0,6m. Nota 2: principalmente impacto de menor difusión no ordinaria de ABC y menores promociones en Prensa Regional. Nota 3: Otros Negocios y Estructura. 4

# Foco prioritario: mejorar EBITDA de los negocios en pérdidas

- ▶ **ABC:** mejora en EBITDA en 9M11/10 €+7,1m<sup>1</sup> a pesar de la caída publicitaria
- ▶ **Radio: nuevas licencias y lanzamiento del proyecto:**
  - Valor de la red: nuevas licencias en Andalucía (8), en Canarias (3) y en Cantabria (2)
  - ABC ● RADIO: vincular Radio nacional a ABC con estrategia multicanal:  
ABC + ABC Punto Radio + ABC.es + Kiosko y Más (tablets + smartphones + PCs)
- ▶ **TDT:** contención de costes de parrilla de La 10 sin impacto en audiencia:
  - Audiencia NET TV 4,3% (Kantar Media sep11)



Nota 1: ajustado por reestructuración 9M11 €-6,7m y 9M09 €-27,6m. Rotomadrid se reporta en "Otros Negocios".

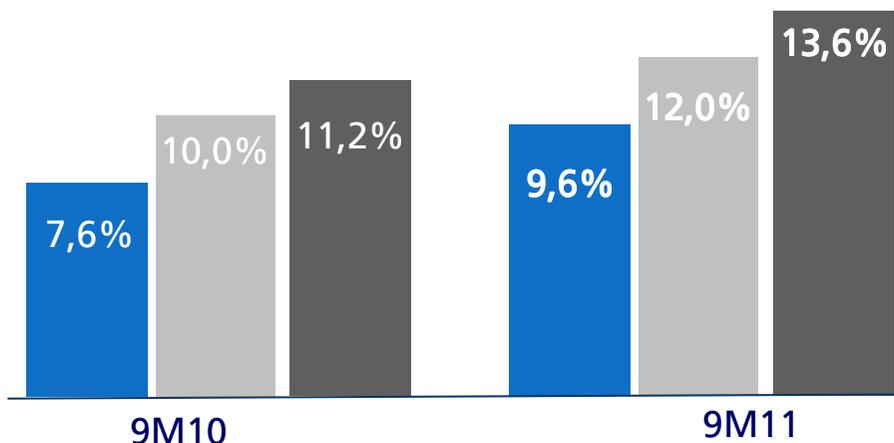


Fuente: Kantar Media. Separado cuota de temáticas de canales "core" (en el caso de TL5 se separa Cuatro). No incluye canales TDT de pago.

# Mejora perfil de ingresos por posicionamiento en Internet

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

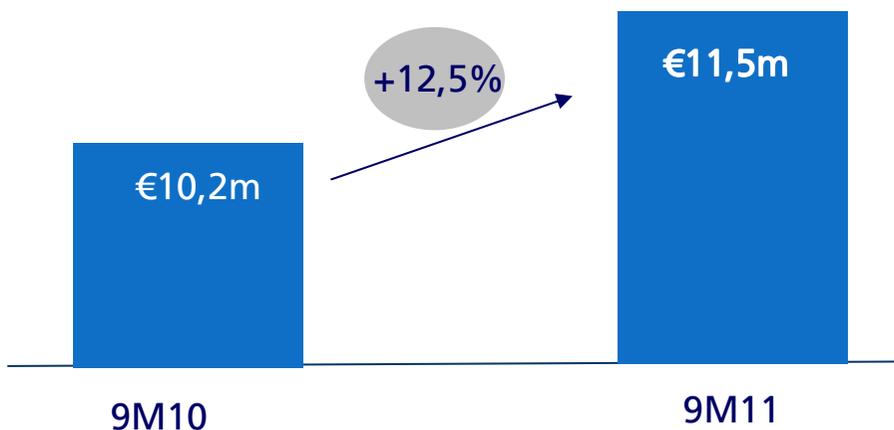
■ % publ. ABC.es sobre ABC    ■ % publ. PPLL s/marcas regionales    ■ % publ. Internet sobre VOC



Internet supone 13,6% del total de publicidad de VOC 9M11 (+2,5 p.p. vs. 9M10)

## Único grupo de Media con red propia de Clasificados

Total ingresos (€m) y crec.(%)



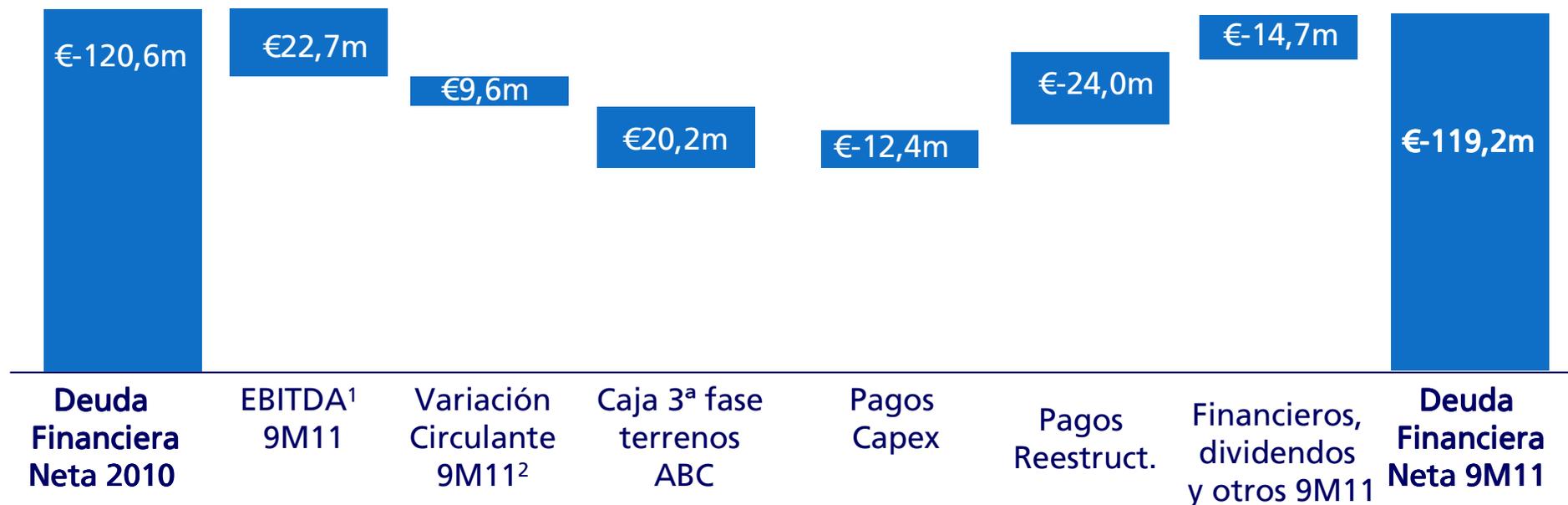
Crecimiento ingresos publicidad 3T11 +19,4%

Peso de Clasificados 31,0% publicidad 9M11 Internet

## Posición financiera diferencial frente al sector

- ▶ **Posición financiera diferencial frente al sector ante la incertidumbre del ciclo:** deuda financiera neta 9M11 €-119,2m, con caja y otros medios equivalentes de €41,0m
- ▶ **Líneas de crédito disponibles** aproximadamente €95m
- ▶ **Posición de autocartera a 30 de septiembre de 2011:** 2,98%

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



Nota 1: ajustado por inversión reestructuración: total VOC 9M11 €-17,1m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).



## **Información Financiera 9M11**

## Cuenta de Resultados Consolidada 9M11

NIIF. €m	9M11	9M10	Var %
Ventas de ejemplares	193,8	201,1	(3,6%)
Ventas de publicidad	173,4	189,1	(8,3%)
Otros ingresos	148,0	140,7	5,2%
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>515,3</b>	<b>530,9</b>	<b>(2,9%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>5,7</b>	<b>28,3</b>	<b>(80,0%)</b>
Amortizaciones	(30,7)	(34,2)	(10,2%)
Rdo. enajenación inmovilizado	12,1	(0,7)	n.r.
<b>Rdo. de explotación (EBIT)</b>	<b>(13,0)</b>	<b>(6,6)</b>	<b>(96,9%)</b>
Rdo. Sociedades método participación	(0,0)	0,2	(112,4%)
Diferencial financiero	(5,7)	(5,9)	2,6%
Rdo. neto enajenación act. no corrientes	0,1	(1,1)	104,8%
Impuesto sobre sociedades	5,0	5,7	(12,1%)
<b>Resultado neto del ejercicio</b>	<b>(13,7)</b>	<b>(7,7)</b>	<b>(78,3%)</b>
<b>Minoritarios</b>	<b>(3,9)</b>	<b>(4,6)</b>	<b>16,9%</b>
<b>Resultado sociedad dominante</b>	<b>(17,5)</b>	<b>(12,3)</b>	<b>(42,4%)</b>
<b>Gastos explotación ajustados<sup>1</sup></b>	<b>(492,5)</b>	<b>(500,9)</b>	<b>(1,7%)</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>	<b>22,7</b>	<b>30,0</b>	<b>(24,3%)</b>
<b>EBIT ajustado<sup>1 2</sup></b>	<b>(8,0)</b>	<b>(4,2)</b>	<b>(90,5%)</b>

*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 9M11 €-17,1m y 9M10 €-1,7m. Nota 2 ajustado por Rdo. enajenación inmovilizado.*

## Balance Consolidado a 30 de septiembre de 2011

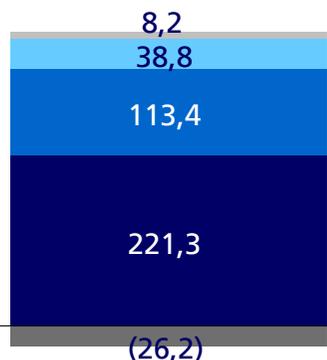
NIIF. €m	9M11	2010		9M11	2010
<b>Activos no corrientes</b>	<b>675,4</b>	<b>703,8</b>	<b>Patrimonio neto</b>	<b>467,7</b>	<b>489,2</b>
Activo intangible	255,5	265,0			
Propiedad, planta y equipo	219,1	239,6			
Part. por método participación	19,4	19,1			
Otros activos no corrientes	181,4	180,1			
<b>Activos corrientes</b>	<b>242,2</b>	<b>284,4</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>450,1</b>	<b>502,9</b>
Otros activos corrientes	201,2	215,4	Deuda financiera	160,2	189,6
Efectivo y medios equivalentes	41,0	69,0	Otros pasivos	289,9	313,3
<b>Activos mantenidos a la venta</b>	<b>0,2</b>	<b>3,9</b>			
<b>Total Activo</b>	<b>917,8</b>	<b>992,1</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>917,8</b>	<b>992,1</b>

# Ingresos por área de negocio

## Medios Impresos

(€ m)

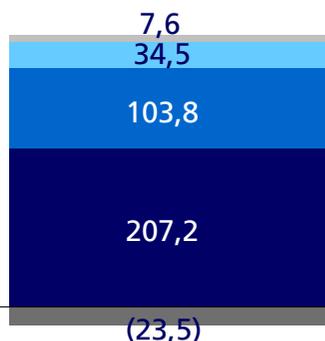
355,4



9M10

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

329,6

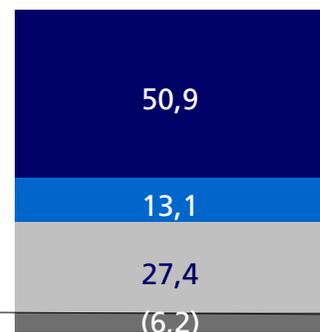


9M11

## Audiovisual

(€ m)

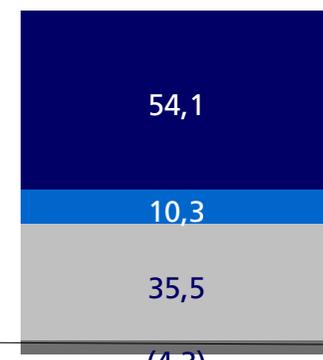
85,2



9M10

■ TDT ■ Radio ■ Contenidos ■ Elim.

95,5

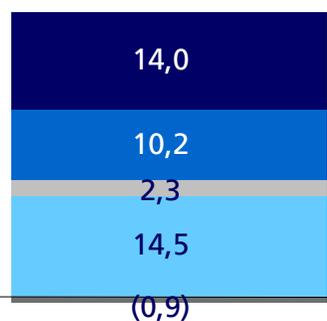


9M11

## Internet

(€ m)

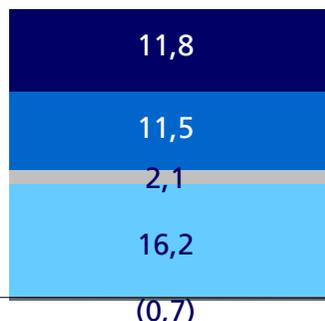
40,1



9M10

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

40,9

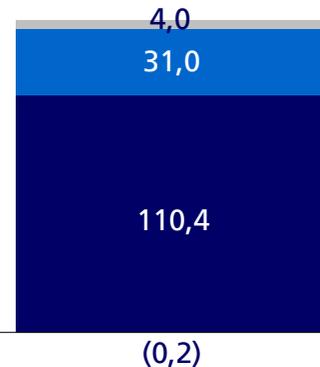


9M11

## Otros negocios

(€ m)

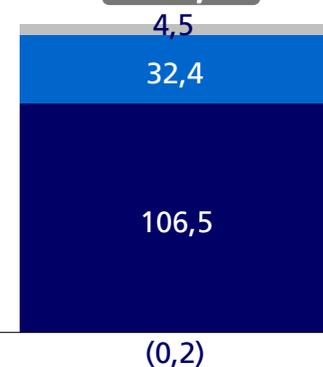
145,2



9M10

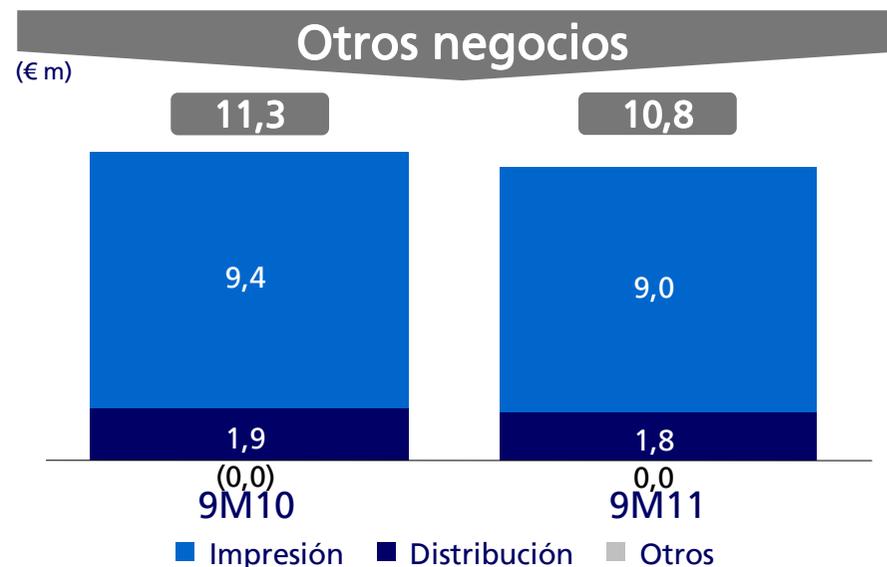
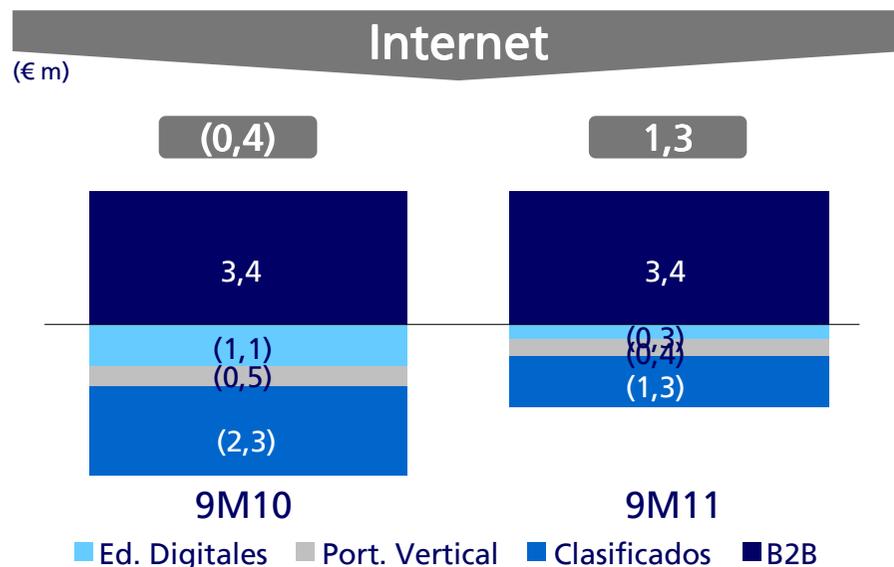
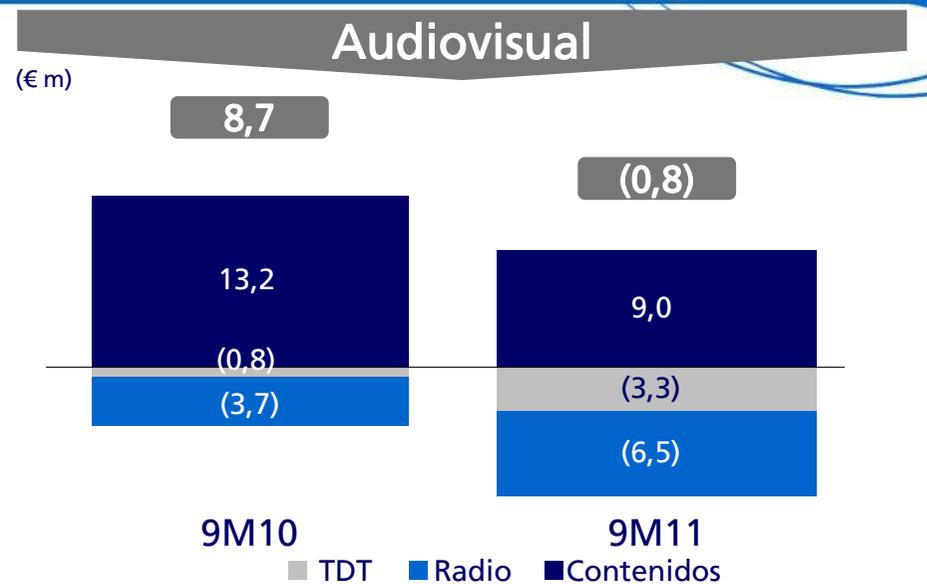
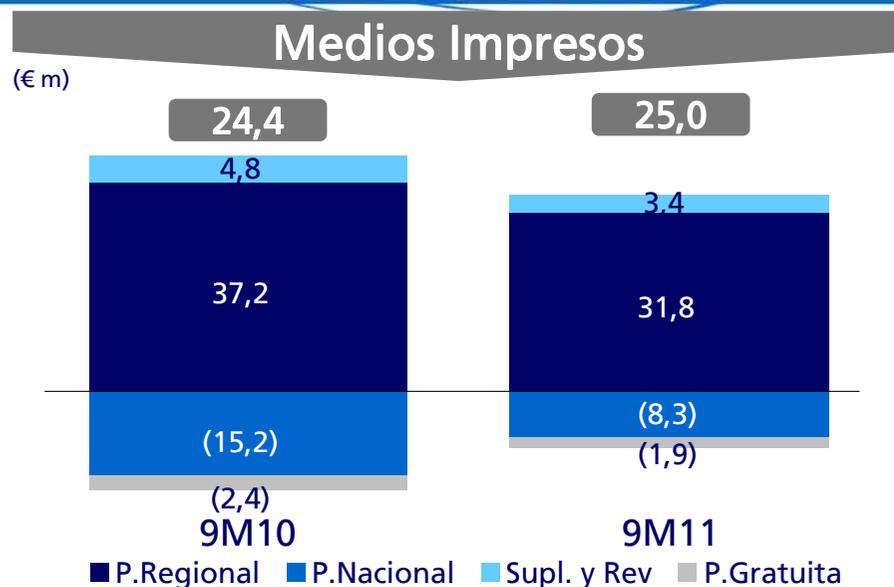
■ Impresión ■ Distribución ■ Otros ■ Elim.

143,1



9M11

# EBITDA<sup>1</sup> por área de negocio



Nota 1: ajustado por inversión reestructuración: total VOC 9M11 €-17,1m y 9M10 €-1,7m, Medios Impresos 9M11 €-9,4m y 9M10 €-1,6m; Audiovisual 9M11 €-1,9m y 9M10 €-0,7m; Internet 9M11 €-0,5m y 9M10 €-0,3m, y Otros negocios 9M10 €1,5m.

## 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](mailto:ir@vocento.com)