

## Resultados 1T14

The logo graphic consists of several overlapping circles in various shades of blue, creating a complex, multi-layered circular pattern. The word "vocento" is centered over this graphic.

**vocento**

**13 Mayo 2014**

ver, escuchar, leer y sentir.

## 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.

Ciertas cifras incluidas en este documento se han redondeado. Por lo tanto, en los gráficos y tablas se pueden producir discrepancias entre los totales y las sumas de las cifras consideradas individualmente debido a este redondeo.

## Principales hitos 1T14

### Mejora en ingresos publicitarios 1T14, pese a un entorno aún incierto

- Los ingresos publicitarios de Regionales y ABC crecen 0,5%
  - Regionales y ABC incrementan su cuota de mercado publicitaria, tanto en offline (variación publicitaria -0,8% vs. mercado -4,8%<sup>1</sup>), como en online (+8,1% vs. mercado +1,2%<sup>1</sup>)
- ABC sigue reforzando su posicionamiento
  - Segunda posición en Madrid<sup>2</sup> y a 8.816<sup>3</sup> ejemplares de la 2ª posición en España en difusión ordinaria
  - Crecimiento en ingresos 1T14, tanto de publicidad (+0,2%), como de ejemplares (+0,1%)
- Mejora el mix de ingresos de VOC hacia digital: 23,6% del total (+2,3 p.p.)

### Mejora de EBITDA comparable 1T14 en €5,0m

- El área de Periódicos registra un incremento EBITDA tanto en ABC como en Regionales
  - Reducción de costes como principal palanca
  - Aportación positiva de nuevos negocios digitales
- Audiovisual mejora rentabilidad pese a cese emisión MTV y provisión de Intereconomía
- Gastos por medidas de ajuste de personal 1T14 por €-4,6m, principalmente en Regionales, dentro de un entorno de gestión normalizada

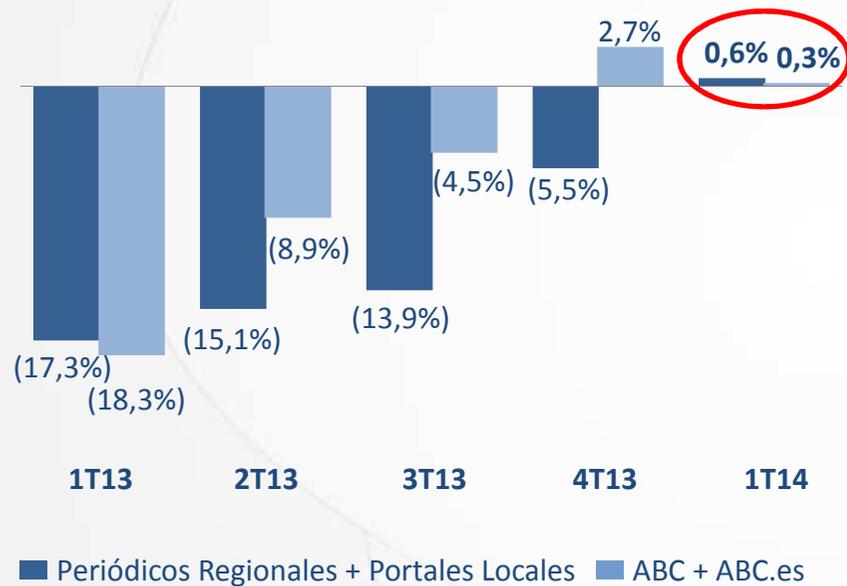
### Posición financiera diferencial

- Generación de caja positiva 1T14 de €1,4m del negocio ordinario y pagos no ordinarios por €-9,3m

# Publicidad: estabilización, mejora de cuota mercado y crecimiento online

## 1T14 se torna positivo en términos publicitarios

Evolución en % de las ventas de publicidad de VOC



## VOC registra mejor evolución publicitaria vs. mercado<sup>1</sup>

Variación publicidad 1T14/13 (%) VOC vs. mercado<sup>1</sup>



Nota 1: fuente i2p. La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 2: suma de Portales Locales y ABC.es. En el caso de publicidad + e-commerce incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

# Regionales: liderazgo y mejora en rentabilidad

## Mantiene claro liderazgo en difusión regional<sup>1</sup> ...

Cuota de mercado prensa generalista regional



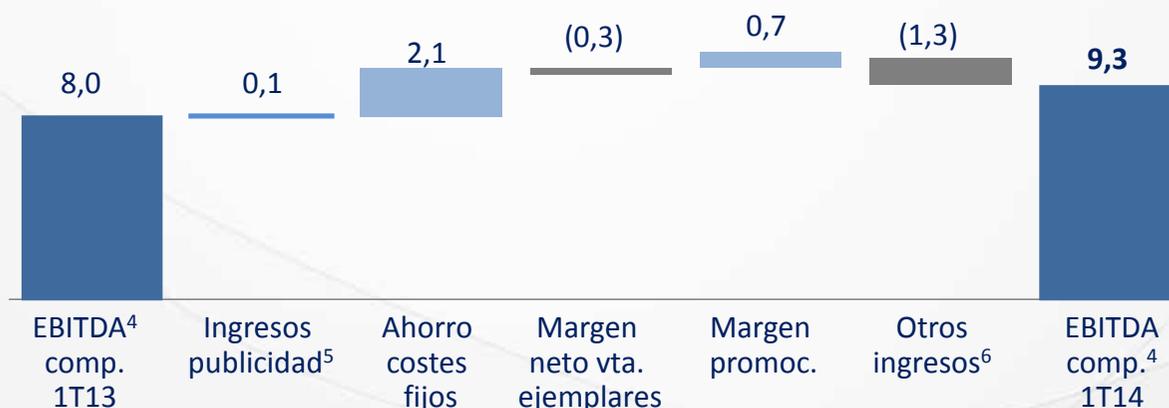
## ... y en audiencias<sup>2</sup> online, claves del nuevo negocio digital

Miles de usuarios únicos mes



## Mejora en EBITDA de marcas regionales<sup>3</sup> por ahorro costes

Variación 1T14 vs. 1T13 excepto EBITDA comparable (€m)



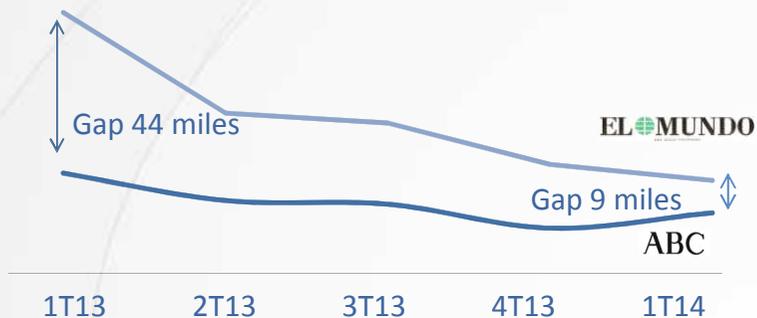
Nota 1: OJD 1T14 datos no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma mar14. Nota 3: actividad editora, digital y otros negocios. Nota 4: excluye reestructuración 1T13 €0,4m y medidas de ajuste de personal 1T14 €2,6m. Nota 5: actividad editora, digital. Nota 6: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas y venta de ejemplares de la distribuidora.

# ABC: mejora de cuota de mercado y de EBITDA

## Mejora de cuota de difusión ordinaria<sup>1</sup>

Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales 1T13-1T14 (miles)

Venta de ejemplares +0,1% apoyada en la subida de precios



## ABC.es sites es líder en movilidad

Usuarios únicos mensuales mar14 (millones)



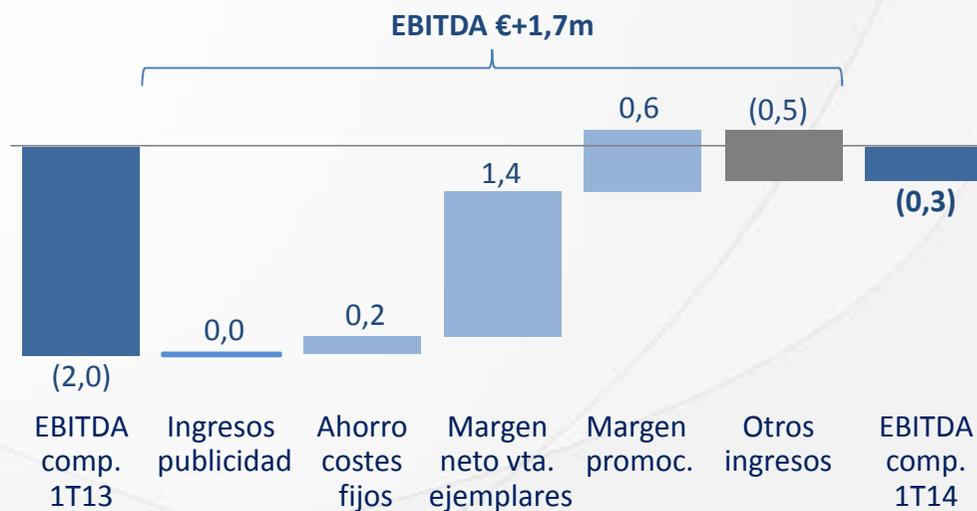
## ...y sigue ganando cuota de mercado publicitaria<sup>3</sup>

Datos de variación publicitaria en %



## Mejora en EBITDA de ABC por ingresos y costes

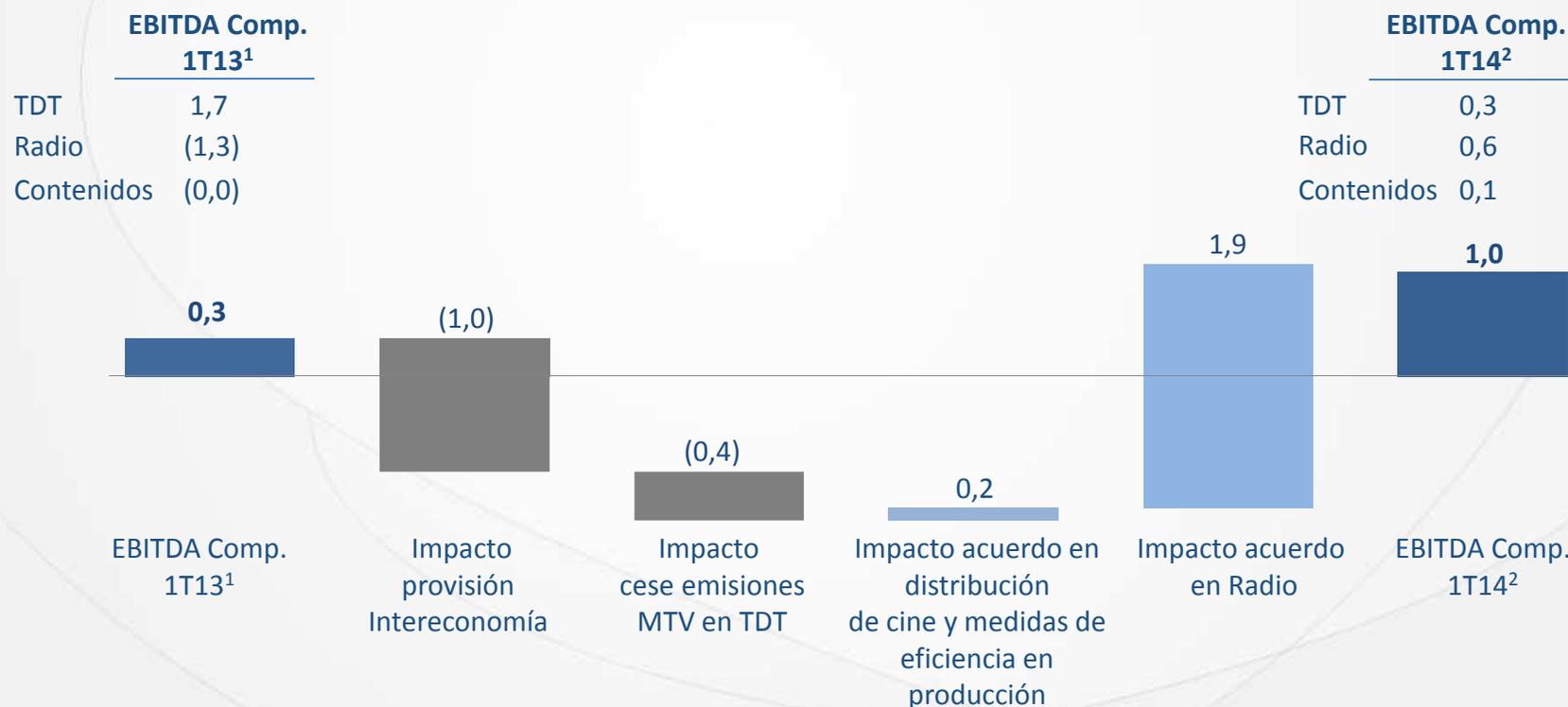
Variación 1T14 vs. 1T13 excepto EBITDA comparable (€m)



Nota 1: OJD datos desde jul13 no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma. Movilidad exclusiva incluye solo dispositivos móviles. Nota 3: datos internos 1T14/13. Publicidad bruta.

# Audiovisual: negocio en rentabilidad

- **TDT sigue siendo rentable pese al cese de emisiones y provisiones**
  - Impacto negativo de la provisión de Intereconomía en 1T14 €-1,0m (total de la deuda vencida en 1T14) y del cese de emisión de MTV en feb14
  - VOC ha acordado mantener la operativa de Disney y Paramount
- **Radio alcanza EBITDA positivo por acuerdo estratégico con COPE** cerrado en 2T13
  - Positivo impacto de la aportación de postes en las audiencias de COPE
- **Contenidos en positivo tras medidas adoptadas**
  - Distribución cine: incluye costes extraordinarios 1T14 no recurrentes por los últimos lanzamientos en DVD de estrenos anteriores

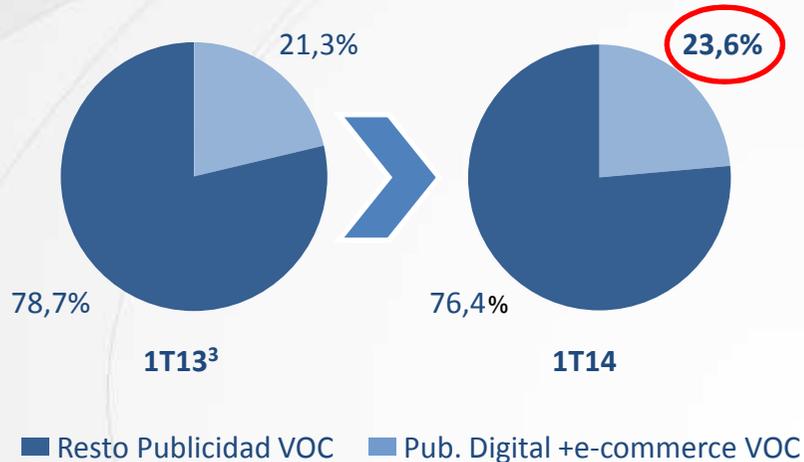


Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 1T13 €0,1m en Contenidos y €-0,1m en Radio. Nota 2: ajustado por inversión en reestructuración 1T14 €-0,3m en Contenidos.

# Crecimiento y nuevas iniciativas online

## Incrementa peso de publicidad online y nuevos negocios digitales en VOC

Desglose ingresos publicitarios de VOC (%)



## Las nuevas fuentes de ingresos digitales aportan EBITDA positivo agregado 1T14 de €0,5m



16% s/total ingresos ediciones digitales 1T14



Ingresos 1T14 +72%



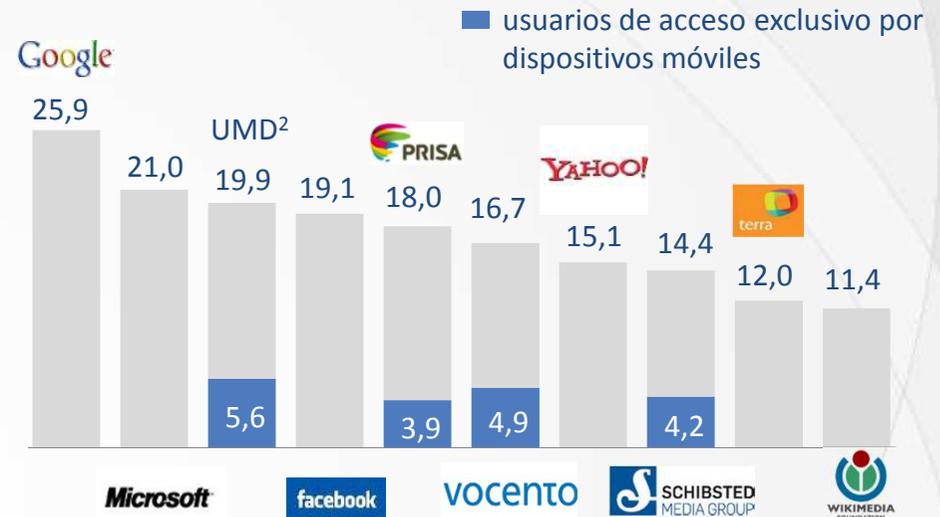
Venta online de entradas a espectáculos o eventos



Promoción de productos cosméticos de primeras marcas

## Mayor peso de usuarios de movilidad que comparables<sup>1</sup>

Millones de usuarios únicos mensuales



## Crecimiento de publicidad en Clasificados

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



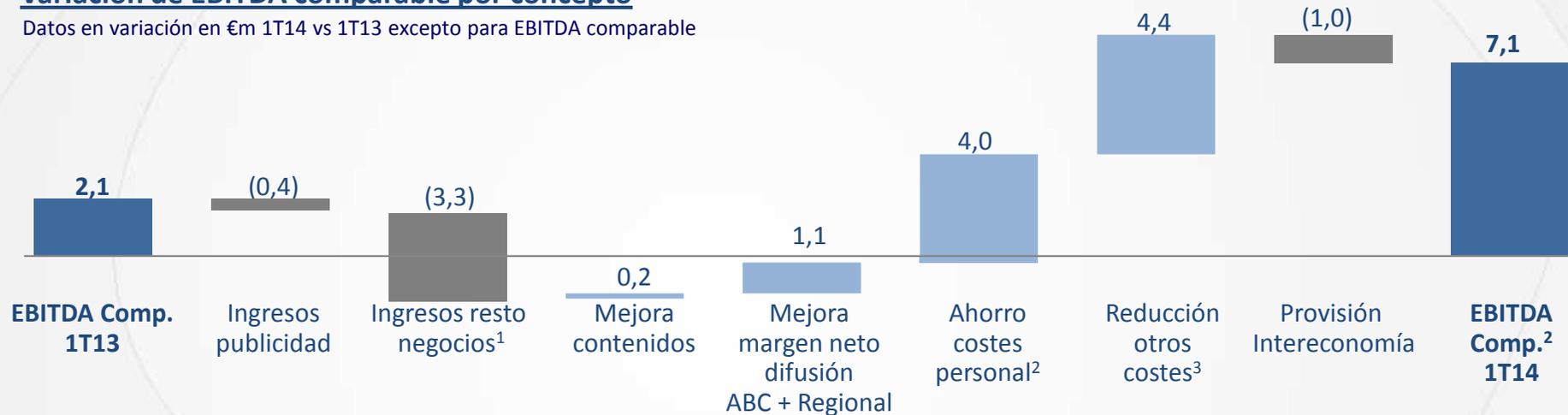
Nota 1: fuente comScore MMX Multiplataforma mar14. Nota 2: UMD= Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

# Mejora EBITDA comparable 1T14 €5,0m

- **Apalancamiento operativo visible tras estabilización de ingresos y puesta en valor de decisiones estratégicas**
  - Periódicos: visibilidad de la eficiencia en costes, control de promociones, ahorro costes fijos y de personal
  - Audiovisual: impacto positivo del acuerdo estratégico en Radio €+1,9m
- **Medidas de ajuste de personal en 1T14 por €-4,6m y provisión por Intereconomía €-1,0m**

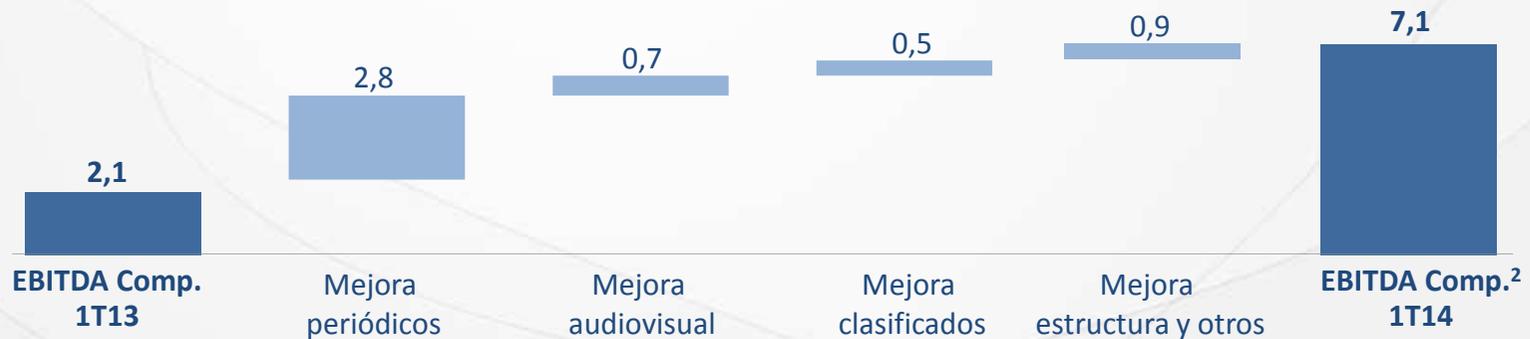
## Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 1T14 vs 1T13 excepto para EBITDA comparable



## Incremento de EBITDA comparable por área de negocio

Datos en variación en €m 1T14 vs 1T13 excepto para EBITDA comparable



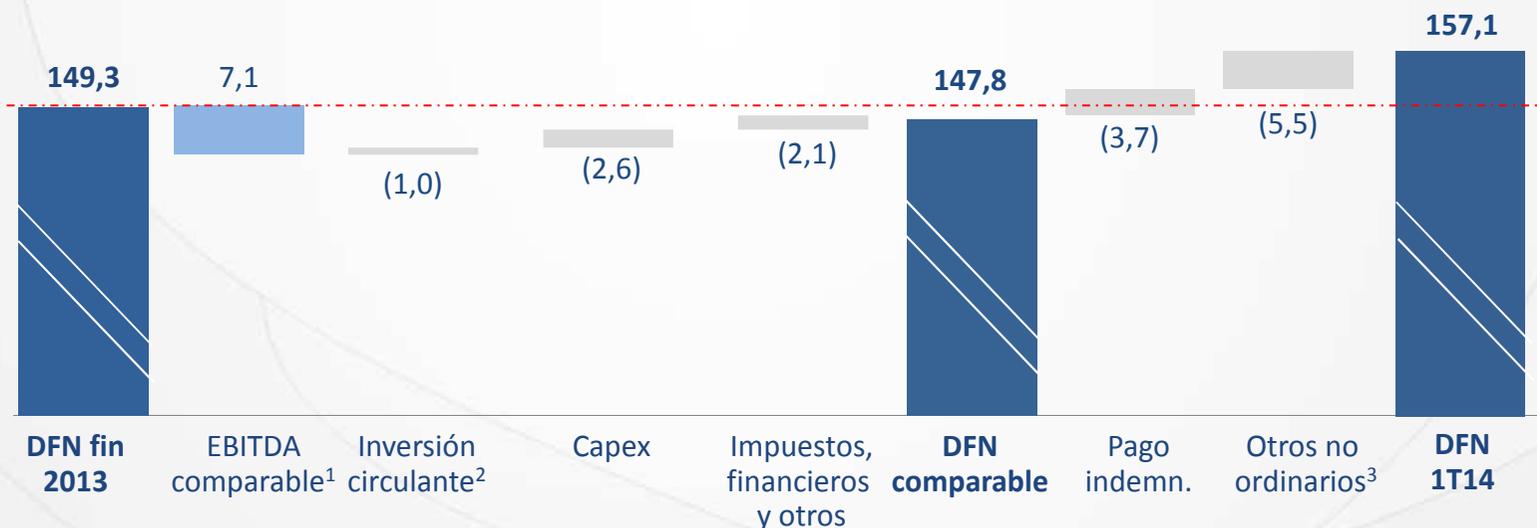
Nota 1: TDT, radio, clasificados, promociones de diarios, venta de ejemplares de suplementos y otros negocios. Nota 2: excluye medias de ajuste de personal 1T14 €-4,6m. Nota 3: costes comerciales, promociones y administrativos de Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas excepto contenidos.

## Posición financiera neta sostenida y diferencial

- **Generación de caja positiva del negocio ordinario**
  - Control de CAPEX: inversión asociada fundamentalmente con Internet
  - Menor inversión en capital circulante por la reducción de proveedores en Contenidos y papel
- **Salidas de caja no recurrentes**
  - Pagos vinculados a las medidas de ajuste de personal acometidas en 1T14
  - Pagos y ajustes contables por constitución del préstamo sindicado, “mark to market” de su derivado, y otros
- Deuda financiera neta €-157,1m, que incluye Efectivo y Otros activos financieros no corrientes de €41,9m
- Posición de **autocartera de 3,1%** a 31 de marzo de 2014

### Sostenimiento de los niveles de DFN

Cambios en Deuda Financiera Neta diciembre 2013-1T14. Datos en €m

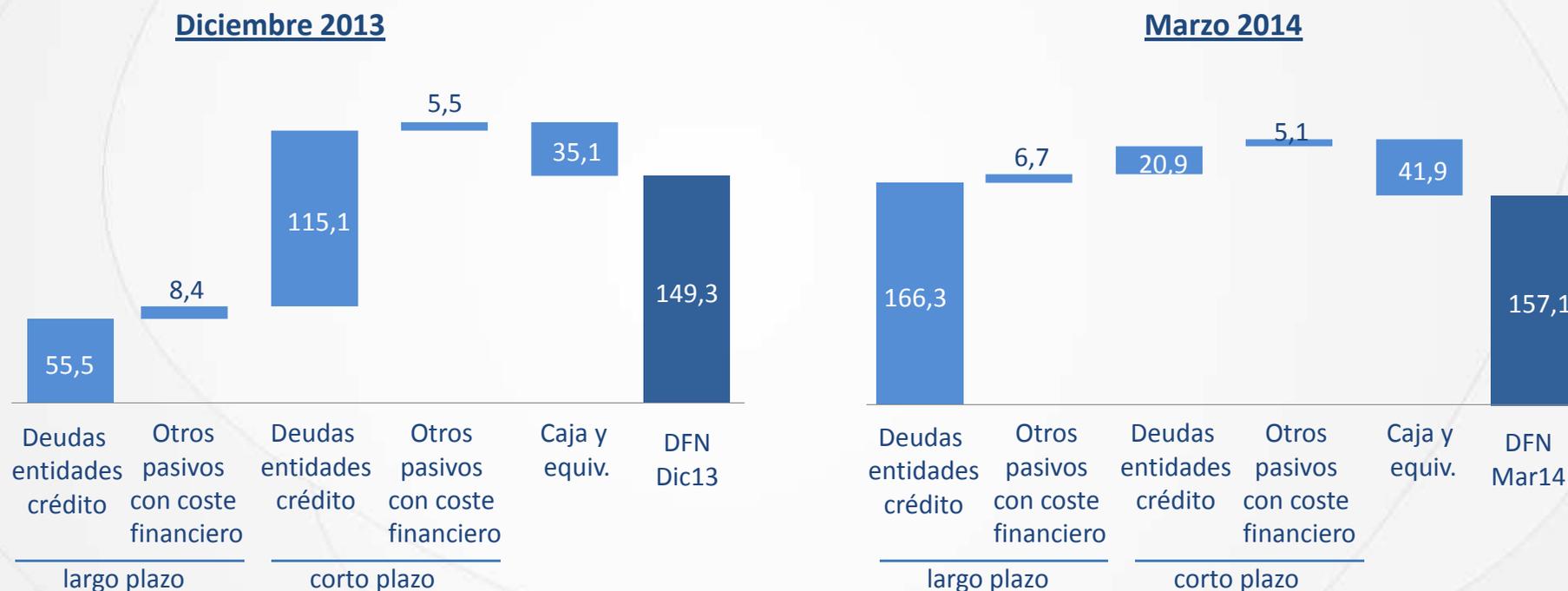


Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 1T14 €-4,6m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).  
 Nota 3: incluye comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y pagos a Fundación ABC.

# Estructura de capital: alargamiento de los vencimientos de deuda tras sindicado

## Composición de la Deuda Financiera Neta antes y después de la firma del préstamo sindicado

Datos en €m



---

## Anexo financiero 1T14 vs. 1T13

## Cuenta de Resultados consolidada 1T14

### NIIF

Datos en €m

	1T14	1T13	Var %
Ventas de ejemplares	52,5	54,5	(3,7%)
Ventas de publicidad	36,4	36,8	(1,2%)
Otros ingresos	32,8	38,1	(14,0%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>121,7</b>	<b>129,5</b>	<b>(6,0%)</b>
<b>Costes operativos comparables<sup>1</sup></b>	<b>(114,6)</b>	<b>(127,4)</b>	<b>(10,0%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>	<b>7,1</b>	<b>2,1</b>	<b>235,2%</b>
<b>Indemnización y medidas ajuste personal</b>	<b>(4,6)</b>	<b>0,0</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2,5</b>	<b>2,1</b>	<b>17,5%</b>
Depreciación y amortización	(6,2)	(7,5)	(16,5%)
Resultado por enajenación inmov.	(0,2)	0,0	(527,1%)
<b>Rdo. de explotación (EBIT)</b>	<b>(3,9)</b>	<b>(5,3)</b>	<b>26,1%</b>
Rdo. sociedades método participación	(0,1)	(0,1)	(5,6%)
Diferencial financiero y otros	(2,7)	(2,4)	(11,8%)
Rdo. Neto enaj. de activos no corrientes	(0,4)	(0,0)	n.r.
Impuesto sobre sociedades	1,0	0,9	1,5%
<b>Resultado neto del ejercicio antes minorit.</b>	<b>(6,0)</b>	<b>(6,8)</b>	<b>11,0%</b>
Minoritarios	(0,3)	(0,9)	61,3%
<b>Rdo. Neto atribuible a la soc. dominante</b>	<b>(6,4)</b>	<b>(7,7)</b>	<b>16,8%</b>

Ex Radio  
(0,2%)

Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 1T14 €-4,6m.

## Balance consolidado a 31 de marzo de 2014

### NIIF

Datos en €m

	1T14	2013		1T14	2013
<b>Activos no corrientes</b>	<b>565,4</b>	<b>568,0</b>	<b>Patrimonio neto</b>	<b>340,9</b>	<b>349,9</b>
Activo intangible	158,0	159,7			
Propiedad, planta y equipo	178,8	182,4			
Part. por método participación	10,5	10,7			
Otros activos no corrientes	218,2	215,3			
<b>Activos corrientes</b>	<b>163,2</b>	<b>172,8</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>388,0</b>	<b>391,1</b>
Otros activos corrientes	121,7	138,1	Deuda financiera	199,0	184,4
Efectivo y medios equivalentes	41,5	34,7	Otros pasivos no corrientes	68,1	68,3
<b>Activos mantenidos a la venta</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	Otros pasivos corrientes	120,9	138,4
<b>Total Activo</b>	<b>728,9</b>	<b>741,0</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>728,9</b>	<b>741,0</b>
			<b>Deuda financiera neta</b>	<b>157,1</b>	<b>149,3</b>

## Cash Flow consolidado 1T14

### NIIF

Datos en €m

	1T14	1T13
EBITDA Comparable	7,1	2,1
Variación capital circulante <sup>1</sup>	(1,0)	5,4
Capex	(2,6)	(2,6)
Otras partidas <sup>2</sup>	3,2	6,3
<b>Cash flow proveniente de actividades operativas</b>	<b>6,8</b>	<b>11,2</b>
Dividendos e intereses cobrados	0,0	0,1
Dividendos e intereses pagados <sup>3</sup>	(5,3)	(3,9)
<b>Total Cash flow recurrente</b>	<b>1,4</b>	<b>7,5</b>
Pagos medidas ajuste de personal y ventas de activos no estratégicos	(3,7)	(13,4)
Otras partidas no recurrentes con impacto en el cash flow <sup>4</sup>	(5,5)	(0,0)
<b>Cambio en DFN</b>	<b>(7,8)</b>	
DFN 1T14	(157,1)	
DFN 1T13	(148,8)	

Nota 1: Excluye comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a Fundación ABC. Nota 2: Impuesto sobre las ganancias pagadas y pago por retenciones intereses. Nota 3: dividendo a filiales con minoritarios. Nota 4: comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a Fundación ABC.

# Cambio de información de gestión

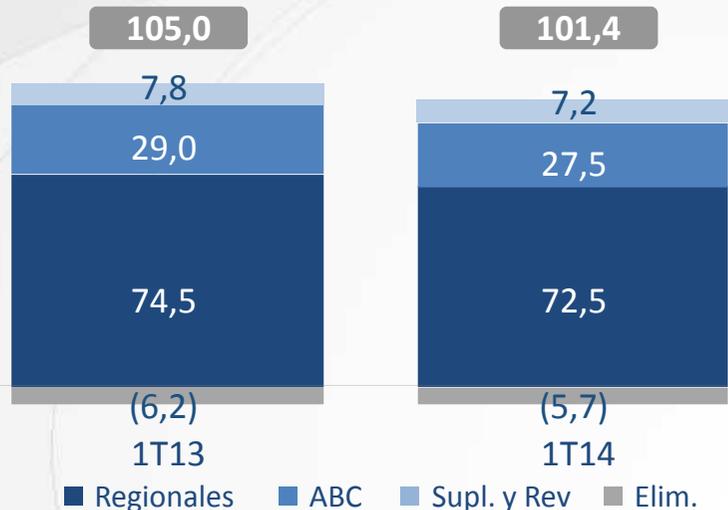
- Gestión por “marcas”, independiente del soporte
- Simplificación societaria



# Ingresos por área de negocio

## Periódicos

Datos en €m



## Audiovisual

Datos en €m



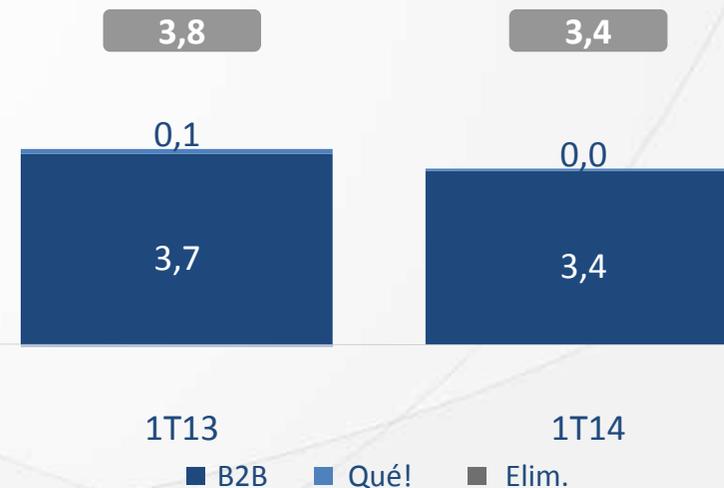
## Clasificados

Datos en €m

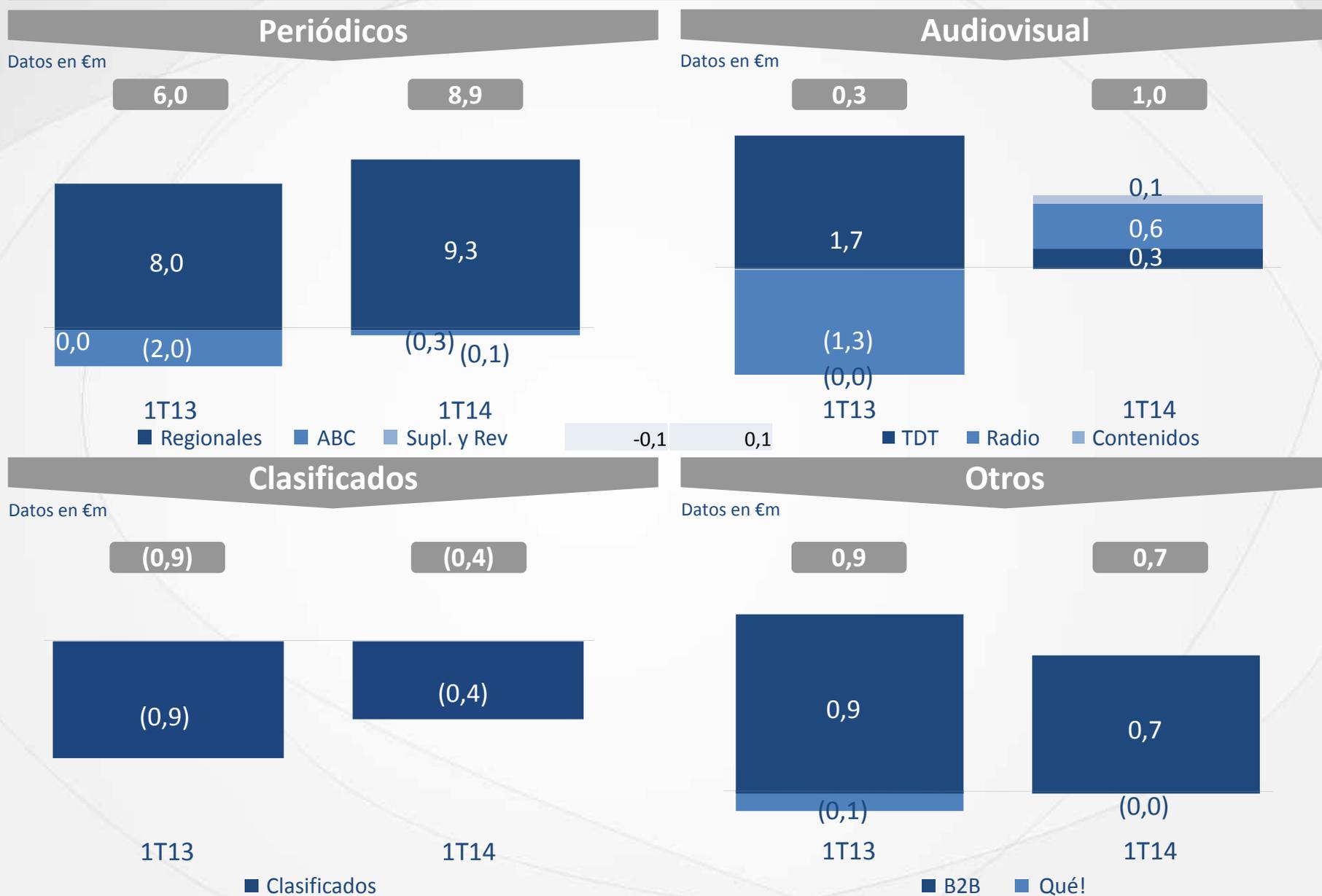


## Otros

Datos en €m



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



Nota 1: excluye medidas de ajuste Periódicos 1T14 €-2,7m y reestructuración 1T13 €-0,4m, Audiovisual 1T14 €-0,3m y 1T13 €-0,1m, y Clasificados 1T14 €-0,1m y 1T13 €0,1.

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla.

EL COMERCIO

LA VOZ

ABC  
www.abc.es

INVERSIÓN

XI Semanal

Colpisa

mujer hoy.com

KIOSKO y más

Hoy Corazón

Mujer hoy

COPE

con la fuerza de ABC

LAS PROVINCIAS

hillvalley

infoempleo.com

11870.COM

EUROTV producciones

BOCA BOCA PRODUCCIONES

pisos.com

veralia

finanzas.com

VOCENTO

NET TV

AUTOCASION.com

larioja.com

Paramount CHANNEL

DISNEY CHANNEL

elcorreo.com

diariovasco.com

laverdad.es

ideal.es

HOY.es

SUR.es

ABC.es

eldiariomontanes.es

elnortedecastilla.es

ELCOMERCIO.es

lavozdigital.es

lasprovincias.es

ver, escuchar, leer y sentir.