

Resultados 9M14

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

vocento

13 Noviembre 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 9M14

Mejora de la tendencia publicitaria

- Las ventas de **publicidad** totales de VOC se **incrementan 4,6% en 3T14** (9M14 0,0%)
- Los **ingresos digitales de VOC** son motor de crecimiento y representan ya el **25% (+2,6 p.p.) del total** de la publicidad 9M14
- **Mejor comportamiento que el mercado a 9M14** a pesar de no tener prensa deportiva: Periódicos offline -2,5% vs -3,5% mercado y en online VOC +10,9% vs +3,1% mercado

Criterio de rentabilidad: EBITDA comparable 9M14 €26,0m. Mejora de €7,0m (+37,0%)

- **Puesta en valor del apalancamiento operativo:** la recuperación publicitaria en 3T14 se refleja en un crecimiento de EBITDA 3T14 del 60,0%, superior al acumulado 9M14 (+37,0%)
- **Todas las áreas de negocio registran crecimiento de EBITDA**
 - Periódicos: foco en eficiencia en costes y negocios digitales como principal palanca
 - Audiovisual: el impacto positivo de las medidas adoptadas en Contenidos y el acuerdo en Radio, compensa el deterioro en EBITDA por el cese de emisión de 2 canales de TV Nacional
- **EBIT 9M14 positivo por primera vez desde 2008:** EBIT 9M14 de €2,6m vs €-3,6m a 9M13, un incremento de €6,2m por crecimiento de EBITDA y menores amortizaciones en Contenidos

Posición financiera neta 9M14 de €-146,9m vs cierre de 2013 de €-149,3m

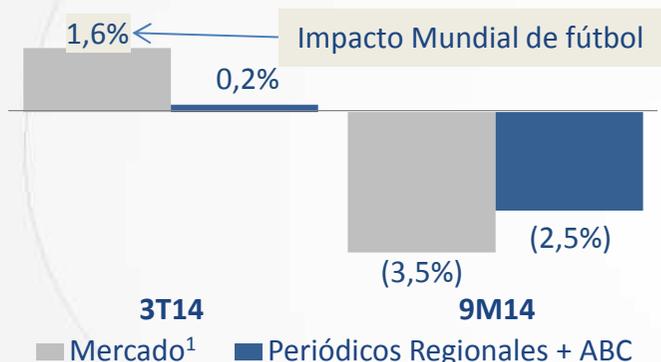
- Generación de **caja operativa positiva del negocio ordinario:** €+5,9m
- Entradas de caja extraordinarias por venta de activos €+9,2m (0,36% del operador de cable, ONO) y salidas de caja no recurrentes €-12,8m vinculadas a indemnizaciones, préstamo sindicado y otros
- **Mejora del ratio Deuda Neta/EBITDA** comparable desde 4,0x a cierre de 2013 **hasta 3,3x (LTM)**

Publicidad: VOC gana cuota en prensa 9M14 pese a no tener prensa deportiva

- Las ventas de **publicidad totales de VOC crecen 4,6% en 3T14** (9M14 0,0%)
 - Todas las áreas contribuyen al crecimiento 3T14: prensa escrita +0,2%, publicidad online de ediciones digitales +16,6% y Clasificados +9,6%. Especialmente apoyado en digital
- **Mejor comportamiento de VOC que el mercado a 9M14 en offline (-2,5% vs mercado¹ -3,5%) y en online (10,9% vs 3,1%¹ del mercado)**
 - Impacto en 3T14 del Mundial al no tener prensa deportiva: mercado offline 1,6% vs VOC 0,2%

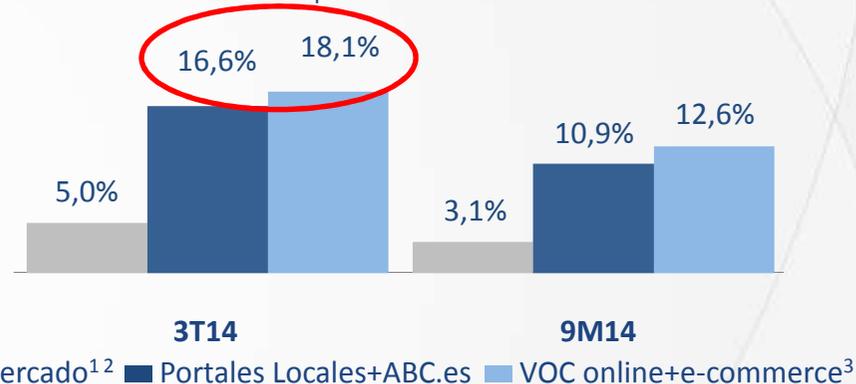
Mejor evolución publicidad offline de VOC vs mercado¹ a 9M14

Variación de inversión publicitaria %



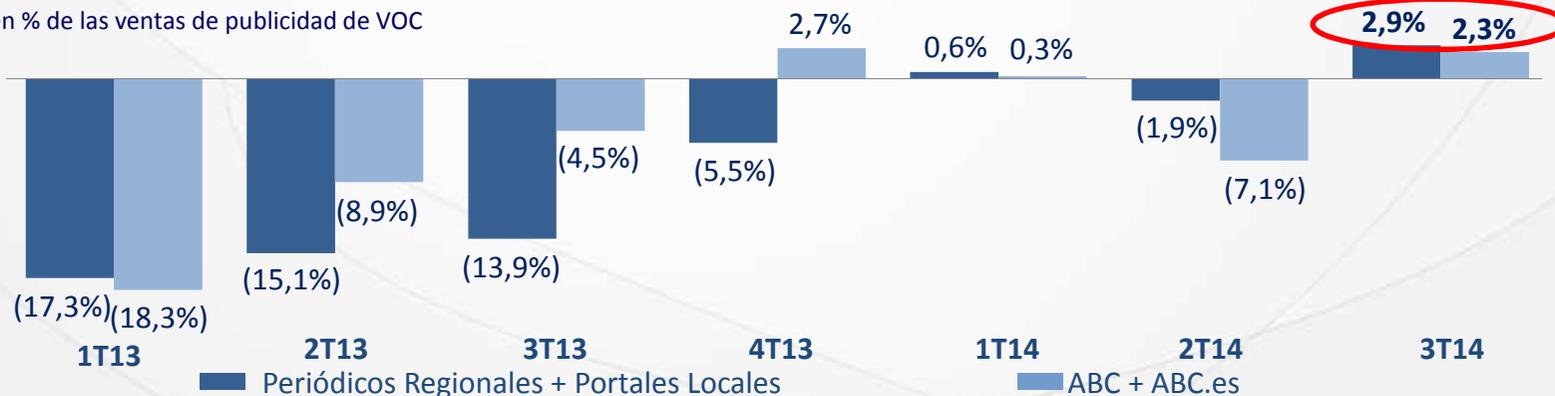
...y en online

Variación de inversión publicitaria %



Mejora la tendencia publicitaria en 3T14

Evolución en % de las ventas de publicidad de VOC

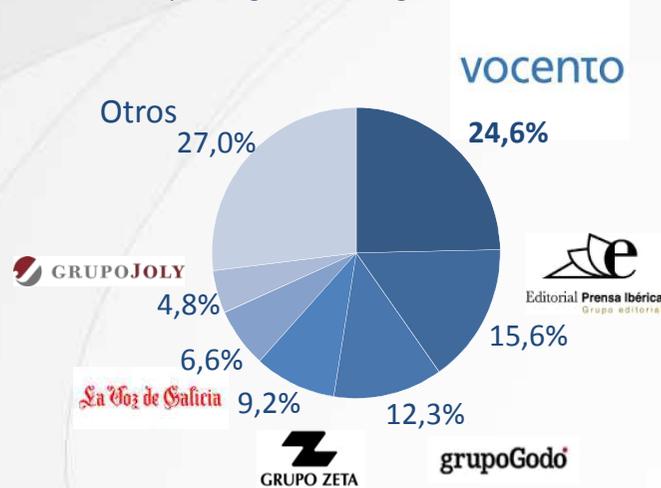


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

Regionales: publicidad estabilizada, mantenimiento de liderazgo y rentabilidad

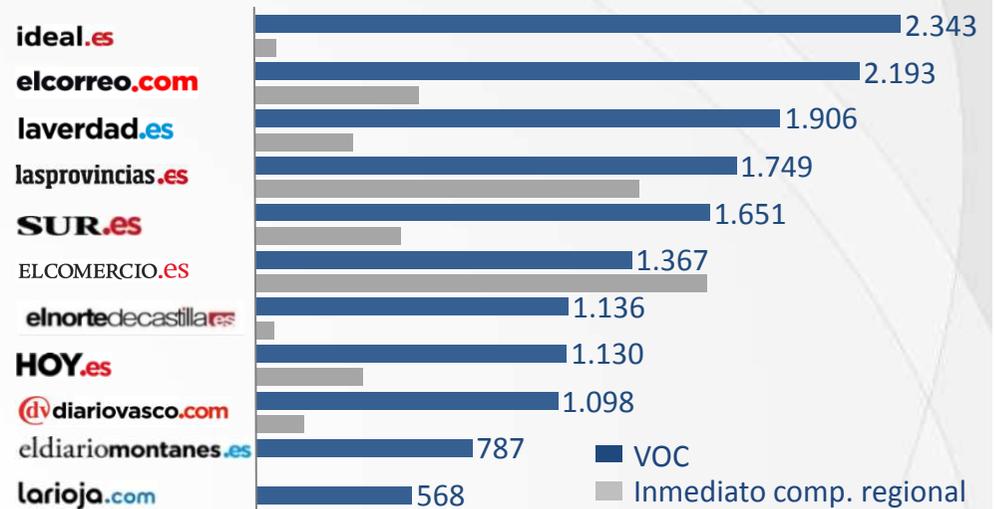
Mantiene claro liderazgo en difusión regional¹ ...

Cuota de mercado prensa generalista regional



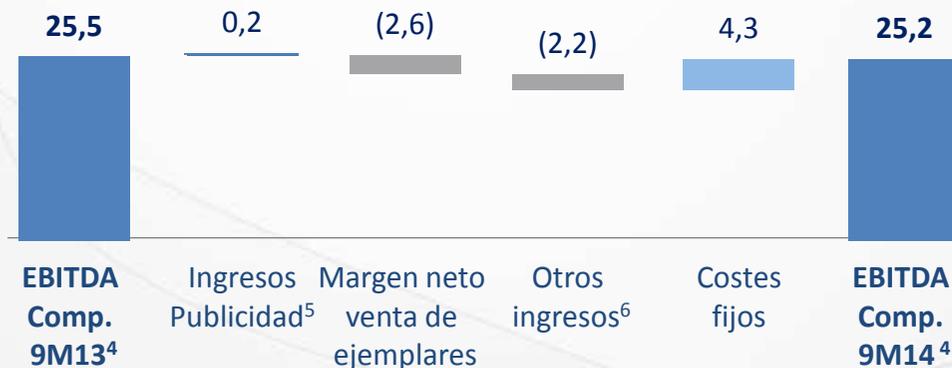
... y en audiencias² online, claves del nuevo negocio digital

Miles de usuarios únicos mes



Mantenimiento EBITDA de regionales³ por control de costes

Variación 9M14 vs 9M13 excepto EBITDA comparable (€m)



Nota 1: OJD 9M14 datos no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma sep14. Nota 3: actividad editora, digital y otros negocios. Nota 4: excluye reestructuración 9M13 €-0,8m y medidas de ajuste de personal 9M14 €-3,3m. Nota 5: actividad editora y digital. Nota 6: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones.

ABC: mejora de cuota de mercado y de EBITDA

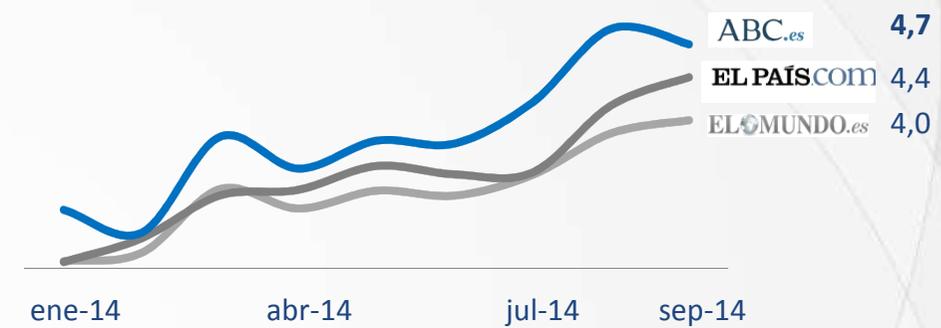
Mejora de cuota de difusión ordinaria¹

Evolución del diferencial ejemplares en quiosco y suscripciones individuales vs El Mundo. 9M08-9M14 (miles)



Y líder en movilidad con ABC.es²

Usuarios únicos mensuales exclusivos de movilidad ene14-sep14 (millones)



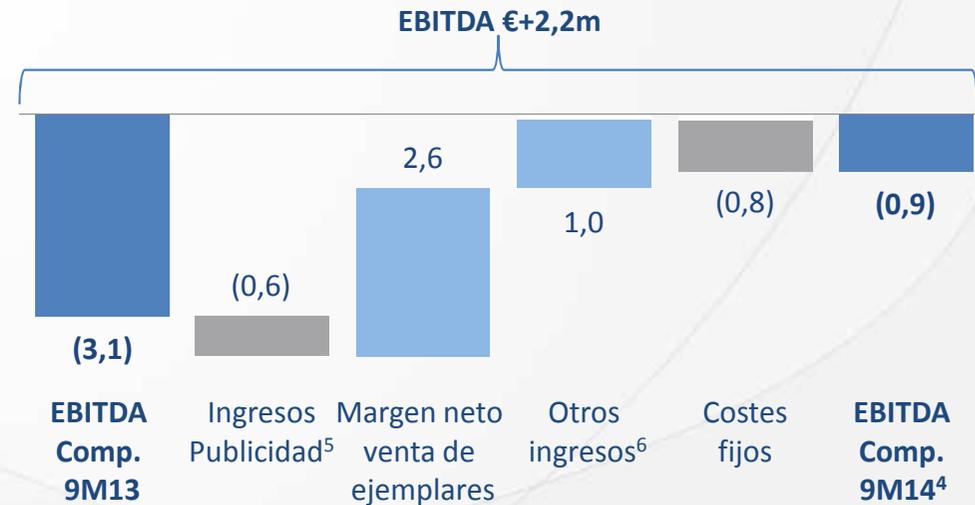
...sigue ganando cuota de mercado publicitaria³

Datos de variación publicitaria ene14-sep14 (%)



Mejora en EBITDA⁴ de ABC por eficiencia en costes

Variación 9M14 vs 9M13 excepto EBITDA comparable (€m)



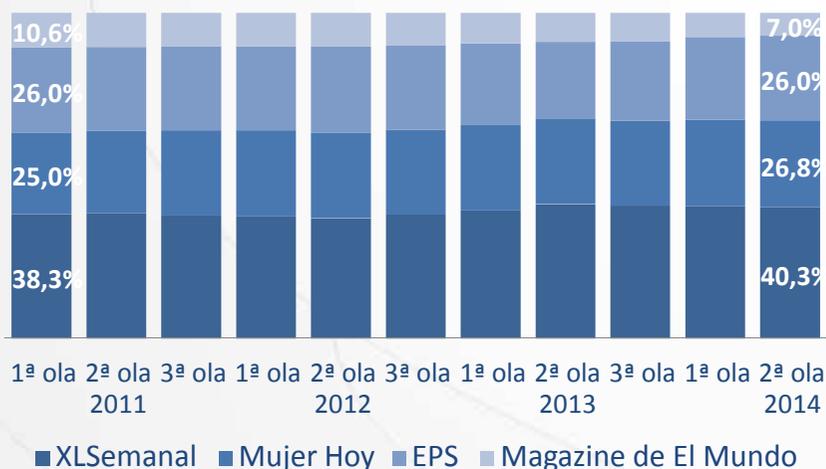
Nota 1: OJD datos desde dic13 no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma. Movilidad exclusiva incluye solo dispositivos móviles. Nota 3: datos internos. Publicidad bruta. Nota 4: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m. Nota 5: actividad editora, digital. Nota 6: incluye entre otros, margen de promociones.

Suplementos y revistas: mejora de cuota y posicionamiento

- **Posición clara de liderazgo** en suplementos XL Semanal + Mujer Hoy
 - Mujerhoy.com 1,2m¹ de usuarios únicos
 - Rediseño del portal femenino tras 15 años de existencia e incremento de la apuesta editorial
- **Mejor evolución publicitaria en offline del área de suplementos vs mercado:**
 - Suplementos y Revistas VOC 3T14 crece +8,8%, apoyados tanto en online (+30,6%) como en offline (+6,5%)
 - 9M14 -2,1% vs mercado dominicales -6,9%²
 - Mujer Hoy: ingresos publicitarios (+21,3%) gracias a alta gama (belleza y moda)
- Mejora del **margen EBITDA comparable 9M14 en +1,6 p.p.** vs 9M13

Mejora paulatina de cuota de mercado³ ...

Cuota de mercado audiencias suplementos



... con reflejo en publicidad³

Variación de inversión publicitaria de suplementos dominicales y femeninos
 Datos de variación publicitaria ene14-sep14 (%)



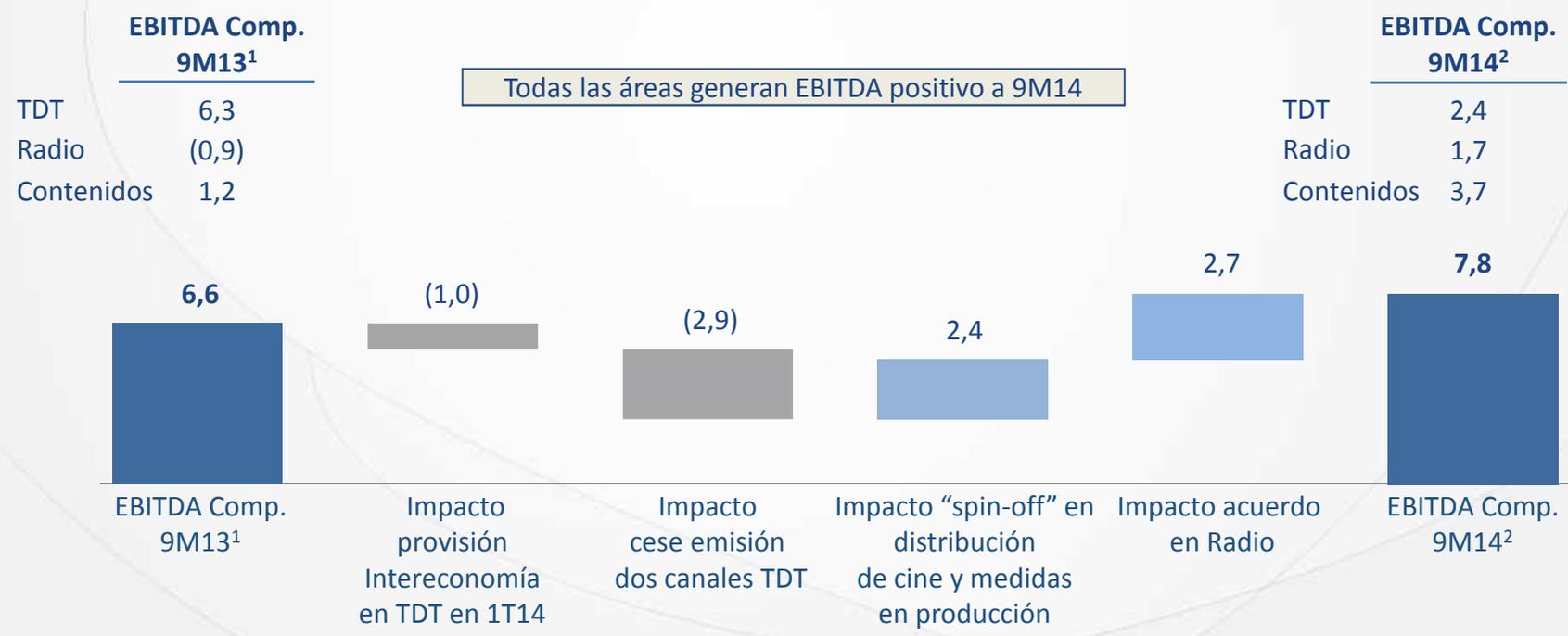
Nota 1: comScore sep14. Nota 2: fuente i2p. Nota 3: EGM olas acumuladas. Son cuotas calculadas sobre contactos (pueden existir duplicidades en lectores). Nota 4: datos internos variación % a/a ene-sep14. Publicidad bruta.

Audiovisual: todas las áreas en EBITDA positivo en 9M14 tras medidas adoptadas

- **TDT sigue siendo rentable pese al cese de emisiones de 2 canales del multiplex**
 - Menor EBITDA en perímetro por un total de €2,9m por el cese de emisiones de dos canales de TDT Nacional en 1T14 (MTV e Intereconomía)
 - Impacto negativo de la provisión de Intereconomía realizada en 1T14 por un importe de €-1,0m
- **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 EBITDA positivo tras medidas adoptadas**
 - Distribución cine: EBITDA 3T14 €1,8m

Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable

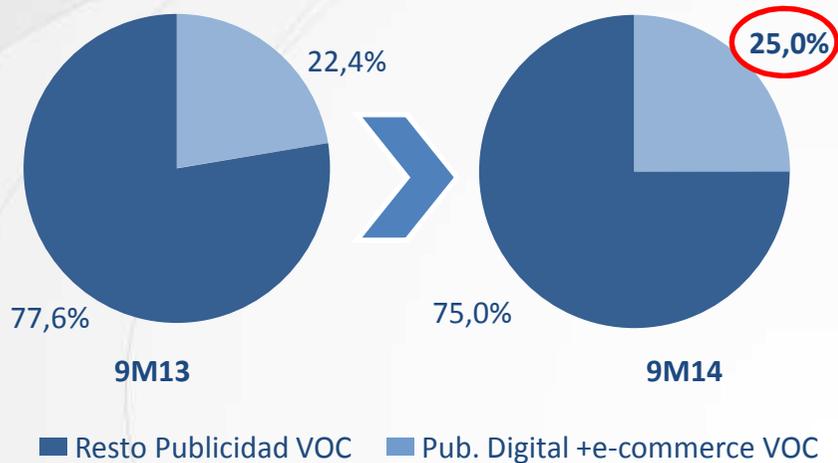


Nota 1: ajustado por reestructuración 9M13 €-0,1m en Radio y €-0,1m en Contenidos. Nota 2: ajustado por medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

Nuevas iniciativas y crecimiento online que alcanza 25% de ingresos

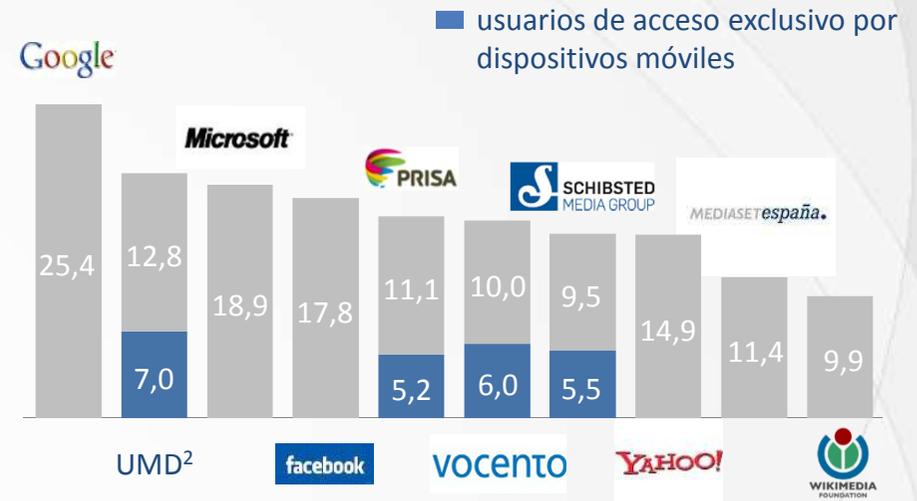
Incrementa peso de publicidad online y nuevos negocios digitales en VOC

Desglose ingresos publicitarios de VOC (%)



Mayor peso de usuarios de movilidad que comparables¹

Millones de usuarios únicos mensuales



Las nuevas fuentes de ingresos digitales aportan EBITDA positivo agregado 9M14 de €1,7m



15% s/total ingresos ediciones digitales 9M14



Ingresos 9M14 +40,1%



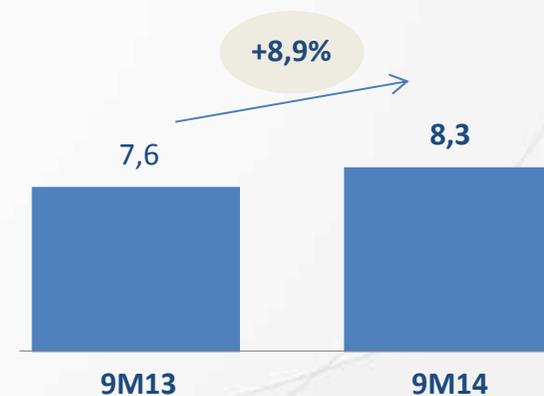
Venta online de entradas a espectáculos o eventos



Promoción de productos cosméticos de primeras marcas

Crecimiento de publicidad en Clasificados

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



Nota 1: fuente comScore MMX Multiplataforma sep14. Nota 2: UMD= Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

Control de costes y ahorros derivados de cambios en modelos de negocio

- **Costes operativos comparables -8,6% (€-31,6m):**
 - Cambios de modelo de negocio en área Audiovisual (TDT, Contenidos y radio): €-12,9m
 - Ajustes de personal y de políticas salariales (9M14 -5,7%, €-7,2m, €-5,4m ex Audiovisual) y mejora de eficiencias en servicios compartidos, revisión de costes de producción, comerciales y administrativos €-2,2m
 - Política selectiva de promociones (9M14 -30,1%, €-5,9m) y control de costes asociados a venta de ejemplares (9M14 €-5,2m)
- **Por áreas, Periódicos (€-13,9m, -4,8%), y Audiovisual (9M14 €-12,9m, -27,0%)**

Reducción de costes comparables por concepto

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para costes comparables 9M13 y 9M14



Reducción de costes comparables por área de negocio

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para Costes comparables 9M13 y 9M14



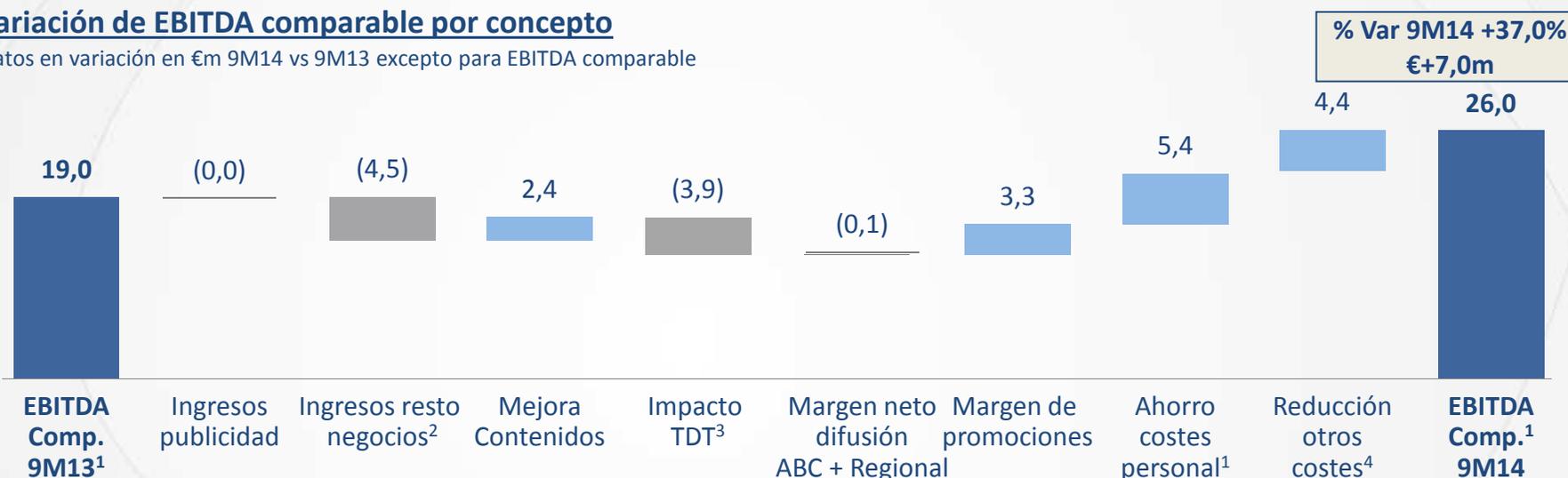
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m y Audiovisual. Nota 2: costes de marketing, aprovisionamientos, distribución y talleres. Nota 3: reducción en costes en Audiovisual. Nota 4: resto de costes de Periódicos, y costes de Clasificados, Otros y Estructura menos excluido variación de costes de personal.

EBITDA comparable 9M14 crece €7,0m: mejora en todas las áreas

- **Mejora de EBITDA 9M14 en todas las áreas, que se acelera en 3T14 por crecimiento en publicidad**
 - Puesta en valor del apalancamiento operativo: la recuperación publicitaria en 3T14 se refleja en un crecimiento de EBITDA 3T14 del 60,0% superior al acumulado 9M14 (+37,0%)
- **No recurrentes: medidas de ajuste de personal en 9M14 por €-5,3m y provisión por Intereconomía €-1,0m**

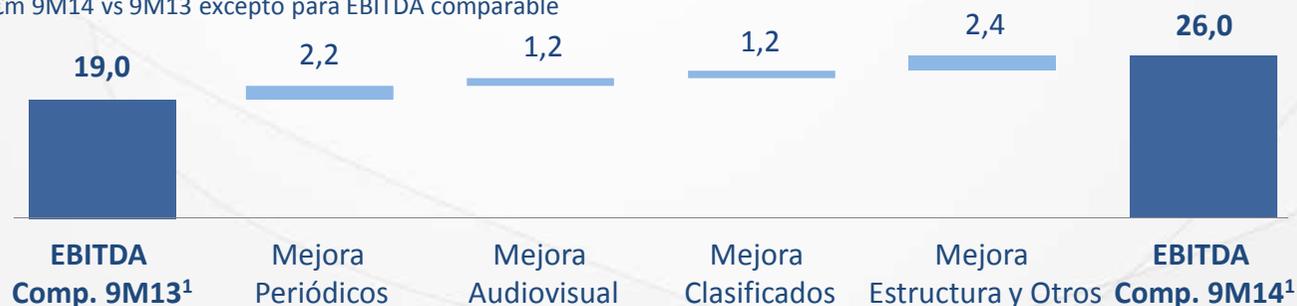
Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable



Incremento de EBITDA comparable por área de negocio

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable



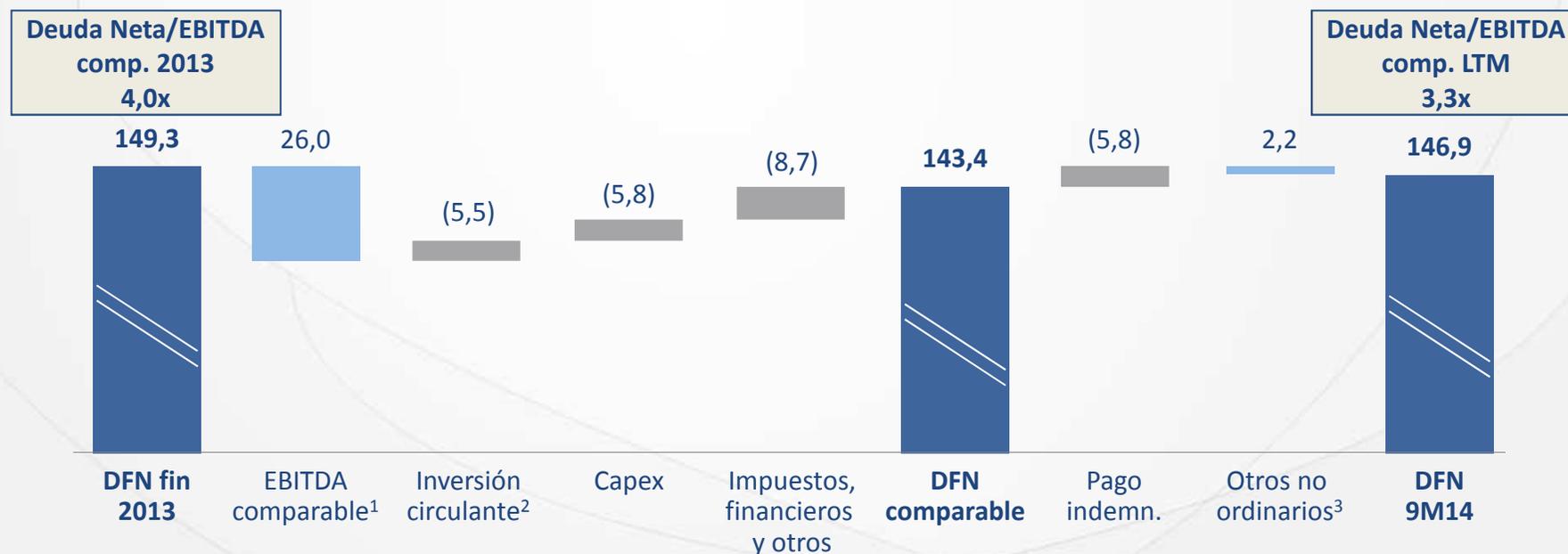
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m. Los ahorros de personal excluyen Audiovisual. Nota 2: ingresos de radio, clasificados, venta de ejemplares suplementos y otros negocios. Nota 3: impacto cierre de canales TDT y provisión de Intereconomía. Nota 4: costes comerciales, y administrativos Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas ex-Contenidos.

Posición financiera neta sostenida

- **Generación de caja positiva del negocio ordinario de €+5,9m a 9M14**
 - Control de CAPEX: inversión asociada fundamentalmente con Internet
 - Inversión en capital circulante: disminución de la actividad con proveedores por venta del negocio de Tripictures (Contenidos), cese de 2 canales de TV, y gestión activa de deudores comerciales en 9M14
- **Impacto neto en caja de no recurrentes y otros ajustes no ordinarios por un total de €-3,6m a 9M14**
 - Venta 0,36% de ONO: entrada de caja en julio 2014 por €+9,2m. En 4T14 entrada de €1,2m adicional
 - Pagos vinculados a las medidas de ajuste de personal acometidas (€-5,8m)
 - Pagos y ajustes contables por constitución del préstamo sindicado, “mark to market” de su derivado, y otros
- Política activa de optimización de caja
- Posición de **autocartera de 3,1%** a 30 de septiembre de 2014

Sostenimiento de los niveles de DFN

Cambios en Deuda Financiera Neta diciembre 2013-9M14. Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 9M14 €-5,3m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye venta de participación en ONO, comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y pago extraordinario a la Fundación ABC.

Anexo financiero 9M14 vs 9M13

Cuenta de Resultados consolidada 9M14

NIIF

Datos en €m

	9M14	9M13	Var %
Ventas de ejemplares	155,4	162,5	(4,4%)
Ventas de publicidad	110,2	110,3	(0,0%)
Otros ingresos	95,8	113,3	(15,4%)
Ingresos de explotación	361,5	386,1	(6,4%)
Costes operativos comparables¹	(335,5)	(367,1)	(8,6%)
EBITDA comparable¹	26,0	19,0	37,0%
Indemnización y medidas ajuste personal	(5,3)	(0,7)	(614,5%)
EBITDA	20,7	18,3	13,7%
Depreciación y amortización	(18,2)	(22,1)	(17,7%)
Resultado por enajenación inmov.	0,0	0,2	(92,0%)
Rdo. de explotación (EBIT)	2,6	(3,6)	170,4%
Rdo. sociedades método participación	0,0	0,1	(93,8%)
Diferencial financiero y otros	(7,4)	(7,5)	2,3%
Rdo. Neto enaj. de activos no corrientes	(0,3)	0,4	(185,7%)
Impuesto sobre sociedades	(1,0)	(1,1)	9,6%
Resultado neto del ejercicio antes minorit.	(6,1)	(11,8)	48,4%
Minoritarios	(3,0)	(3,6)	14,5%
Rdo. Neto atribuible a la soc. dominante	(9,1)	(15,3)	40,5%

Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m.

Balance consolidado a 30 de septiembre de 2014

NIIF

Datos en €m

	9M14	2013		9M14	2013
Activos no corrientes	547,8	568,0	Patrimonio neto	337,1	349,9
Activo intangible	152,7	159,7			
Propiedad, planta y equipo	172,4	182,4			
Part. por método participación	10,6	10,7			
Otros activos no corrientes	212,2	215,3			
Activos corrientes	152,2	172,8	Total pasivo	363,0	391,1
Otros activos corrientes	122,4	138,1	Deuda financiera	174,7	184,4
Efectivo y medios equivalentes	29,7	34,7	Otros pasivos no corrientes	68,3	68,3
Activos mantenidos a la venta	0,2	0,2	Otros pasivos corrientes	120,0	138,4
Total Activo	700,1	741,0	Total Pasivo	700,1	741,0
			Deuda financiera neta	146,9	149,3

Variación DFN 9M14

NIIF

Datos en €m

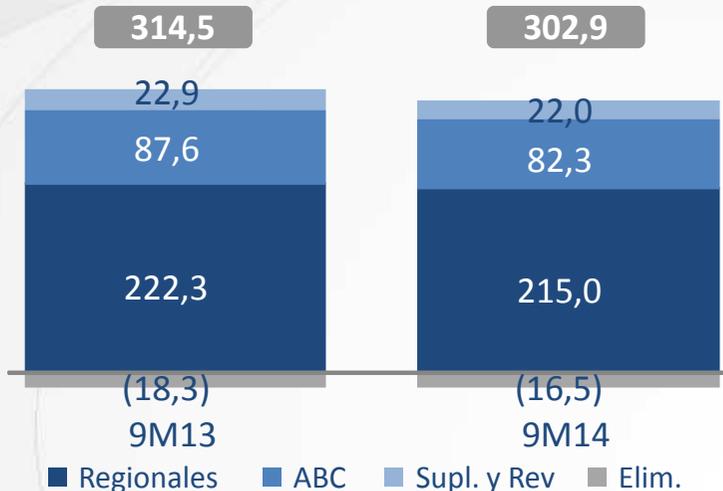
	9M14	9M13
EBITDA Comparable	26,0	19,0
Variación capital circulante ¹	(5,5)	(0,4)
Capex	(5,8)	(6,8)
Otras partidas ²	2,8	4,8
Cash flow proveniente de actividades operativas	17,4	16,6
Dividendos e intereses cobrados	0,6	0,6
Dividendos e intereses pagados ³	(12,1)	(13,2)
Total cash flow recurrente	5,9	4,0
Pagos medidas ajuste de personal	(5,8)	(17,8)
Otras partidas no recurrentes con impacto en el cash flow ⁴	2,2	0,0
Cambio en DFN	2,4	(13,8)
	DFN 9M14	146,9
	DFN 2013	149,3

Nota 1: excluye pagos a Fundación ABC. Nota 2: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros. Nota 3: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 4: incluye ventas de activos no estratégicos, comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a Fundación ABC.

Ingresos por área de negocio

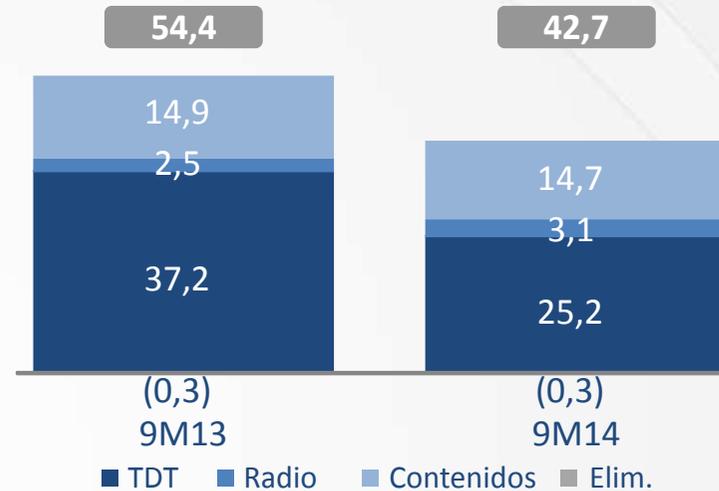
Periódicos

Datos en €m



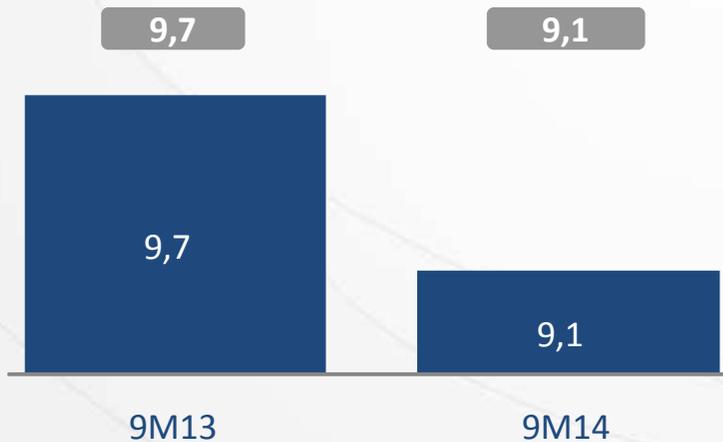
Audiovisual

Datos en €m



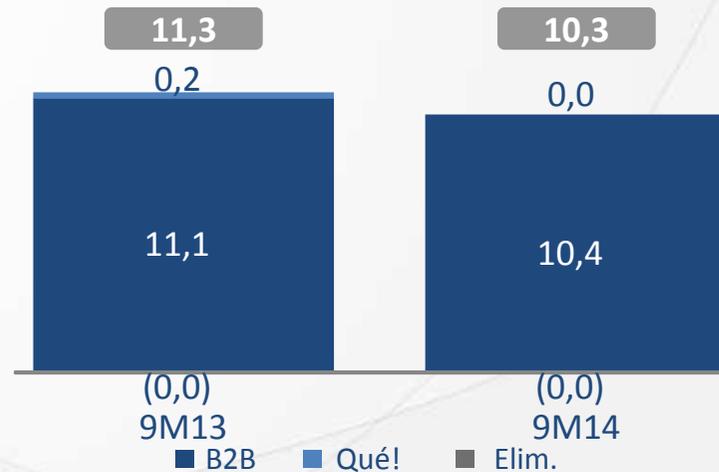
Clasificados

Datos en €m

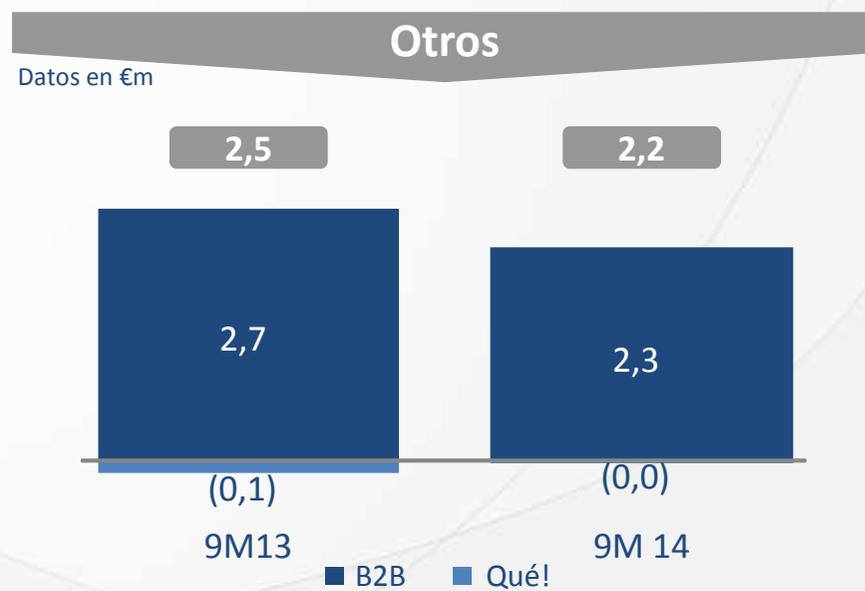
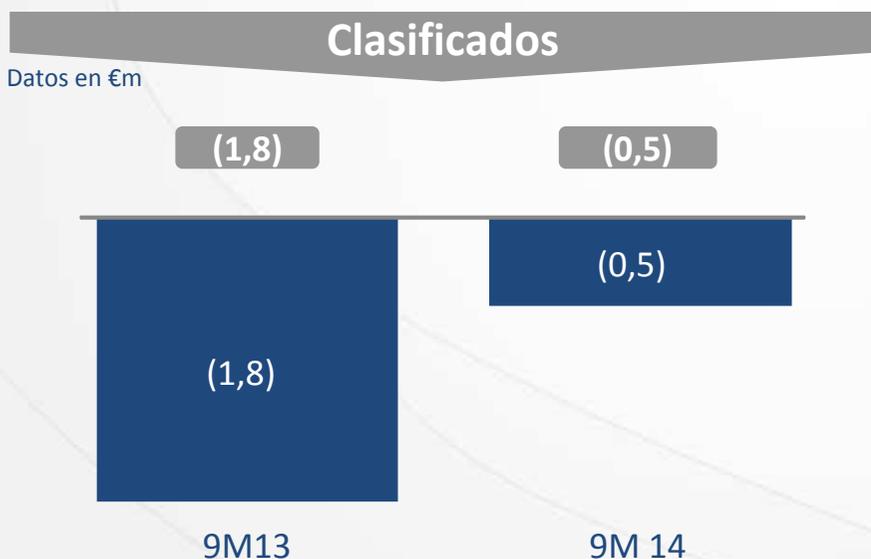
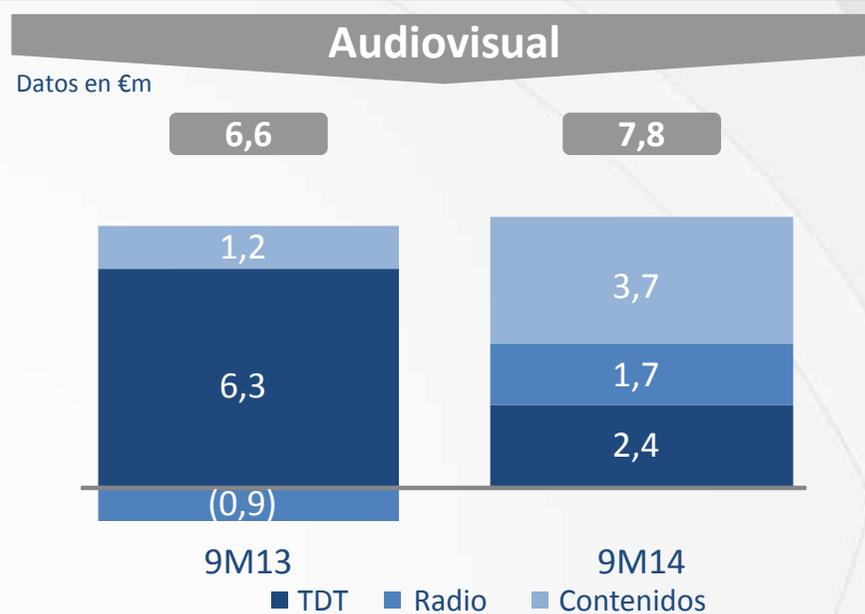
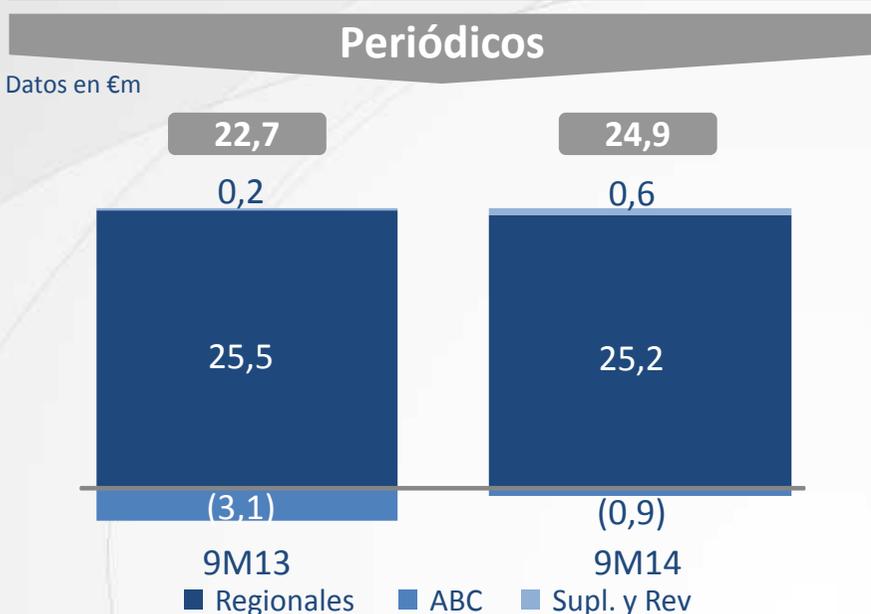


Otros

Datos en €m



EBITDA comparable¹ por área de negocio



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 9M14 €-3,5m y 9M13 €-1,0m, Audiovisual 9M14 €-0,4m y 9M13 €-0,2m y Clasificados 9M14 €-0,1m y 9M13 €0,1m.

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

K+ KIOSKO y MAS

Hoy Corazón

Mujer hoy⁷

COPE

LAS PROVINCIAS

con la fuerza de ABC

hillvalley

infoempleo.com

EUROTV producciones

11870.COM

BOCA } BOCA PRODUCCIONES

pisos.com

veralia

finanzas.com

VOCENTO

NET TV

AUTOCASION.com

Paramount CHANNEL

larioja.com

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.