

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Diciembre 2011

27 de febrero de 2012

INTRODUCCIÓN: EVOLUCION DEL ENTORNO ECONÓMICO

La economía española ha experimentado a lo largo de 2011 una recaída en su actividad debido a la crisis de la deuda soberana en la eurozona y a la restricción del crédito, que han llevado al estancamiento de la actividad económica en el tercer trimestre y a una contracción de la economía en el cuarto trimestre. Asimismo, el consumo privado se está viendo afectado por el impacto de las medidas de austeridad fiscal y el creciente desempleo. Este escenario de deterioro macroeconómico ha afectado a la inversión publicitaria especialmente en la segunda parte del año (1S11 -6,5%, 3T11 -7,8% y 4T11 -12,3%¹) en todos los soportes publicitarios con la excepción de Internet, que continúa con un crecimiento cercano al doble dígito.

En este adverso entorno de mercado, VOCENTO ha centrado sus esfuerzos en mejorar sus ingresos y la rentabilidad de sus negocios. El objetivo de rentabilidad pasa por un continuado y estricto control de gastos para ajustar la estructura de costes de la Compañía al ciclo actual así como aprovechar el apalancamiento operativo de cara al futuro. El foco en ingresos se refleja en: mejora de cuota de mercado apoyándose en la fortaleza de sus marcas y en una estrategia comercial bien definida; la continua innovación y desarrollo de los negocios como son el fortalecimiento de la marca ABC a través de la radio, un altavoz nacional y la inversión en producto y comunicadores en sus cabeceras; la puesta en valor de su estrategia audiovisual de TDT de nicho y el cierre de un acuerdo con Viacom para un nuevo canal; la estrategia digital transversal, con el lanzamiento de Kiosko y más (plataforma de pago con más de 178 publicaciones) y la creciente contribución de Internet a los ingresos de publicidad de VOCENTO (13,5% en 2011 vs. 5,6% en 2008).

La fidelidad de las audiencias a marcas líderes, el atractivo de la oferta comercial para los anunciantes y la importante reducción de costes realizada unido a la diferencial posición financiera frente al sector, sitúan a VOCENTO en un lugar privilegiado para liderar el futuro del sector media a pesar de los retos que presenta el sector de los medios de comunicación.

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE VOCENTO

VOCENTO es un grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es Vocento, S.A., dedicado a las diferentes áreas que configuran la actividad en medios de comunicación.

La dirección de VOCENTO organiza la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa, de acuerdo a las distintas líneas de actividad definidas: Medios Impresos, Audiovisual, Internet y Otros Negocios. Este mismo esquema, útil y fiable para la gestión del grupo, es el utilizado para el reporte al mercado. Esta agrupación de la información presenta todos los periódicos, todas las ediciones digitales, los canales de televisión nacional, las productoras de contenidos, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada línea de actividad. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los segmentos mencionados.

La información financiera contenida en este documento ha sido preparada de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

¹ Arce Media i2p.

Desglose de áreas de actividad de VOCENTO

MEDIOS IMPRESOS			
PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ El Diario Vasco ▪ El Diario Montañés ▪ La Verdad ▪ Ideal ▪ Hoy 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur ▪ La Rioja ▪ El Norte de Castilla ▪ El Comercio ▪ Las Provincias ▪ La Voz de Cádiz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ Qué! 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Hoy Corazón ▪ Inversión y Finanzas

AUDIOVISUAL		
TDT	RADIO	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT nacional - Net TV ▪ TDT regionales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC Radio ▪ 2 licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia <p>Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ BocaBoca ▪ Europroducciones ▪ Hill Valley ▪ Videomedia (30%) <p>Distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tripictures

INTERNET			
EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 portales locales ▪ ABC.es ▪ Que.es 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com ▪ Hoy Cinema 	<p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión ▪ Tus anuncios 	<p>Directorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sarenet ▪ 11870 (30%) ▪ Kiosko y Más (50%)

OTROS NEGOCIOS		
IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comeco Impresión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribuciones Comecosa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otras participadas multimedia regional

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

Ingresos publicitarios afectados por el ciclo pero con incremento de cuota de mercado y mejora del perfil de ingresos por Internet
EBITDA ajustado ex La 10 en niveles cercanos a 2010 a pesar del ciclo
Continúa la eficiencia en costes con mejora de EBITDA en los negocios en pérdidas
Posición financiera diferencial en el sector

- **Los ingresos publicitarios 2011 descienden -9,4% (variación -24.882 miles de euros) si bien el potencial de generación de ingresos de las marcas de VOCENTO se traduce en un incremento de la cuota de mercado y en un mayor peso de Internet:**
 - (i) Liderazgo en información general tanto en prensa escrita (4,2m² de contactos) como en Internet (6,6³ de u.u.m.) en la categoría de noticias.
 - (ii) ABC: mejora continua de resultados reflejada en un mejor comportamiento de publicidad en prensa 2011 -10,3% vs. mercado -12,9%⁴ y en Internet, ABC.es +10,1% vs. mercado +7,7%⁴ y en difusión.
 - (iii) Prensa Regional (2011 -11,2%) y Qué! (2011 -10,7%) registran un mejor comportamiento publicitario que el mercado (2011 -12,9%).
 - (iv) Los ingresos publicitarios de Internet (2011 +9,8%) crecen más que el mercado (2011 +7,7%) y contribuyen el 13,5% de los ingresos publicitarios de VOC (+2,4 p.p. vs. 2010).
- **Continúa la eficiencia en costes con mejora de EBITDA en los negocios en pérdidas:**
 - (i) EBITDA ajustado ex La 10 52.953 miles de euros, similar a 2010 a pesar del ciclo.
 - (ii) Continúa el esfuerzo en control de costes: costes totales 2011 -1,9%⁵ y personal -6,3%⁵.
 - (iii) ABC mejora EBITDA 2011 en +7.343⁵ miles de euros.
 - (iv) Audiovisual: EBITDA TDT positivo ex La 10 y acuerdo con Viacom para el lanzamiento de un nuevo canal en 2T12. Radio: obtención de licencias y lanzamiento de ABC Punto Radio.
 - (v) Internet alcanza break even en las ediciones digitales con mejora en todas las áreas.
 - (vi) Inversión en reestructuración 2011 -21.626 miles de euros.

NIIF Miles de Euros	EBITDA ajustado por área ⁵			Publicidad
	2011	2010	Var Abs	Var Abs
Medios Impresos	36.965	41.064	(4.099)	(22.913)
Audiovisual	(232)	10.906	(11.137)	(3.496)
Internet	3.314	1.707	1.607	2.910
Otros Negocios	14.443	15.377	(934)	(158)
Estructura y Otros	(13.763)	(13.664)	(99)	(1.165)
Total	40.727	55.391	(14.663)	(24.822)
Total ex La 10	52.953	58.917	(5.964)	(28.007)

- **Excluido los efectos no recurrentes y la operativa de La 10, el Resultado Neto Consolidado antes minoritarios hubiese sido plano en 2011** (ver apartado Resultado neto del ejercicio antes de minoritarios).
- **Posición financiera diferencial ante la incertidumbre del ciclo.** Deuda financiera neta -138.657 miles de euros, que incluye efectivo y otros medios equivalentes 53.346 miles de euros. Además, el Grupo tiene líneas de crédito disponibles aproximadamente 80.000 miles de euros.

² Fuente: EGM 3ª ola acumulada 2011. Suma de la audiencia de ABC, Prensa Regional y Qué!.

³ Fuente: Nielsen Netview dic11. Suma de ABC.es y Portales Locales.

⁴ Fuente: i2p Arce Media 2011.

⁵ Ajustado por extraordinarios 2011 -2.499 y 2010 4.858 miles de euros y reestructuración VOC 2011 -21.626 miles de euros y 2010 -11.115 miles de euros. ABC (incluye ABC, ABC.es y Rotomadrid) 2011 -7.262 y 2010 -4.541 miles de euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2011	2010	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	255.618	266.016	(10.398)	(3,9%)
Ventas de publicidad	240.588	265.410	(24.822)	(9,4%)
Otros ingresos	193.805	185.687	8.118	4,4%
Ingresos de explotación	690.011	717.113	(27.102)	(3,8%)
Personal	(225.184)	(228.308)	(3.124)	(1,4%)
Aprovisionamientos	(122.022)	(128.520)	(6.498)	(5,1%)
Servicios exteriores	(320.666)	(312.632)	8.035	2,6%
Provisiones	(5.536)	1.481	7.017	473,7%
Gastos de explotación sin amortizaciones	(673.408)	(667.979)	5.429	0,8%
EBITDA	16.603	49.134	(32.532)	(66,2%)
Amortizaciones	(40.639)	(45.580)	(4.941)	(10,8%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	7.457	(909)	8.365	920,7%
EBIT	(16.580)	2.645	(19.225)	(726,8%)
Saneamiento de fondo de comercio	(30.000)	0	30.000	n.a.
Resultado de sociedades por el método de participación	66	101	(36)	(35,3%)
Diferencial financiero	(6.223)	(8.520)	2.297	27,0%
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	(27)	(1.650)	1.623	98,4%
Resultado antes de impuestos	(52.764)	(7.423)	(45.341)	(610,8%)
Impuesto sobre sociedades ²	3.558	4.642	(1.084)	(23,3%)
Resultado neto del ejercicio	(49.206)	(2.782)	(46.424)	n.r.
Accionistas minoritarios	(4.330)	(6.890)	2.561	37,2%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(53.536)	(9.672)	(43.864)	(453,5%)
Gastos de explotación sin amortizaciones ajustados ¹	(649.283)	(661.722)	12.439	(1,9%)
EBITDA ajustado ¹	40.727	55.391	(14.663)	(26,5%)
EBIT ajustado ^{1,3}	88	9.811	(9.723)	(99,1%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

¹ Ajustado por inversión en reestructuración 2011 -21.626 miles de euros y 2010 -11.115 miles de euros y extraordinarios -2.499 miles de euros y 2010 4.858 miles de euros.

² Incluye impacto en Impuestos de la actualización crédito fiscal 45% (Ver nota 24 c de Cuentas anuales).

³ Ajustado por Resultado por enajenación de inmovilizado.

Ingresos de explotación

Los ingresos 2011 alcanzan 690.011 miles de euros, -3,8% comparado con 2010:

(i) Ventas de ejemplares, -3,9%, con ligera caída de ingresos en Prensa Regional (-1,3%) y descensos en ABC (-10,5%, principalmente debido al descenso controlado en la difusión no ordinaria). ABC alcanza en 2011 un promedio de difusión de 221.353⁶ ejemplares diarios.

(ii) Los ingresos de publicidad, -9,4% reflejan el mercado publicitario afectado por el ciclo económico. Destacar que tanto la marca ABC (prensa -10,3%, prensa más Internet -8,7%) como las marcas de los medios regionales (prensa -11,2%, prensa más Internet -9,5%), registran un mejor comportamiento que el mercado de prensa en 2011 que retrocede un -12,9%⁷.

⁶ Fuente: OJD 2011. Datos no certificados.

⁷ Fuente: i2p Arce Media 2011.

Los ingresos de publicidad en Internet mantienen su senda de crecimiento (+9,8%) por encima del mercado (+7,7%⁸), y a cierre de 2011 representan el 13,5% de los ingresos de publicidad de VOCENTO, una mejora de +2,4 p.p. vs. 2010.



Fuente: i2p Arce Media. Nota 1: suma de Prensa Regional, ABC y Qué!.

Si se analiza en perspectiva el periodo 2008-11 se observa un creciente peso de Internet en el mix de ingresos publicitarios de VOCENTO.



(iii) Crecimiento en Otros Ingresos +4,4% debido, entre otros, al crecimiento de ingresos en TDT (+24,9%) tras el comienzo de la explotación del múltiplex completo en TDT Nacional en 2011.

Gastos de explotación

Los gastos de explotación en 2011 descienden un -0,8%, -5.082 miles de euros, excluyendo la inversión en reestructuración en 2011 y 2010. La mayor actividad en TDT por La 10 y en el área de Contenidos, se ven compensadas por importantes medidas de control de costes y por el esfuerzo en reestructuración acometido en todas las áreas.

La inversión en reestructuración de 2011 asciende a -21.626 miles de euros vs. -11.115 miles de euros en 2010 y es intrínseca a la transformación necesaria del negocio. Las medidas de reestructuración acometidas durante los últimos años tienen su reflejo en la disminución de los gastos de personal, que en 2011 descienden un -6,3% ajustados por la citada inversión en reestructuración.

Este proceso de reestructuración ha dado paso a una etapa de transformación de diversos negocios con el objetivo de mejorar la rentabilidad. Las distintas medidas llevadas a cabo en la última parte del año implican unos costes extraordinarios de -2.499 miles de euros relacionados principalmente con el cierre de la operativa en TDT (La 10 y TVs locales) y de ciertas radios locales. Si se ajustaran los costes

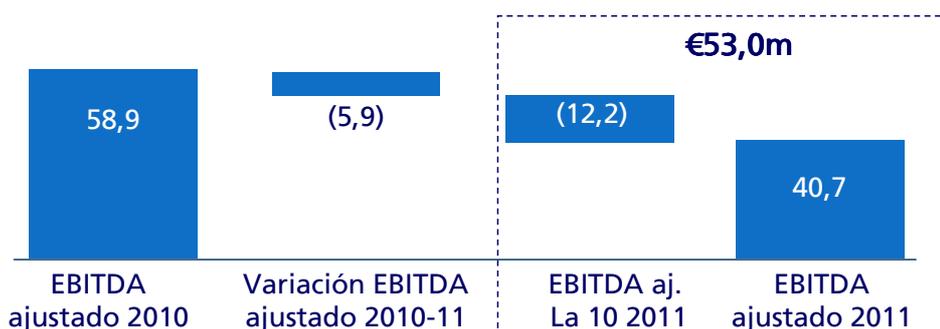
⁸ Fuente: i2p Arce Media 2011.

por inversión en reestructuración, y extraordinarios (citados costes en 2011 y reversión de avales realizada en 2010 por 4.858 miles de euros) los costes del ejercicio habrían descendido un -1,9%.

EBITDA

El EBITDA ajustado por inversión en reestructuración y extraordinarios de 2011 asciende a 40.727 miles de euros. Si excluimos la operativa de La 10, por su no continuidad, en ambos ejercicios el EBITDA de 2011 alcanza niveles cercanos a 2010 lo que supone una variación en EBITDA ajustado de -5.964 miles de euros en comparación con una caída en ingresos de publicidad 2010-11 (excluido La 10) de -28.007 miles de euros.

Evolución EBITDA ajustado⁹ (€m)

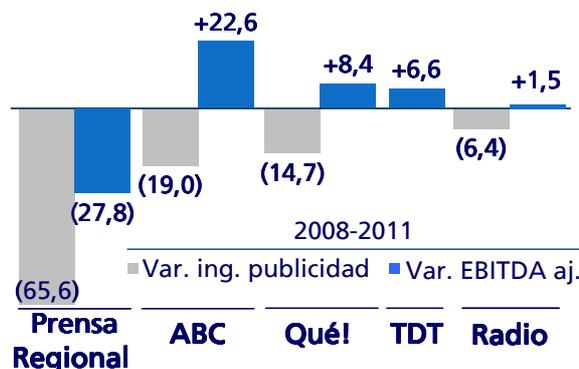


La mejora en EBITDA en el periodo 2008-11 en +11.455 miles de euros es notable si se considera que desde el inicio de la crisis los ingresos de publicidad de VOCENTO han descendido en -180.797 miles de euros desde 2007.

Ingresos de publicidad y EBITDA ajustado¹⁰ 2008-11 (€m)

	2008	2011	Var.
Ing. publicidad	350,9	240,6	(110,3)
EBITDA ¹ ajustado	29,3	40,7	+11,5

Pérdida ingresos publicidad desde 2007 €-180,8m



Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación 2011 asciende a -16.580 miles de euros y 2010 2.645 miles de euros. Este resultado se habría mantenido plano en 2011 (88 miles de euros en comparación con 9.811 miles de euros en 2010), si se ajustara de efectos no recurrentes: inversión en reestructuración, extraordinarios operativos, plusvalía neta por la venta de terrenos de ABC y deterioros de inmovilizado.

⁹ EBITDA 2010 ajustado por reestructuración €-11,1m, extraordinarios €4,9 (reversión de avales vinculados a Radio Digital) y EBITDA La 10 €-3,5m. 2011 ajustado por reestructuración €-21,6m y extraordinarios €-2,5m (TDT, Radio y Estructura).

¹⁰ EBITDA 2008 ajustado por reestructuración 2008 €-44,0m y 2011 €-21,6m y extraordinarios 2011 €-2,5m.

Las amortizaciones del periodo se reducen en -4.941 miles de euros en comparación con 2010 alcanzando -40.639 miles de euros, debido al descenso en el área de Contenidos (-13.701 miles de euros en 2011 vs. -17.310 miles de euros en 2010), por la activación de formatos en 2010 y la menor amortización en el catálogo de Tripictures en 2011.

El resultado por enajenación del inmovilizado, por importe de 7.457 miles de euros, incluye la plusvalía neta generada en la tercera fase de la operación de venta de terrenos de ABC (hecho relevante del 10 de julio de 2008) y minusvalías por deterioro de inmovilizado relacionados con plantas de impresión y cierre de operativa de ciertas radios locales y La 10.

Diferencial financiero

El Diferencial financiero asciende a -6.223 miles de euros en 2011 que incluye un ingreso financiero por importe de 1.663 miles de euros que obedece al ajuste positivo en 2011 por disminución del valor razonable de la opción de venta de los minoritarios Las Provincias.

Saneamiento de fondo de comercio

Durante 2011 se ha procedido a realizar un deterioro del Fondo de Comercio vinculado con Las Provincias por importe de -30.000 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

La evolución del resultado operativo y la regularización de determinados créditos fiscales (registro de 8.069 miles de ver nota 24c de las Cuentas Anuales) explican el ingreso por impuesto de sociedades de 3.558 miles de euros en 2011.

Resultado neto del ejercicio antes de minoritarios

Asciende a -49.206 miles de euros. Si se ajustara por no recurrentes como, entre otros, el deterioro en el Fondo de Comercio, las indemnizaciones ó la operativa de La 10 (ver tabla) el resultado hubiera sido positivo por 182 miles de euros vs. 4.597 miles de euros en 2010.

Evolución Resultado neto antes de minoritarios (€m)

	2011	2010	Var abs
Resultado Neto Consolidado antes minoritarios	(49,2)	(2,8)	(46,4)
One offs netos de efecto fiscal:			
Deterioro Fondo de Comercio	(21,0)	0,0	
Indemnizaciones	(15,2)	(7,8)	
EBITDA ex La 10	(8,6)	(2,5)	
Regularización crédito fiscal	(8,1)	0,0	
Extraordinarios	(1,7)	3,5	
Rdo. enajenación inmovilizado	5,2	(0,6)	
Rdo. Neto Consolidado ajustado antes minoritarios	0,2	4,6	(4,4)

Accionistas minoritarios

La variación en el importe de minoritarios (+2.561 miles de euros) refleja la evolución en el resultado de minoritarios de las divisiones de Prensa Regional, Radio y TDT Nacional.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 2011 asciende a -53.536 miles de euros, afectado por el deterioro realizado en el Fondo de Comercio, indemnizaciones, regularización del crédito fiscal, extraordinarios, y el resultado por enajenación de inmovilizado (Ver Resultado neto del ejercicio antes de minoritarios).

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2011	2010	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	639.710	703.844	(64.134)	(9,1%)
Activo Intangible	222.211	264.962	(42.751)	(16,1%)
Propiedad, planta y equipo	212.176	239.644	(27.468)	(11,5%)
Part.valoradas por el método de participación	19.210	19.109	102	0,5%
Otros activos no corrientes	186.113	180.130	5.983	3,3%
Activos Corrientes	269.394	284.392	(14.998)	(5,3%)
Efectivo y otros medios equivalentes	53.346	68.975	(15.629)	(22,7%)
Otros activos corrientes	216.048	215.418	630	0,3%
Activos mantenidos para la venta	193	3.885	(3.691)	(95,0%)
TOTAL ACTIVO	909.298	992.121	(82.824)	(8,3%)
Patrimonio neto	427.124	489.240	(62.117)	(12,7%)
Deuda financiera	192.003	189.603	2.401	1,3%
Otros pasivos	290.170	313.278	(23.108)	(7,4%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	909.298	992.121	(82.824)	(8,3%)

Activo intangible

El deterioro en el Fondo de Comercio y amortizaciones de activos intangibles del periodo explican el descenso en el epígrafe.

Propiedad, planta y equipo

El descenso es consecuencia de las menores inversiones en CAPEX en 2011 y las bajas de activos mencionadas anteriormente.

Otros activos no corrientes

El incremento en el epígrafe es resultado principalmente de la activación de créditos fiscales.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -138.657 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 53.346 miles de euros. Las variaciones más significativas se deben a:

- (i) Entrada de caja por la tercera fase de la venta de terrenos de ABC de 20.183 miles de euros.
- (ii) Inversión en reestructuración: salidas de caja en 2011 por -28.668 miles de euros.
- (iii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por -17.175 miles de euros, vinculado principalmente a Internet, y a la adquisición de derechos para la distribución de producciones cinematográficas.
- (iv) Pago dividendos filiales -8.905 miles de euros.
- (v) Variación en capital circulante de -6.244 miles de euros.

Miles de Euros	NIIF			
	2011	2010	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	67.023	55.151	11.872	21,5%
Endeudamiento financiero a l.p.	124.980	134.452	(9.471)	(7,0%)
Endeudamiento financiero bruto	192.003	189.603	2.401	1,3%
Efectivo y otros medios equivalentes	53.346	68.975	(15.629)	(22,7%)
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(138.657)	(120.628)	(18.029)	(14,9%)

El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 61.843 miles de euros y otros pasivos con coste financiero corrientes por 5.180 miles de euros que incluyen planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye deuda con entidades de crédito por 103.776 miles de euros, y otros pasivos con coste financiero no corrientes por 21.205 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

Otros pasivos

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente a la aplicación de provisiones correspondientes a las medidas de reestructuración

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2011	2010	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	(53.537)	(9.673)	(43.864)	(453,5%)
Ajustes resultado del ejercicio	74.887	53.566	21.321	39,8%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	21.350	43.893	(22.543)	(51,4%)
Variación capital circulante	(6.244)	2.903	(9.147)	(315,1%)
Otras partidas a pagar	(14.955)	(45.445)	30.490	67,1%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(5.217)	(2.001)	(3.216)	(160,7%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	(5.066)	(650)	(4.416)	(679,4%)
Adiciones al inm. material e inmaterial	(17.175)	(45.660)	28.485	62,4%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	626	(2.051)	2.677	(130,5%)
Dividendos e intereses cobrados	2.031	2.317	(286)	(12,3%)
Otros cobros y pagos (inversión)	20.740	100	20.640	n.r
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	6.222	(45.294)	51.516	(113,7%)
Dividendos e intereses pagados	(18.073)	(14.067)	(4.006)	(28,5%)
Pago retenciones intereses	(1.703)	0	n.a	n.a
Disposición/ (devolución) de deuda financiera bancaria	4.229	14.597	(10.368)	(71,0%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(1.239)	(11.128)	9.889	88,9%
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(16.786)	(10.598)	(6.188)	(58,4%)
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(15.630)	(56.542)	40.912	72,4%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	68.975	125.517	(56.542)	(45,0%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	53.345	68.975	(15.630)	(22,7%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a -5.066 miles de euros que incluye: a) variación en el capital circulante por -6.244 miles de euros, b) pagos relacionados con la inversión en reestructuración por -28.668 miles de euros, y c) pagos por Impuestos de Sociedades (-5.217 miles de euros).

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 6.222 miles de euros debido principalmente a: i) la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex), y ii) la entrada de caja por la tercera fase de la venta de terrenos de ABC (20.183 miles de euros).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -16.786 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO, así como disposición de deuda en el periodo.

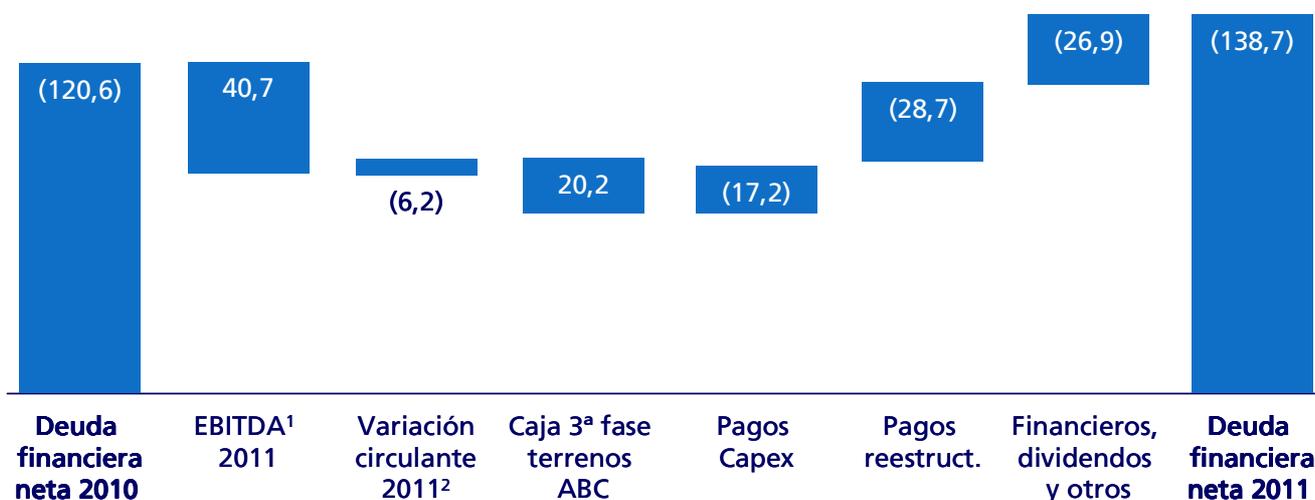
Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable (-2.591 miles de euros) obedece principalmente a los pagos realizados en 2011 de inversiones realizadas durante 2010 relacionadas con plantas de impresión.

Destaca en 2011 la reducción de inversiones en el área de Otros Negocios por la menor inversión necesaria en plantas de impresión. Derivado de la paulatina transformación del negocio, la inversión se traslada a las áreas de Audiovisual e Internet.

	NIIF (miles de euros)								
	2011			2010			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	1.231	2.568	3.799	1.715	6.724	8.439	(484)	(4.155)	(4.640)
Audiovisual	3.728	1.076	4.804	5.055	1.384	6.439	(1.326)	(308)	(1.634)
Internet	2.378	1.197	3.575	4.048	1.175	5.223	(1.670)	22	(1.648)
Otros Negocios	158	1.993	2.151	85	20.584	20.669	73	(18.591)	(18.518)
Estructura	132	122	255	407	3.151	3.558	(275)	(3.029)	(3.303)
TOTAL	7.628	6.956	14.584	11.310	33.018	44.328	(3.682)	(26.061)	(29.744)

Análisis del movimiento de Deuda Financiera Neta 31 diciembre 2010-11 (€m)



¹ Ajustado por reestructuración €-21,6m y extraordinarios €-2,5m.

² Variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).

Información por área de actividad

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación por área de actividad.

Miles de Euros	NIIF			
	2011	2010	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	444.303	483.313	(39.010)	(8,1%)
Audiovisual	123.180	112.826	10.354	9,2%
Internet	55.906	55.066	839	1,5%
Otros Negocios	190.169	193.870	(3.701)	(1,9%)
Estructura y Otros	(123.547)	(127.963)	4.416	3,5%
Total Ingresos de Explotación	690.011	717.113	(27.102)	(3,8%)
EBITDA				
Medios Impresos	25.895	31.709	(5.814)	(18,3%)
Audiovisual	(6.193)	10.028	(16.221)	(161,8%)
Internet	2.658	1.219	1.440	118,1%
Otros Negocios	14.395	16.642	(2.247)	(13,5%)
Estructura y Otros	(20.153)	(10.463)	(9.689)	(92,6%)
Total EBITDA	16.603	49.134	(32.532)	(66,2%)
EBITDA ajustado¹				
Medios Impresos	36.965	41.064	(4.099)	(10,0%)
Audiovisual	(232)	10.906	(11.137)	(102,1%)
Internet	3.314	1.707	1.607	94,1%
Otros Negocios	14.443	15.377	(934)	(6,1%)
Estructura y Otros	(13.763)	(13.664)	(99)	(0,7%)
Total EBITDA ajustado	40.727	55.391	(14.663)	(26,5%)
EBIT				
Medios Impresos	27.566	19.445	8.121	41,8%
Audiovisual	(24.197)	(10.200)	(13.997)	(137,2%)
Internet	(2.064)	(3.340)	1.276	38,2%
Otros Negocios	3.789	8.803	(5.014)	(57,0%)
Estructura y Otros	(21.674)	(12.063)	(9.611)	(79,7%)
Total EBIT	(16.580)	2.645	(19.225)	(726,8%)
EBIT ajustado^{1 2}				
Medios Impresos	28.355	28.796	(442)	(1,5%)
Audiovisual	(15.659)	(8.714)	(6.946)	(79,7%)
Internet	(1.268)	(2.552)	1.285	50,3%
Otros Negocios	3.868	7.542	(3.674)	(48,7%)
Estructura y Otros	(15.208)	(15.262)	54	0,4%
Total EBIT ajustado	88	9.811	(9.723)	(99,1%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

¹ Ajustado por inversión en reestructuración 2011 -21.626 miles de euros y 2010 -11.115 miles de euros y extraordinarios 2011 -2.499 miles de euros y 2010 4.858 miles de euros.

² Ajustado por Resultado por enajenación de inmovilizado 2011 7.457 miles de euros y 2010 -909 miles de euros.

Medios Impresos

En 2011, VOCENTO gracias al posicionamiento de sus marcas consolida el liderazgo indiscutible en el sector de los medios de comunicación en la categoría de noticias tanto en prensa escrita con 4,2¹¹ millones de lectores, como en Internet con las Ediciones Digitales de sus cabeceras que alcanzan 6,6¹² millones de usuarios únicos mensuales.

El liderazgo de VOCENTO, se ve reflejado tanto en el crecimiento del tráfico de sus cabeceras regionales y ABC, como en el crecimiento de la publicidad de las Ediciones Digitales, que contribuyen con el 11,3% (+1,7 p.p. vs. 2010) del total de ingresos de publicidad de Regional y ABC.

Prensa Regional

VOCENTO es un claro referente en los mercados regionales en los que opera gracias al poder de prescripción y elevado reconocimiento de sus marcas. En el descenso de la difusión de los diarios de información general en España, las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en el 2011 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 25,3%¹³, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,2%¹³.

En cuanto a su audiencia VOCENTO es líder tanto en soporte offline (2.158¹¹ miles de lectores, 746¹¹ mil lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), como en la categoría online.

La evolución en el mix de publicidad de las marcas regionales supone que el 12,0% (+1,7 p.p. vs. 2010) del total de la publicidad sea digital.

La estrategia de VOCENTO en 2011, cimentada en el indiscutible liderazgo individual en cada uno de los mercados en los que opera, tiene como base la mejora de cuota de mercado publicitario, la obtención de eficiencias operativas y la transformación de un negocio de soportes a un negocio de marcas con la oportunidad de acceder a nuevas audiencias. De acuerdo a esta filosofía se han realizado diferentes acciones: i) acuerdos con otros editores que permiten optimizar la acción comercial, así como profundizar en la mejora de la eficiencia, ii) lanzamiento de la plataforma Kiosko y más como soporte de pago con contenido audiovisual, iii) mejora de los contenidos referentes en sus mercados completándolos con contenido audiovisual, iv) crecimiento en Internet vía liderazgo e integración de redacciones y v) foco en la mejora de la eficiencia operativa y optimización de las estructuras que permiten adaptarse al nuevo entorno económico y sectorial.

El pasado mes de diciembre, VOCENTO, Heraldo de Aragón y Diario de Navarra firmaron un acuerdo estratégico de colaboración para analizar posibles acuerdos en el área comercial, de contenidos y de distribución, así como avanzar en todos los aspectos de mejora de la eficiencia.

Sobre el proceso de transformación de los medios de comunicación es fundamental la adaptación continua del modelo de negocio a la nueva realidad social y tecnológica resultando clave la cercanía del medio con su comunidad. Resulta esencial que las marcas sean generadoras de ingresos en diferentes soportes, con una orientación hacia la movilidad, con el desarrollo de aplicaciones como la geolocalización, contenidos de comunidad y participación que permiten adaptarse a las necesidades actuales de sus lectores y usuarios.

Prensa Nacional- ABC

ABC con más de cien años de historia es un punto de referencia ineludible en la historia de los siglos XX y XXI.

ABC es la única cabecera nacional que gana cuota de mercado y continúa la mejora de sus resultados. ABC cierra 2011 con una difusión media de 221.353¹¹ con una sólida tercera posición y registra un mejor comportamiento en términos publicitarios que sus comparables (ABC -10,3% vs. -12,9%¹⁴

¹¹ Fuente EGM 3ª Ola acumulada. 2011.

¹² Fuente: Nielsen Netview diciembre 2011.

¹³ Fuente OJD 2011 datos no auditados.

¹⁴ Fuente: i2p Arce Media.

mercado de prensa), así como en difusión en kiosko (ABC -3,9%¹⁵ vs. El Mundo -5,3% y La Razón -14,6%).

Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 660¹⁶ mil lectores. Desde 2007, ABC mantiene su nivel de audiencia en comparación con una pérdida de sus competidores de más de 160 mil lectores en el mismo periodo.

El crecimiento de ABC.es, que alcanza cerca de 4¹⁷ millones de usuarios únicos, se refleja en una mayor aportación de ABC.es (ingresos por publicidad 2011 +10,1%) que supone el 9,7% (+1,7 p.p. vs. 2010) del total de los ingresos publicitarios de ABC.

ABC, dentro de la estrategia de posicionamiento de la marca multicanal se apoya en 2011 en ABC Punto Radio vinculándose la actividad de la radio al contenido editorial de ABC. Por otra parte, continúa la mejora de su oferta editorial, sigue trabajando en la integración de redacciones off-online, proceso que es continuo y dinámico en la organización, y ha desarrollado contenidos y soluciones de movilidad compatibles con los nuevos soportes (iPad, iPhone, kindle de Amazon).

ABC en Kiosko y más permite no sólo completar la oferta en móviles y tabletas tanto de Apple como de Android, o en Internet, sino incorporar nuevas funcionalidades como la actualización de la edición del día siguiente la noche anterior, o nuevos contenidos como cine para los suscriptores de ABC en Kiosko y más.

La mejora en resultados de ABC demuestra el equilibrio entre esfuerzo editorial, de producto, comercial y aplicación de medidas de contención y ahorro de costes.

Suplementos y Revistas

VOCENTO edita cada semana el suplemento dominical líder en audiencia en España, XL Semanal y el suplemento femenino también más leído, Mujer Hoy. Estos suplementos son los dos de mayor cobertura y líderes en audiencia y difusión.

VOCENTO mantiene en 2011 su liderazgo en el sector de suplementos de información general (XL Semanal, Mujer Hoy, y Hoy Corazón) y en revistas especializadas (Inversión y Finanzas). Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia de 5.623¹⁶ mil lectores con un claro liderazgo de XL Semanal (un millón de lectores sobre su inmediato competidor) y Mujer Hoy sobre sus competidores.

El proceso de migración online estratégico en VOCENTO tiene su reflejo en el posicionamiento en audiencia de los portales Mujer Hoy y hoyCinema entre los más destacados en sus respectivas categorías temáticas según Nielsen Netview.

Prensa Gratuita- Qué!

La prensa gratuita hace posible el acceso a nuevas audiencias que aportan una importante masa crítica. Qué! obtiene una audiencia de 1.360¹⁶ mil lectores, tercero de información general. En enero de 2012 se ha producido el relanzamiento de Qué! con nuevos enfoques informativos y vinculado a las nuevas tecnologías (smartphones) y formatos publicitarios que buscan conquistar nuevos lectores y anunciantes.

La versión online del diario Que.es, refleja el crecimiento de su red social de noticias y la mejora de su posicionamiento con el portal móvil, y acumula una audiencia de cerca de 800¹⁷ mil de usuarios únicos.

En el actual entorno de crisis de los medios (que ha provocado la salida del competidor ADN el pasado mes de diciembre), el soporte de prensa gratuita es uno de los más afectados por la crisis económica. Como respuesta al complicado entorno publicitario y sectorial, Qué! mantiene su esfuerzo en el control de costes y centra su presencia en los mercados más atractivos por ingresos publicitarios: Madrid y Barcelona.

¹⁵ Fuente: OJD 2011. Datos no certificados.

¹⁶ Fuente: EGM 3ª ola acumulada 2011. Competidores promedio de El Mundo y La Razón.

¹⁷ Fuente: Nielsen Net View diciembre 2011.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Medios Impresos.

Miles de Euros	NIIF			
	2011	2010	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	277.539	299.479	(21.940)	(7,3%)
Prensa Nacional	138.903	152.123	(13.220)	(8,7%)
Suplementos y Revistas	48.679	54.962	(6.284)	(11,4%)
Prensa Gratuita	10.175	11.314	(1.139)	(10,1%)
Eliminaciones	(30.992)	(34.565)	3.572	10,3%
Total Ingresos de Explotación	444.303	483.313	(39.010)	(8,1%)
EBITDA				
Prensa Regional	38.779	48.352	(9.573)	(19,8%)
Prensa Nacional	(16.975)	(21.520)	4.544	21,1%
Suplementos y Revistas	6.466	7.901	(1.435)	(18,2%)
Prensa Gratuita	(2.374)	(3.025)	650	21,5%
Total EBITDA	25.895	31.709	(5.814)	(18,3%)
EBITDA ajustado¹				
Prensa Regional	41.883	51.689	(9.806)	(19,0%)
Prensa Nacional	(9.784)	(16.979)	7.194	42,4%
Suplementos y Revistas	7.138	9.195	(2.057)	(22,4%)
Prensa Gratuita	(2.271)	(2.841)	570	20,1%
Total EBITDA ajustado	36.965	41.064	(4.099)	(10,0%)
EBIT				
Prensa Regional	32.862	42.079	(9.216)	(21,9%)
Prensa Nacional	(8.177)	(26.951)	18.774	69,7%
Suplementos y Revistas	5.729	7.595	(1.866)	(24,6%)
Prensa Gratuita	(2.848)	(3.278)	430	13,1%
Total EBIT	27.566	19.445	8.121	41,8%
EBIT ajustado^{1 2}				
Prensa Regional	36.420	45.379	(8.959)	(19,7%)
Prensa Nacional	(12.499)	(22.408)	9.910	44,2%
Suplementos y Revistas	6.896	8.889	(1.993)	(22,4%)
Prensa Gratuita	(2.463)	(3.064)	600	19,6%
Total EBIT ajustado	28.355	28.796	(442)	(1,5%)

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

Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Mujer Hoy y Hoy Corazón) que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, y b) por los ingresos derivados de la venta y reparto de suscripciones entre los diferentes periódicos de VOCENTO.

¹ *Ajustado por inversión en reestructuración 2011 -11.070 miles de euros y 2010 -9.356 miles de euros.*

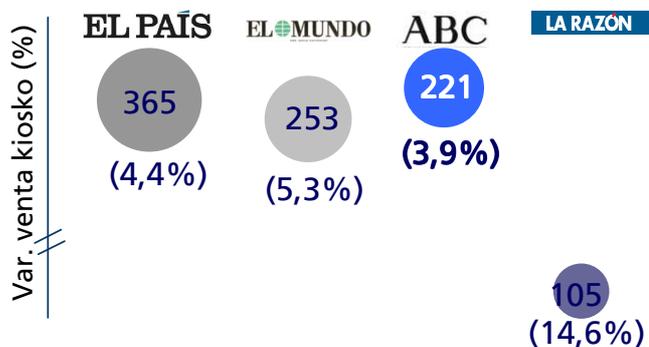
² *Ajustado por Resultado por enajenación de inmovilizado 2011 10.282 miles de euros y 2010 4 miles de euros.*

Ingresos de Explotación: asciende a 444.303 miles de euros (-8,1%).

Ventas de ejemplares: asciende a 209.740 miles de euros (-5,0%). En Prensa Regional (137.058 miles de euros, -1,3%), se compensa la menor difusión (-5,6%) con un incremento en el precio de las cabeceras.

ABC contribuye con 71.300 miles de euros (-10,5%) debido a la reducción controlada en la difusión no ordinaria (venta en bloque y suscripciones colectivas) del -30,6%¹⁸ vs. venta en kiosko -3,9%¹⁸. ABC alcanza un promedio de difusión 2011 de 221.353¹⁸ ejemplares diarios.

Difusión promedio 2011 (miles de ejemplares) y variación venta kiosko (%)



Fuente: OJD. Datos no certificados.

Suplementos y Revistas aporta 24.735 miles de euros (-8,4%) debido a la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

Ventas de Publicidad: asciende a 185.672 miles de euros (-11,0%). La evolución de los ingresos de publicidad de los diarios de VOCENTO reflejan un mejor comportamiento que el mercado que cae un -12,9%¹⁹: Prensa Regional 108.006 miles de euros (-11,2%), ABC, 45.786 miles de euros (-10,3%, misma tasa que 9M11 pese al deterioro del mercado publicitario de diarios 4T11 -16,1%¹⁹) y Qué!, 9.946 miles de euros (-10,7%). Por su parte, Suplementos y Revistas alcanza unos ingresos de publicidad de 21.944 miles de euros (-11,3%).

Otros Ingresos: asciende a 48.891 miles de euros (-9,4%).

EBITDA: asciende en 2011 a 36.965²⁰ miles de euros que compara con 41.064 miles de euros en 2010, absorbiendo gran parte del descenso publicitario gracias a la reducción de costes de -34.911²⁰ miles de euros (-7,9%). Destaca la reducción en el coste de aprovisionamientos (-9,5%) pese al incremento en el precio de las materias primas.

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA ajustado ²⁰			Publicidad
	2011	2010	Var Abs	Var Abs
Prensa Regional	41.883	51.689	(9.806)	(13.678)
Prensa Nacional	(9.784)	(16.979)	7.194	(5.261)
Suplementos y Revistas	7.138	9.195	(2.057)	(2.790)
Prensa Gratuita	(2.271)	(2.841)	570	(1.193)
Total	36.965	41.064	(4.099)	(22.913)

Nota: total de variación absoluta de publicidad incluye eliminaciones por 9 miles de euros.

- (i) **Prensa Regional:** EBITDA ajustado de 41.883 miles de euros en 2011 con una reducción de costes de -12.134 miles de euros que compensa en parte el impacto de la caída publicitaria y que permite cerrar el año con un margen EBITDA ajustado del 15,1%.

¹⁸ Fuente OJD 2011 datos no auditados.

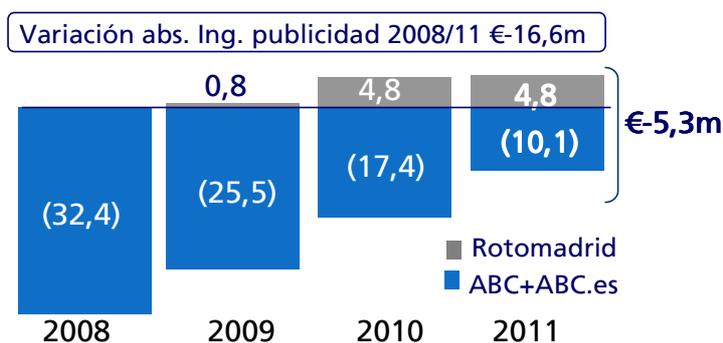
¹⁹ Fuente: i2p Arce Media.

²⁰ Ajustado por inversión en reestructuración Medios Impresos 2011 -11.070 miles de euros y 2010 -9.356 miles de euros.

- (ii) ABC: un análisis combinado de evolución de la marca ABC (actividad editora y digital) y de Rotomadrid (planta de impresión) muestra durante 2011 una mejora en el EBITDA ajustado negativo en +7.343 miles de euros (EBITDA ajustado de -5.254 miles de euros vs. -12.598 miles de euros en 2010), gracias al positivo impacto de las medidas de reducción de costes.

Un análisis de los últimos cuatro años muestra un incremento del EBITDA ajustado de +27.117²¹ miles de euros pese a una caída de -16.600 miles de euros en los ingresos publicitarios del periodo.

EBITDA ajustado²¹ ABC + ABC.es+RotoMadrid 2008-11 (€m)



- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA ajustado de 7.138 miles de euros, con un margen EBITDA ajustado del 14,7%.
- (iv) Prensa Gratuita: la disciplina en costes permiten mejorar el EBITDA ajustado en 2011 hasta -2.271 miles de euros, +570 miles de euros en comparación con 2010.

²¹ Ajustado por reestructuración 2008 €-11,0m, 2009, €-32,9m, 2010 €-4,5m y 2011 €-7,3m. Rotomadrid se reporta en "Otros Negocios".

Audiovisual

VOCENTO opera de forma integrada en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de Televisión, una cadena generalista de radio, y la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

Televisión

VOCENTO a través de su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), comparte accionariado con The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20% de NET TV), y es uno de los cuatro operadores privados que cuenta con una licencia de TDT Nacional. VOCENTO, a través de NET TV, ha realizado una apuesta sólida por una televisión de nicho y rentable: Canal Disney, MTV e Intereconomía, todos ellos enfocados a nichos de audiencia con una cuota de audiencia conjunta en TDT del 3,7%²².

El pasado mes de enero de 2012, VOCENTO ha alcanzado un acuerdo con Viacom International Media Networks, para lanzar un nuevo canal de ficción en abierto que comenzará sus emisiones durante el segundo trimestre de 2012. Con el nuevo canal, NET TV cierra su estrategia en TDT con una oferta de contenidos de calidad y nichos diferenciados y con socios internacionales y líderes mundiales en entretenimiento.

Este posicionamiento en televisión permite a VOCENTO tener menor exposición al ciclo económico o a una posible transformación más profunda del sector de TV a la vez que cumple con el objetivo de rentabilidad global de la Compañía.

Radio-ABC.Radio

En el mes de octubre 2011 se ha producido el lanzamiento de la marca ABC Punto Radio, proyecto de radio generalista que se configura en altavoz de los contenidos editoriales de ABC, con reconocidos comunicadores como Melchor Miralles, José Antonio Abellán, Ángel Expósito, Isabel San Sebastián ó Luis del Olmo.

ABC Punto Radio nace con el objetivo de reforzar la marca ABC mediante una estrategia multicanal: ABC + ABC Punto Radio + ABC.es + nuevos soportes (tablets + smartphones + PCs), e incrementar su audiencia con una ajustada estructura de costes. El proyecto de la Radio se respalda en la cobertura de su red, ampliada en 2011 tras la obtención de ocho nuevas licencias en Andalucía, tres en Canarias y dos en Cantabria.

Producción Audiovisual y Distribución-Veralia

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción y distribución de películas) se configura en torno a Veralia, holding de productoras audiovisuales que agrupa las productoras BocaBoca Producciones, Europroducciones (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia), Hill Valley, Videomedia (participación del 30,0%) y Tripictures, la distribuidora cinematográfica líder independiente en España.

El actual entorno del mercado de televisión no sólo está afectado por la crisis publicitaria sino por la elevada volatilidad de las audiencias y la reducción en el número de operadores, que incrementa la presión tanto en la demanda como en el precio de las producciones, afectando por tanto a los márgenes de producción.

Las productoras de Veralia en la actualidad tienen entre desarrollo, preproducción, producción y emisión 23 formatos diferentes, entre los que destaca "La Fuga" y "Metro a Metro".

²² Fuente: Kantar Media Enero 2012.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área Audiovisual.

	NIIF			
Miles de Euros	2011	2010	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	47.195	39.145	8.050	20,6%
Radio	13.880	18.236	(4.356)	(23,9%)
Contenidos	67.510	64.008	3.502	5,5%
Eliminaciones	(5.405)	(8.563)	3.158	36,9%
Total Ingresos de Explotación	123.180	112.826	10.354	9,2%
EBITDA				
TDT	(5.882)	(2.004)	(3.878)	193,5%
Radio	(10.684)	(4.394)	(6.290)	(143,1%)
Contenidos	10.373	16.426	(6.053)	(36,9%)
Total EBITDA	(6.193)	10.028	(16.221)	(161,8%)
EBITDA ajustado¹				
TDT	(2.972)	(1.250)	(1.721)	(137,7%)
Radio	(8.277)	(4.236)	(4.041)	(95,4%)
Contenidos	11.017	16.392	(5.375)	(32,8%)
Total EBITDA ajustado	(232)	10.906	(11.137)	(102,1%)
EBIT				
TDT	(8.400)	(3.845)	(4.555)	118,5%
Radio	(11.816)	(5.408)	(6.408)	(118,5%)
Contenidos	(3.981)	(947)	(3.034)	(320,3%)
Total EBIT	(24.197)	(10.200)	(13.997)	(137,2%)
EBIT ajustado^{1 2}				
TDT	(4.122)	(2.542)	(1.579)	(62,1%)
Radio	(8.854)	(5.253)	(3.601)	(68,6%)
Contenidos	(2.684)	(918)	(1.766)	(192,3%)
Total EBIT	(15.659)	(8.714)	(6.946)	(79,7%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

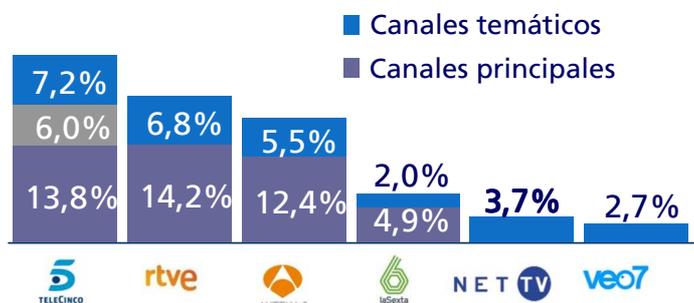
Nota: Las eliminaciones se producen por la venta de programas de las productoras a la TDT Nacional y a la Radio.

¹ Ajustado por inversión en reestructuración 2011 -3.617 miles de euros y 2010 -878 miles de euros y extraordinarios 2011 -2.499 miles de euros.

² Ajustado por Resultado por enajenación de inmovilizado 2011 -2.576 miles de euros y 2010 -609 miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanza 123.180 miles de euros, +9,2% por la mayor actividad en TDT (+20,6%) tras el lanzamiento de los nuevos canales a finales de 2010.

Cuota de audiencia por familia de canales ene12 (%)



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

En Radio se alcanzan unos ingresos de 13.880 miles de euros (-23,9%) en un difícil entorno competitivo de mercado y ciclo publicitario.

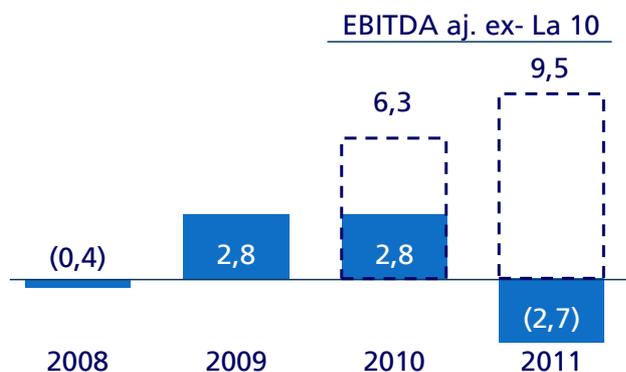
Contenidos alcanza 67.510 miles de euros (+5,5%), debido al crecimiento en ingresos de Tripictures.

EBITDA: -232²³ miles de euros ajustado por reestructuración y costes extraordinarios:

- (i) **TDT:** EBITDA ajustado, por costes de reestructuración y extraordinarios vinculados al cierre de la operativa de televisiones locales y La 10, de -2.972 miles de euros en 2011, nivel similar al de 1S11 (-2.554 miles de euros).

Una comparativa de la evolución 2008-11 muestra la puesta en valor de la TDT nacional y el EBITDA positivo generado excluido la operativa de La 10 en cada periodo que cierra su actividad a final de 2011.

EBITDA ajustado²⁴ TDT Nacional 2008-11 (€m)



- (ii) **Radio:** EBITDA ajustado, por costes de reestructuración y extraordinarios vinculados al cierre de la operativa de determinadas radios locales, de -8.277 miles de euros, por el impacto de los menores ingresos publicitarios vinculados al ciclo.
- (iii) **Contenidos:** EBITDA ajustado de 11.017 miles de euros, un descenso de -5.375 miles de euros comparado con 2010. Durante 2011 el negocio se ve afectado por los mayores gastos de royalties de la ventana DVD en Tripictures, menor facturación de las productoras, así como por la activación de formatos de producciones en 2010 (sin

²³ Ajustado por inversión en reestructuración 2011 -3.617 miles de euros y 2010 -878 miles de euros, y extraordinarios 2011 -2.344 miles de euros.

²⁴ Ajustado por inversión en reestructuración 2011 €-0,7m y extraordinarios (costes cierre La 10 €-1,6m).

impacto en EBIT, ver epígrafe de Resultado de Explotación) compensado parcialmente por una mejora en los márgenes de estructura.

Resultado de Explotación: *(dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución)* asciende a -24.197 miles de euros. Dicho resultado incluye amortizaciones por importe de -13.701 miles de euros del segmento de Contenidos que compara con -17.310 miles de euros en 2010, dicha reducción en amortizaciones obedece a la activación de formatos en 2010 y a la menor amortización en el catálogo de Tripictures en 2011.

El EBIT ajustado de Contenidos alcanza -2.684²⁵ miles de euros (vs. -918²⁵ miles de euros en 2010).

²⁵ Ajustado por inversión en reestructuración y extraordinarios 2011 -644 miles de euros y 2010 34 miles de euros, y por Resultado por enajenación de inmovilizado -653 miles de euros y 2010 -63 miles de euros.

Internet

VOCENTO cuenta con una amplia presencia online derivada de su fortaleza en los mercados nacional, regional y local y de su diversificado portafolio de marcas: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto las cabeceras regionales, como nacionales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (mujerhoy.com, finanzas.com, HoyCinema), Clasificados (pisos.com, infoempleo.com, Autocasion.com y tus anuncios) y Directorios (11870.com). La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarenet, compañía que ofrece soluciones de conectividad a empresas.

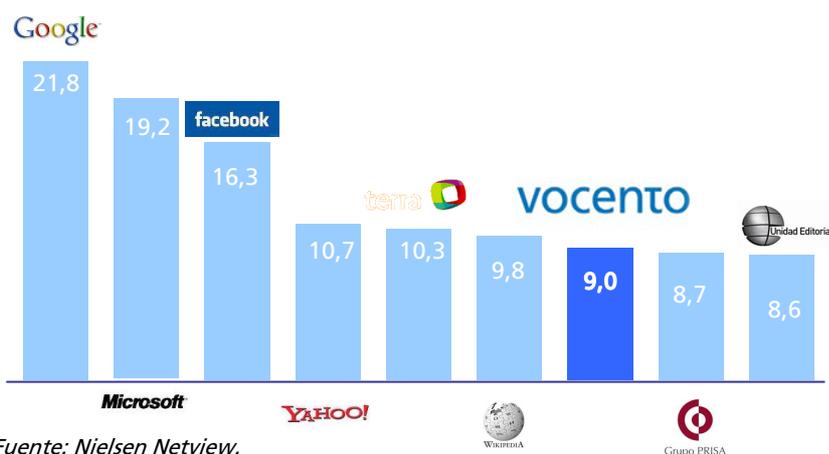
VOCENTO cierra 2011 como líder tanto en la categoría de noticias como en el ranking total de audiencias con cerca de nueve millones de usuarios, ocupando el séptimo puesto en el ranking total de audiencia. Asimismo, VOCENTO ha recibido el premio Ecomm Awards a la Innovación Editorial dentro del sector digital por Kiosko y más.

Audiencia offline y online 2011



Fuente: EGM 3ª ola acumulada 2011 y Nielsen Netview diciembre 2011.

Ranking de audiencia Internet diciembre 2011



Fuente: Nielsen Netview.

El posicionamiento de VOCENTO en Internet se sitúa a la vanguardia y responde a la nueva sociedad de la información en tres niveles: i) mejora de los contenidos editoriales online, 2) desarrollo de la red nacional de clasificados, e iii) impulso de nuevos dispositivos como la plataforma digital Kiosko y más,

puesta en práctica del modelo de suscripción en un entorno digital en la que participan 29 grupos de comunicación.

Las ediciones digitales de las cabeceras regionales de VOCENTO son marcas líderes en sus mercados por el estrecho vínculo con sus comunidades y referencia online en sus mercados. Durante 2011 se han producido mejoras del producto, con la incorporación de nuevos contenidos y secciones locales, servicios y utilidades como medio no solo de información, sino de participación a través de las comunidades y ocio gracias al formato audiovisual.

Por su parte, la red de clasificados nacional de VOCENTO es única en el sector de los medios de comunicación a través de la red de marcas regionales de consumo local. VOCENTO está presente en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet. En el inmobiliario con pisos.com, en el de empleo con Infoempleo.com y en el de motor con autocasion.com. Estos nuevos soportes están reforzados por el apoyo a través de ABC.es y las ediciones digitales regionales de VOCENTO que permiten consolidar una red nacional de clasificados con una oferta marcada por la oferta en contenido, y el conocimiento del sector. Los portales de clasificados consolidan su posición de liderazgo en las categorías clave: empleo (Infoempleo top#3), inmobiliario (Pisos.com top#3), y motor (Autocasión top#6).

Por último, el portal de directorios 11870.com se confirma en 2011 como el portal de recomendaciones de sitios y negocios más importante de España.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Internet.

	NIIF			
Miles de Euros	2011	2010	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	22.224	20.682	1.542	7,5%
Portales Verticales	2.845	3.110	(265)	(8,5%)
Clasificados	15.574	13.980	1.594	11,4%
B2B	16.130	18.486	(2.356)	(12,7%)
Eliminaciones	(868)	(1.192)	325	27,2%
Total Ingresos de Explotación	55.906	55.066	839	1,5%
EBITDA				
Ediciones Digitales	(39)	(317)	279	87,8%
Portales Verticales	(421)	(755)	334	44,2%
Clasificados	(1.568)	(2.486)	917	36,9%
B2B	4.686	4.777	(90)	(1,9%)
Total EBITDA	2.658	1.219	1.440	118,1%
EBITDA ajustado¹				
Ediciones Digitales	103	(286)	389	135,9%
Portales Verticales	(349)	(598)	249	41,7%
Clasificados	(1.142)	(2.186)	1.044	47,7%
B2B	4.702	4.778	(76)	(1,6%)
Total EBITDA ajustado	3.314	1.707	1.607	94,1%
EBIT				
Ediciones Digitales	(1.072)	(1.114)	42	3,8%
Portales Verticales	(792)	(1.351)	558	41,3%
Clasificados	(3.899)	(4.541)	642	14,1%
B2B	3.700	3.666	34	0,9%
Total EBIT	(2.064)	(3.340)	1.276	38,2%
EBIT ajustado^{1 2}				
Ediciones Digitales	(877)	(1.065)	189	17,7%
Portales Verticales	(706)	(1.194)	488	40,9%
Clasificados	(3.401)	(3.960)	559	14,1%
B2B	3.716	3.667	49	1,3%
Total EBIT	(1.268)	(2.552)	1.285	50,3%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%.

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero.

Nota: Las principales eliminaciones provienen del servicio de conectividad se producen fundamentalmente entre Sarenet (B2B) y el resto de las sociedades que componen el área de actividad de Internet.

¹ *Ajustado por inversión en reestructuración de -656 miles de euros en 2011 y -488 miles de euros en 2010.*

² *Ajustado por Resultado por enajenación de inmovilizado 2011 -141 miles de euros y 2010 -299 miles de euros.*

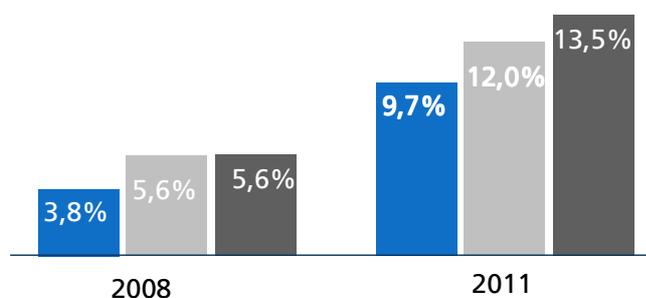
Ingresos de Explotación: ascienden a 55.906 miles de euros (+1,5%), tendiendo en cuenta la salida de perímetro en B2B, los ingresos hubiesen crecido 2011 +8,4%.

Venta de Publicidad: incremento del +9,8% hasta 32.550 miles de euros resultado del crecimiento en usuarios únicos mensuales y la monetización de la paulatina migración off-online del usuario y del anunciante.

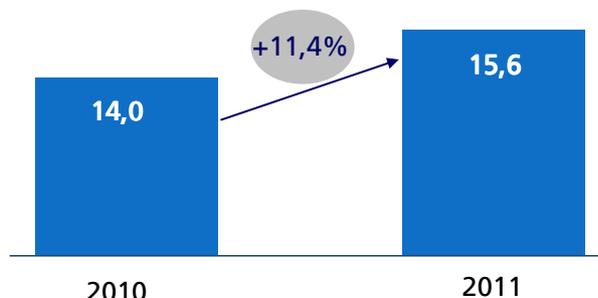
La estrategia de apuesta por Internet tiene su reflejo en el creciente peso de los ingresos de publicidad de Internet en el total de VOCENTO: crecimiento en ingresos de publicidad (+9,8%) por encima del mercado (+7,7%²⁶) y mayor peso de Internet que supone el 13,5% de los ingresos de publicidad de VOCENTO en 2011 (comparado con 11,2% en 2010 y 5,6% en 2008), donde ABC.es contribuye con el 9,7% del total de ingresos publicitarios de la marca ABC, y los Portales Locales con el 12,0% de las marcas regionales.

Por otra parte, destaca el desarrollo del negocio de Clasificados en Internet de VOCENTO, que es el único grupo con una red de clasificados a nivel nacional. El crecimiento de los ingresos en Clasificados 2011 es del +11,4%, con un crecimiento de la publicidad 2011 +16,9% superior en el mismo periodo al crecimiento del mercado (+7,7%²⁶). Los ingresos de publicidad de Clasificados ya suponen el 30,7% del total de los ingresos de publicidad de Internet.

Peso de publicidad de Internet en las marcas de VOC



Ingresos del área de Clasificados

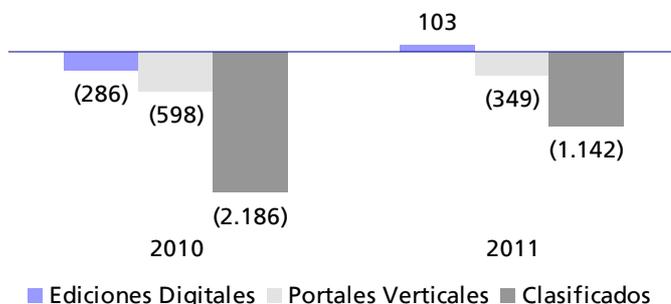


Otros Ingresos: alcanza 23.341 miles de euros (-7,9%), por el efecto de la salida de perímetro en B2B (Otros ingresos ajustados de perímetro 2011 +7,0%), tras la desinversión en Comunica Mediatrader, reflejo del foco estratégico en B2C.

EBITDA: el crecimiento en ingresos de publicidad y el control en costes, permiten mejorar EBITDA ajustado en +1.607²⁷ miles de euros, hasta un nivel positivo de 3.314 miles de euros.

En 2011 se produce una mejora en todas las áreas de negocio, situándose las Ediciones Digitales en "break even" (ver gráfico).

EBITDA ajustado²⁷ del área de Internet 2011-10 (miles euros)



²⁶ Fuente: i2p Arce Media 2011.

²⁷ Ajustado por inversión en reestructuración por importe de -656 miles de euros en 2011 y -488 miles de euros en 2010. Ediciones digitales -142 miles de euros en 2011 y -31 miles de euros en 2010, Portales Verticales -72 miles de euros en 2011 y 2010 -157 miles de euros y Clasificados -426 miles de euros en 2011 y -299 miles de euros en 2010.

Otros Negocios

VOCENTO ha llevado a cabo la concentración de la actividad de impresión de ciertos periódicos regionales, junto con otros grupos editoriales, o en solitario para generar sinergias operativas y realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Otros Negocios.

	NIIF			
Miles de Euros	2011	2010	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	141.167	146.920	(5.753)	(3,9%)
Impresión	43.323	41.727	1.596	3,8%
Otras Participadas	6.009	5.550	459	8,3%
Eliminaciones	(330)	(326)	(3)	(1,0%)
Total Ingresos de Explotación	190.169	193.870	(3.701)	(1,9%)
EBITDA				
Distribucion	2.051	2.356	(306)	(13,0%)
Impresión	12.236	12.762	(526)	(4,1%)
Otras Participadas	109	1.524	(1.415)	(92,9%)
Total EBITDA	14.395	16.642	(2.247)	(13,5%)
EBITDA ajustado²⁸				
Distribucion	2.117	2.374	(257)	(10,8%)
Impresión	12.274	12.957	(683)	(5,3%)
Otras Participadas	52	46	6	13,5%
Total EBITDA ajustado	14.443	15.377	(934)	(6,1%)
EBIT				
Distribucion	1.678	1.983	(305)	(15,4%)
Impresión	2.047	5.383	(3.336)	(62,0%)
Otras Participadas	64	1.437	(1.373)	(95,5%)
Total EBIT	3.789	8.803	(5.014)	(57,0%)
EBIT ajustado^{28 29}				
Distribucion	1.745	2.005	(260)	(13,0%)
Impresión	2.115	5.578	(3.463)	(62,1%)
Otras Participadas	9	(40)	49	122,1%
Total EBIT	3.868	7.542	(3.674)	(48,7%)

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

Nota: Las eliminaciones que se producen se deben: a) la distribución de los gratuitos por parte de las distribuidoras y b) a la eliminación de la impresión de los gratuitos.

Ingresos de Explotación: alcanzan 190.169 miles de euros, -1,9%, con impacto de la salida de perímetro en las áreas de Distribución y Otras participadas e incorporación en el caso del área de Impresión. Excluidos estos efectos de perímetro, los ingresos habrían caído un -1,0%.

EBITDA: asciende a 14.443²⁸ miles de euros. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 12.274 miles de euros, con aportación de Rotomadrid (que imprime ABC en Madrid) de 4.826 miles de euros. En Distribución, el EBITDA alcanza 2.117 miles de euros compensándose la menor actividad en distribución de prensa diaria con la diversificación en la distribución de productos (revistas).

²⁸ Ajustado por inversión en reestructuración de -48 miles de euros en 2011 y 1.265 miles de euros en 2010.

²⁹ Ajustado por Resultado por enajenación de inmovilizado 2011 -31 miles de euros y 2010 -4 miles de euros.

Datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	2011	2010	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	221.353	249.540	(28.187)	(11,3%)
Prensa Regional				
El Correo	97.312	102.379	(5.067)	(4,9%)
El Diario Vasco	68.137	71.947	(3.810)	(5,3%)
El Diario Montañés	31.441	32.324	(883)	(2,7%)
Ideal	27.597	29.069	(1.472)	(5,1%)
La Verdad	30.603	32.508	(1.905)	(5,9%)
Hoy	17.592	19.104	(1.512)	(7,9%)
Sur	25.044	27.050	(2.006)	(7,4%)
La Rioja	13.582	14.357	(775)	(5,4%)
El Norte de Castilla	29.680	31.472	(1.792)	(5,7%)
El Comercio	21.894	23.025	(1.131)	(4,9%)
Las Provincias	28.252	30.802	(2.550)	(8,3%)
La Voz de Cádiz	5.421	5.843	(422)	(7,2%)
TOTAL Prensa Regional	396.555	419.880	(23.325)	(5,6%)

Fuente: OJD. Datos 2010 certificados.

Audiencia	3ª Ola 11	3ª Ola 10	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	660.000	756.000	(96.000)	(12,7%)
Prensa Regional	2.158.000	2.250.000	(92.000)	(4,1%)
Suplementos				
XL Semanal	2.889.000	3.087.000	(198.000)	(6,4%)
Mujer Hoy	1.999.000	1.930.000	69.000	3,6%
Mujer Hoy Corazón	474.000	407.000	67.000	16,5%
Pantalla Semanal	193.000	176.000	17.000	9,7%
Inversión y Finanzas	68.000	83.000	(15.000)	(18,1%)
Prensa Gratuita-Qué	1.360.000	1.496.000	(136.000)	(9,1%)

Fuente: EGM Olas Acumuladas

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	ene-12	ene-11	Var Abs
NET TV audiencia	3,7%	n/s	n/s

Fuente: Kantar Media último mes.

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	ene-12	nov-11	Var Abs	Var%
Vocento	8.991	8.668	323	3,7%

Fuente: Nielsen Net View.

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 distintos 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 la oferta o la aceptación de cualquier tipo de compromiso.

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91.339.98.09
Fax: 91.742.63.52
e-mail: ir@vocento.com