

vocento



VOCENTO, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de resultados enero-diciembre 2012

27 de febrero de 2013

INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

La economía española se encuentra en una situación compleja y de vulnerabilidad. Según avance del Instituto Nacional de Estadística (INE), el PIB ha descendido en 2012 un -1,4% con una caída anualizada en el cuarto trimestre del -2,8%. Según el Banco de España, en el cuarto trimestre de 2012, el descenso anualizado del consumo privado ha sido del -6,2% debido al impacto de las medidas de consolidación fiscal en la renta disponible de las familias y las débiles expectativas ante el incremento del desempleo. Durante la última parte de 2012 se ha agudizado el deterioro del entorno macroeconómico especialmente del consumo privado.

Las perspectivas macroeconómicas de cara a 2013 continúan mostrando señales de debilitamiento. El consenso del panel de Funcas estima una caída del PIB del -1,5% y del consumo privado del -2,3% en 2013. Este desfavorable entorno macroeconómico tiene su reflejo en el mercado publicitario que en 2012 según datos de i2p ha descendido en un -18,0% (con un deterioro en el cuarto trimestre del -23,1%), y se espera un descenso adicional en 2013 de un -10,1%.

Ante este largo periodo de crisis económica, VOCENTO trabaja en dos focos principalmente: a) mantener la fortaleza y liderazgo de sus marcas y utilizar esta ventaja competitiva como vehículo principal de apertura a nuevas oportunidades de negocio y b) buscar la mejora de rentabilidad del Grupo sin deteriorar la posición financiera.

La fortaleza de las marcas se pone de manifiesto a través del éxito en la innovación de productos comerciales y acciones combinadas offline-online, siendo un buen ejemplo la Tarifa Única 3.0, estrategia comercial que permite ofrecer al anunciante una cobertura diferencial. Asimismo, la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos se traduce en iniciativas como Oferplan.com y Kiosko y Más, posibles gracias a la capacidad de prescripción de las marcas de VOCENTO y a su sólido posicionamiento en Internet.

En el terreno económico financiero, durante 2012 el Grupo ha tomado varias decisiones estratégicas que han permitido la puesta en rentabilidad de los negocios en pérdidas como son: la puesta en valor del modelo de Televisión completando la estrategia de nicho en TV con un nuevo acuerdo con un socio internacional, el cierre de la actividad editora del gratuito Qué! (ver Hecho Relevante del 28 de junio de 2012) y la alianza estratégica en radio con COPE (ver Hecho Relevante del 19 de diciembre de 2012).

Ante la incertidumbre económica y para asegurar que VOCENTO se mantenga como uno de los principales actores de los medios de comunicación en España, a finales de 2012 se ha puesto en marcha el Plan de Eficiencia (ver Hecho Relevante de 19 de diciembre de 2012) que permitirá al Grupo mantener su objetivo de mejora de rentabilidad con una posición financiera diferencial en el sector.

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, la radio, la televisión digital, 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").

A continuación a efectos informativos se muestran gráficamente las áreas de actividad en las que opera VOCENTO:

Desglose de la estructura de "reporting" por áreas de actividad de VOCENTO

MEDIOS IMPRESOS			
PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA*	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
- El Correo - La Verdad - El Diario Vasco - El Norte de Castilla - El Diario Montañés - Ideal	- Sur - Las Provincias - El Comercio - Hoy - La Rioja - La Voz de Cádiz	- ABC - Qué!	- XL Semanal - Mujer Hoy - Hoy Corazón - Inversión y Finanzas

AUDIOVISUAL		
TDT	RADIO	CONTENIDOS
- TDT nacional - Net TV - TDT regionales	- Licencias de radio analógica - Licencias de radio digital	Veralia
		Producción: - BocaBoca - Europroducciones - Hill Valley - Videomedia (30%) Distribución: - Triptures

INTERNET			
EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
12 portales locales - ABC.es - Que.es	- Mujerhoy.com - Finanzas.com	Clasificados: - Pisos.com - Infoempleo - Autocasión	Directorios: 11870 (34%) Sarenet

OTROS NEGOCIOS		
IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS
Comeco Impresión	Distribuciones Comecosa	Otras participadas multimedia regional

* Cierre de la actividad editora del diario gratuito Qué! en julio de 2012.

NOTA IMPORTANTE

Para facilitar el análisis de la información y poder apreciar la evolución orgánica de la Compañía, a lo largo del informe se explica siempre cuando los gastos de explotación, el EBITDA, el EBIT y el Resultado Neto, están afectados por diferentes impactos no recurrentes o extraordinarios. Los impactos más relevantes se resumen en cuatro grupos: 1) costes de reestructuración y plan de eficiencia, 2) saneamiento de balance vía deterioros de fondo de comercio e inmovilizado, 3) efectos impositivos derivados y otros, y 4) impacto de cierre de negocios y cambios en modelo de negocio.

Ver resumen de dichos impactos en páginas 9 y 10. El detalle y explicación de los diferentes ajustes mencionados está incluido y apropiadamente señalado a lo largo del informe, incluyendo tablas y anexos.

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

Mantenimiento niveles EBITDA a pesar del deterioro publicitario 2012 €-48,3m

EBITDA 4T12 €16,7m con una caída publicitaria en el trimestre de €-16,9m

Reducción de costes 2012 -14,0%

Mejora rentabilidad en EBITDA de negocios en pérdidas (ABC, TDT y Radio)

Posición financiera diferencial

- **Mejora de cuota de mercado y diversificación en ingresos con crecimiento digital:**
 - (i) Foco difusión calidad y rentable: ABC, cabecera con mejor evolución en kiosco (2012 -6,7%¹ vs. comparables -12,6%¹). Incremento precio de cabecera de ABC y Prensa Regional en 2012.
 - (ii) Estrategia comercial: permite incrementar precios medios de publicidad y registrar un mejor comportamiento de ingresos publicitarios 2012 de VOC en prensa -19,2% vs. mercado -21,2%² y ediciones digitales -4,0% (4T12 +3,3%) vs. mercado -8,1%².
 - (iii) Los ingresos publicitarios de Internet 2012 representan el 16,3% de los ingresos publicitarios de VOC (+2,8 p.p. vs. 2011).
 - (iv) Nuevas fuentes de ingresos: desarrollo de Oferplan.com y Kiosko y Más, con un impacto agregado en EBITDA 2012 de 1.606 miles de euros sin incremento vinculado de estructuras.
- **Continúa la mejora de eficiencia en costes:** total costes comparables -14,0%^{3,4} y costes de personal -12,1%³. El Plan de Eficiencia está contabilizado al 90% en 2012.
- **Objetivo de rentabilidad: EBITDA comparable 2012 38.506 miles de euros (-2.221 miles de euros vs 2011)** con una caída de ingresos publicitarios de -48.262 miles de euros. El acuerdo estratégico con COPE en Radio, el cierre de la actividad editora de Qué! y el cambio de proveedor en TDT Autonómica permiten **liberar EBITDA negativo de cara a 2013 por -11.058 miles de euros**. Destaca la evolución de ABC que continúa mejorando a pesar del ciclo.
 - (i) Medios Impresos: variación EBITDA comparable 2011/12 -8.458 miles de euros, a pesar de la caída publicitaria -40.555 en 2012. ABC mejora EBITDA comparable 2011/12 +2.544 miles de euros. Cierre edición impresa Qué!, libera EBITDA negativo por -2.148 miles de euros.
 - (ii) Audiovisual: mejora EBITDA comparable +7.130 miles de euros. TDT obtiene EBITDA positivo 5.624 miles de euros vs. 2011 -2.972 miles de euros y alianza estratégica en Radio con COPE que libera EBITDA negativo de negocio de -7.010 miles de euros.
- **Mejora EBIT comparable^{3,4,5}** en +4.761 miles de euros principalmente por la menor amortización del catálogo de películas de Trippictures dentro del área de Contenidos.
- **Mejora del resultado neto ajustado:** mayores extraordinarios netos de impuestos en 2012 -45.059 vs. 2011 -39.168 miles de euros agrupados en tres conceptos: a) saneamientos de fondo de comercio de Las Provincias, Qué!, e Infoempleo, deterioro de la participación de Videomedia y deterioro de inmovilizado, b) inversión en reestructuración y plan de eficiencia y c) ajustes fiscales extraordinarios e impacto de la renegociación del put de Las Provincias.

Resultado neto antes de minoritarios ajustado (€m)

	2012	2011	var abs
Resultado neto antes de minoritarios	(48,6)	(49,2)	0,6
Ajustes extraordinarios netos de impuestos	45,1	39,2	5,9
Saneam. FC y deterioros inmov.	35,6	15,8	19,8
Reestruct.+ Plan Eficiencia	17,0	17,0	0,1
Ajustes fiscales extraord. y otros	(7,5)	6,4	(14,0)
Resultado neto ajustado antes minoritarios	(3,6)	(10,0)	6,5

- **Posición financiera diferencial ante la incertidumbre del ciclo** y por debajo del cierre 2011 excluyendo el acuerdo con los minoritarios de Las Provincias.

¹ Fuente: OJD 2012. Datos no auditados. Datos promedio de comparables El Mundo y La Razón.

² Fuente: i2p 2012. Marcas de VOC incluye ABC y Portales Locales.

³ Excluye indemnizaciones VOC 2012 - 21.925 y 2011 -21.626 miles de euros.

⁴ Excluye costes one off 2012 -2.309 y 2011 -2.499 miles de euros.

⁵ Excluye Resultado por enajenación del inmovilizado 2012 -3.779 y 2011 7.457 miles de euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2012	2011	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	233.682	255.618	(21.936)	(8,6%)
Ventas de publicidad	192.325	240.588	(48.262)	(20,1%)
Otros ingresos	170.662	193.805	(23.143)	(11,9%)
Ingresos de explotación	596.669	690.011	(93.341)	(13,5%)
Personal	(200.823)	(225.184)	(24.360)	(10,8%)
Aprovisionamientos	(104.558)	(122.022)	(17.464)	(14,3%)
Servicios exteriores	(269.460)	(320.666)	(51.206)	(16,0%)
Provisiones	(7.555)	(5.536)	2.019	36,5%
Gastos de explotación sin amortizaciones	(582.397)	(673.408)	(91.011)	(13,5%)
EBITDA	14.273	16.603	(2.330)	(14,0%)
Amortizaciones	(33.657)	(40.639)	(6.982)	(17,2%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	(3.779)	7.457	(11.236)	(150,7%)
EBIT	(23.164)	(16.580)	(6.584)	(39,7%)
Saneamiento de fondo de comercio	(37.646)	(30.000)	7.646	25,5%
Resultado sociedades método de participación	(9.220)	66	(9.286)	n.r.
Diferencial financiero y otros	(6.442)	(6.223)	(219)	(3,5%)
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(58)	(27)	(31)	(115,7%)
Resultado antes de impuestos	(76.530)	(52.764)	(23.766)	(45,0%)
Impuesto sobre sociedades	27.883	3.558	24.325	683,7%
Resultado neto antes de minoritarios	(48.647)	(49.206)	559	1,1%
Accionistas minoritarios	(4.722)	(4.330)	(392)	(9,1%)
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(53.369)	(53.536)	167	0,3%
Gastos explotación sin amort. comparables ¹	(558.163)	(649.283)	(91.120)	(14,0%)
EBITDA comparable ¹	38.506	40.727	(2.221)	(5,5%)
EBIT comparable ^{1 2}	4.849	88	4.761	n.r.
Resultado neto antes minoritarios del ejercicio ³	(3.588)	(10.039)	6.451	64,3%

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

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

¹ Excluye costes restructuración VOC 2012 -24.234 y 2011 -24.125 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación del inmovilizado principalmente debido al cierre de Qué! en 2012 y a la venta de terrenos de ABC en 2011.

³ Ver epígrafe Resultado neto antes de minoritarios.

Ingresos de explotación

Los ingresos en 2012 alcanzan 596.669 miles de euros, -13,5% comparado con 2011:

- (i) Ventas de ejemplares, -8,6%, con un descenso en Prensa Regional de -5,8% y en ABC -11,4%. La evolución está condicionada por la estrategia de reducción controlada de la difusión no rentable: difusión no ordinaria ABC -69,4% y Prensa Regional -25,5% en el periodo.

En ABC destaca la evolución de ingresos en la venta en kiosco del -1,3%, resultado del incremento en el precio de cabecera (lunes a viernes €+0,1) y de la apuesta por la difusión en kiosco, difusión de calidad, cuyo comportamiento es mejor que el de sus comparables (2012 ABC difusión media -6,7%⁶ vs. competidores -12,6%⁶).

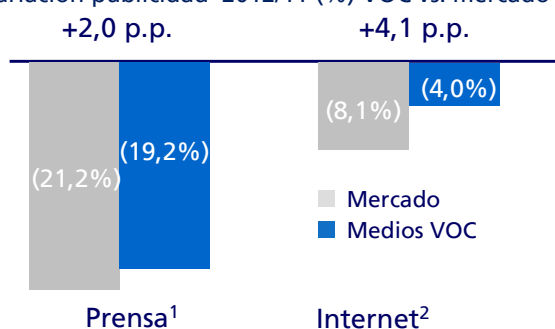
- (ii) Ventas de publicidad, -20,1%, reflejo de la evolución del mercado publicitario y del cierre de operaciones del canal de TV La 10 y del diario Qué! (publicidad ajustada -16,8% vs. total

⁶ Fuente: OJD 2012. Datos no auditados. Competidores promedio de El Mundo y La Razón.

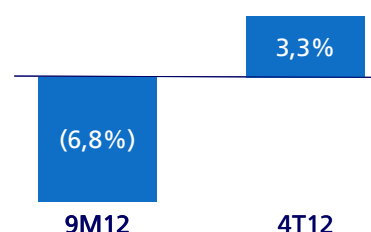
mercado publicitario⁷ -18,0%). Destacar que los ingresos de publicidad de las marcas de VOCENTO (ABC y marcas regionales) tanto en su formato offline (-19,2%) como online (-4,0%), registran en 2012 un mejor comportamiento que el mercado⁷ de prensa e Internet que caen un -21,2% y un -8,1% respectivamente. La tendencia de los ingresos publicitarios online es de progresiva mejora con un crecimiento en 4T12 del +3,3%.

Evolución publicidad marcas VOC vs. mercado⁷ 2012

Variación publicidad 2012/11 (%) VOC vs. mercado



Evolución Publicidad (ABC+ Port. Locales)

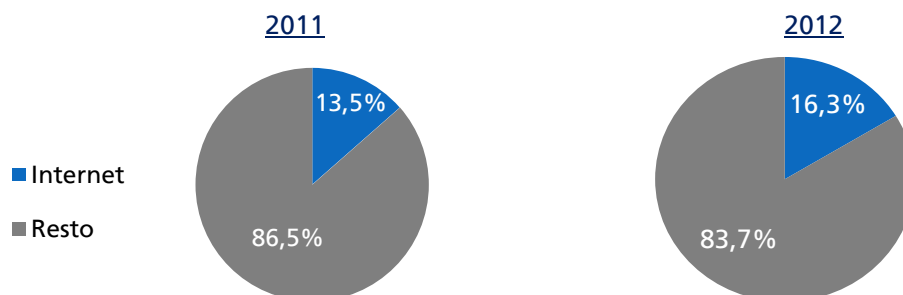


Nota 1: suma de Prensa regional +ABC. Nota 2: suma de Portales Locales y ABC.es.

La búsqueda de medidas que optimicen la explotación comercial de las marcas de VOCENTO tiene su reflejo en la Tarifa Única 3.0 que combina ABC, Prensa Regional de VOCENTO y otras cabeceras regionales. Dicha tarifa ofrece a los anunciantes lectores exclusivos, capilaridad geográfica y una amplia cobertura offline (53%⁸) y online (66%⁹), cuyo éxito se refleja en el mejor comportamiento publicitario experimentado por VOCENTO en comparación al mercado.

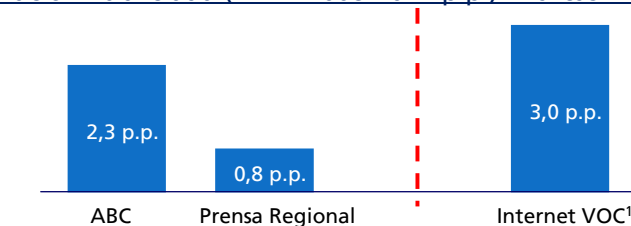
Los ingresos de publicidad provenientes del área de Internet representan en 2012 el 16,3% de los ingresos de publicidad de VOCENTO (+2,8 p.p. vs. 2011).

Evolución del mix publicitario (%)



En una comparativa en perspectiva 2008-2012 se confirma el mejor comportamiento relativo de VOCENTO vs. mercado publicitario en sus respectivos soportes⁷.

Evolución Publicidad (TAMI 2008-2012 p.p.): marcas VOC vs. mercado



⁷ Fuente: i2p.

⁸ Fuente: EGM 3ª ola acumulada 2012.

⁹ Fuente: ComScore diciembre 2012.

- (iii) Descenso en Otros Ingresos -11,9% debido, entre otros, a la menor actividad en el área de Contenidos. Por otro lado cabe destacar la aportación de nuevas fuentes de ingresos como Oferplan.com.

Gastos de explotación

Los costes comparables durante 2012 descienden un -14,0%, -91.120 miles de euros. El continuo objetivo de eficiencia y disciplina en costes se refleja en todas las partidas de gastos y en todas las áreas, a excepción de Internet dónde se mantienen planos acorde con la estrategia de apoyo al área.

Costes operativos comparables (miles de euros)	2012	2011	Var Abs	Var %
Medios Impresos	356.128	407.338	(51.210)	(12,6%)
Audiovisual	89.609	123.412	(33.803)	(27,4%)
Internet	53.071	52.592	479	0,9%
Otros Negocios	163.661	175.726	(12.065)	(6,9%)
Estructura y eliminaciones	(104.306)	(109.784)	5.478	5,0%
Total	558.163	649.283	(91.120)	(14,0%)

Destacar la disminución de los gastos de personal, que en 2012 se reducen un -12,1% a efectos comparables, por las medidas de ajuste y reestructuración acometidas en 2012 y en años anteriores.

El total de los costes vinculados a la reestructuración, plan de eficiencia y decisiones estratégicas orientadas a mejorar la rentabilidad ascienden a -24.234 miles de euros en 2012 y a -24.125 miles de euros en 2011 y que por simplificar se reportan como "inversión o costes de reestructuración" a lo largo del informe.

Detalle costes de reestructuración (miles de euros)	2012	2011
Indemnizaciones y Plan de Eficiencia	(21.925)	(21.626)
Otros costes de cierre	(2.309)	(2.499)
Total	(24.234)	(24.125)

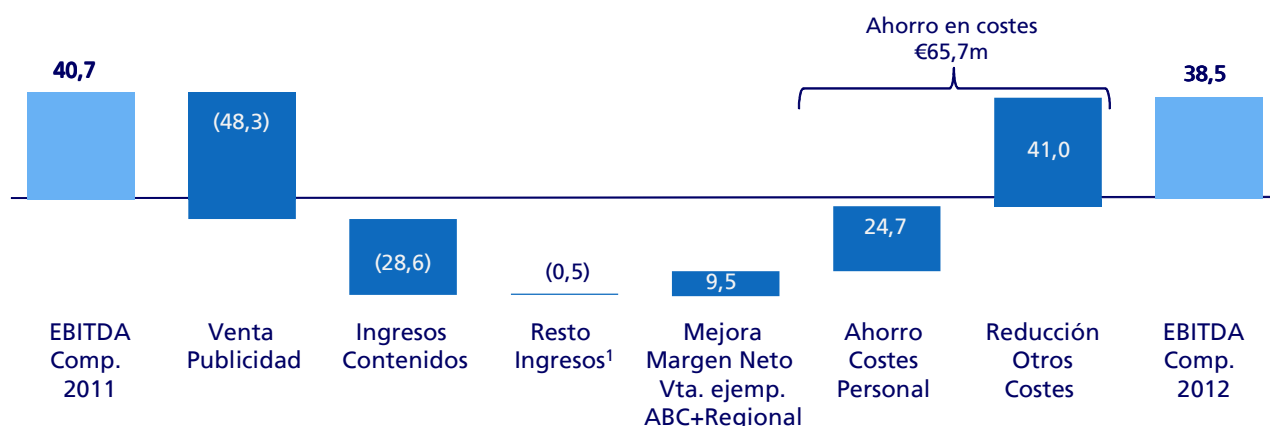
Otras medidas con impacto significativo en ahorro provienen de la negociación del precio de las materias primas y de la reducción de paginación, menores costes operativos por la disminución controlada de la difusión no ordinaria en ABC y Prensa Regional, renegociación de contratos de impresión, alquiler de edificios y consumo energético.

Por último, las acciones estratégicas tomadas en el marco del objetivo de rentabilidad como el cierre de la edición impresa del diario Qué!, y del canal de televisión La 10, han tenido su reflejo en dicha reducción de costes. Dicho objetivo, tiene su continuación a futuro a través del Plan de Eficiencia dentro del cuál se enmarca el acuerdo en Radio con COPE, cuyo impacto positivo se pondrá de relieve en 2013, siempre sujeto a autorización por parte de la Comisión Nacional de Competencia.

EBITDA comparable

El EBITDA comparable alcanza 38.506 miles de euros en 2012 que prácticamente se mantiene en niveles de 2011 (40.727 miles de euros) a pesar de una caída de ingresos publicitarios de -48.262 miles.

Evolución del EBITDA comparable¹⁰ 2011-2012 (€m)



Nota 1: incluye TDT, promociones de los diarios, venta de ejemplares de Suplementos y Revistas y Otros Negocios.

Por áreas de negocio destacar:

- (i) **Medios Impresos¹¹**: EBITDA comparable 2012 28.507 miles de euros vs. 36.965 miles de euros en 2011, un descenso de -8.458 miles de euros por debajo de la caída publicitaria (variación 2011/12 -40.555 miles de euros). Destaca la mejora anual de ABC en EBITDA comparable 2011/12 +2.544 miles de euros. Dado que el cierre de la operativa del gratuito Qué! se realizó en julio de 2012, se incluye en el área 7 meses de operativa por importe de -2.148 miles de euros que no estarán en 2013.
- (ii) **Audiovisual¹²**: mejora EBITDA comparable 2012 +7.130 miles de euros, resultado del desarrollo de la estrategia en TV de nicho y rentable. En el área de Contenidos el descenso en EBITDA es consecuencia, principalmente, a los menores ingresos por taquilla de los estrenos de cine en Triptures y a la menor actividad de las productoras afectadas por la evolución del sector de televisión, efectos que se atenúan por medidas de reducción de costes.
- (iii) **Internet¹³**: EBITDA comparable prácticamente en niveles de 2011 (variación -419 miles de euros) resultado de la mejor evolución en ingresos compensada por la mayor inversión vía gastos operativos por ser área en crecimiento.

Comparativa EBITDA comparable¹⁴ y publicidad: variaciones abs. por área de actividad (miles de euros)

NIIF Miles de Euros	EBITDA comparable			Publicidad
	2012	2011	Var Abs	Var Abs (2012/11)
Medios Impresos	28.507	36.965	(8.458)	(40.555)
Audiovisual	6.899	(232)	7.130	(6.230)
Internet	2.895	3.314	(419)	(1.127)
Otros Negocios	12.385	14.443	(2.058)	(165)
Estructura y Otros	(12.180)	(13.763)	1.583	(185)
Total	38.506	40.727	(2.221)	(48.262)

Las decisiones estratégicas y la ejecución en costes realizada por VOCENTO en los últimos 5 años, permiten absorber una caída publicitaria total acumulada desde 2008 de -158.582 miles de euros y mejorar los niveles de EBITDA comparable de 2008 en +9.234 miles de euros. Adicionalmente, por las decisiones tomadas en 2012 con relación a Qué, Radio y cambio de proveedor en Autonómica, se

¹⁰ Excluye costes extraordinarios en 2012 por €-24,2m y en 2011 por €-24,1m.

¹¹ MMII: excluye costes no recurrentes 2012 -11.501 miles de euros y 2011 -11.070 miles de euros.

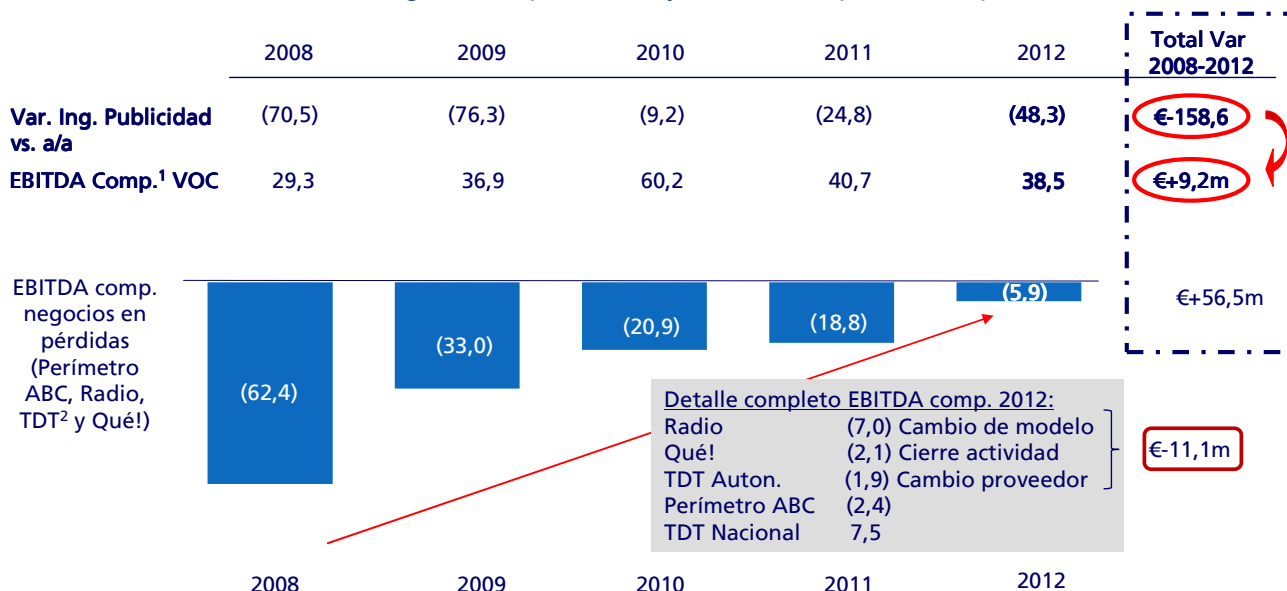
¹² Audiovisual: excluye costes no recurrentes 2012 -6.071 miles de euros y 2011 -5.961 miles de euros.

¹³ Internet: excluye costes no recurrentes 2012 -1.357 miles de euros y 2011 -656 miles de euros.

¹⁴ VOC: excluye costes no recurrentes 2012 -24.234 y 2011 -24.125 miles de euros.

tiene que considerar que la contribución negativa total de estos tres negocios por un importe de -11.058 miles de euros no se incluirán en 2013.

Evolución de la variación de Ingresos de publicidad y EBITDA comparable en periodo 2008-2012 (€m)



Nota 1: ajustado por costes de reestructuración 2008 €-44,0m, 2009 €-65,3m, 2010 €-11,1m, 2011 €-24,1m y 2012 €-24,2m. Los negocios en pérdidas han sido también ajustados por las indemnizaciones respectivas. Nota 2: TDT incluye Nacional, Regional y Local.

La positiva evolución del EBITDA comparable es en gran parte debida a la mejora de rentabilidad de los negocios en pérdidas que mejoran en +56.486 miles de euros en el periodo 2008-2012. Por negocio:

- (i) TDT (incluido TDT Nacional, Autonómica y Local): mejora desde un EBITDA negativo en 2008 de -9.603 miles de euros a un EBITDA positivo de 5.624 miles de euros en 2012, que incluye pérdidas EBITDA de -1.900 miles de euros de TDT Autonómica por dotación de insolvencias tras la decisión de cambio de proveedor;
- (ii) Perímetro ABC (actividad editora, ABC.es y plantas de impresión de ABC): reducción significativa del EBITDA comparable, desde -32.371 miles de euros en 2008 hasta -2.370 miles de euros en 2012;
- (iii) Radio: EBITDA comparable de -7.010 miles de euros en 2012. La alianza estratégica con COPE permitirá alcanzar la rentabilidad en esta área de negocio.
- (iv) Qué!: cierre de la actividad editora enmarcado en el objetivo de preservar la rentabilidad del Grupo (EBITDA comparable 2012 -2.148 miles de euros).

Resultado de explotación comparable (EBIT)

El resultado de explotación comparable mejora +4.761 miles euros hasta 4.849 miles euros en 2012.

El resultado de explotación 2012 reportado incluye el deterioro de inmovilizado por importe de -3.779 derivado, entre otros, del cierre de la actividad de ABC Punto Radio (-1.414 miles de euros), y de la edición impresa de Qué! (-469 miles de euros) y al deterioro en el catálogo de Tripictures (-782 miles de euros) A su vez, el resultado de explotación 2011 reportado incluye, entre otros, la plusvalía neta generada en la tercera fase de la operación de venta de terrenos de ABC y otros importes menores por 7.457 miles de euros.

Las amortizaciones 2012 alcanzan -33.657 miles de euros, una reducción de -6.982 miles de euros, debido principalmente a la menor amortización del catálogo de películas de Tripictures dentro del área de Contenidos (-9.560 miles de euros vs. -13.701 miles de euros en 2011).

Diferencial financiero y otros

El diferencial financiero de 2012 (-6.442 miles de euros) incluye un ingreso financiero de 2.696 miles de euros derivado de la negociación de la opción de venta de Federico Doménech, S.A. (al que aludiremos como "Las Provincias" a lo largo del informe) (ver Hecho Relevante publicado 10 de mayo de 2012). Por su parte, el diferencial financiero de 2011 (-6.223 miles de euros) incluye un ingreso financiero por importe de 1.663 miles de euros que obedece a un ajuste positivo por disminución del valor razonable de la opción de venta de los minoritarios de Las Provincias.

Saneamiento de fondo de comercio

Como consecuencia del cierre de la edición impresa del diario Qué!, se ha dado de baja la totalidad del fondo de comercio asociado al activo por un total de -19.146 miles de euros. Adicionalmente, se ha contabilizado un saneamiento de fondo de comercio por -15.000 miles de euros en Las Provincias y por -3.500 miles de euros en Infoempleo.

Resultado sociedades método de participación

El resultado se explica principalmente por el deterioro del valor de la participación del 30% en Videomedia por un total de -8.439 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

El impuesto sobre sociedades en 2012 responde a la evolución del resultado operativo y al impacto extraordinario de -29.917 miles de euros vinculados principalmente con el impacto fiscal de los costes de reestructuración y saneamientos de fondo de comercio, la reversión de créditos fiscales por cierre de la actividad de Qué! o la reversión del exceso de provisión por regularización fiscal.

Resultado neto antes de minoritarios

El resultado neto antes de minoritarios alcanza -48.647 miles de euros en 2012.

Con el objetivo de analizar el impacto de todas las medidas tomadas y extraer un resultado neto antes de minoritarios ajustado en 2012, se realiza el siguiente análisis agrupando las medias extraordinarias en tres conceptos. El análisis se realiza neto de impuestos.

- (i) Saneamientos de fondos de comercio (Qué!, Las Provincias, e Infoempleo), deterioros de inmovilizado (principalmente vinculados a Qué! y la radio) y deterioro de la participación del 30% en Videomedia.
- (ii) Reestructuración y Plan de Eficiencia: el 90% del Plan se ha contabilizado en 2012 que supondrá ahorros a partir de 2T13.
- (iii) Ajustes fiscales extraordinarios e impacto de la renegociación de la opción de venta en Las Provincias. Dentro de los ajustes fiscales se incluye la reversión de créditos fiscales por cierre de la actividad de Qué! y la reversión del exceso de provisión por regularización fiscal.

Análisis del resultado neto ajustado antes de minoritarios (€m)

	2012	2011	var abs
Resultado neto antes de minoritarios	(48,6)	(49,2)	0,6
Ajustes extraordinarios netos de impuestos	45,1	39,2	5,9
Saneam. FC y deterioros inmov.	35,6	15,8	19,8
Reestruct.+ Plan Eficiencia	17,0	17,0	0,1
Ajustes fiscales extraord. y otros	(7,5)	6,4	(14,0)
Resultado neto ajustado antes minoritarios	(3,6)	(10,0)	6,5

Nota 1: Resultado neto ajustado de 2011 no coincide con el reportado en 2011 al incluirse el ingreso financiero derivado de la opción de venta de los minoritarios de Las Provincias y excluir los resultados de La 10.

El resultado neto ajustado antes de minoritarios mejora respecto a 2011 una vez excluidos los extraordinarios que netos de impuestos, son mayores en 2012 (-45.059 miles de euros) que en 2011 (39.168 miles de euros en 2011).

Accionistas minoritarios

El resultado de accionistas minoritarios en 2012 es similar al de 2011, compensándose la mejor evolución en TDT Nacional, y Prensa Regional con un peor comportamiento en Contenidos, Internet y Suplementos y Revistas.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto atribuible a la sociedad dominante en 2012 asciende a -53.369 miles de euros.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2012	2011	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	597.187	639.710	(42.523)	(6,6%)
Activo Intangible	174.784	222.211	(47.427)	(21,3%)
Propiedad, planta y equipo	197.409	212.176	(14.767)	(7,0%)
Part.valoradas por el método de participación	10.098	19.210	(9.112)	(47,4%)
Otros activos no corrientes	214.897	186.113	28.784	15,5%
Activos Corrientes	211.588	269.394	(57.806)	(21,5%)
Efectivo y otros medios equivalentes	40.295	53.346	(13.051)	(24,5%)
Otros activos corrientes	171.293	216.048	(44.755)	(20,7%)
Activos mantenidos para la venta	193	193	0	0,0%
TOTAL ACTIVO	808.969	909.298	(100.329)	(11,0%)
Patrimonio neto	369.227	427.124	(57.897)	(13,6%)
Deuda financiera	183.287	192.003	(8.717)	(4,5%)
Otros pasivos	256.456	290.170	(33.715)	(11,6%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	808.969	909.298	(100.329)	(11,0%)

Activo intangible

Como se comentaba anteriormente, el notable esfuerzo realizado de saneamiento de activos se refleja en balance con una disminución total del saldo de Activos Intangibles de -47.427 miles de euros. El saldo en balance total del activo intangible (fondo de comercio y otros activos) se reduce hasta 174.784 miles de euros.

Detalle movimientos Activo Intangible 2011-2012 (miles €)

	2011	Variación	2012
Fondo de comercio	159.773	(37.646)	122.126
Otro activo intangible	62.438	(9.781)	52.658
Total	222.211	(47.427)	174.784

La disminución en otros activos intangibles que se detalla en la tabla anterior, está vinculado entre otros a la baja de derechos cinematográficos de Triptures y a la decisión de cierre de la actividad editora del diario gratuito Qué!.

Propiedad, planta y equipo

El deterioro de inmovilizado consecuencia entre otros del cierre de la actividad de ABC Punto Radio explica la disminución de este epígrafe

El valor neto contable de terrenos e inmuebles en 2012 asciende a 117.629 miles de euros.

Participaciones valoradas por el método de participación

El deterioro de la participación del 30% en Videomedia y el resultado obtenido en 2012 por dicha sociedad se incluyen en este epígrafe.

Otros activos no corrientes

El incremento de otros activos no corrientes se explica fundamentalmente por el registro del crédito fiscal correspondiente al resultado del ejercicio.

Otros activos corrientes

La disminución en el saldo se debe principalmente a la menor actividad del negocio y a la reducción del saldo de clientes que se compensa en parte por los cobros recibidos de las Administraciones Públicas.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -142.936 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 40.295 miles de euros y Otros activos financieros no corrientes por 55 miles de euros.

Destacar que la deuda financiera neta en 2012 sería menor que al cierre de 2011 (138.657 miles de euros) excluido el impacto del acuerdo alcanzado con los minoritarios de Las Provincias (ver Hecho Relevante publicado 10 de mayo de 2012).

NIIF				
Miles de Euros	2012	2011	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	78.964	67.023	11.941	17,8%
Endeudamiento financiero a l.p.	104.323	124.980	(20.658)	(16,5%)
Endeudamiento financiero bruto	183.287	192.003	(8.717)	(4,5%)
Efectivo y otros medios equivalentes	40.295	53.346	(13.051)	(24,5%)
Otros activos financieros no corrientes	55	0	55	n.a.
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(142.936)	(138.657)	(4.279)	3,1%
Impacto Las Provincias Incluido	12.494	2.664	9.830	369,0%
Deuda Neta ex Las Provincias	(130.442)	(135.993)	5.552	(4,1%)

Las variaciones más significativas se deben a:

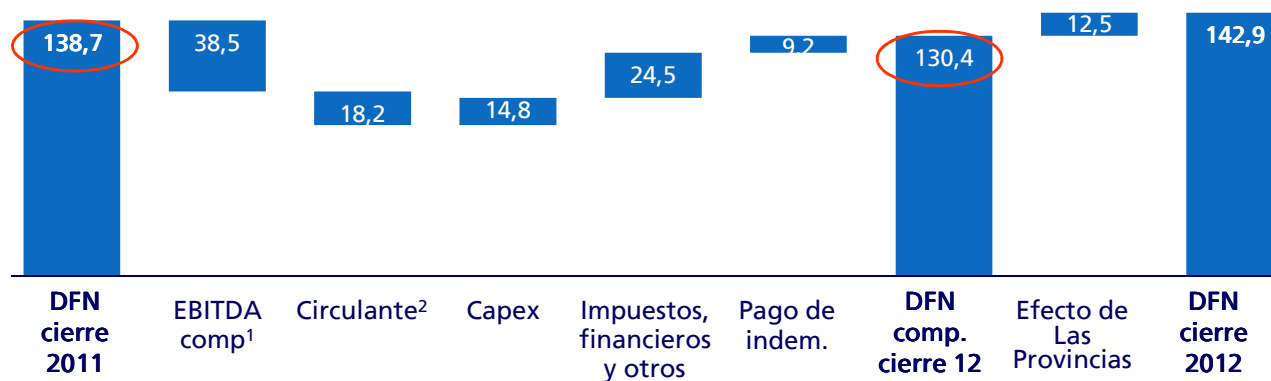
- (i) Variación en capital circulante de +18.197 miles de euros, que incluye el cobro de Administraciones Públicas por Real Decreto Ley 4/2012 para Entidades locales y 7/2012 para Comunidades Autónomas, por importe total de 17.998 miles de euros. El saldo pendiente de cobro de Administraciones Públicas por el citado Real Decreto asciende a cerca de 3.000 miles de euros.
- (ii) Registro adicional del acuerdo por el ejercicio de opciones de Las Provincias por un importe de -12.494 miles de euros (ver Hecho Relevante de 10 de mayo de 2012 y nota 2.d. de las Cuentas Anuales).
- (iii) Inversión en reestructuración: salidas de caja en 2012 por -9.181 miles de euros.
- (iv) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -14.758 miles de euros, vinculado principalmente a Internet y a Medios Impresos.

El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 66.491 miles de euros, cuyo incremento obedece a la reclasificación de deuda de largo a corto plazo, y otros pasivos con coste financiero corrientes por 12.473 miles de euros que incluyen planes de pensiones y el pago pendiente de Las Provincias.

El endeudamiento a l.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 91.129 miles de euros que se reducen por la reclasificación a corto plazo mencionada y por la menor utilización de líneas de crédito que también impacta en un descenso en el efectivo 2012, y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 13.194 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones, indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009 y el pago pendiente de Las Provincias.

VOCENTO dispone asimismo de líneas de crédito no utilizadas de aproximadamente 50.000 miles de euros a nivel corporativo.

Análisis del movimiento de Deuda Financiera Neta 31 diciembre 2011-2012 €m



Nota 1: excluye costes de reestructuración 2012 €-24,2m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).

Otros pasivos

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente al registro de los acuerdos por el ejercicio de opciones de Las Provincias (ver nota 23 de las Cuentas Anuales), a la disminución de saldos con proveedores y a la dotación de provisiones correspondientes a las medidas de reestructuración.

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2012	2011	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	(53.369)	(53.537)	168	0,3%
Ajustes resultado del ejercicio	90.895	74.887	16.008	21,4%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	37.526	21.350	16.176	75,8%
Variación capital circulante	18.197	(6.244)	24.441	391,4%
Otras partidas a pagar	(13.793)	(14.955)	1.162	7,8%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(4.992)	(5.217)	225	4,3%
Pago retenciones intereses	(2.605)	(1.703)	(902)	(53,0%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	34.333	(6.769)	41.102	607,2%
Adiciones al inm. material e inmaterial	(14.758)	(17.175)	2.417	14,1%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	0	(79)	n.a	n.a
Dividendos e intereses cobrados	1.332	2.031	(699)	(34,4%)
Otros cobros y pagos (inversión)	(457)	21.445	(21.902)	(102,1%)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	(13.883)	6.222	(20.105)	(323,1%)
Dividendos e intereses pagados	(18.132)	(18.073)	(59)	(0,3%)
Disposición/ (devolución) de deuda financiera bancaria	(7.081)	4.229	(11.310)	(267,4%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(106)	(711)	605	85,1%
Operaciones societarias con accionistas y socios	(8.180)	(528)	(7.652)	n.r
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(33.499)	(15.083)	(18.416)	(122,1%)
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(13.049)	(15.630)	2.581	16,5%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	53.345	68.975	(15.630)	(22,7%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	40.296	53.345	(13.049)	(24,5%)

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 34.333 miles de euros que incluye: a) variación en el capital circulante por 18.197 miles de euros principalmente debido a la recuperación de saldos de clientes por un importe de 31.749 miles de euros de los que 17.998 miles de euros se deben al cobro de las Administraciones Públicas y a la reducción del stock de existencias (papel), y en sentido contrario al pago proveedores por -15.156 miles de euros, y b) movimiento en Otras partidas a pagar de -13.793 miles de euros por los pagos de la reestructuración en el año, por planes de pensiones, y por indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -13.883 miles de euros debido principalmente a la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -33.493 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO, pagos en efectivo relacionados con el registro del ejercicio parcial de la opción de venta de Las Provincias, así como devolución 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 (-1.380 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2011.

Destaca en 2012 la reducción de inversiones en el área de Audiovisual por menores compras de derechos y en Otros Negocios por la menor inversión en plantas de impresión.

	NIIF (miles de euros)								
	2012			2011			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	1.651	4.123	5.773	1.231	2.568	3.799	420	1.554	1.974
Audiovisual	1.786	762	2.548	3.728	1.076	4.804	(1.943)	(313)	(2.256)
Internet	2.258	1.228	3.486	2.378	1.197	3.575	(120)	31	(89)
Otros Negocios	59	628	688	158	1.993	2.151	(99)	(1.365)	(1.463)
Estructura	781	103	883	132	122	255	649	(20)	629
TOTAL	6.534	6.844	13.378	7.628	6.956	14.584	(1.093)	(113)	(1.206)

Información por área de actividad

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

NIIF				
Miles de Euros	2012	2011	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	384.636	444.303	(59.667)	(13,4%)
Audiovisual	96.507	123.180	(26.672)	(21,7%)
Internet	55.966	55.906	60	0,1%
Otros Negocios	176.046	190.169	(14.123)	(7,4%)
Estructura y Otros	(116.485)	(123.547)	7.061	5,7%
Total Ingresos de Explotación	596.669	690.011	(93.341)	(13,5%)
EBITDA				
Medios Impresos	17.006	25.895	(8.889)	(34,3%)
Audiovisual	828	(6.193)	7.021	113,4%
Internet	1.538	2.658	(1.121)	(42,2%)
Otros Negocios	12.066	14.395	(2.329)	(16,2%)
Estructura y Otros	(17.165)	(20.153)	2.988	14,8%
Total EBITDA	14.273	16.603	(2.330)	(14,0%)
EBITDA comparable¹				
Medios Impresos	28.507	36.965	(8.458)	(22,9%)
Audiovisual	6.899	(232)	7.130	n.r.
Internet	2.895	3.314	(419)	(12,6%)
Otros Negocios	12.385	14.443	(2.058)	(14,2%)
Estructura y Otros	(12.180)	(13.763)	1.583	11,5%
Total EBITDA comparable	38.506	40.727	(2.221)	(5,5%)
EBIT				
Medios Impresos	9.122	27.566	(18.444)	(66,9%)
Audiovisual	(12.147)	(24.197)	12.051	49,8%
Internet	(3.693)	(2.064)	(1.629)	(78,9%)
Otros Negocios	1.925	3.789	(1.864)	(49,2%)
Estructura y Otros	(18.372)	(21.674)	3.302	15,2%
Total EBIT	(23.164)	(16.580)	(6.584)	(39,7%)
EBIT comparable^{1 2}				
Medios Impresos	21.355	28.355	(7.000)	(24,7%)
Audiovisual	(3.850)	(15.659)	11.810	75,4%
Internet	(1.548)	(1.268)	(281)	(22,2%)
Otros Negocios	2.245	3.868	(1.624)	(42,0%)
Estructura y Otros	(13.352)	(15.208)	1.856	12,2%
Total EBIT comparable	4.849	88	4.761	n.r.

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

¹ Excluye inversión costes de reestructuración 2012 por -24.234 miles de euros y 2011 por -24.125 miles de euros.

² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2012 -3.779 miles de euros y 2011 7.457 miles de euros.

Medios Impresos

VOCENTO consolida el liderazgo indiscutible en prensa de información general según EGM (3ª ola ac. 2012) con cerca de 3 millones de lectores. Este liderazgo se ve reforzado en Internet con cerca de 12 millones de usuarios únicos mensuales según comScore (diciembre 2012).

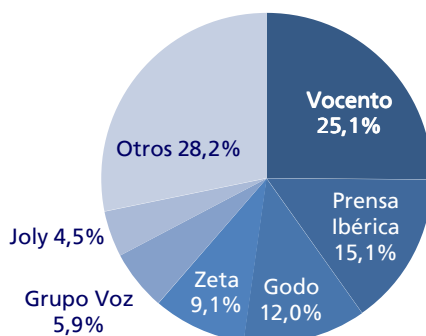
Dada la transformación de los hábitos de consumo de noticias y la aparición de nuevos soportes tecnológicos, la estrategia de VOCENTO se centra en sus marcas, con desarrollo offline y online complementario. Por ello, para entender correctamente el modelo de negocio de VOCENTO, las áreas de Medios Impresos e Internet deben ser analizadas en su conjunto.

Prensa Regional

VOCENTO es el líder indiscutible de la prensa regional en España por el arraigo y excelente posicionamiento de sus 12 cabeceras regionales: El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, El Norte de Castilla, La Verdad, Ideal, Las Provincias, Sur, El Comercio, Hoy, La Rioja y La Voz de Cádiz. El poder de prescripción de estas marcas, su elevado reconocimiento local y la fuerte vinculación con el territorio donde se editan las sitúa como claro referente en sus mercados.

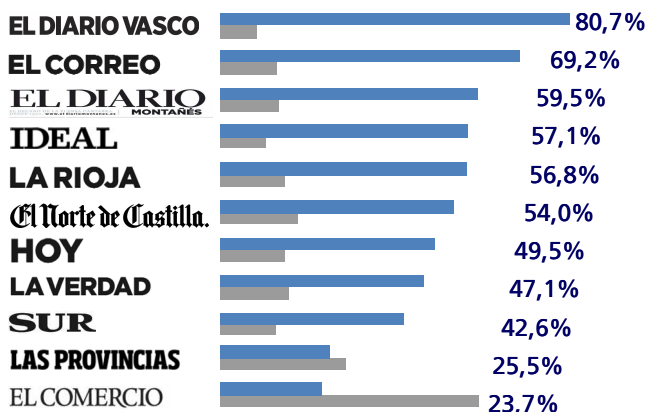
Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su liderazgo en términos de difusión en 2012 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 25,1%¹⁵, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,1%.

Cuota de difusión prensa regional 2012¹⁵

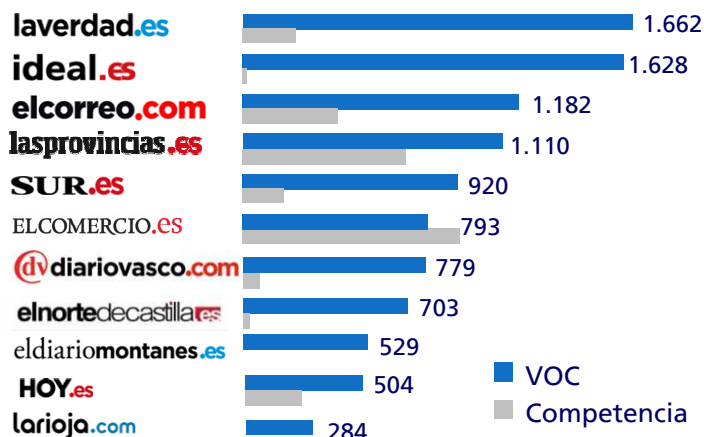


En cuanto a la audiencia de las cabeceras regionales, VOCENTO se mantiene como líder tanto en soporte offline (2.291¹⁶ miles de lectores, 822 miles lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), como en online donde alcanza una audiencia de más de 10¹⁷ millones de usuarios únicos mensuales, siendo cada uno de los doce portales líder en audiencia en su mercado de referencia con la excepción de El Comercio Digital.

Cuota difusión área influencia por cabecera¹⁵ (%)



Audiencia portales locales (millones u.u.m.)¹⁷



¹⁵ Fuente OJD enero-diciembre 2012. Datos no auditados.

¹⁶ Fuente EGM 3ª ola acumulada 2012.

¹⁷ Fuente: comScore diciembre 2012. Total de audiencia como agregado de audiencias de los doce Portales Locales.

El foco estratégico de VOCENTO durante 2012 ha sido el mantenimiento del liderazgo de sus marcas regionales tanto en prensa escrita como en entornos digitales, la mejora de cuota de mercado publicitario, y controlar la transformación del negocio para acceder a nuevas audiencias y fuentes de ingresos no vinculados a la publicidad. Todo ello sin olvidar, el control de costes y la obtención de ahorros operativos para seguir la adaptación al actual entorno de crisis económica así como la mejora de márgenes operativos que permitan apalancamiento operativo en recuperación de ciclo.

Comercialmente, se fortalece la estrategia a través de la Tarifa Única 3.0, herramienta comercial que permite ofrecer al anunciante una cobertura diferencial y captar publicidad nacional para medios regionales a través de la venta conjunta de la publicidad en las cabeceras regionales de VOCENTO + ABC + otras cabeceras regionales de terceros (Heraldo de Aragón, Diario de Navarra y La Voz de Galicia), y que ha permitido la menor caída de ingresos al captar publicidad nacional para medios regionales. Esta tarifa comercial pone de manifiesto una de las ventajas competitivas de VOCENTO que es su doble dimensión regional y nacional.

De cara a 2013, los esfuerzos se centran en dos niveles: a) continua mejora en sinergias de gestión y editoriales para seguir reforzando el posicionamiento de la marca sin dañar la calidad del contenido y mejorando la rentabilidad y b) utilizar la capacidad de prescripción e influencia de las marcas, como palanca de generación de nuevos negocios.

VOCENTO aprovecha el benchmarking interno derivado de tener 12 cabeceras, para mejorar la rentabilidad en el difícil entorno de mercado actual, gracias a las sinergias y las economías de escala que se producen y que afectan a distintos niveles de coste como papel, redacción central, personal soporte o distribución.

Las marcas, gracias a su fortaleza siguen siendo la palanca del negocio y por ello facilitan el éxito de los nuevos desarrollos ya sean tecnológicos, informativos o el lanzamiento de nuevos servicios. Dentro de las iniciativas hacia nuevas audiencias e ingresos, sigue destacando la plataforma Kiosko y Más como soporte de pago con contenido audiovisual y Oferplan.com, que permite la comercialización de ofertas de descuento a los usuarios de las ediciones digitales de VOCENTO aprovechando su poder de prescripción que se construye en ambos soportes, papel y digital (para mayor detalle ver área de negocio de Internet).

Prensa Nacional- ABC

ABC, decano de la prensa generalista nacional en España y con más de cien años de historia es un punto de referencia ineludible en la historia de los siglos XX y XXI.

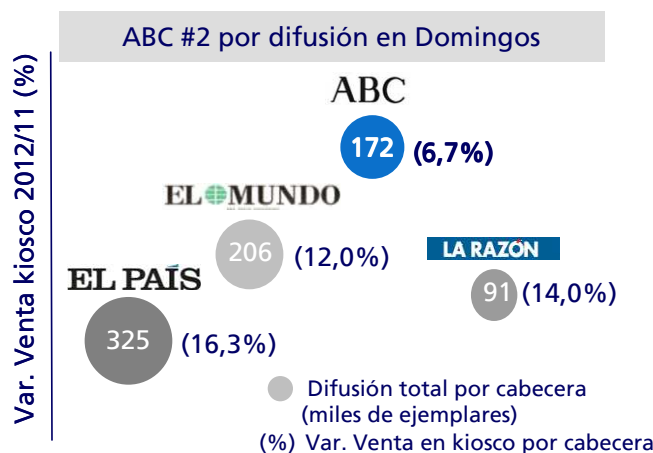
En 2012 la evolución de ABC es destacable desde varios ámbitos:

- (i) Difusión: mejor comportamiento que el mercado en 2012¹⁸ en difusión ordinaria, especialmente difusión en kiosco -6,7% vs. -12,6% competidores, por el mantenimiento del foco en difusión de calidad que permite mejorar el margen neto por ejemplar.

Adicionalmente, ABC mantiene su posición como segundo diario nacional en domingos en difusión total, según OJD.

¹⁸ Fuente: OJD Oficina de Justificación de la Difusión enero-diciembre 2012. Datos no auditados.

Difusión media total y var. vta. Kiosco (%) 2012: ABC vs. comparables



Fuente: OJD enero-diciembre 2012. Datos no certificados

- (ii) Usuarios únicos: ABC.es supera los 5¹⁹ millones de usuarios únicos. El crecimiento en audiencia, unido al impulso comercial de la edición digital con un equipo propio, permitirá mantener la reciente tendencia de crecimiento publicitario online (4T12 +9,7%) y seguir reduciendo el gap versus comparables de forma significativa.
- (iii) Audiencia EGM: a pesar de la reducción controlada de la difusión no ordinaria, ABC mantiene la cifra de audiencia en 648²⁰ mil lectores, niveles de 2007, en comparación con una pérdida media de sus competidores de casi 200 mil lectores respecto al mismo periodo.

Durante 2012, ABC ha concentrado sus esfuerzos en el posicionamiento de marca en diferentes soportes: ABC prensa + ABC.es + ABC en Kiosco y Más + ABC Punto Radio. Esta combinación de soportes permite el desarrollo de sinergias editoriales, la obtención de nuevas audiencias y acercarse al objetivo de rentabilidad. Así, se ha completado la oferta en móviles y tabletas tanto de Apple como de Android a través de ABC en Kiosco y Más, y se han incorporado nuevas funcionalidades y contenido audiovisual también en ABC.es que se refleja en el crecimiento del tráfico online.

De cara a 2013 en adelante, ABC ha definido unas pautas estratégicas englobadas en el Plan de Eficiencia que tienen como objetivo alcanzar break even a medio plazo en el perímetro de la marca manteniendo la calidad editorial de ABC en todos los soportes y continuar el crecimiento online.

Dentro de la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos destaca Oferplan, el análisis de la venta de contenido editorial digital selectivo y las nuevas aplicaciones y contenidos para plataformas de movilidad como Kiosco y Mas. Estas iniciativas se refuerzan con acuerdos comerciales con distribuidores (Youtube, Windows 8) o estratégicos como la alianza con COPE que permite reforzar la marca ABC (ver apartado de radio).

Por la parte de los costes operativos el Plan de eficiencia supone una continuación en las medidas de ahorro ejecutadas por la compañía: i) reducción de la difusión no rentable con una mejora del margen de venta de la difusión rentable, ii) ahorros de papel y control de la paginación, iii) ahorros en distribución y en promociones (manteniendo la calidad en promociones pero adaptada al entorno macroeconómico).

Prensa Gratuita- Qué!

VOCENTO ha tomado la decisión de cerrar la edición en papel del diario Qué! pasando este a ser un medio exclusivamente digital. En el actual entorno de crisis económica, el soporte de prensa gratuita ha sido uno de los más afectados, sufriendo el diario Qué! una caída de sus ingresos publicitarios de entorno al 70% desde el año 2007.

¹⁹ Fuente: ComScore diciembre 2012.

²⁰ Fuente: EGM 3ª ola acumulada 2012. Competidores promedio de El Mundo y La Razón.

Durante los últimos años el esfuerzo de la compañía se ha centrado en la optimización del negocio a través de diferentes iniciativas (i.e. reducción de costes, recorte de ediciones, foco en las plazas más rentables, nuevos enfoques informativos) pero el difícil entorno económico no ha permitido alcanzar niveles de rentabilidad por lo que VOCENTO ha tomado la decisión de cerrar la edición en papel del diario Qué! en julio 2012 (ver Hecho Relevante del 28 de junio de 2012).

Para mayor detalle del impacto económico-financiero del cierre de la actividad editora de Qué! ver apartados EBITDA comparable y resultado neto atribuible a la sociedad dominante, teniendo en cuenta que las cuentas de 2012 reflejan 7 meses de la actividad operativa del diario gratuito en papel.

Suplementos y Revistas

VOCENTO edita los dos suplementos líderes en el ranking de audiencia de suplementos en España: XL Semanal y Mujer Hoy. El suplemento dominical más leído en España es XL Semanal, destaca por su calidad editorial y apuesta informativa. Mujer Hoy se sitúa como segundo suplemento más leído, y sigue siendo además el suplemento femenino líder en su categoría en un mercado altamente competitivo. Además Hoy Corazón, sin competencia en el mercado de suplementos de fin de semana, es una revista dedicada a cubrir la actualidad de los famosos y cuenta ya con gran aceptación por sus lectores.

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada de 4.631²¹ mil lectores con un claro liderazgo de XL Semanal (2,5 millones de lectores, más de 800 mil lectores sobre su inmediato competidor) y Mujer Hoy con 1,7 millones de lectores es además del suplemento femenino líder en España, la revista pionera en su segmento. Los suplementos se distribuyen con todos los periódicos de Vocento durante el fin de semana así como con otros diarios regionales de reconocido prestigio, lo que le permite consolidar cada semana su audiencia. Inversión y Finanzas, revista semanal económica líder de venta en kiosco que cubre con rigor y seriedad el análisis bursátil y económico de la actualidad.

Durante 2012, el mantenimiento de cuota de mercado de los suplementos se consigue no solo por contar con un elenco de firmas como Carlos Herrera, Arturo Pérez-Reverte o Juan Manuel de Prada sino con otras medidas como la mejora de la oferta para el anunciante con el lanzamiento de Mujer Hoy Moda, o el refuerzo del posicionamiento online, estratégico en VOCENTO, y que tiene su reflejo en los portales Mujerhoy y Finanzas, con un nivel de audiencia que supera y se acerca a los 500²² mil usuarios únicos respectivamente.

De cara a 2013 el objetivo es trabajar por el lado de los ingresos en el desarrollo de acciones comerciales bimedia (papel+Internet), seguir potenciando contenidos para incrementar las audiencias de nicho y ser alternativa publicitaria a TV por cobertura manteniendo niveles de rentabilidad atractivos.

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

²¹ Fuente: EGM 3ª ola acumulada 2012.

²² Fuente: comScore diciembre 2012.

	NIIF			
Miles de Euros	2012	2011	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	243.740	277.539	(33.798)	(12,2%)
Prensa Nacional	123.250	138.903	(15.653)	(11,3%)
Suplementos y Revistas	37.791	48.679	(10.887)	(22,4%)
Prensa Gratuita	3.959	10.175	(6.216)	(61,1%)
Eliminaciones	(24.105)	(30.992)	6.888	22,2%
Total Ingresos de Explotación	384.636	444.303	(59.667)	(13,4%)
EBITDA				
Prensa Regional	26.417	38.779	(12.362)	(31,9%)
Prensa Nacional	(11.044)	(16.975)	5.932	34,9%
Suplementos y Revistas	4.339	6.466	(2.126)	(32,9%)
Prensa Gratuita	(2.707)	(2.374)	(332)	(14,0%)
Total EBITDA	17.006	25.895	(8.889)	(34,3%)
EBITDA comparable¹				
Prensa Regional	33.342	41.883	(8.541)	(20,4%)
Prensa Nacional	(7.240)	(9.784)	2.544	26,0%
Suplementos y Revistas	4.554	7.138	(2.584)	(36,2%)
Prensa Gratuita	(2.148)	(2.271)	123	5,4%
Total EBITDA comparable	28.507	36.965	(8.458)	(22,9%)
EBIT				
Prensa Regional	22.063	32.862	(10.799)	(32,9%)
Prensa Nacional	(13.799)	(8.177)	(5.622)	(68,7%)
Suplementos y Revistas	4.060	5.729	(1.669)	(29,1%)
Prensa Gratuita	(3.202)	(2.848)	(354)	(12,4%)
Total EBIT	9.122	27.566	(18.444)	(66,9%)
EBIT comparable^{1 2}				
Prensa Regional	28.946	36.420	(7.474)	(20,5%)
Prensa Nacional	(9.752)	(12.499)	2.746	22,0%
Suplementos y Revistas	4.387	6.896	(2.509)	(36,4%)
Prensa Gratuita	(2.226)	(2.463)	238	9,6%
Total EBIT comparable	21.355	28.355	(7.000)	(24,7%)

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 Excluye costes de reestructuración 2012 -11.501 miles de euros y 2011 -11.070 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 2012 -731 miles de euros y 2011 10.282 miles de euros.

Ingresos de Explotación: asciende a 384.636 miles de euros (-13,4%) consecuencia principalmente del descenso de los ingresos publicitarios y del impacto de la reducción controlada de la difusión no ordinaria. La reducción de la difusión no ordinaria supone una mejora del margen neto por ejemplar.

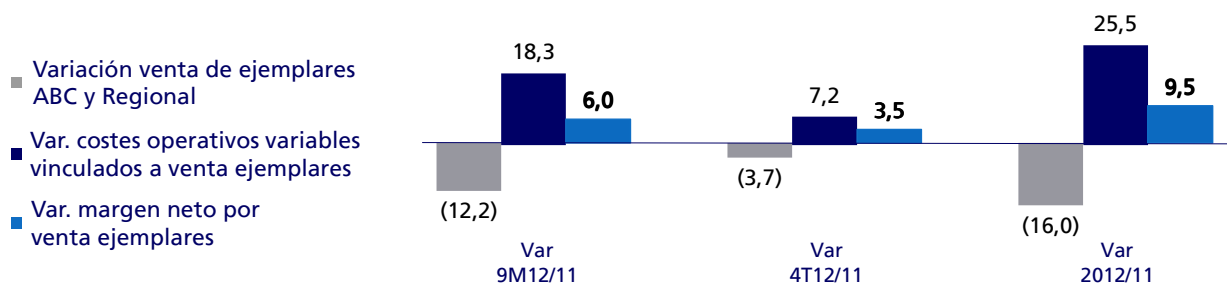
Ventas de ejemplares: asciende a 194.537 miles de euros (-7,2%). VOCENTO centra sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, reduciendo la difusión no ordinaria (venta en bloque y suscripciones colectivas) y apostando por la venta en kiosko.

Los ingresos por venta de ejemplares de Prensa Regional descienden en 2012 un -5,8%. Durante 2012 se ha incrementado el precio de varias cabecera de L-V en €0,10, lo que permite neutralizar en parte el efecto en venta de ejemplares por la menor difusión.

La caída de la venta de ejemplares de ABC (-11,4%) obedece a la disminución controlada de la difusión no ordinaria que alcanza -69,4% de reducción en el periodo. El menor descenso en la venta en kiosko (-6,7%) vs. competidores (-13,6%) y la subida de precios realizada en 2012 de L-V por €0,10, han permitido que los ingresos por venta de ejemplares en kiosko 2012 se mantengan estables (2011/12 -1,3%).

Destacar que el margen neto por venta de ejemplares²³ de ABC y los periódicos regionales mejoró en +9.483 miles de euros vs. 2011, resultado de la estrategia del Grupo centrada en la difusión de calidad y rentable:

Mejora del margen neto²³ 2012 vs 2011 de venta de ejemplares en prensa (nacional + regional) €m



Por su parte, la evolución de los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas (-20,0%) esta vinculada no solo a la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos (menor venta en bloque, suscripciones conjuntas) sino también al impacto de decisiones en el marco de las eficiencias operativas como son: venta opcional de Hoy Corazón y no distribución del suplemento Pantalla Semanal.

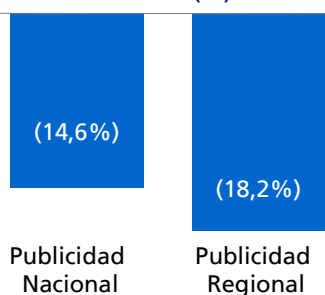
Ventas de Publicidad: asciende a 145.116 miles de euros (-21,8%, -19,6% excluido Qué!).

En Prensa Regional se alcanzan 88.699 miles de euros, una caída del -17,9%, descenso inferior al mercado (-21,2%²⁴). Este mejor comportamiento se debe, entre otros, a la comercialización de la Tarifa Única 3.0 que permite una menor caída en la publicidad nacional.

En ABC, los ingresos publicitarios ascienden a 35.518 miles de euros (-22,4%). ABC ha logrado mantener el precio medio de publicidad (-0,8% en comparación a -15,6% del resto de cabeceras nacionales) derivado de la eficiencia comercial por la venta conjunta de la marca ABC (ABC prensa + ABC.es + ABC en Kiosko y Más) que permite además el incremento de la cartera de clientes.

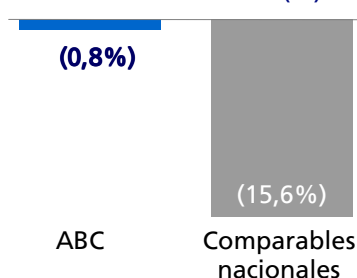
Publicidad local y nacional Prensa Regional VOC

enero-diciembre 2011-2012 (%)



Evolución precio medio ABC vs. comparables

enero-diciembre 2011-2012 (%)



²³ Ingresos por venta de ejemplares menos costes directos de impresión, distribución, marketing y aprovisionamientos.

²⁴ Fuente: i2p 2012. Marcas de VOC incluye ABC y Portales Locales.

Fuente: datos internos.

Fuente: datos internos.

Suplementos y Revistas obtiene 17.100 miles de euros (-22,1%) afectado particularmente por la evolución del consumo y sectores vinculados al mismo.

Por último, los ingresos publicitarios de Qué!, que cerró su actividad el pasado mes de julio, alcanzan 3.857 miles de euros en el periodo.

Otros Ingresos: asciende a 44.982 miles de euros (-8,0%) reflejo del menor esfuerzo en promociones en Prensa Regional, compensado parcialmente por mayores otros ingresos en ABC provenientes de patrocinios, acuerdos institucionales vinculados a eventos (i.e. Foro ABC).

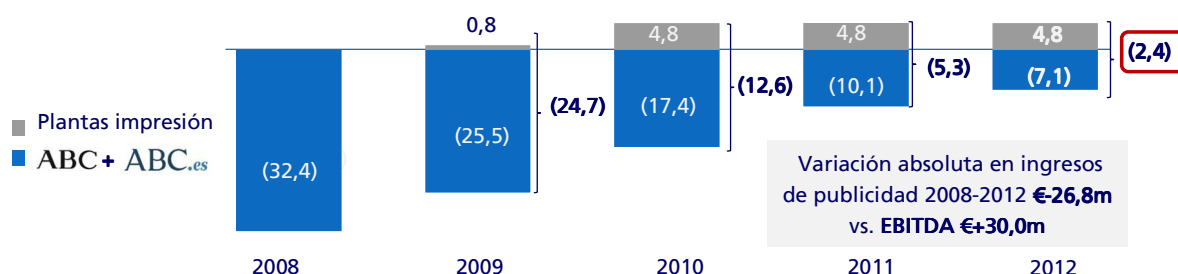
EBITDA comparable²⁵: asciende a 28.507 miles de euros, un descenso de -8.458 miles de euros, compensándose gran parte de la caída publicitaria (variación 2011-2012 -40.555 miles de euros) por los ahorros derivados de la reestructuración y otras medidas de eficiencia implementadas que permiten la reducción de costes en 2012 en -51.210 miles de euros (-12,6%) en términos comparables:

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable			Publicidad
	2012	2011	Var Abs	Var Abs
Prensa Regional	33.342	41.883	(8.541)	(19.307)
Prensa Nacional	(7.240)	(9.784)	2.544	(10.269)
Suplementos y Revistas	4.554	7.138	(2.584)	(4.844)
Prensa Gratuita	(2.148)	(2.271)	123	(6.088)
Total	28.507	36.965	(8.458)	(40.555)

- (i) **Prensa Regional:** EBITDA comparable 2012 de 33.342 miles de euros. La reducción de costes de -25.258 miles de euros supera el impacto de la caída publicitaria (-19.307 miles de euros). El margen medio EBITDA comparable de las cabeceras regionales 2012 asciende a 13,7%.
- (ii) **ABC:** se reduce el EBITDA negativo comparable en 2.544 miles de euros alcanzando los -7.240 miles de euros. El positivo impacto de las medidas de reducción de costes por un total de -18.197 miles de euros permite absorber el deterioro de los ingresos publicitarios.

Un análisis combinado de la marca ABC (actividad editora, digital y plantas de impresión) muestra una mejora del EBITDA comparable de +2.884 miles de euros en 2012 (+30.001 miles de euros desde 2008) hasta -2.370 miles de euros, pese a una caída de -10.165 miles de euros en los ingresos publicitarios en 2012 (-26.766 miles de euros en el periodo 2008-2012):

EBITDA comparable²⁶ (€m) ABC+ABC.es+ Plantas de Impresión ABC 2008-2012

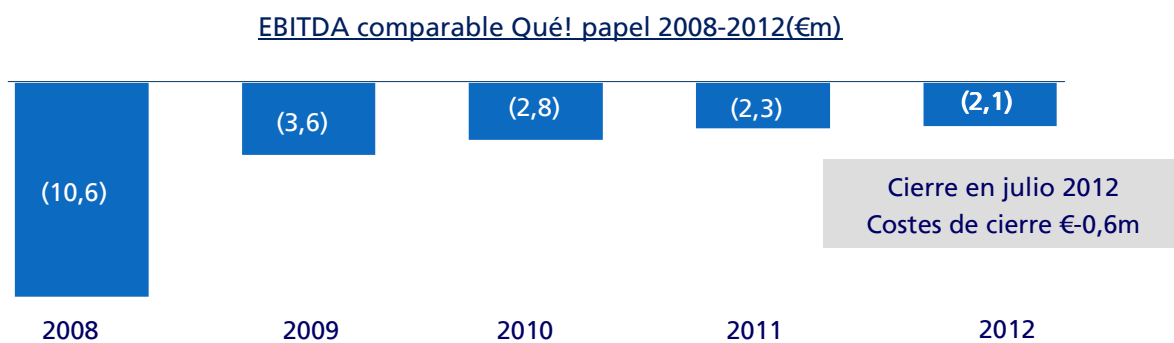


- (iii) **Suplementos y Revistas:** alcanza EBITDA comparable de 4.554 miles de euros, con un margen EBITDA del 12,0%

²⁵ Excluye costes de reestructuración en 2012 -11.501 miles de euros y 2011 -11.070 miles de euros.

²⁶ Excluye inversión en reestructuración 2008 €-11,0m, 2009 €-32,9m, 2010 €-4,5m, 2011 €-7,3m, y 2012 €-3,8m. Incluye EBITDA de plantas de impresión que se reportan en "Otros Negocios".

- (iv) Prensa Gratuita: EBITDA comparable -2.148 miles de euros. En el periodo se ha incurrido en indemnizaciones de -559 miles de euros por el cierre de la actividad editora. En términos de EBITDA la práctica totalidad de las pérdidas 2012 corresponden al primer semestre dado que el cierre fue efectivo en julio 2012, pérdidas que se eliminarán de cara a 2013.



Nota: excluye inversión en reestructuración 2008 €-1,3m, 2009 €-1,2m, 2010 €-0,2m, 2011 €-0,1m, y 2012 €-0,6m.

Audiovisual

VOCENTO opera de forma integrada en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de televisión, de su presencia editorial a través de una red de licencias de radio, y de la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

Durante 2012, ha sido clave el proceso de toma de decisiones estratégicas que afectan a este área. Tras los acuerdos estratégicos alcanzados en TV y radio, VOCENTO mantiene una puerta abierta de cara al futuro audiovisual al conservar la propiedad de las licencias en TV y radio a la vez que cumple el objetivo de rentabilidad al alcanzar el conjunto del área audiovisual EBITDA positivo.

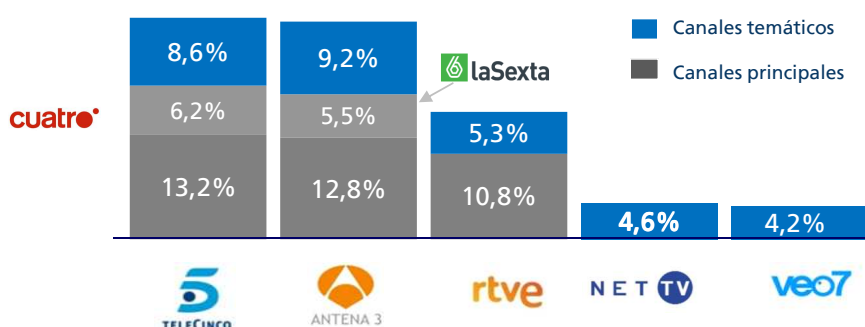
Televisión

VOCENTO a través de su participación 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 con socios internacionales y líderes mundiales en entretenimiento. El conjunto de los canales (Canal Disney, Paramount Channel, MTV e Intereconomía) cierra el mes de diciembre con una audiencia del 4,6%²⁷. Destaca Paramount Channel tras su lanzamiento el pasado mes de abril que alcanza una cuota de audiencia del 1,2%²⁷.

Este posicionamiento en televisión permite a VOCENTO tener menor exposición al ciclo económico y a una posible y más profunda transformación del sector de TV a la vez que contribuye de forma significativa con el objetivo de rentabilidad global del Grupo.

Cuota de audiencia por familia de canales diciembre 2012 (%)



Fuente: Kantar Media. No incluye canales TDT de pago.

Radio

Durante 2012, la evolución financiera de ABC Punto Radio ha estado marcada por el deterioro en el mercado publicitario (publicidad mercado de radio 2012 -13,1% según i2p). Como respuesta al adverso entorno macroeconómico y publicitario, y de acuerdo con el objetivo de rentabilidad del Grupo, VOCENTO ha alcanzado una alianza estratégica con la Cadena COPE. Dicha alianza permitirá la entrada en rentabilidad del negocio, manteniendo VOCENTO la propiedad de las licencias.

La alianza entre ambos grupos de comunicación se concreta en un acuerdo estratégico entre la Cadena COPE y el Diario ABC con el objetivo de reforzar una línea editorial compartida y la defensa de los mismos valores.

El acuerdo supone la asociación de las emisoras propiedad de Vocento, integradas en la cadena ABC Punto Radio, con las emisoras que componen actualmente la red de la Cadena COPE.

Asimismo, los boletines informativos de la Cadena COPE tendrán una denominación, pendiente de concretar, que vincule las marcas COPE y ABC. Además, Vocento designará al Coordinador de Informativos y presentador del Informativo de mediodía.

²⁷ Fuente: Kantar Media diciembre 2012.

Los programas, comunicadores y contenidos editoriales de la Cadena COPE serán objeto de una especial atención en las páginas del Diario ABC.

La alianza estratégica recoge también la presencia de periodistas y colaboradores del diario ABC en los principales programas informativos y de opinión de la Cadena COPE y el seguimiento de ambas redacciones en los temas de interés común. Para ello, se crea un Comité Editorial formado por representantes de ambos medios.

De igual forma, los dos grupos de comunicación han acordado la integración de los diferentes portales de la cadena de radio (COPE, Cadena 100 y Rock FM) en la web de ABC con la idea de reforzar a ambos medios en el competitivo mercado de la información en la red.

El acuerdo de asociación de emisoras alcanzado en diciembre de 2012 está supeditado a la autorización de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC). Los datos de 2012 reflejan los costes de cierre incurridos y la propia operativa de la radio que continuará hasta aprobación por CNC.

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 Corporación, holding de producción audiovisual que agrupa las marcas de BocaBoca Producciones, Europroducciones (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia), Hill Valley y Tripictures, la distribuidora cinematográfica independiente líder 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.

Ante esta situación, Veralia ha realizado una reorganización a dos niveles: a) societaria para la agrupación del área de Producción bajo una única sociedad (Veralia Contenidos), manteniendo las marcas de las productoras solo a efectos de negocio según su producto (BocaBoca para ficción, Europroducciones en entretenimiento y Hill Valley en comedia) y b) funcional para centralizar todo el área de operaciones, que conlleva un esfuerzo significativo en reducción de costes de estructura y medios técnicos para mejorar márgenes en éste difícil entorno.

Las productoras de Veralia en la actualidad tienen entre desarrollo, preproducción, producción y emisión 14 formatos diferentes, entre los que destaca "Mezzogiorno in Famiglia", "Conexión Samanta" y "21 días", "A tu vera" y "Museo Coconut". Tripictures, ha realizado en 2012 cerca de 15 estrenos, entre los que destacan recientemente "El vuelo" con Denzel Washington, "Blancanieves (Mirror, Mirror)" con Julia Roberts o "El Fraude" con Richard Gere.

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

NIIF				
Miles de Euros	2012	2011	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	47.775	47.195	580	1,2%
Radio	11.010	13.880	(2.869)	(20,7%)
Contenidos	38.906	67.510	(28.604)	(42,4%)
Eliminaciones	(1.184)	(5.405)	4.221	78,1%
Total Ingresos de Explotación	96.507	123.180	(26.672)	(21,7%)
EBITDA				
TDT	5.377	(5.882)	11.259	191,4%
Radio	(11.978)	(10.684)	(1.294)	(12,1%)
Contenidos	7.429	10.373	(2.944)	(28,4%)
Total EBITDA	828	(6.193)	7.021	113,4%
EBITDA comparable¹				
TDT	5.624	(2.972)	8.596	289,3%
Radio	(7.010)	(8.277)	1.267	15,3%
Contenidos	8.285	11.017	(2.732)	(24,8%)
Total EBITDA comparable	6.899	(232)	7.130	n.r.
EBIT				
TDT	4.908	(8.400)	13.309	158,4%
Radio	(14.110)	(11.816)	(2.294)	(19,4%)
Contenidos	(2.945)	(3.981)	1.036	26,0%
Total EBIT	(12.147)	(24.197)	12.051	49,8%
EBIT comparable^{1 2}				
TDT	5.169	(4.122)	9.291	225,4%
Radio	(7.744)	(8.854)	1.110	12,5%
Contenidos	(1.275)	(2.684)	1.409	52,5%
Total EBIT comparable	(3.850)	(15.659)	11.810	75,4%

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

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

Nota: el EBIT y EBIT comparable de Contenidos incluye la amortización del fondo de comercio asignado al catálogo de películas de Trippictures en 2012 por 2.689 miles de euros en 2011 por 4.697 miles de euros.

¹ Excluye costes de reestructuración 2012 -6.071 miles de euros y 2011 -5.961 miles de euros.

² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2012 -2.226 miles de euros y 2011 -2.576 miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanza en 2012 96.507 miles de euros, -21,7%, principalmente por la menor actividad de Contenidos (-42,4%).

TDT obtiene unos ingresos de 47.775 miles de euros, +1,2%, reflejo de la estrategia de nicho en TDT: a) descenso en ingresos por la decisión de cierre de las televisiones locales, y b) crecimiento en ingresos proveniente del área de TDT Nacional del +8,7% pese a los menores ingresos por cierre de operaciones del canal de televisión La 10 en 2011.

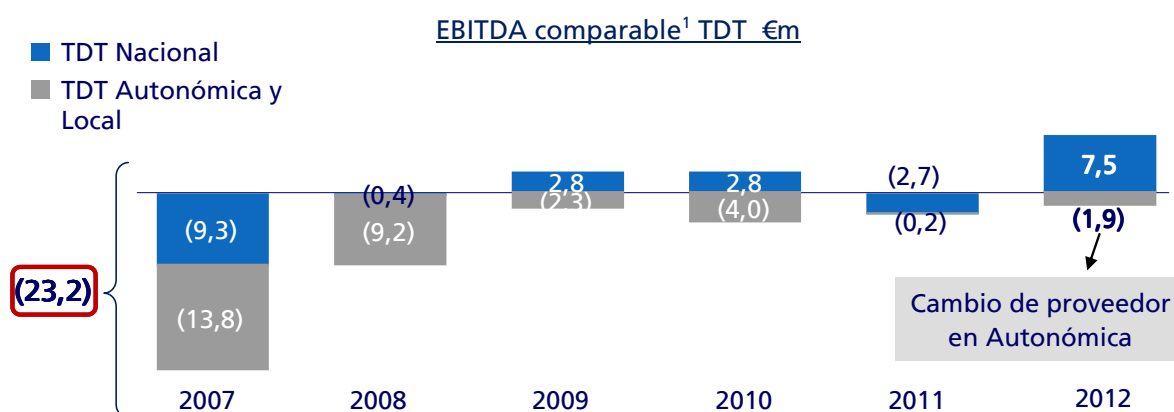
Radio alcanza unos ingresos de 11.010 miles de euros, un descenso del -20,7% que, ajustado por el cierre de programación local en distintos radios locales, se situaría en una caída por venta de publicidad proforma del -13,9% vs. mercado -13,1%²⁸.

²⁸ Fuente: i2p 2012.

Los ingresos de Contenidos de 38.906 miles de euros (-42,4%), están afectados por la menor actividad de las productoras ante el adverso entorno del sector de televisión y por menores ingresos de taquilla de cine en el año.

EBITDA comparable²⁹: 6.899 miles de euros, +7.130 miles de euros comparado con 2011:

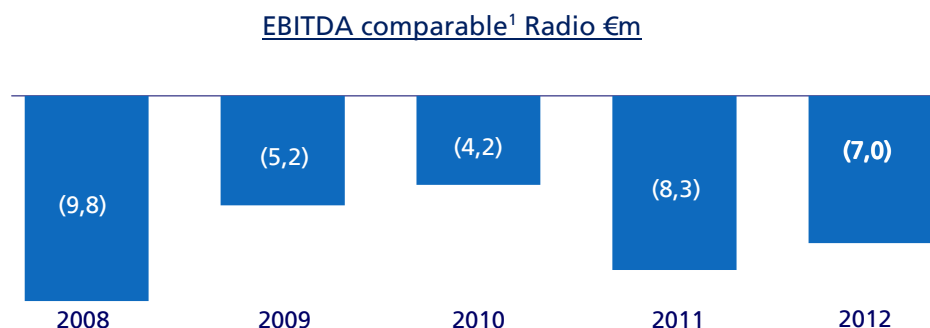
- (i) **TDT:** EBITDA comparable positivo de 5.624 miles de euros, una mejora de +8.596 miles de euros comparado con 2011 y de +28.802 miles de euros comparado con 2007, que muestra la puesta en valor del negocio de televisión:
 - a. La actividad de TDT Nacional obtiene un EBITDA comparable en 2012 de 7.524 miles de euros, una mejora de +10.263 miles de euros sobre 2011.
 - b. La TDT Autonómica incluye una dotación de insolvencias por importe de -2.004 miles de euros, una vez se ha tomado la decisión de cambiar de proveedor en el área.



Nota 1: excluye inversión reestructuración 2008 €-0,8m, 2009 €-0,6m, 2010 €-0,8m, 2011 €-0,9m y 2012 €-0,2m; y costes de cierre de La 10 y cambio de modelo de TDT autonómica 2011 €-2,0m.

- (ii) **Radio:** EBITDA comparable de -7.010 miles de euros, una mejora de +1.267 miles de euros comparado con 2011 (+2.757 miles de euros desde 2008), por el impacto de los medidas de eficiencia en costes que compensa el descenso en ingresos publicitarios del último año (-2.340 miles de euros). El acuerdo alcanzado con COPE permitirá, sujeto a autorización por CNC, la entrada en rentabilidad de la división a partir de 2013.

El EBITDA reportado en radio asciende a -11.978 miles de euros debido a los costes de reestructuración y liquidación incurridos por cierre de ABC Punto Radio por un total de -4.968 miles de euros.



Nota 1: excluye inversión reestructuración 2008 €-0,6m, 2009 €-0,6m, 2010 €-0,2m, 2011 €-2,1m y 2012 €-2,7m. Adicionalmente, excluye costes de cierre radio local 2011 €-0,3m y costes de cierre por cambio de modelo de radio en 2012 €-2,2m.

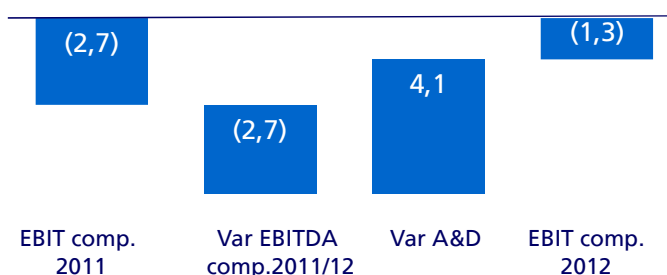
²⁹Excluye costes extraordinarios 2012 -6.071 miles de euros y 2011 -5.961 miles de euros.

- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable 8.285 miles de euros, un descenso de -2.732 miles de euros comparado con 2011. En 2012 el negocio se ve afectado por el menor margen de las productoras y la disminución de la facturación tanto por la menor venta de derechos a TV como menor taquilla por los estrenos de las películas en cine. Dicho descenso se compensa en EBIT (ver siguiente punto).

Resultado de Explotación comparable: asciende a -3.850 miles de euros, una mejora de +11.810 miles de euros comparado con 2011. Dicho resultado incluye la menor amortización del catálogo de Tripictures que reduce las amortizaciones del área de Contenidos hasta -9.560 miles de euros comparado con -13.701 miles de euros en 2011.

El impacto de la menor amortización del catalogo se refleja en la mejora del EBIT comparable de Contenidos en +1.409 miles de euros vs. 2011.

Evolución EBIT³⁰ comparable de Contenidos 2011- 2012 (€m)



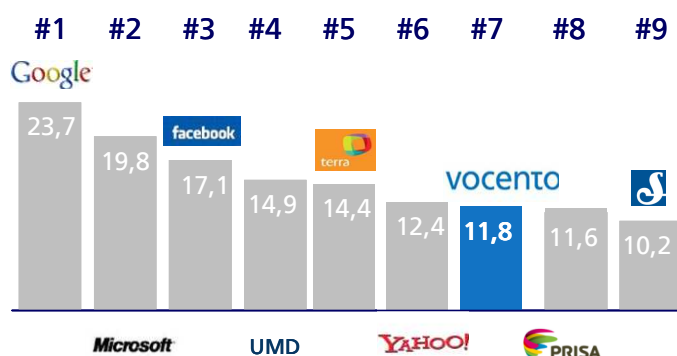
³⁰ Excluye costes extraordinarios 2012 -856 miles de euros y 2011 -644 miles de euros.

Internet

VOCENTO cuenta con una amplia presencia online gracias a la fortaleza de su portfolio de marcas en los mercados nacional y regional: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto las cabeceras regionales y ABC.es), Portales Verticales (mujerhoy.com, finanzas.com), Clasificados (pisos.com, infoempleo.com, y Autocasion.com) 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 2012 como líder en la categoría de noticias y ocupando el séptimo³¹ puesto en el ranking total de audiencias con cerca de 12 millones de usuarios.

Ranking de audiencia en Internet diciembre 2012³¹ (m usuarios únicos mes)



En concreto, ABC.es mejora su cuota de mercado online y ha cerrado de manera continua durante 2012 el gap en audiencia versus comparables: cierre de Gap con El País y El Mundo en un tercio.

Evolución audiencia ABC.es y competencia³¹ (%)



El posicionamiento de VOCENTO en Internet se sitúa a la vanguardia y responde a la nueva sociedad de la información. Muestra de ello, durante el 2012, el Grupo ha centrado sus esfuerzos en: i) mejora de los contenidos editoriales online (e.g. lanzamiento de Grada360.com), ii) optimización de los ingresos de publicidad (e.g. publicidad contextual) y búsqueda de nuevas fuentes de ingresos (e.g. Kiosko y Más y Oferplan.com), iii) impulso de nuevos dispositivos móviles (e.g. ABC de Google Currents), y iv) desarrollo de la red nacional de clasificados.

Las ediciones digitales de las cabeceras regionales de VOCENTO son marcas líderes y referencia online en cada uno de los mercados en los que operan por el estrecho vínculo con sus comunidades locales y la fortaleza de sus marcas. Durante 2012, se siguen realizando 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 otro lado, destaca el lanzamiento de Grada360.com nuevo diario digital deportivo generado a partir de los contenidos de las marcas regionales de VOCENTO que ofrece información deportiva

³¹ Fuente: comScore diciembre 2012.

actualizada al minuto con una especial atención a las redes sociales y a la participación de los usuarios.

El 2012 ha sido un año clave para ABC.es como se pone de manifiesto en el crecimiento del tráfico (crecimiento mar12-dic12 +17%. Los datos híbridos están disponibles solo desde marzo 2012). ABC.es ha incorporado nuevos canales temáticos (ABC Gentestilo, ABC Tec, ABC Innova, ABC Deportes, ABC Familia) dirigidos a segmentos de mercado clave y se están desarrollando contenidos exclusivos de ABC (galería de fotos, hemeroteca...). También ha fortalecido su presencia en dispositivos móviles actualizando sus aplicaciones y portales móviles, así como apostando por ofrecer sus contenidos en los nuevos dispositivos (Google Currents o Flipboard, innovando en su propuesta editorial y adaptándola a todas las diferentes audiencias).

De cara a 2013, VOCENTO se centra en la búsqueda de nuevos ingresos digitales, en la adaptación del contenido a nuevas plataformas y en la necesidad de optimizar la estrategia de comercialización:

- i. Nuevos formatos y publicidad contextual: formatos exclusivos para anunciantes, especialmente para contenidos audiovisuales y aplicaciones móviles, así como la puesta en marcha de publicidad contextual participando en la denominada red PAN (Publisher Audience Network), una herramienta contextual y semántica, que aporta información sobre el perfil de los usuarios y contextualización de los contenidos con propuestas publicitarias afines para un inventario común, con capacidad local, en multiplataforma y en tiempo real.
- ii. Ingresos por pago por Contenidos selectivo: la apuesta principal para poner en valor los contenidos sigue siendo el proyecto estratégico Kiosko y Más, donde cada cabecera de VOCENTO está ofreciendo sus contenidos réplica de papel en modelo de ejemplar o suscripción, enriquecidos con las prestaciones que permiten los nuevos dispositivos (lectura Smartflow para navegación táctil, inclusión de videos y fotogalerías, weblinks para actualización continua de noticias, traductor, etc).
- iii. Otros ingresos: lanzamiento de Oferplan.com aprovechando la penetración de las marcas locales y de ABC, con una sección diaria de ofertas locales en las que VOCENTO tiene previsto el lanzamiento de nuevos productos de comercio electrónico vinculados a otros segmentos, que generen ingresos alternativos a la publicidad.

Como Proyecto estratégico del Grupo, Kiosko y Más es el principal quiosco multiplataforma de España. En un año la plataforma ha multiplicado el número de grupos editoriales asociados al proyecto que supera ya los 58, y englobando una oferta de 330 periódicos y revistas en su catálogo. Grupos como RBA, G+J, Godó, Zeta o Hearst, entre otros, participan en la mayor alianza editorial online de Europa.

Kiosko y Más es número 1 en ventas en la categoría de noticias en el App Store en 2012, según revisión anual de Apple. La calidad de la multiplataforma queda contrastada por diferentes reconocimientos como el Premio a la Plataforma Editorial del Año en los Premios e-Awards2012 o el Premio a la Plataforma Editorial del Año en los e-Show Awards 2012. Destacar que durante 2012 se ha alcanzado un crecimiento medio mensual de suscriptores de VOC del +14%.

Por otra parte, la red de clasificados nacional de VOCENTO es única en el sector de los medios de comunicación españoles, al estar reforzados por el apoyo de ABC.es y las ediciones digitales regionales de VOCENTO, que permiten consolidar una red nacional de clasificados con una oferta marcada por el contenido, y el conocimiento del sector. Está presente con marcas nacionales en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet: inmobiliario con pisos.com (top#4³² de la categoría), empleo con Infoempleo.com (top#2) y motor con autocasión.com (top#5).

Por último, el portal de directorios 11870.com con una audiencia cercana a los 900³² mil usuarios únicos, confirma en 2012 como el portal de recomendaciones de sitios y negocios más importante de España.

³² Fuente: comScore diciembre 2012.

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

NIIF				
Miles de Euros	2012	2011	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	23.817	22.224	1.593	7,2%
Portales Verticales	1.711	2.845	(1.135)	(39,9%)
Clasificados	14.191	15.574	(1.383)	(8,9%)
B2B	16.554	16.130	424	2,6%
Eliminaciones	(307)	(868)	560	64,6%
Total Ingresos de Explotación	55.966	55.906	60	0,1%
EBITDA				
Ediciones Digitales	456	(39)	495	n.r.
Portales Verticales	(540)	(421)	(119)	(28,2%)
Clasificados	(2.620)	(1.568)	(1.052)	(67,1%)
B2B	4.241	4.686	(445)	(9,5%)
Total EBITDA	1.538	2.658	(1.121)	(42,2%)
EBITDA comparable¹				
Ediciones Digitales	835	103	732	712,4%
Portales Verticales	(511)	(349)	(162)	(46,4%)
Clasificados	(1.916)	(1.142)	(773)	(67,7%)
B2B	4.486	4.702	(216)	(4,6%)
Total EBITDA comparable	2.895	3.314	(419)	(12,6%)
EBIT				
Ediciones Digitales	(631)	(1.072)	441	41,1%
Portales Verticales	(880)	(792)	(88)	(11,1%)
Clasificados	(5.224)	(3.899)	(1.325)	(34,0%)
B2B	3.043	3.700	(657)	(17,8%)
Total EBIT	(3.693)	(2.064)	(1.629)	(78,9%)
EBIT comparable^{1 2}				
Ediciones Digitales	(200)	(877)	676	77,2%
Portales Verticales	(848)	(706)	(142)	(20,1%)
Clasificados	(3.788)	(3.401)	(387)	(11,4%)
B2B	3.288	3.716	(428)	(11,5%)
Total EBIT comparable	(1.548)	(1.268)	(281)	(22,2%)

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

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

¹ Excluye inversión en reestructuración de 2012 -1.357 miles de euros y -656 miles de euros en 2011.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 2012 -787 y 2011 -141 miles de euros.

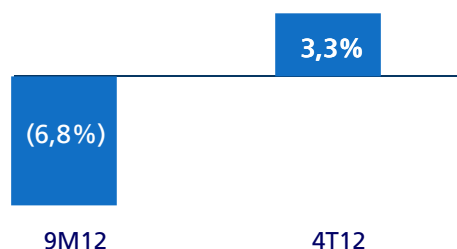
Ingresos de Explotación: ascienden a 55.966 miles de euros (+0,1%). En el cuarto trimestre se ha obtenido un crecimiento en ingresos en el área de Internet del +3,1%, gracias en parte a la mejora en publicidad de ABC.es (crecimiento 4T12 del +9,7%) y a la aportación positiva de Oferplan.com, cuyos ingresos suponen ya el 4,3% del total de Internet y el 10,2% de las Ediciones Digitales en 2012.

Venta de Publicidad: descenso del -3,5% afectado por el deterioro macroeconómico y publicitario (mercado Internet descenso -8,1%³³) con mayor impacto en los ingresos de publicidad de los portales locales, concretamente por la caída de la inversión institucional local.

Destaca por otra parte, la progresiva mejora en el año de ABC.es, que se refleja en la evolución de las marcas de VOCENTO en Internet.

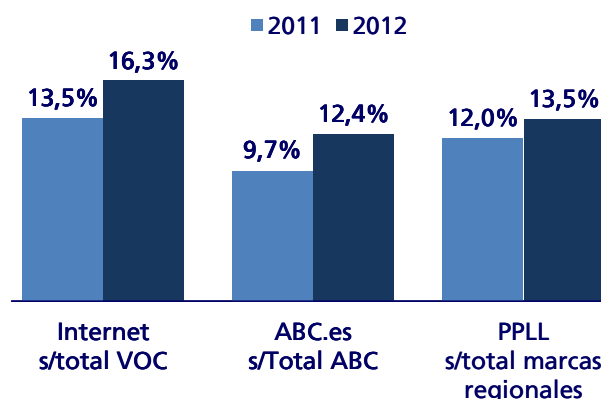
Publicidad ediciones digitales¹

Variación ingresos publicidad (%)



Nota 1: suma de ABC.es y Portales Locales.

Peso de publicidad de Internet en las marcas de VOC (%)



El peso de los ingresos por publicidad de Internet alcanza el 16,3% (+2,8 p.p. vs. 2011) de los ingresos de publicidad de VOCENTO, donde ABC.es contribuye con el 12,4% del total de ingresos publicitarios de la marca ABC (papel + Internet), y los Portales Locales con el 13,5% de las marcas regionales.

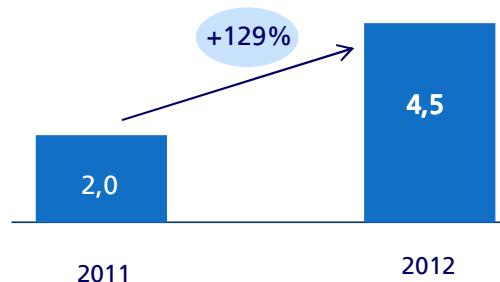
La optimización de la estrategia comercial digital es clave ante un mercado publicitario de Internet en descenso. Las iniciativas van encaminadas a optimizar la monetización de la audiencia de los portales de VOCENTO, a través de nuevos productos de venta apoyados en tecnología, formatos exclusivos premium ofrecidos al anunciante ó el desarrollo del potencial audiovisual (i.e. video "on line").

Por otra parte, continúa el desarrollo del negocio de Clasificados de VOCENTO, que es el único grupo de medios con una red de clasificados a nivel nacional. El crecimiento de los ingresos de publicidad en Clasificados a 2012 es del +5,1%.

Otros Ingresos: alcanza 24.543 miles de euros (+5,1%) gracias, entre otros, a la aportación de los ingresos generados por Oferplan.com. La obtención de nuevas fuentes de ingresos digitales permite diversificar el negocio en Internet y reducir su dependencia de la publicidad.

Incremento de ingresos digitales por aportación de nuevas fuentes

Otros ingresos €m y variación (%)

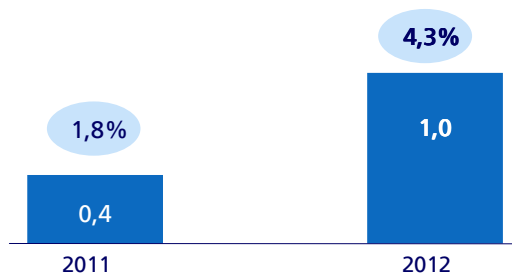


EBITDA comparable³⁴: alcanza 2.895 miles de euros por el incremento de costes en Ediciones Digitales y Clasificados resultado de la mayor inversión vía gastos operativos por ser área estratégica y debido a la menor activación de gastos (transformación de CAPEX en OPEX). Destacar la mejora en rentabilidad de las Ediciones Digitales que alcanza el 4,3% de margen EBITDA y la aportación de nuevas fuentes de ingresos (Oferplan.com y Kiosko y Más) con un impacto agregado en EBITDA 2012 de 1.606 miles de euros sin incremento vinculado de estructuras.

³³ Fuente: i2p 2012.

³⁴ Excluye inversión en reestructuración de 2012 -1.357 miles de euros y -656 miles de euros en 2011.

EBITDA ediciones digitales¹
EBITDA comparable² y margen EBITDA comparable



Nota 1: suma de ABC.es y Portales Locales. Nota 2: excluye inversión en reestructuración €-0,1m y 2012 €-0,4m.

Otros Negocios

Adicionalmente a las actividades en Medios Impresos, Audiovisual e Internet mencionadas anteriormente, VOCENTO desarrolla los negocios de Impresión y Distribución.

Con la finalidad de conseguir sinergias operativas VOCENTO está inmerso en un proceso de concentración de la actividad de impresión de ciertos periódicos regionales, junto con otros grupos editoriales, o en solitario. En el área de Impresión la mejora de la rentabilidad se consigue por el mejor aprovechamiento de los recursos técnicos y la capacidad que permitan la mejora en la calidad de impresión y la disminución de los costes unitarios.

En el negocio de la Distribución, y con el objetivo puesto nuevamente en mejora de procesos y márgenes, VOCENTO busca ahorros a través de la automatización de tareas manuales, el control punto a punto de la distribución de periódicos y la optimización de la estructura y de los puntos de venta con criterios económicos.

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

NIIF				
Miles de Euros	2012	2011	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	128.285	141.167	(12.882)	(9,1%)
Impresión	42.282	43.323	(1.041)	(2,4%)
Otras Participadas	5.732	6.009	(277)	(4,6%)
Eliminaciones	(253)	(330)	77	23,3%
Total Ingresos de Explotación	176.046	190.169	(14.123)	(7,4%)
EBITDA				
Distribucion	1.372	2.051	(679)	(33,1%)
Impresión	10.695	12.236	(1.541)	(12,6%)
Otras Participadas	(1)	109	(110)	(100,8%)
Total EBITDA	12.066	14.395	(2.329)	(16,2%)
EBITDA comparable¹				
Distribucion	1.466	2.117	(652)	(30,8%)
Impresión	10.778	12.274	(1.496)	(12,2%)
Otras Participadas	142	52	89	171,1%
Total EBITDA comparable	12.385	14.443	(2.058)	(14,2%)
EBIT				
Distribucion	968	1.678	(710)	(42,3%)
Impresión	992	2.047	(1.055)	(51,5%)
Otras Participadas	(35)	64	(99)	(153,8%)
Total EBIT	1.925	3.789	(1.864)	(49,2%)
EBIT comparable^{1 2}				
Distribucion	1.062	1.745	(683)	(39,1%)
Impresión	1.075	2.115	(1.040)	(49,2%)
Otras Participadas	108	9	99	n.r.
Total EBIT comparable	2.245	3.868	(1.624)	(42,0%)

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

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.

Excluye inversión en reestructuración de -319 miles de euros en 2012 y de -48 miles de euros en 2011.

Ingresos de Explotación: alcanzan 176.046 miles de euros, -7,4% por la vinculación del área a Medios Impresos y por el impacto del cierre de cabeceras de terceros.

EBITDA comparable³⁵: asciende a 12.385 miles de euros. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 10.778 miles de euros, con aportación de Rotomadrid y Andaluprint (plantas que imprimen el ABC en Madrid y en Sevilla) de 4.751 miles de euros. En Distribución, el EBITDA alcanza 1.466 miles de euros.

³⁵ Excluye inversión en reestructuración de -319 miles de euros en 2012 y de -48 miles de euros en 2011.

Datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	2012	2011	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	171.726	221.353	(49.627)	(22,4%)
Prensa Regional				
El Correo	90.377	97.312	(6.935)	(7,1%)
El Diario Vasco	63.406	68.140	(4.734)	(6,9%)
El Diario Montañés	29.570	31.441	(1.871)	(6,0%)
Ideal	25.154	27.597	(2.443)	(8,9%)
La Verdad	25.326	30.561	(5.235)	(17,1%)
Hoy	15.623	17.592	(1.969)	(11,2%)
Sur	22.796	25.032	(2.236)	(8,9%)
La Rioja	12.620	13.582	(962)	(7,1%)
El Norte de Castilla	27.584	29.680	(2.096)	(7,1%)
El Comercio	21.259	21.894	(635)	(2,9%)
Las Provincias	23.492	28.252	(4.760)	(16,8%)
La Voz de Cádiz	3.180	5.421	(2.241)	(41,3%)
TOTAL Prensa Regional	360.387	396.504	(36.117)	(9,1%)

Fuente: OJD. Datos 2012 no certificados.

Audiencia	3ª Ola 12	3ª Ola 11	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	648.000	660.000	(12.000)	(1,8%)
Prensa Regional	2.291.000	2.158.000	133.000	6,2%
El Correo	458.000	443.000	15.000	3,4%
El Diario Vasco	250.000	246.000	4.000	1,6%
El Diario Montañés	190.000	162.000	28.000	17,3%
Ideal	179.000	155.000	24.000	15,5%
La Verdad	268.000	265.000	3.000	1,1%
Hoy	151.000	134.000	17.000	12,7%
Sur	158.000	142.000	16.000	11,3%
La Rioja	107.000	94.000	13.000	13,8%
El Norte de Castilla	214.000	203.000	11.000	5,4%
El Comercio	160.000	138.000	22.000	15,9%
Las Provincias	145.000	152.000	(7.000)	(4,6%)
La Voz de Cádiz	11.000	24.000	(13.000)	(54,2%)
Suplementos	4.631.000	5.430.000	(799.000)	(14,7%)
XL Semanal	2.522.000	2.889.000	(367.000)	(12,7%)
Mujer Hoy	1.720.000	1.999.000	(279.000)	(14,0%)
Mujer Hoy Corazón	333.000	474.000	(141.000)	(29,7%)
Inversión y Finanzas	56.000	68.000	(12.000)	(17,6%)

Fuente: EGM Olas Acumuladas

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	dic-12	dic-11	Var Abs
NET TV audiencia	4,6%	4,3%	0,3 p.p.

Fuente: Kantar Media último mes.

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	dic-12	dic-11	Var Abs	%
Vocento	11.839	n/d	n/d	n/d

Fuente: comScore.

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