

# vocento



**Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes**

**Resultados Enero-Diciembre 2010**

**25 de febrero de 2011**

## **INTRODUCCIÓN: EVOLUCION DEL ENTORNO ECONÓMICO**

En un contexto económico mundial marcado por una recuperación económica a dos velocidades, España está atravesando una difícil situación macroeconómica con decrecimiento del PIB en los últimos años (PIB 2009 -3,7% y PIB 2010 -0,1%, fuente: avance INE). Dicha crisis, unida a una recuperación lenta y frágil iniciada en 2011 impacta en el sector de los medios de comunicación a diferentes niveles. En primer lugar por la menor inversión publicitaria en 2010 +1,4% (i2p 2010), en segundo lugar por la debilidad en el consumo privado (2010 +1,3%, fuente avance INE) con impacto directo en la adquisición de prensa y todo ello unido a la rápida transformación tecnológica que afecta a la forma de consumir la información y el acceso a la misma.

Sin embargo, después de más de tres años desde el inicio de la crisis, VOCENTO sigue demostrando una elevada capacidad para responder de forma activa al entorno actual, y ante un sector que se transforma desde un negocio de soportes hacia un negocio basado en marcas, trabaja en las siguientes líneas de actuación: a) la realización en los tres últimos años de una reestructuración en costes para ajustar la Compañía al ciclo actual, b) la integración de redacciones de prensa y ediciones digitales, base para la generación de contenidos multicanal y para el posicionamiento en Internet, tal y como se refleja en el liderazgo alcanzado por VOCENTO que se sitúa entre los top10 en audiencia de los grupos de Internet en 2010 y c) apuesta por el sector Audiovisual, dónde se produce el lanzamiento del proyecto nacional de TDT con dos nuevos canales (MTV y "La 10") y que permiten a VOCENTO posicionarse ante la creciente fragmentación de audiencias.

En 2010, y gracias a la estrategia puesta en marcha desde principios de 2008, VOCENTO cierra este ejercicio con una mejora significativa del resultado operativo y mantiene el foco en la reducción y control de costes en todas las áreas, gracias a la fortaleza de su balance y sólida posición financiera neta. De esta forma, VOCENTO se posiciona de cara al futuro como uno de los actores principales para liderar el sector de los medios de comunicación en España.

## **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").

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

## MEDIOS IMPRESOS

PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
-----------------	-----------------	-----------------	------------------------

- |   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Correo</li> <li>▪ El Diario Vasco</li> <li>▪ El Diario Montañés</li> <li>▪ La Verdad</li> <li>▪ Ideal</li> <li>▪ Hoy</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur</li> <li>▪ La Rioja</li> <li>▪ El Norte de Castilla</li> <li>▪ El Comercio</li> <li>▪ Las Provincias</li> <li>▪ La Voz de Cádiz</li> <li>▪ Colpisa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ABC</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Qué!</li> <li>▪ XL Semanal</li> <li>▪ Mujer Hoy</li> <li>▪ Hoy Corazón</li> <li>▪ Pantalla Semanal</li> <li>▪ Inversión y Finanzas</li> </ul> |
|---|--|---|--|

## AUDIOVISUAL

TDT	RADIO	CONTENIDOS
-----	-------	------------

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

## INTERNET

EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
---------------------	---------------------	----------------------------	-----

- |   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 12 portales locales</li> <li>▪ ABC.es</li> <li>▪ Que.es</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mujerhoy.com</li> <li>▪ Finanzas.com</li> <li>▪ Hoy Cinema</li> </ul> | <p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pisos.com</li> <li>▪ Infoempleo</li> <li>▪ Autocasión</li> <li>▪ Tus anuncios</li> </ul> | <p>Directorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 11870</li> <li>▪ Sarenet</li> </ul> |
|---|--|--|--|

## OTROS NEGOCIOS

IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS
-----------	--------------	-------

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comeco Impresión</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Distribuciones Comecosa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Otras participadas multimedia regional</li> </ul> |
|--|---|--|

## Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

**Mejora EBITDA ajustado 2010 +23.369<sup>1</sup> miles euros (duplicando niveles de 2008) e incremento de rentabilidad (margen EBITDA 2010 8,4%, +5,0 p.p. vs. 2008)...**

**... por ahorro de costes (-164.049 miles de euros en dos años) y estrategia de marcas Internet- Audiovisual representan el 20,1%<sup>2</sup> de los ingresos publicitarios de VOC**

### **Sólida posición financiera**

▪ **Continúa la optimización y disciplina de costes: mejora de EBITDA y rentabilidad en todas las áreas:**

- (i) Mejora de EBITDA ajustado 2010 +23.369<sup>1</sup> miles de euros hasta +60.249 miles de euros que supone duplicar niveles de 2008. Margen EBITDA ajustado 8,4% (+5,0 p.p. vs. 2008).
- (ii) Recuperación vía costes de los menores ingresos 2010 (-34.055 miles de euros,-4,5%).
- (iii) Control y disciplina de costes en todas las áreas: costes - 52.565<sup>3</sup> miles de euros, -7,4%. Disminución principales partidas de gasto: personal -10,5%<sup>1</sup>; aprovisionamientos -10,2%.
- (iv) Reducción de costes 2008-2010: -164.049 miles de euros (TAMI -10,5%).

<b>EBITDA AJUSTADO POR ÁREA (NIIF Miles de Euros)</b>	<b>2010<sup>1</sup></b>	<b>2009<sup>1</sup></b>	<b>Var Abs</b>
Medios Impresos	41.064	31.061	10.003
Audiovisual	10.906	10.938	(32)
Internet	1.707	(2.514)	4.221
Otros Negocios	15.377	13.687	1.690
Estructura y Otros	(8.806)	(16.293)	7.487
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>60.249</b>	<b>36.880</b>	<b>23.369</b>

▪ **Estrategia de marcas enfocada en ganar cuota de mercado, generación de contenidos multicanal y convergencia Internet-Audiovisual:**

- (i) ABC: mejora continua de resultados reflejada tanto en difusión como en publicidad. Reducción del diferencial en difusión vs. El Mundo <37 mil ejemplares<sup>4</sup> (superado en domingos en 4T2010). Mejor comportamiento de publicidad en prensa 2010 -3,6% vs. mercado -4,0%<sup>5</sup>. Ingresos de publicidad ABC.es +25,0%.
- (ii) Los ingresos publicitarios de Audiovisual e Internet representan el 20,1%<sup>2</sup> de los ingresos por publicidad de VOC (+3,6 p.p. vs. 2009).
- (iii) Crecimiento en Internet: publicidad +23,6% por encima del mercado (+19,2%<sup>5</sup>) y continúa el crecimiento de publicidad en Clasificados +32,4%.
- (iv) Consolidación del modelo de TDT con dos nuevos canales: MTV y "La 10". TDT Nacional EBITDA 2010 2.785 miles de euros y cierre de la operativa en TDT Autónoma (EBITDA 2010 -4.789 miles de euros).

▪ **Mantenimiento de una sólida posición financiera: Deuda financiera neta 2010 -120.628 miles de euros y efectivo y otros medios equivalentes 68.975 miles de euros:**

- (i) Salidas de caja 2010: reflejo de la inversión en reestructuración y de la segregación de las plantas de impresión que permite la generación de sinergias.
- (ii) Entrada de caja por venta de parcela de ABC en enero 2011: +20.185 miles de euros.

<sup>1</sup> Ajustado por reestructuración 2010 y 2009 por -11.115 y -65.276 miles de euros.

<sup>2</sup> Suma de ingresos por publicidad de las áreas de Audio visual e Internet.

<sup>3</sup> Ajustado por reestructuración 2010 y 2009 por -11.115 y -65.276 miles de euros y por la reversión de la provisión de avales vinculados a la Radio Digital 4.858 miles de euros.

<sup>4</sup> Fuente OJD año 2010.

<sup>5</sup> Fuente informe i2p 2010.

## Principales datos financieros

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2010 <sup>1</sup>	2009 <sup>1</sup>	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	266.016	274.203	(8.187)	(3,0%)
Ventas de publicidad	265.410	274.600	(9.190)	(3,3%)
Otros ingresos	185.687	202.364	(16.677)	(8,2%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>717.113</b>	<b>751.167</b>	<b>(34.055)</b>	<b>(4,5%)</b>
Personal	(228.308)	(307.831)	(79.523)	(25,8%)
Aprovisionamientos	(128.520)	(143.098)	(14.578)	(10,2%)
Servicios exteriores	(312.632)	(323.221)	(10.589)	(3,3%)
Provisiones	1.481	(5.413)	(6.894)	(127,4%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(667.979)	(779.563)	(111.584)	(14,3%)
<b>EBITDA</b>	<b>49.134</b>	<b>(28.396)</b>	<b>77.530</b>	<b>273,0%</b>
Amortizaciones	(45.580)	(45.731)	(151)	(0,3%)
Resultado por enajenación de inmovilizado <sup>2</sup>	(909)	13.358	(14.267)	(106,8%)
<b>EBIT</b>	<b>2.645</b>	<b>(60.768)</b>	<b>63.413</b>	<b>104,4%</b>
Saneamiento de fondo de comercio	0	(18.037)	(18.037)	(100,0%)
Resultado de sociedades por el método de participación	101	(1.914)	2.016	105,3%
Diferencial financiero	(8.520)	4.753	(13.274)	(279,2%)
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes <sup>3</sup>	(1.650)	69.645	(71.295)	(102,4%)
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>(7.423)</b>	<b>(6.321)</b>	<b>(1.102)</b>	<b>(17,4%)</b>
Impuesto sobre sociedades	4.642	18.105	(13.464)	(74,4%)
<b>Resultado neto del ejercicio</b>	<b>(2.782)</b>	<b>11.784</b>	<b>(14.565)</b>	<b>(123,6%)</b>
Accionistas minoritarios	(6.890)	(2.641)	(4.249)	(160,9%)
<b>Resultado atribuible sociedad dominante</b>	<b>(9.672)</b>	<b>9.143</b>	<b>(18.815)</b>	<b>(205,8%)</b>
EBITDA ajustado	60.249	36.880	23.369	63,4%

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

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

Nota 1: incluye inversión en reestructuración 2010 y 2009 por importe de -11.115 y -65.276 miles de euros.

Nota 2: 2009 incluye plusvalías procedentes de la venta de terrenos de ABC en enero por 21.376 miles de euros, 17.371 miles de euros neto de impuestos.

Nota 3: 2009 incluye las plusvalías por la colocación del 5,1% en Telecinco por importe de 70.140 miles de euros.

### Ingresos de explotación

Los ingresos en 2010 alcanzan 717.113, -4,5% comparado con 2009:

- (i) Ventas de ejemplares, -3,0%, con un crecimiento de ingresos en ABC +1,7%, y descensos en Prensa Regional -4,4% y en Suplementos y Revistas -21,2%. ABC alcanza en 2010 un promedio de difusión de 249.540 ejemplares diarios, reduciendo el diferencial con El Mundo según datos de OJD a 36.327 ejemplares diarios en 2010.
- (ii) Los ingresos de publicidad, -3,3%, muestran una diferente evolución entre la prensa de pago (-5,4% edición impresa y digital), Prensa Gratuita (-22,0% edición impresa y digital) y los Suplementos y Revistas (+6,5%).

Es especialmente destacable el crecimiento de Internet (+23,6%) que vuelve a registrar un mejor crecimiento que el mercado (+19,2% según Informe i2p 2010) y que a cierre de 2010 representa el 11,2% de los ingresos de publicidad de VOCENTO (+2,4 p.p. vs. 2009).

La estrategia de VOCENTO se apoya en marcas líderes, capaces de generar contenido multicanal, y en su presencia Audiovisual que le posiciona para beneficiarse del crecimiento en Internet, soporte con mayor crecimiento (Informe i2p 2010 +19,2%), gracias a la captación de nuevas audiencias y ampliar el mercado publicitario objetivo al

soporte total de TV que es actualmente el de mayor cuota en España (Infoadex 2009: 42%)

- (iii) Descenso en Otros Ingresos (-8,2%) debido principalmente a salidas del perímetro en las áreas de Distribución y B2B (Otros Ingresos pro forma -4,3%), a los menores ingresos por promociones de los diarios (pero mejoran la contribución en EBITDA) y a los menores estrenos de cine que afectan al área de Contenidos.

## Gastos de explotación

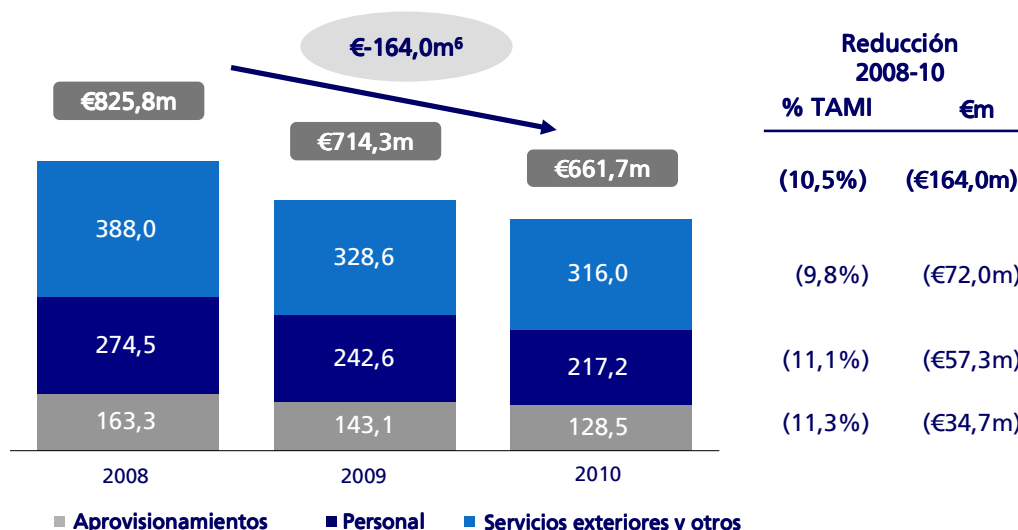
La disciplina en costes y las medidas de control de costes, unido a la inversión en reestructuración acometida en todas las áreas, se traduce en una reducción de costes en 2010 de -111.584 miles de euros, -14,3% (-57.423 miles de euros, -8,0% excluyendo la inversión en reestructuración en 2009 y 2010).

Las principales partidas de gastos que se han visto reducidas son: gastos de personal -10,5% (excluyendo la inversión en reestructuración), y reducción de aprovisionamientos -10,2%, que suponen el 33% y 19% del total de gastos respectivamente.

En 2010 se ha procedido a revertir, por un importe total de 4.858 miles de euros, las provisiones realizadas en años anteriores en la Radio Digital ante la autorización por parte del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para cancelar los avales constituidos por considerar las obligaciones cumplidas. Dicho importe se incluye dentro de la partida provisiones y afecta al área de Estructura y Otros.

Las medidas de reestructuración y reducción de costes iniciadas por VOCENTO en 2007 tienen su reflejo en la disminución de la estructura de costes del grupo en el periodo 2008-2010 en -164.049 miles de euros, -10,5% en tasa compuesta anualizada, ajustados por inversión en reestructuración. Esta disminución de costes muestra el importante apalancamiento operativo creado en la Compañía ante el cambio de ciclo.

## Gastos de explotación operativos sin amortizaciones (€m) y var. TAMI 2008-10 (%)<sup>6</sup>



<sup>6</sup> Ajustado por inversión en reestructuración (2008 -43.952 miles de euros, 2009 -65.276 miles de euros y 2010 por importe de -11.115 miles de euros) y por la reversión de la provisión por cancelación de los avales vinculados a la Radio Digital por 4.858 miles de euros.

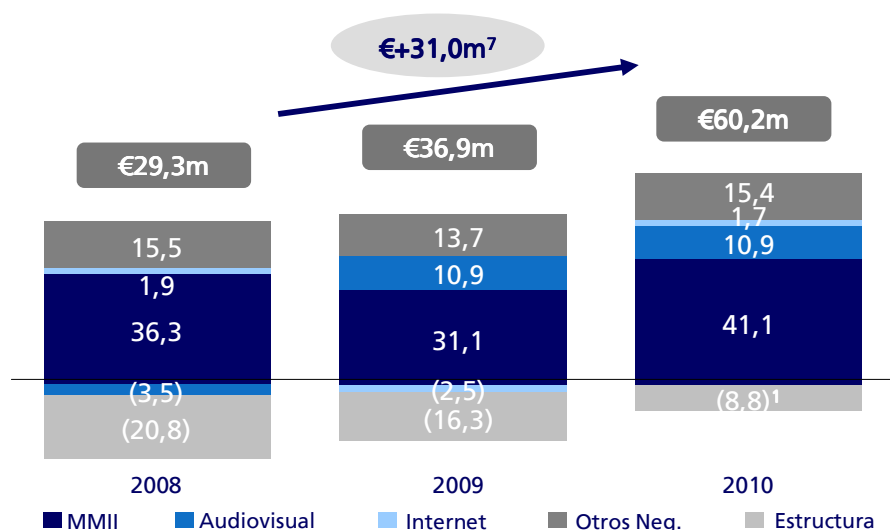
## EBITDA

Incremento del EBITDA ajustado<sup>7</sup> 2010 hasta 60.249 miles de euros, duplicando el alcanzado en 2008 (29.273 miles de euros), y mejora de rentabilidad en +5,0 p.p. en comparación con 2008, hasta alcanzar un margen de EBITDA ajustado del 8,4%.

Esta mejora de EBITDA ajustado es generalizada en todas las áreas y permite absorber los menores ingresos de publicidad generados desde el inicio de la crisis (2007-2010: -155.975 miles de euros) y ha sido lograda debido a:

- (i) el apalancamiento operativo creado por la inversión en reestructuración.
- (ii) las medidas de reducción de costes iniciadas en 2008 (costes 2008-2010 -164.049 miles de euros).
- (iii) la estrategia de marcas líderes y posicionamiento en Internet y Audiovisual

### EBITDA ajustado<sup>7</sup> por área y var. abs (€m)



Nota 1: incluye la reversión de la provisión por cancelación de los avales vinculados a la Radio Digital por 4.858 miles de euros.

## Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 2010 es positivo a pesar de la inversión en reestructuración y asciende a 2.645 miles de euros que se compara con -60.768 miles de euros en 2009. En el año pasado se incluía el resultado por enajenación del inmovilizado de la plusvalía generada en la operación de venta de terrenos de ABC (Hecho Relevante del 10 de julio de 2008) por 21.376 miles de euros.

Las amortizaciones del periodo se mantienen en niveles de 2009 alcanzando -45.580 miles de euros, y corresponden principalmente a Contenidos -17.310 miles de euros, Medios Impresos -12.268 miles de euros, y en menor medida Impresión -7.379 miles de euros.

## Diferencial financiero

En la comparativa con el año anterior hay que tener en cuenta que durante 2009 se registró el ingreso del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros. El diferencial financiero en 2010 asciende a -8.520 miles de euros en comparación con -6.084 miles de euros en 2009 (ajustado por el dividendo mencionado).

<sup>7</sup> Ajustado por inversión en reestructuración: 2008 -43.952 miles de euros, 2009 -65.276 miles de euros y 2010 por importe de -11.115 miles de euros.

## Resultado neto en enajenación de activos no corrientes

En 2010 se registra la desinversión en una planta de impresión comercial que ha supuesto minusvalías por -1.069 miles de euros. Por otra parte, en 2009 se contabilizó la colocación del 5,1% de la participación en Telecinco que generó plusvalías antes de impuestos por importe de 70.140 miles de euros (ver Hecho Relevante de 30 y 31 de julio de 2009 comunicado a la CNMV).

## Impuesto sobre sociedades

La evolución del resultado operativo y la activación de créditos fiscales vinculados a los resultados del área de Internet explican el ingreso por impuestos de 4.642 miles de euros en 2010.

## Accionistas minoritarios

La mejora de resultados en Suplementos, TDT Nacional e Internet, y el efecto perímetro del área de impresión explican la variación de -4.249 miles de euros respecto a 2009.

## Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 2010 asciende a -9.672 miles de euros. Hay que tener en cuenta en la comparativa con el año anterior que el resultado neto de 2009 de 9.143 miles de euros incluye: i) el registro de las plusvalías netas de la venta de terrenos de ABC por importe de 14.963 miles de euros, ii) las plusvalías netas de impuestos por la venta de la participación del 5,1% en Telecinco por un total de 61.824 miles de euros y iii) la inversión en reestructuración por importe de -65.276 miles de euros comparado con -11.115 miles de euros de inversión en 2010.



## Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2010	2009	Var abs	% Var
<b>Activos no Corrientes</b>	<b>703.844</b>	<b>701.167</b>	<b>2.677</b>	<b>0,4%</b>
Activo Intangible	264.962	277.267	(12.305)	(4,4%)
Propiedad, planta y equipo	239.644	230.352	9.291	4,0%
Part.valoradas por el método de participación	19.109	20.019	(910)	(4,5%)
Otros activos no corrientes	180.130	173.529	6.601	3,8%
<b>Activos Corrientes</b>	<b>284.392</b>	<b>345.648</b>	<b>(61.255)</b>	<b>(17,7%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	68.975	125.518	(56.543)	(45,0%)
Otros activos corrientes	215.418	220.130	(4.712)	(2,1%)
Activos mantenidos para la venta	3.885	3.691	193	5,2%
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>992.121</b>	<b>1.050.506</b>	<b>(58.384)</b>	<b>(5,6%)</b>
Patrimonio neto	489.240	488.787	453	0,1%
Deuda financiera	189.603	200.197	(10.594)	(5,3%)
Otros pasivos	313.278	361.522	(48.244)	(13,3%)
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>992.121</b>	<b>1.050.506</b>	<b>(58.384)</b>	<b>(5,6%)</b>

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

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

*Se analizan aquellas variaciones significativas adicionales al impacto de la actividad.*

## Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -120.628 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 68.975 miles de euros. Las variaciones más significativas se deben a:

- (i) Inversión en reestructuración: salidas de caja en 2010 por -30.973 miles de euros.
- (ii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -45.660 miles de euros, vinculado principalmente a plantas de impresión, y a la adquisición de derechos para la distribución de producciones cinematográficas.

Miles de Euros	NIIF			
	2010	2009	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	55.151	54.784	368	0,7%
Endeudamiento financiero a l.p.	134.452	145.413	(10.961)	(7,5%)
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>189.603</b>	<b>200.197</b>	<b>(10.594)</b>	<b>(5,3%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	68.975	125.518	(56.543)	(45,0%)
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>(120.628)</b>	<b>(74.679)</b>	<b>(45.950)</b>	<b>(61,5%)</b>

El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 48.301 miles de euros y otros pasivos con coste financiero corrientes por 6.850 miles de euros que incluyen planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye deuda con entidades de crédito por 113.024 miles de euros, y otros pasivos con coste financiero no corrientes por 21.427 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

Destacar que en enero 2011 se ha formalizado la tercera fase de la operación de venta de terrenos de ABC (Hecho Relevante del 10 de julio de 2008) con un efecto en caja de 20.185 miles de euros.

## Otros pasivos

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente a la aplicación de provisiones correspondientes a las medidas de reestructuración realizadas en 2009 y a la reversión de la provisión por los avales vinculados a la Radio Digital (*ver gastos de explotación*).

## Estado de flujo de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2010	2009	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>(9.673)</b>	<b>9.143</b>	<b>(18.816)</b>	<b>(205,8%)</b>
Ajustes resultado del ejercicio	53.566	(37.504)	91.070	(242,8%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante</b>	<b>43.893</b>	<b>(28.361)</b>	<b>72.254</b>	<b>(254,8%)</b>
Variación capital circulante y Otras partidas a pagar	(42.542)	28.982	(71.524)	(246,8%)
Impuesto sobre las ganancias pagado	(2.001)	(3.143)	1.142	36,3%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)</b>	<b>(650)</b>	<b>(2.522)</b>	<b>1.872</b>	<b>74,2%</b>
Adiciones al inm. material e inmaterial	(45.660)	(58.365)	12.705	21,8%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	(2.051)	72.302	(74.353)	(102,8%)
Dividendos e intereses cobrados	2.317	13.338	(11.021)	(82,6%)
Otros cobros y pagos (inversión)	100	19.466	(19.366)	(99,5%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)</b>	<b>(45.294)</b>	<b>46.741</b>	<b>(92.035)</b>	<b>(196,9%)</b>
Dividendos e intereses pagados	(14.067)	(15.183)	1.116	7,4%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera bancaria	14.597	5.083	9.514	187,2%
Otros cobros y pagos (financiación)	(11.128)	2.067	(13.195)	(638,5%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>(10.598)</b>	<b>(8.033)</b>	<b>(2.565)</b>	<b>(31,9%)</b>
<b>Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)</b>	<b>(56.542)</b>	<b>36.186</b>	<b>(92.728)</b>	<b>(256,3%)</b>
Efectivo y equivalentes aportado por las sociedades adquiridas	0	4.200	n.a	n.a
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período</b>	<b>125.517</b>	<b>85.131</b>	<b>40.386</b>	<b>47,4%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>68.975</b>	<b>125.517</b>	<b>(56.542)</b>	<b>(45,0%)</b>

*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 -650 miles de euros debido principalmente a la generación de EBITDA positivo. Variación de capital circulante y otras partidas a pagar se desglosa en: a) variación positiva en el capital circulante por 2.903 miles de euros por la recuperación de saldos de clientes que afectan positivamente y b) pagos relacionados con la inversión en reestructuración (-30.973 miles de euros) y pagos vinculados con otros pasivos con coste financiero (indemnizaciones vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009 y planes de pensiones por -12.445 miles de euros).

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -45.294 miles de euros debido principalmente a las inversiones en inmovilizado de las plantas de impresión por mejoras de color y segregación de la actividad (-45.660 miles de euros).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -10.598 miles de euros y refleja en el epígrafe "Otros cobros y pagos" la aportación de los minoritarios en la ampliación de capital de Veralia Corporación de Productoras de Cine y Televisión, S.L. (donde VOCENTO posee el 69,99%) y los pagos realizados por la compra de las participaciones de los accionistas minoritarios en Las Provincias

(ver Hecho Relevante de 30 de noviembre de 2009). Adicionalmente, 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)

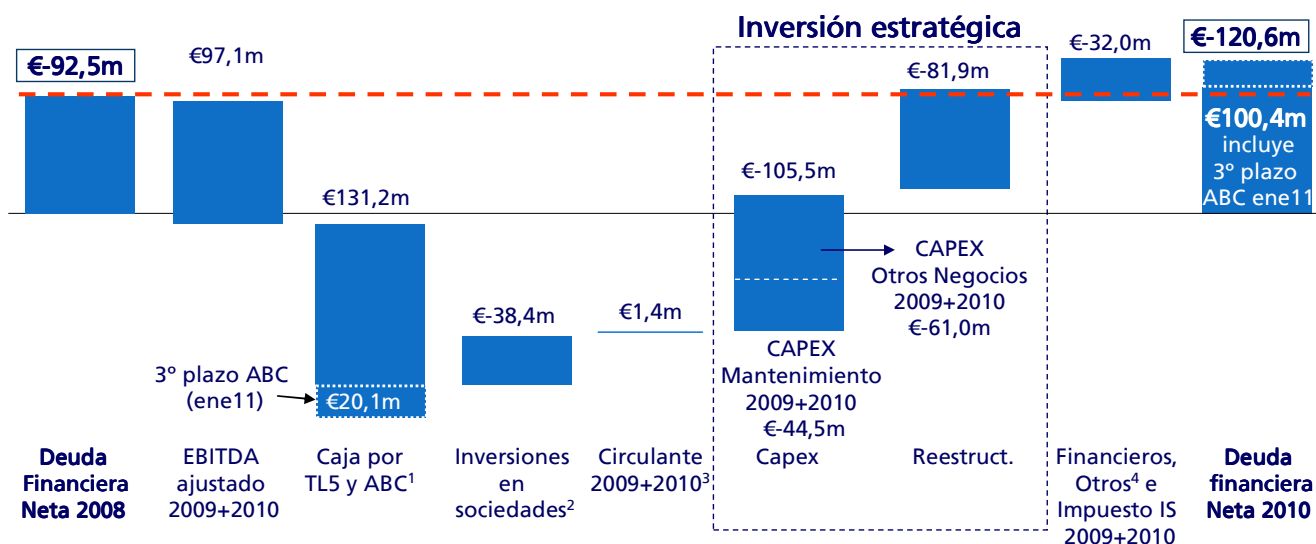
En 2010, destacan las inversiones realizadas tanto en el área de Impresión, por las mejoras en color y por la estrategia de segregación de las plantas, como en el área Audiovisual por la compra de derechos audiovisuales (Tripictures).

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable (-1.332 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2009 relacionadas con plantas de impresión.

	NIIF (miles de euros)								
	2010			2009			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	1.715	6.724	8.439	2.441	3.918	6.360	(726)	2.805	2.079
Audiovisual	5.055	1.384	6.439	3.945	744	4.690	1.109	639	1.749
Internet	4.048	1.175	5.223	4.485	1.396	5.882	(437)	(221)	(659)
Otros Negocios	85	20.584	20.669	146	40.172	40.318	(61)	(19.588)	(19.649)
Estructura	407	3.151	3.558	603	3.340	3.943	(196)	(189)	(385)
<b>TOTAL</b>	<b>11.310</b>	<b>33.018</b>	<b>44.328</b>	<b>11.622</b>	<b>49.571</b>	<b>61.193</b>	<b>(312)</b>	<b>(16.553)</b>	<b>(16.865)</b>

## Análisis del movimiento de Deuda Financiera Neta en los dos últimos años 2009 y 2010.

Datos en €m



Nota 1: plusvalías y dividendo TL5 y terrenos ABC. Nota 2: Onda Ramblas y Las Provincias. Nota 3: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 4: incluye compra de autocartera €-4,8m (posición total a cierre de 2010 de 2,84% de acciones propias).

## 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			
	2010	2009	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Medios Impresos	483.313	512.958	(29.645)	(5,8%)
Audiovisual	112.826	111.435	1.392	1,2%
Internet	55.066	52.245	2.821	5,4%
Otros Negocios	193.870	215.932	(22.062)	(10,2%)
Estructura y Otros	(127.963)	(141.402)	13.439	9,5%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>717.113</b>	<b>751.167</b>	<b>(34.055)</b>	<b>(4,5%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Medios Impresos	31.709	(22.615)	54.324	240,2%
Audiovisual	10.028	8.914	1.114	12,5%
Internet	1.219	(4.460)	5.679	127,3%
Otros Negocios	16.642	9.319	7.323	78,6%
Estructura y Otros	(10.463)	(19.552)	9.089	46,5%
<b>Total EBITDA</b>	<b>49.134</b>	<b>(28.396)</b>	<b>77.530</b>	<b>273,0%</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
Medios Impresos	41.064	31.061	10.003	32,2%
Audiovisual	10.906	10.938	(32)	(0,3%)
Internet	1.707	(2.514)	4.221	167,9%
Otros Negocios	15.377	13.687	1.690	12,4%
Estructura y Otros	(8.806)	(16.293)	7.487	46,0%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>60.249</b>	<b>36.880</b>	<b>23.369</b>	<b>63,4%</b>
<b>EBIT</b>				
Medios Impresos	19.445	(22.429)	41.874	186,7%
Audiovisual	(10.200)	(12.123)	1.922	15,9%
Internet	(3.340)	(7.949)	4.609	58,0%
Otros Negocios	8.803	3.099	5.704	184,1%
Estructura y Otros	(12.063)	(21.366)	9.303	43,5%
<b>Total EBIT</b>	<b>2.645</b>	<b>(60.768)</b>	<b>63.413</b>	<b>104,4%</b>

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

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

*Nota 1: incluye inversión en reestructuración 2010 y 2009 por -11.115 y -65.276 miles de euros respectivamente.*

## **Medios Impresos**

En 2010, VOCENTO gracias al posicionamiento de sus marcas consolida el liderazgo indiscutible en el sector de los medios de comunicación tanto en prensa escrita con 4,5 millones de lectores (fuente: 3ª Ola ac. 2010 EGM) como en Internet con las Ediciones Digitales de sus cabeceras que alcanzan 10,7 millones de usuarios únicos mensuales (fuente: Nielsen Netview diciembre 2010).

El liderazgo de VOCENTO, reflejado tanto en el crecimiento del tráfico de sus cabeceras regionales y ABC en Internet (usuarios únicos de los portales de noticias +10,2% según Nielsen Netview diciembre 2010), como en el crecimiento de la publicidad de las Ediciones Digitales en 2010 del +15,0%, contribuyendo ya el 9,6% (+1,7 p.p. vs. 2009) del total de ingresos de publicidad de Regional y ABC (9,2% si se incluyen los ingresos de publicidad de Clasificados Internet).

## **Prensa Regional**

VOCENTO es líder absoluto y referente en los mercados regionales en los que opera gracias al poder de prescripción y elevado reconocimiento de sus marcas. Aunque la difusión de los diarios de información general en España ha venido experimentando un cierto retroceso en sus cifras, los periódicos regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en 2010 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 26,0% (fuente: OJD 2010 dato no auditado), siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,5%.

En audiencia, las cabeceras regionales de VOCENTO alcanzan 2.250 miles de lectores según datos de EGM (3ª Ola ac. 2010) cerca de un millón de lectores sobre el siguiente grupo de comunicación regional y alcanzan 8,6 millones de usuarios únicos en Internet (fuente: Nielsen Netview diciembre 2010, agregado de audiencias de los doce portales regionales).

La estrategia de VOCENTO en 2010 para afrontar la transformación de un negocio de soportes a un negocio de marcas que permita acceder a nuevas audiencias descansa sobre los siguientes pilares i) la mejora continua de los contenidos referentes en sus mercados completándolo con contenido audiovisual, ii) crecimiento en Internet vía liderazgo e integración de redacciones y iii) foco en la mejora de la eficiencia operativa y optimización de las estructuras que permita adaptarse al nuevo entorno económico y sectorial.

Ante el profundo cambio en 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.

La publicidad de las Ediciones Digitales regionales (2010 +12,2%) supone el 10,3% (+1,7 p.p. vs. 2009) del total de la publicidad del Área Regional.

## **Prensa Nacional- ABC**

ABC es el tercer diario nacional de España en número de ejemplares vendidos y máxima referencia en la historia de los siglos XX y XXI.

En la situación actual de crisis, ABC es la única cabecera nacional que gana cuota de mercado y mejora de forma continuada sus resultados. ABC cierra el ejercicio 2010 con una difusión media de 249.540 ejemplares (fuente: OJD dato no auditado) y registra un mejor comportamiento en términos publicitarios que sus comparables (ABC -3,6% vs. -4,0% del mercado de prensa según i2p). Respecto al comportamiento relativo con El Mundo, ABC ha reducido a una tercera parte el diferencial en los últimos tres años: gap 2010 de 36.274 ejemplares vs. 108.128 ejemplares en 2007, destacando que durante todo el 4T10, ABC supera en difusión a El Mundo los domingos.

Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 756 mil lectores (3ª Ola ac. 2010) y es el diario nacional con un mayor incremento de su cifra de audiencia: +3,8% comparado con el mercado de prensa nacional +0,3% (ex ABC a efectos comparables).

Durante 2010, ABC, dentro de la estrategia de refuerzo de la marca y del producto, ha realizado 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).

El crecimiento de ABC.es se refleja en una mejora de cuota de audiencia: 24,5%, +4 p.p. (fuente: cuota Nielsen Net view con ElPais.com y El Mundo.es diciembre 2010 comparado con diciembre 2009), y en una mayor aportación de Abc.es (ingresos por publicidad 2010 +25,0%) que supone el 8,1% (+1,7 p.p. vs. 2009) del total de los ingresos publicitarios de ABC.

Esta positiva evolución operativa se realiza manteniendo un equilibrio entre esfuerzo editorial, de producto, comercial y aplicación de medidas de contención y ahorro de costes. Prueba de ello es la mejora continua de los resultados financieros y de la cuota de mercado trimestre tras trimestre.

ABC ha continuado durante 2010 su intensa actividad social, cultural e institucional. Hechos representativos como la cobertura minuto a minuto del lanzamiento del iPad en España, ó la inauguración del Museo ABC que aloja parte de la colección de ABC con más de 200.000 obras originales con autores como por ejemplo Mingote ó Dalí.

## 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 de mayor cobertura y líderes en audiencia y difusión.

Según datos de EGM, VOCENTO mantiene en 2010 su liderazgo en el sector de suplementos de información general (XL Semanal, Mujer Hoy, Hoy Corazón y Pantalla Semanal) y en revistas especializadas (Inversión y Finanzas). Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan según EGM una audiencia de 5.683 mil lectores con un claro liderazgo de XLsemanal y Mujerhoy sobre sus competidores. Hoy Corazón abre el abanico a la crónica social y presenta su cifra récord de audiencia desde su lanzamiento en 2009 con más de 407 mil lectores.

La gran cobertura sobre el territorio español combinada con audiencias de nicho (e.g. segmento de lujo, cine o mujer) la calidad periodística de sus contenidos y la distribución semanal de los suplementos con marcas de periódicos de absoluta referencia en cada área de influencia, son valores que convierten a los suplementos de VOCENTO en vehículos publicitarios imprescindibles con mayor fuerza si cabe en un entorno de fragmentación de las audiencias.

El proceso de migración online es estratégico en VOCENTO, donde destaca el posicionamiento en audiencia de los portales Mujerhoy (lanzamiento del nuevo portal en octubre de 2010) y hoyCinema entre los más destacados en sus respectivas categorías temáticas según Nielsen Netview.

Por otra parte, Inversión y Finanzas es el único semanario económico de España, de alta relevancia en su mercado, que cuenta con su respectiva versión digital, finanzas.com, aprovechando así las sinergias de los medios on-line y off-line y ofreciendo, de este modo, el mejor producto a sus clientes.

## Prensa Gratuita- Qué!

La prensa gratuita hace posible el acceso a nuevas audiencias que aportan una importante masa crítica. Qué! obtiene según 3ª Ola ac. EGM 2010 una audiencia de 1.496 miles de lectores. El Diario Qué!, es el segundo diario gratuito de difusión nacional y el tercero de información general, y es líder en Asturias, La Rioja y Castellón y segundo en Andalucía, Aragón, Madrid, Barcelona y Vizcaya.

En 2010 Qué ha continuado realizando un esfuerzo significativo en la reducción de costes y ha centrado su presencia en los mercados más atractivos por ingresos publicitarios, alcanzando acuerdos comerciales con otros editores como respuesta al actual entorno publicitario.

El desarrollo de la versión online del diario Que.es, se refleja en el crecimiento de su red social de noticias y en el lanzamiento de su portal móvil, siendo la web de gratuitos que más porcentaje de crecimiento en usuarios únicos tiene frente a 2009.

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

Miles de Euros	NIIF			
	2010	2009	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Prensa Regional	299.479	316.306	(16.827)	(5,3%)
Prensa Nacional	152.123	158.983	(6.860)	(4,3%)
Suplementos y Revistas	54.962	60.934	(5.972)	(9,8%)
Prensa Gratuita	11.314	14.883	(3.569)	(24,0%)
Eliminaciones	(34.565)	(38.148)	3.583	9,4%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>483.313</b>	<b>512.958</b>	<b>(29.645)</b>	<b>(5,8%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Prensa Regional	48.352	35.994	12.359	34,3%
Prensa Nacional	(21.520)	(56.927)	35.408	62,2%
Suplementos y Revistas	7.901	3.068	4.833	157,6%
Prensa Gratuita	(3.025)	(4.749)	1.725	36,3%
<b>Total EBITDA</b>	<b>31.709</b>	<b>(22.615)</b>	<b>54.324</b>	<b>240,2%</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
Prensa Regional	51.689	53.584	(1.895)	(3,5%)
Prensa Nacional	(16.979)	(24.459)	7.480	30,6%
Suplementos y Revistas	9.195	5.530	3.665	66,3%
Prensa Gratuita	(2.841)	(3.594)	753	21,0%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>41.064</b>	<b>31.061</b>	<b>10.003</b>	<b>32,2%</b>
<b>EBIT</b>				
Prensa Regional	42.079	28.955	13.124	45,3%
Prensa Nacional	(26.951)	(49.180)	22.229	45,2%
Suplementos y Revistas	7.595	2.701	4.894	181,2%
Prensa Gratuita	(3.278)	(4.905)	1.627	33,2%
<b>Total EBIT</b>	<b>19.445</b>	<b>(22.429)</b>	<b>41.874</b>	<b>186,7%</b>

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

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

*Nota:* Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Pantalla 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.

*Nota 1:* ajustado por inversión en reestructuración por importe de -9.356 y -53.677 miles de euros en 2010 y 2009.

**Ingresos de Explotación:** asciende a 483.313 miles de euros (-5,8%).

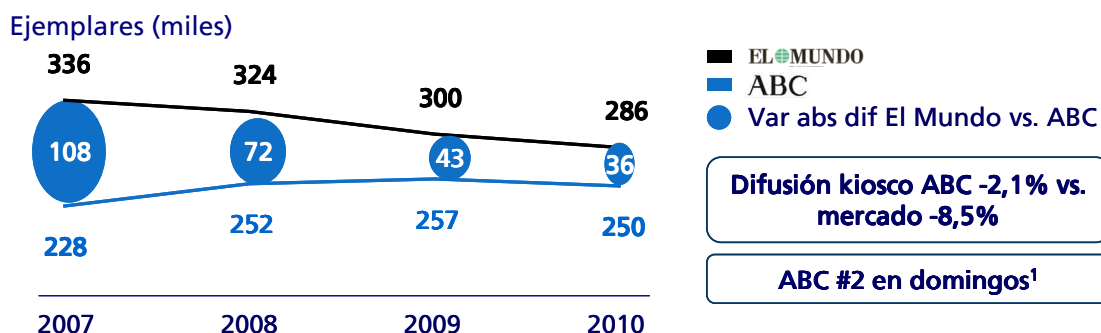
**Ventas de Ejemplares:** asciende a 220.793 miles de euros (-4,1%). La Prensa Regional registra unas ventas de 138.887 miles de euros -4,4%. La menor difusión se compensa con un incremento en el precio de las cabeceras de lunes a viernes de +0,1 euros mientras se mantiene en los domingos un diferencial medio de 0,4 euros con la prensa nacional.

ABC contribuye con 79.630 miles de euros (+1,7%) debido a la combinación entre subida de precios y menor caída en difusión ordinaria (venta en kiosco y suscripciones individuales -0,7% que se compara con mercado -4,6% excluido ABC a efectos comparables). La difusión en kiosco de ABC cae un -2,1% en 2010 en comparación con -8,5% del mercado de prensa nacional.



Sobre la evolución de la difusión relativa al El Mundo, ABC ha reducido a una tercera parte el diferencial en los últimos tres años: gap 2010 de 36.327 ejemplares vs. 108.128 ejemplares en 2007, destacando que durante todo el 4T10 ABC supera en difusión a El Mundo en los domingos.

## Evolución de la difusión de El Mundo vs. ABC



Fuente: Difusión media OJD (datos 2010 no auditados). Nota 1: datos OJD 4T10

Suplementos y Revistas aporta 27.001 miles de euros (-21,2%) debido a: i) la salida del negocio de revistas corporativas en 2009 (venta de ejemplares pro forma -18,9%) y ii) la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

**Ventas de Publicidad:** asciende a 208.585 miles de euros, -6,8%. Por área: Prensa Regional 121.684 miles de euros (-8,6%), ABC 51.048 miles de euros (-3,6%). Los ingresos de publicidad de Suplementos y Revistas, 24.734 miles de euros, +6,5% se han visto favorecidos por su perfil de nicho diferenciado y por la amplia cobertura de los Suplementos, que registran un comportamiento positivo comparado con el mercado (+2,5% según informe i2p 2010). Por último, los ingresos publicitarios de Qué! (11.139 miles de euros, -23,6%) muestran el adverso entorno publicitario de la prensa gratuita si bien se ha producido una ralentización de la tendencia de caída durante la última parte del año.

ABC cierra 2010 con un mejor comportamiento publicitario que sus comparables en prensa: ABC -3,6% vs. mercado -4,0% según informe i2p 2010.

**Otros Ingresos:** asciende a 53.936 miles de euros, -8,7%, por la disminución de la actividad promocional durante el año. La menor actividad promocional, sin embargo, mejora el margen frente al año anterior.

**EBITDA:** asciende a 41.064 miles de euros en 2010 ajustado por inversión en reestructuración, comparado con 31.061 miles de euros en 2009. Se produce una mejora en todos los segmentos del área de negocio gracias a la reducción de costes del -8,2%, -39.648 miles de euros ajustados por la inversión en reestructuración (2009 por -53.677 miles de euros y en 2010 -9.356 miles de euros, principalmente en ABC y en Prensa Regional vinculados principalmente con la externalización de las plantas de impresión).

- (i) **Prensa Regional:** estabilización de los niveles de EBITDA ajustado con los del ejercicio 2009 alcanzando 51.689 miles de euros en 2010. A pesar de la caída en ingresos de -16.827 miles de euros, se mantiene la rentabilidad (margen EBITDA ajustado 17,3%, +0,3 p.p. comparado con 2009).

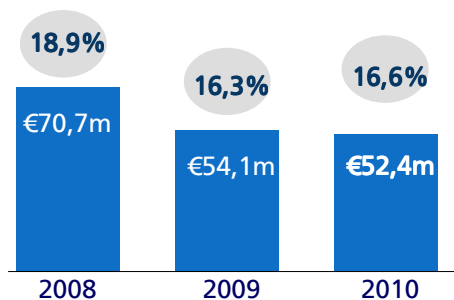
Las medidas de control de costes y la reestructuración realizadas se reflejan en una reducción de costes del -5,7% (mejora de costes -14.932 miles de euros ajustado por inversión en reestructuración de -3.337 y -17.591 miles de euros en 2010 y 2009 respectivamente). Destaca la reducción de costes de personal del -9,3% ajustado por costes de reestructuración en comparación con 2009.

La estabilización de la rentabilidad de las marcas regionales (actividad editora y ediciones digitales) se realiza en un entorno de deterioro de los ingresos publicitarios,



que entre 2007-2010 se reducen en la Prensa Regional -99.322 miles de euros, y responde a la estrategia de migración off-online del poder de la marca y a la disciplina y reducción de costes.

### EBITDA ajustado<sup>1</sup> (€m) y margen EBITDA<sup>1</sup> (%) de Prensa Regional y Portales Locales



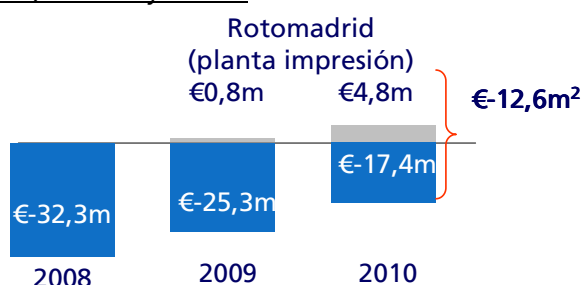
Nota 1: ajustado por reestructuración 2008 €-15,9m, 2009 €-17,6m y 2010 €-3,3m.

- (ii) **ABC:** reducción del EBITDA negativo +35.408 miles de euros (+7.480 miles de euros excluyendo la inversión en reestructuración en 2009 por importe de 32.468 miles de euros y 2010 por -4.541 miles de euros) hasta -16.979 miles de euros gracias al positivo impacto de las medidas de reducción de costes y ganancia de cuota. Los gastos de personal se reducen -29,3% excluyendo la inversión en reestructuración.

Destacar que la actividad de impresión de ABC se realiza en la planta de Rotomadrid que obtiene un EBITDA de 4.773 miles de euros en 2010. Esta mejoría debería analizarse junto al resultado de ABC alcanzando así un EBITDA ajustado de -12.206 miles de euros, una mejora total de +11.492 miles de euros (-12.598 miles de euros incluyendo la actividad de Abc.es).

Un análisis combinado de la marca ABC (actividad editora y digital) en los últimos 3 años, muestra la consecutiva mejora del EBITDA ajustado a pesar de la pérdida de ingresos publicitarios en ABC en el periodo 2007-2010 por un total de -37.157 miles de euros.

### EBITDA ajustado<sup>1</sup> (€m) de ABC y Abc.es



Nota 1: ajustado por reestructuración 2008 €-11,0m, 2009 €-32,9m, y 2010 €-4,5m. Nota 2: incluye EBITDA (€4,8m) de Rotomadrid que se reporta en "Otros Negocios".

- (iii) **Suplementos y Revistas:** alcanza EBITDA ajustado de 9.195 miles de euros, +3.665 miles de euros. Destaca la reducción de gastos de explotación por -9.637 miles de euros ajustados por la inversión en reestructuración (-8.561 miles de euros ajustados por perímetro) que permite mejorar la rentabilidad del segmento alcanzando un margen EBITDA ajustado 2010 del 16,7% vs. 2009 9,1%.
- (iv) **Prensa Gratuita:** a pesar de la caída en publicidad, el EBITDA ajustado mejora en +753 miles de euros hasta -2.841 miles de euros, gracias a las medidas de optimización de costes adoptadas que reducen los gastos de explotación ex reestructuración un -23,4% ó una disminución de -4.322 miles de euros.

## **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**

El año 2010 ha sido un año importante para el mercado audiovisual por diferentes motivos. La implantación definitiva de la TDT ha supuesto la aparición de nuevos canales de TV de difusión nacional y autonómica y el incremento de la fragmentación de las audiencias. La aprobación de la nueva legislación audiovisual que, entre otros, impide la comercialización de publicidad en los canales públicos de ámbito nacional.

VOCENTO compite con el respaldo de su licencia de TDT nacional, un recurso escaso y de gran valor, que permiten posicionarse de cara a los retos del nuevo panorama del sector televisivo.

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 y en la actualidad emite cuatro canales de TDT: La 10, Canal Disney, MTV e Intereconomía.

Durante 2010, se ha realizado el lanzamiento de dos nuevos canales "La 10" y MTV que permiten a VOCENTO posicionarse como un jugador audiovisual en España a la vez que acceder a la tarta publicitaria de la TV que según datos de Infoadex representa el 42% del mercado publicitario en 2009.

El 20 de septiembre de 2010, se realiza el lanzamiento de "La 10" que apuesta por contenidos de entretenimiento y familiar, con espacio para la actualidad informativa y el debate político. MTV, que emite también desde el pasado mes de septiembre, es una de las cadenas dirigidas al público juvenil más seguidas en todo el mundo, que se puede ver en abierto por primera vez en España.

Desde el 1 de abril de 2010, momento en el que se produjo el "apagón analógico" todos los canales de televisión emiten en TDT. Así, los canales de NET TV están, en teoría, en igualdad de condiciones de cobertura que el resto de los operadores, si bien en la práctica, los canales cuyo lanzamiento se ha producido con posterioridad al citado apagón disponen de una menor cobertura por falta de sintonización.

Los canales de NET TV han alcanzado de manera conjunta en el mes de enero 2011 una cuota de audiencia en TDT del 4,0% (fuente: Kantar Media), destacando que los cuatro canales están enfocados a nichos de audiencia.

En el año 2010, VOCENTO ha realizado desinversiones selectivas en TV local y se produce el cierre de la operativa de los canales de TDT Autonómica para centrarse en el mercado la TV Nacional.

### **Radio**

Punto Radio es una cadena radiofónica generalista de ámbito nacional, que opera tanto a través de concesiones radiofónicas propias, como de terceros en régimen de asociación.

Durante 2010, la radio ha continuado centrando sus esfuerzos en tres elementos esenciales del negocio: la expansión y consolidación de la cobertura, la mejora y apuesta por construir una parrilla de calidad y el continuo esfuerzo de ajuste de estructuras para responder al actual entorno económico y de competencia.

No obstante, de la amplia cobertura lograda, donde la cadena cuenta con una destacada presencia en todas las comunidades autónomas, el progresivo despliegue del plan técnico hace que todavía esté pendiente la concesión de licencias en algunos territorios (e.g. Andalucía, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Canarias, Cantabria y Galicia). Sin embargo los buenos resultados obtenidos por

Punto Radio en los concursos que ya se han fallado, permite ser optimista respecto de futuras mejoras en la cobertura de la cadena.

En 2010, se amplía la red de emisoras gracias a la obtención de una frecuencia en Gijón, en el concurso de Asturias y la suscripción de acuerdos con terceros. Asimismo la adquisición de Onda Ramblas en Cataluña a finales de 2009 no solo aporta la titularidad de nuevos activos radiofónicos que garantizan la independencia y viabilidad del proyecto a medio plazo, sino que consolida la cobertura nacional.

Por otro lado la cadena continúa centrada en la continua evolución de su parrilla y consolida su audiencia en 2010 por encima de 537.000 oyentes, comparado con 530.000 con el año anterior (según promedio de olas EGM 2009-10 lunes a viernes).

### **Producción Audiovisual y Distribución.**

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 (participación del 69,9%), Videomedia (participación del 30,0%) y Tripictures, la distribuidora cinematográfica líder independiente en España.

Durante 2010, los objetivos logrados se basan en: a) la diversificación de clientes en las productoras, alcanzando mayor peso de la actividad internacional, b) captación de nuevas audiencias derivadas de la aparición de nuevos operadores en TV y cada vez mayor convergencia Internet-audiovisual y c) la obtención de sinergias en costes. La existencia de nuevos canales de TDT tanto nacionales como autonómicos, así como nuevas formas de distribución de los contenidos por ADSL, móvil y dispositivos inalámbricos supone una oportunidad de negocio ante la demanda de nuevos contenidos.

En 2010, Veralia ha incrementado su peso específico en el sector con respecto al volumen en horas de producción de ejercicios anteriores en más de un 60%. En la actualidad tiene entre desarrollo, preproducción, producción y emisión 30 formatos diferentes.

Bocaboca, referente en el mercado nacional de los "docureality", cuenta con "21 días", formato revelación que se extiende más allá de España, y otras producciones de éxito como el talk show "Gente que cuenta", la segunda temporada para Disney Chanel del formato "My Camp Rock", y "La Hora de José Mota" producida para TVE.

Europroducciones, experta en producciones de entretenimiento de gran formato cuenta con "Se llama copla" y nuevos productos como "Generación de estrellas" o "Quiero Cantar". Produce desde concursos como "Gana tu suerte" hasta tertulias de análisis y programas de actualidad política producidos para la cadena de VOCENTO "La 10".

Hill Valley, sigue cosechando éxitos esta temporada con la producción de "Muchachada Nui" o "Museo Coconut".

Por su parte, Tripictures tiene oportunidades de negocio en la venta de su catálogo de películas para emisión en TV a los nuevos operadores de TDT, ante las nuevas plataformas como VOD ("video on demand") y adicionalmente en el impulso del cine como consecuencia de las nuevas tecnologías en 3D.

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

Miles de Euros	NIIF			
	2010	2009	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
TDT Autonómica y Local	9.521	10.336	(815)	(7,9%)
TDT Nacional	29.624	18.558	11.066	59,6%
Radio	18.236	16.773	1.462	8,7%
Contenidos	64.008	68.777	(4.768)	(6,9%)
Eliminaciones	(8.563)	(3.010)	(5.553)	(184,5%)
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>112.826</b>	<b>111.435</b>	<b>1.392</b>	<b>1,2%</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT Autonómica y Local	(4.789)	(2.905)	(1.883)	(64,8%)
TDT Nacional	2.785	2.784	1	0,0%
Radio	(4.394)	(5.866)	1.471	25,1%
Contenidos	16.426	14.901	1.525	10,2%
<b>Total EBITDA</b>	<b>10.028</b>	<b>8.914</b>	<b>1.114</b>	<b>12,5%</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
TDT Autonómica y Local	(4.035)	(2.268)	(1.767)	(77,9%)
TDT Nacional	2.785	2.784	1	0,0%
Radio	(4.236)	(5.218)	982	18,8%
Contenidos	16.392	15.640	751	4,8%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>10.906</b>	<b>10.938</b>	<b>(32)</b>	<b>(0,3%)</b>
<b>EBIT</b>				
TDT Autonómica y Local	(6.528)	(4.085)	(2.442)	(59,8%)
TDT Nacional	2.682	2.784	(101)	(3,6%)
Radio	(5.408)	(6.298)	890	14,1%
Contenidos	(947)	(4.523)	3.576	79,1%
<b>Total EBIT</b>	<b>(10.200)</b>	<b>(12.123)</b>	<b>1.922</b>	<b>15,9%</b>

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

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

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

*Nota 1:* ajustado por inversión en reestructuración por importe de -878 y -2.025 miles de euros en 2010 y 2009.

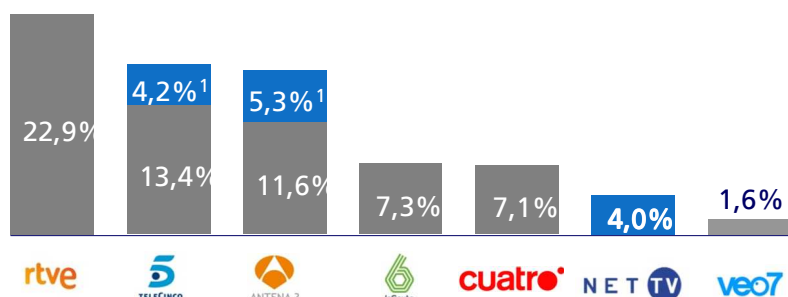
**Ingresos de Explotación:** alcanza 112.826 miles de euros, +1,2% debido a la positiva evolución de TDT Nacional, mayor actividad de las productoras en Contenidos, e incremento de la publicidad en Radio por la incorporación al perímetro 2010 de la red catalana de radio Onda Ramblas.

A finales de septiembre se ha realizado el lanzamiento de dos nuevos canales, La 10 y MTV, completándose la estrategia del múltiplex de Net TV. Los ingresos de TDT Autonómica y Local, alcanzan 9.521 miles de euros (-7,9%) debido a la desinversión selectiva en TV local y cierre de la operativa autonómica.

En TDT Nacional VOCENTO compite actualmente con un múltiplex completo en el panorama audiovisual pendiente de la mejora en la cobertura de los nuevos canales de TDT que alcanza el 93% vs. cobertura de la señal de las TVs que operaban antes del apagón analógico del 96%.

Los ingresos en TDT Nacional mejoran en +11.066 miles de euros hasta 29.624 miles de euros. Destacar que los canales de Net TV alcanzan una audiencia conjunta del 4,0% en el mes de enero de 2011 (ver siguiente gráfico).

## Cuota audiencia por familia de canales enero 2011 (%)



Fuente: Kantar Media. Nota 1: En TL5 y A3TV, separando cuota de temáticas de canales "core". No incluye canales TDT de pago.

En Radio se alcanzan unos ingresos de 18.236 miles de euros (+8,7%) que incluye la aportación de Onda Ramblas.

Contenidos alcanza 64.008 miles de euros (-6,9%), registrando un comportamiento mixto: mayor actividad de las productoras, especialmente de su actividad internacional, e impacto de los menores estrenos de la distribuidora de cine.

**EBITDA:** mejora en +1.114 miles de euros debido al esfuerzo realizado en reducción de costes, la menor inversión en reestructuración en 2010 y teniendo cuenta el lanzamiento del nuevo modelo de TDT:

- (i) **TDT Autónoma:** EBITDA -4.789 miles de euros que incluye desinversiones selectivas en televisiones locales y el cierre de la operativa en TDT Autónoma en octubre de 2010.
- (ii) **TDT Nacional:** EBITDA de 2.785 miles de euros en 2010 tras lanzamiento de "La 10" en septiembre 2010, en niveles de 2009 lo que pone de manifiesto el objetivo de entrada en rentabilidad establecido en el modelo de negocio de TDT.
- (iii) **Radio:** las medidas de control de costes permiten reducir los gastos de explotación ajustados por perímetro 2010 de Onda Ramblas en un -12,4% (-2.690 miles de euros) y mejorar el EBITDA negativo en +1.471 miles de euros.
- (iv) **Contenidos:** EBITDA 16.426 miles de euros, +1.525 miles de euros. Se produce un mejora temporal de márgenes (margen EBITDA 25,7%, +4,0 p.p.) por los menores estrenos de la distribuidora de cine.

**Resultado de Explotación:** (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a -10.200 miles de euros e incluye amortizaciones por importe de -17.310 miles de euros del segmento de Contenidos. Resaltar la mejora del margen EBIT en 2010 en +2 p.p. comparado con 2009.

## Internet

Ante los cambios en los hábitos de consumo de la información con la aparición de nuevos soportes y la demanda de los usuarios de movilidad, simultaneidad e interactividad, VOCENTO, apoyado en la fortaleza y reconocimiento de sus marcas, continúa realizando una apuesta firme por Internet.

En 2010, VOCENTO confirma de nuevo su liderazgo en Internet entre las compañías de medios de comunicación con una audiencia de más de diez millones de usuarios y un crecimiento en usuarios únicos mes del +10,5% según datos de Nielsen NetView a diciembre 2010.

Su doble carácter nacional y local, y su perfil multimedia permite explotar toda una red online compuesta por: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto las cabeceras regionales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (finanzas.com, HoyCinema, mujerhoy.com...), Clasificados (infoempleo.com, pisos.com y Autocasion.com) y Directorios (11870.com). La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarnet, compañía que ofrece soluciones de conectividad a empresas.

La estrategia de VOCENTO en Internet se basa en tres ejes fundamentales: mejora de contenidos online con el apoyo de contenido audiovisual, el desarrollo de red nacional de clasificados, y nuevos canales de comunicación con la audiencia.

- (i) Mejora de contenidos online con apuesta audiovisual: destaca el rediseño de ABC.es, donde se ha remodelado la página web con el apoyo de una redacción única integrada. La apuesta tanto en ABC.es como en las Ediciones Digitales Regionales tiene como objetivo acercar todavía más el periodismo al ciudadano (e.g. noticias en video, videoblogs), mediante una información rigurosa, incrementando el contenido audiovisual, la mejora continua de calidad y suministrando información dónde, cuándo y cómo el usuario quiera.
- (ii) Impulsar la red de clasificados nacional de VOCENTO única en el sector de los medios de comunicación a través de la red de marcas de 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 las versiones online de ABC.es y las ediciones digitales regionales de VOCENTO que permiten consolidar una red nacional con una oferta marcada por la oferta en contenido, y el conocimiento del sector.
- (iii) En cuanto a los nuevos dispositivos en el mercado, ABC ha sido el primer medio de comunicación español en estar presente en el iPad (tablet de Apple) dispositivo que abre nuevas oportunidades de negocio. Adicionalmente, ABC.es está disponible a través del kindle (libro electrónico de Amazon).

La apuesta de VOCENTO por Internet se refleja en la aportación creciente en los ingresos de publicidad del grupo que representa el 11,2% del total.

ABC.es incrementa su tráfico en el mes un +30,6%, por encima de Elpais.com (+5,3%) y ElMundo.es (+2,9%). El portal recorta distancia al líder de su categoría y gana cuota entre sus competidores (+4 p.p. cuota del 24,5% en diciembre 2010 vs. 20,6% en diciembre 2009).

Los portales de clasificados consolidan su posición de liderazgo en las categorías clave: empleo (Infoempleo top#2), inmobiliario (Pisos.com que supera el millón de usuarios top#3), y motor (Autocasión top#5).

Entre los portales verticales destaca HoyCinema con 1.227 miles de usuarios, y la apuesta por el nicho de mujer a través de Hoymujer.com, que se sitúan entre los portales más destacados en sus respectivas categorías temáticas según Nielsen Netview.

Por último, 11870.com, apuesta por el negocio de ocio y directorios, supera el millón de usuarios (1.038 mil usuarios únicos mes, alcanza top#3) con un crecimiento del +22,7% comparado con diciembre 2009.

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

Miles de Euros	NIIF			
	2010	2009	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Ediciones Digitales	20.682	18.602	2.080	11,2%
Portales Verticales	3.110	4.152	(1.042)	(25,1%)
Clasificados	13.980	11.697	2.283	19,5%
B2B	18.486	19.919	(1.434)	(7,2%)
Eliminaciones	(1.192)	(2.126)	934	43,9%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>55.066</b>	<b>52.245</b>	<b>2.821</b>	<b>5,4%</b>
<b>EBITDA</b>				
Ediciones Digitales	(317)	(2.821)	2.504	88,7%
Portales Verticales	(755)	(1.801)	1.046	58,1%
Clasificados	(2.486)	(3.519)	1.033	29,4%
B2B	4.777	3.681	1.096	29,8%
<b>Total EBITDA</b>	<b>1.219</b>	<b>(4.460)</b>	<b>5.679</b>	<b>127,3%</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
Ediciones Digitales	(286)	(1.851)	1.564	84,5%
Portales Verticales	(598)	(1.579)	981	62,1%
Clasificados	(2.186)	(3.110)	923	29,7%
B2B	4.778	4.026	752	18,7%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>1.707</b>	<b>(2.514)</b>	<b>4.221</b>	<b>167,9%</b>
<b>EBIT</b>				
Ediciones Digitales	(1.114)	(3.611)	2.497	69,2%
Portales Verticales	(1.351)	(2.330)	979	42,0%
Clasificados	(4.541)	(4.706)	166	3,5%
B2B	3.666	2.699	967	35,9%
<b>Total EBIT</b>	<b>(3.340)</b>	<b>(7.949)</b>	<b>4.609</b>	<b>58,0%</b>

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

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

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

*Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración por importe de -488 y -1.947 miles de euros en 2010 y 2009.*

**Ingresos de Explotación:** ascienden a 55.066 miles de euros (+5,4%). El notable crecimiento en publicidad (+23,6%) compensa el descenso de otros ingresos por la menor actividad en B2B y reflejan el foco estratégico en B2C.

**Venta de Publicidad:** incremento del +23,6% (vs. mercado +19,2%<sup>8</sup>) hasta 29.640 miles de euros resultado del crecimiento en usuarios únicos mensuales, el desarrollo de una red comercial de Clasificados con el apoyo de las marcas líderes de VOCENTO y la monetización de la paulatina migración off-online del usuario y del anunciante.

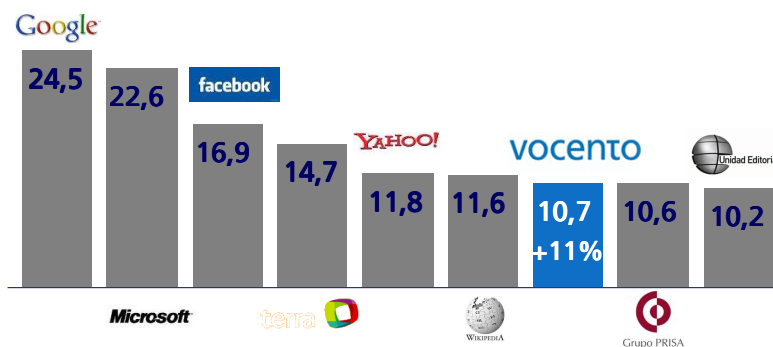
El peso de los ingresos por publicidad de Internet es del 11,2% de los ingresos de publicidad de VOCENTO, y su crecimiento se observa en todas las áreas de negocio: Ediciones Digitales +15,0%

<sup>8</sup> Informe i2p 2010



(ABC.es +25,0%), Portales Verticales +35,4% y Clasificados +32,4%. Los ingresos publicitarios que aporta el área de Clasificados representan el 28,9% de la venta de publicidad en Internet.

VOCENTO cierra el año como líder en el sector de los medios de comunicación según el ranking Nielsen Netview:



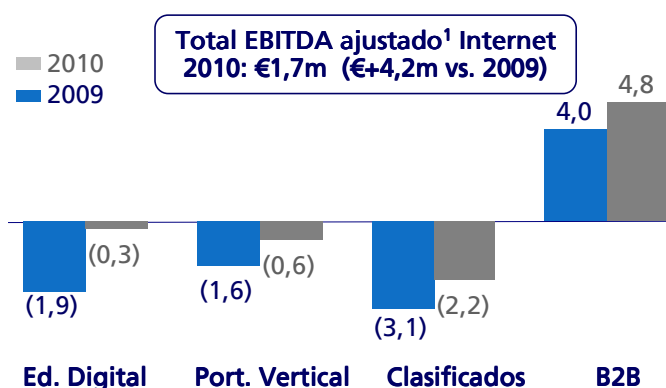
Fuente: Nielsen Netview diciembre 2010.

**Otros Ingresos:** alcanza 25.355 miles de euros un descenso del -9,9% (pro forma -7,8% ex Comunica Mediatrader).

**EBITDA:** el crecimiento en ingresos de publicidad y la disciplina en costes (costes B2C -3,0% y B2B pro forma -2,9%), permiten mejorar EBITDA en +5.679 miles de euros, +127,3% hasta un nivel positivo de 1.219 miles de euros

En 2010 se produce una mejora en todas las áreas de negocio, situándose tanto las Ediciones Digitales como los Portales Verticales próximas a niveles de "break even" (ver gráfico).

### EBITDA ajustado<sup>1</sup> (€m) del área de Internet



Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración por importe total de €-0,5m en 2010 y €-1,9m en 2009.



## Otros Negocios

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

A finales de 2006, se puso en marcha el plan de segregación de centros de impresión de ciertos periódicos regionales, junto con otros grupos editoriales, o en solitario para, por un lado, liberar de operaciones industriales al editor, y por otro realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión, así como las posibilidades de encartes y manipulados.

Destacar que en el año 2010 concluyó la inversión con socios industriales en la nueva planta de Rotomadrid (impresora de ABC y Qué!), y entraron en funcionamiento dos nuevas rotativas en Bilbao Editorial Producciones que permiten la impresión a todo color de El Correo y La Rioja.

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

Miles de Euros	NIIF			
	2010	2009	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Distribucion	146.920	172.714	(25.795)	(14,9%)
Impresión	41.727	31.974	9.753	30,5%
Otras Participadas	5.550	12.137	(6.587)	(54,3%)
Eliminaciones	(326)	(893)	567	63,5%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>193.870</b>	<b>215.932</b>	<b>(22.062)</b>	<b>(10,2%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Distribucion	2.356	3.032	(675)	(22,3%)
Impresión	12.762	8.693	4.070	46,8%
Otras Participadas	1.524	(2.406)	3.929	163,3%
<b>Total EBITDA</b>	<b>16.642</b>	<b>9.319</b>	<b>7.323</b>	<b>78,6%</b>
<b>EBITDA ajustado<sup>1</sup></b>				
Distribucion	2.374	3.055	(681)	(22,3%)
Impresión	12.957	10.739	2.219	20,7%
Otras Participadas	46	(106)	152	143,2%
<b>Total EBITDA ajustado</b>	<b>15.377</b>	<b>13.687</b>	<b>1.690</b>	<b>12,4%</b>
<b>EBIT</b>				
Distribucion	1.983	2.539	(556)	(21,9%)
Impresión	5.383	3.102	2.281	73,5%
Otras Participadas	1.437	(2.542)	3.979	156,5%
<b>Total EBIT</b>	<b>8.803</b>	<b>3.099</b>	<b>5.704</b>	<b>184,1%</b>

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

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

*Nota:* 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.

*Nota 1:* ajustado por inversión en reestructuración por importe de 1.265 y -4.368 miles de euros en 2010 y 2009.

**Ingresos de Explotación:** alcanzan 193.870 miles de euros, -10,2%, debido a la vinculación de las áreas de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos y, especialmente al impacto de la salida de perímetro en el área de Distribución y de incorporación en Impresión (ingresos pro forma -0,4%).

**EBITDA:** asciende a 16.642 miles de euros. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 12.762 miles de euros, con aportación de Rotomadrid de 4.773 miles de euros. En Distribución, el EBITDA alcanza 2.356 miles de euros compensándose la menor actividad en Distribución con un esfuerzo en costes, y la diversificación en la distribución de productos (revistas).

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