

# vocento



## **VOCENTO, S.A. y Sociedades Dependientes**

**Informe de Gestión Intermedio Consolidado  
correspondiente al primer semestre de 2012**

**27 de julio de 2012**

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

En el primer semestre de 2012 la difícil coyuntura macroeconómica en España parece que se agudiza y las expectativas a corto plazo apuntan a una mayor debilidad en el consumo y a tensiones adicionales en los mercados de deuda y de capitales. Las principales instituciones y organismos oficiales han revisado los escenarios macroeconómicos 2012 y 2013 a la baja y, por consecuencia, la evolución de la inversión publicitaria ha mantenido su tendencia negativa. En la primera mitad de 2012 el descenso de ingresos publicitarios en medios convencionales se estima haya alcanzado -15,6% según InfoAdex y según i2p -14,9%.

En este entorno, y después de más de tres años desde el inicio de la crisis, VOCENTO sigue demostrando una elevada capacidad para responder de forma activa a las circunstancias actuales. Por ello, VOCENTO se centra en la gestión de variables clave: ganar cuota de mercado publicitaria a través de la Tarifa Única 3.0, estrategia comercial puesta en marcha desde finales de 2011 que permite ofrecer al anunciante una cobertura diferencial y que se pone de manifiesto en un mejor comportamiento en términos de inversión publicitaria de VOCENTO respecto del mercado; mantener una difusión de calidad, centrada en el lector de mayor fidelidad que permite mejorar la rentabilidad de la venta de ejemplares; búsqueda de nuevas fuentes de ingresos como Oferplan.com y Kiosko y Más gracias a la capacidad de prescripción de sus marcas y a su sólido posicionamiento en Internet. Mientras, mantiene el esfuerzo en la reducción y eficiencia en costes con especial foco en la puesta en rentabilidad de los negocios en pérdidas, como así lo demuestra la puesta en valor del modelo de televisión y el cierre de la actividad editora del gratuito Qué!. Esta ejecución y estrategia equilibrada entre búsqueda de ingresos y control de costes puede ser ejecutada debido a la fortaleza de balance y la posición financiera neta diferencial de VOCENTO frente al sector.

De ésta 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, 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 áreas de actividad de VOCENTO

MEDIOS IMPRESOS			
PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Correo</li> <li>▪ La Verdad</li> <li>▪ El Diario Vasco</li> <li>▪ El Norte de Castilla</li> <li>▪ El Diario Montañés</li> <li>▪ Ideal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sur</li> <li>▪ Las Provincias</li> <li>▪ El Comercio</li> <li>▪ Hoy</li> <li>▪ La Rioja</li> <li>▪ La Voz de Cádiz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ABC</li> <li>▪ Qué!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ XL Semanal</li> <li>▪ Mujer Hoy</li> <li>▪ Hoy Corazón</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>▪ ABC 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> </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 (30%)</li> </ul> <p>▪ Sarenet</p>

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>

### NOTA IMPORTANTE

Para facilitar el análisis de la información, a lo largo del informe se excluye de los gastos de explotación, el EBITDA, el EBIT y el Resultado Neto, los impactos extraordinarios que afecten a ambos periodos de reporting. Entre los impactos más relevantes destacan: la inversión en reestructuración en 1S12 por importe de -2.922 miles de euros y en 1S11 por -13.088 miles de euros, el resultado por enajenación de inmovilizado en 1S12 por -415 miles de euros y en 1S11 por 11.729 miles de euros, el deterioro del fondo de comercio por cierre de la actividad editora de Qué! en 1S12 por 19.146 miles de euros, y la reversión de la provisión por regularización fiscal así como los efectos impositivos derivados.

La información reportada y comparable con los ajustes mencionados está incluida en las tablas del informe así como en la información incluida en los anexos.

## Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

**La gestión de varias claves, difusión y publicidad, permiten un mejor comportamiento vs. mercado**

**Continúa la eficiencia y disciplina en costes 1S12 -12,4%**

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

**Mantenimiento de Resultado Neto en niveles cercanos a 1S11 a pesar del ciclo**

**Posición financiera diferencial**

### ▪ Gestión de variables clave:

- (i) Foco difusión de calidad y rentable: ABC, cabecera con mejor evolución en kiosco (1S12 -2,5%<sup>1</sup>) vs. comps (-7,8%<sup>1</sup>). Incremento precio ABC, y en Prensa Regional en 2T12 y 2S12.
- (ii) Mejor comportamiento de los ingresos publicitarios 1S12 que comparables: ABC -18,4% y Prensa Regional -17,1% vs. mercado -20,5%<sup>2</sup> y ABC Punto Radio -7,8% vs. mercado -12,8%<sup>2</sup>.
- (iii) Estrategia comercial: permite incrementar precios medios de publicidad y mancha publicitaria (variación precio: ABC +4,2% vs. comparables -13,8%).
- (iv) Los ingresos publicitarios de Internet 1S12 aportan 15,2% de los ingresos publicitarios de VOC (+2,2 p.p. vs. 1S11).
- (v) Búsqueda de nuevas fuentes de ingresos: desarrollo de Oferplan.com y Kiosko y Más.

### ▪ Continúa la mejora de eficiencia en costes: total costes comparables -12,4%<sup>3</sup> y personal -11,2%<sup>3</sup>.

### ▪ Objetivo de rentabilidad: EBITDA comparable 1S12 20.759 miles de euros (-3.573 miles de euros vs 1S11) con una caída de ingresos publicitarios de -22.337 miles de euros. Cierre actividad editora Qué! y mejora EBITDA de negocios en pérdidas:

- (i) Medios Impresos: variación EBITDA comparable 1S12/11 -8.545 miles de euros, a pesar de la caída publicitaria -18.901 miles de euros 1S12/11. ABC mejora EBITDA comparable 1S12/11 +832 miles de euros. Cierre edición impresa Qué! con impacto -19.146 miles de euros por deterioro fondo de comercio y libera EBITDA comparable -2.071 miles de euros en 1S12.
- (ii) Audiovisual: mejora EBITDA comparable +5.449 miles de euros. TDT obtiene EBITDA positivo 3.709 miles de euros vs. 1S11 -2.554 miles de euros y Radio mejora en +786 miles de euros.

### ▪ Mantenimiento de niveles de EBIT y Resultado Neto cercanos a 1S11, excluidos los impactos extraordinarios por un total de -13.851 miles de euros en 1S12 y -572 miles de euros en 1S11.

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

€m	1S12	1S11	Var
Ingresos	316,1	361,6	(45,5)
Gastos de explotación comparables	(295,3)	(337,2)	41,9
<b>EBITDA ex indemnizaciones</b>	<b>20,8</b>	<b>24,3</b>	<b>(3,6)</b>
Indemnizaciones	(2,9)	(13,1)	10,2
<b>EBITDA</b>	<b>17,8</b>	<b>11,2</b>	<b>6,6</b>
<b>EBIT ex extraord. e indemn.</b>	<b>3,4</b>	<b>3,8</b>	<b>(0,4)</b>
Indemnizaciones	(2,9)	(13,1)	10,2
Deterioros y plusvalías netos	(0,5)	11,7	(12,2)
<b>EBIT</b>	<b>0,0</b>	<b>2,4</b>	<b>(2,4)</b>
<b>Rdo. Neto atrib. Soc. Dominante Comparable</b>	<b>(4,6)</b>	<b>(3,4)</b>	<b>(1,2)</b>
Indemnizaciones, deterioro y Plusv. netos	(3,4)	(1,4)	(2,0)
Saneamiento cierre Qué	(19,1)	0	(19,1)
Las Provincias: efecto negociación put	2,7	0	2,7
Efectos impositivos y minorit. vinculados a extraord.	6,0	0,8	5,2
<b>Resultado neto atribuible a la Soc. Dominante</b>	<b>(18,5)</b>	<b>(4,0)</b>	<b>(14,5)</b>

<sup>1</sup> Fuente: OJD 1S12. Datos no auditados. Datos promedio de comparables El Mundo y La Razón.

<sup>2</sup> Fuente: InfoAdex 1S12.

<sup>3</sup> Excluye inversión restructuración VOC 1S12 -2.922 miles de euros y 1S11 -13.088 miles de euros.

## Principales datos financieros

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1S12	1S11	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	118.382	129.667	(11.285)	(8,7%)
Ventas de publicidad	105.767	128.103	(22.337)	(17,4%)
Otros ingresos	91.949	103.807	(11.858)	(11,4%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>316.097</b>	<b>361.577</b>	<b>(45.480)</b>	<b>(12,6%)</b>
Personal	(97.433)	(119.470)	(22.037)	(18,4%)
Aprovisionamientos	(55.014)	(62.152)	(7.139)	(11,5%)
Servicios exteriores	(143.459)	(166.913)	(23.454)	(14,1%)
Provisiones	(2.354)	(1.797)	557	31,0%
Gastos de explotación sin amortizaciones	(298.260)	(350.333)	(52.073)	(14,9%)
<b>EBITDA</b>	<b>17.838</b>	<b>11.245</b>	<b>6.593</b>	<b>58,6%</b>
Amortizaciones	(17.420)	(20.614)	(3.194)	(15,5%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	(415)	11.729	(12.144)	(103,5%)
<b>EBIT</b>	<b>3</b>	<b>2.359</b>	<b>(2.356)</b>	<b>(99,9%)</b>
Saneamiento de fondo de comercio	(19.146)	0	19.146	n.a.
Resultado sociedades método de participación	(489)	(313)	(176)	(56,2%)
Diferencial financiero y otros	(1.754)	(3.273)	1.520	46,4%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(6)	55	(62)	(110,9%)
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>(21.392)</b>	<b>(1.172)</b>	<b>(20.220)</b>	<b>n.r.</b>
Impuesto sobre sociedades	7.508	432	7.076	n.r.
<b>Resultado neto del ejercicio</b>	<b>(13.884)</b>	<b>(740)</b>	<b>(13.144)</b>	<b>n.r.</b>
Accionistas minoritarios	(4.575)	(3.220)	(1.355)	(42,1%)
<b>Resultado atribuible Sociedad Dominante</b>	<b>(18.459)</b>	<b>(3.959)</b>	<b>(14.500)</b>	<b>(366,2%)</b>
Gastos explotación sin amort. comparables <sup>1</sup>	(295.338)	(337.245)	(41.906)	(12,4%)
EBITDA comparable <sup>1</sup>	20.759	24.333	(3.573)	(14,7%)
EBIT comparable <sup>1 2</sup>	3.340	3.719	(379)	(10,2%)
Rdo. Sociedad Dominante comparable <sup>3</sup>	(4.608)	(3.387)	(1.221)	(36,0%)

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

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

<sup>1</sup> Excluye inversión en 1S12 -2.922 miles de euros y reestructuración 1S11 -13.088 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación del inmovilizado principalmente debido al cierre de Qué! en 1S12 y a la venta de terrenos de ABC en 1S11.

<sup>3</sup> Ver epígrafe Resultado neto atribuible a la sociedad dominante.

### Ingresos de explotación

Los ingresos en el primer semestre de 2012 alcanzan 316.097 miles de euros, -12,6% comparado con el primer semestre de 2011:

(i) Ventas de ejemplares, -8,7%, con un descenso en Prensa Regional del -6,3% y en ABC -12,3%. La evolución está condicionada por la estrategia de reducción de la difusión no rentable: difusión no ordinaria ABC -76,9%<sup>4</sup> y Prensa Regional -24,7%<sup>4</sup>.

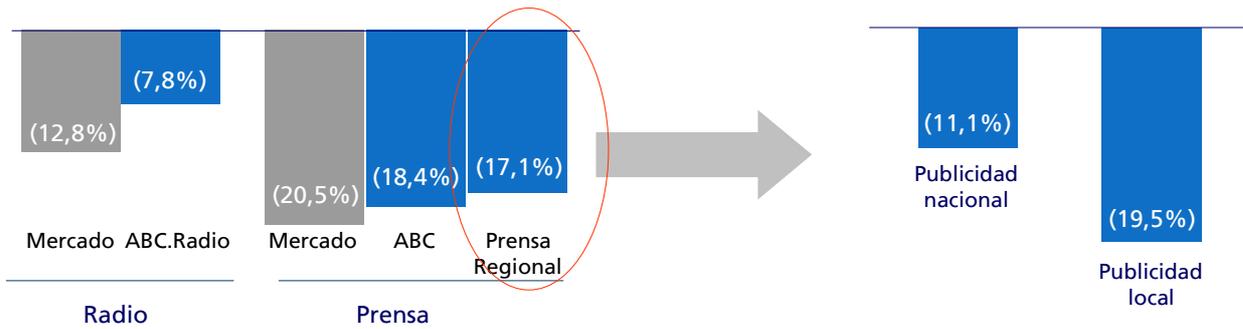
En ABC destaca el crecimiento de ingresos en la venta en kiosco del +3,8%, resultado del incremento en el precio de cabecera (lunes a viernes €+0,1) desde el pasado mes de enero y la apuesta por la difusión en kiosco cuyo comportamiento es mejor que el de comparables (ABC -2,5%<sup>4</sup> vs. competidores -7,8%<sup>4</sup>).

<sup>4</sup> Fuente: OJD 1S12. Datos no auditados. Competidores promedio de El Mundo y La Razón.

(ii) Ventas de publicidad, -17,4%, reflejo del difícil momento del ciclo publicitario que, ajustado por el cierre de operaciones de La 10 y de las radios locales alcanzaría -16,3%. Destacar que tanto los ingresos de publicidad de ABC (-18,4%), Prensa Regional (-17,1%) y Radio (-7,8% ex radios locales), registran un mejor comportamiento que el mercado de prensa y radio en el primer semestre de 2012 que según InfoAdex caen un -20,5% y un -12,8% respectivamente.

Variación publicidad 1S12/11 (%)

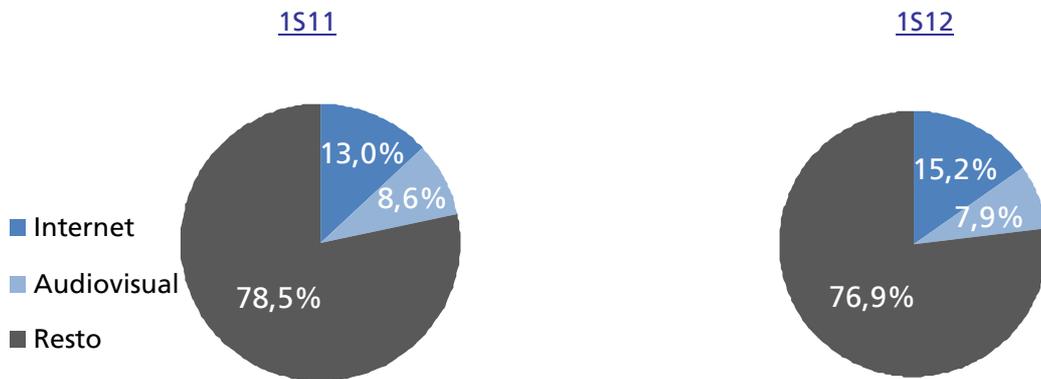
Var. publicidad Prensa Regional VOC 1S12/11 %



La búsqueda de medidas que optimicen la explotación comercial de las marcas de VOCENTO tiene su reflejo en el lanzamiento de la Tarifa Única 3.0 para publicidad nacional de la Prensa Regional de VOCENTO, de otras cabeceras regionales y de ABC. Dicha tarifa ofrece a los anunciantes una amplia cobertura offline y online (69%<sup>5</sup>), 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 el primer semestre de 2012 el 15,2% de los ingresos de publicidad de VOCENTO (+2,2 p.p. vs. 1S11).

Evolución del mix publicitario (%)



(iii) Descenso en Otros Ingresos -11,4% debido, entre otros, a la menor actividad en el área de Contenidos.

Dentro de Otros ingresos destacar el desarrollo de Oferplan.com con un creciente peso en los ingresos de las ediciones digitales regionales de VOCENTO aprovechando el poder de prescripción de las marcas regionales.

<sup>5</sup> Fuente: Nielsen Netview junio 2012.

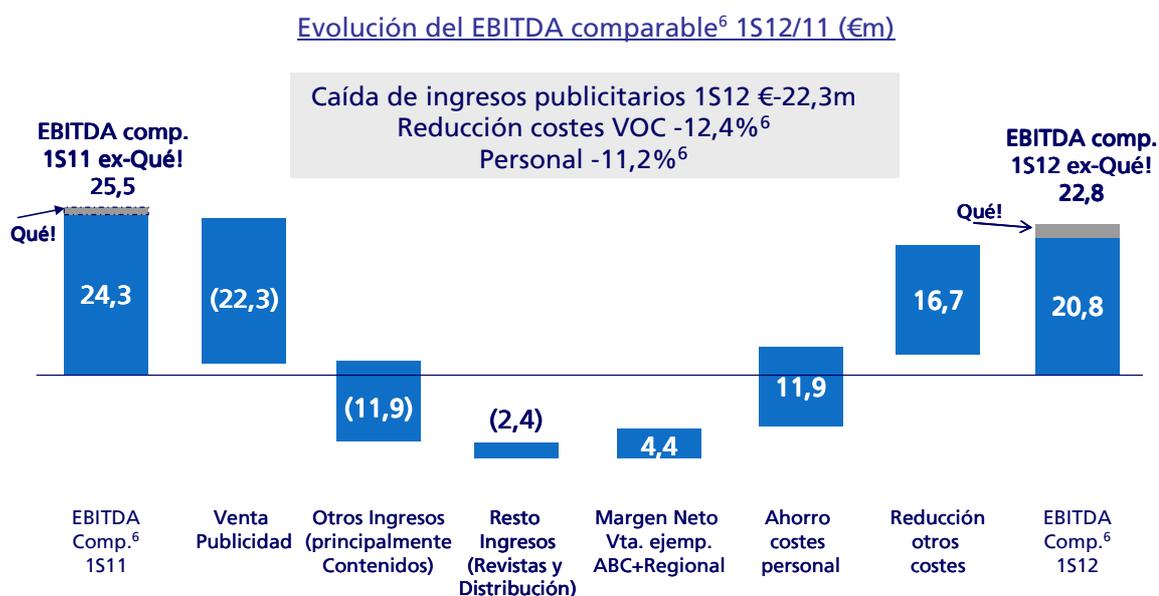
## Gastos de explotación

Los costes comparables en el primer semestre de 2012 descienden un -12,4%, -41.906 miles de euros (excluida la inversión en reestructuración 1S12 -2.922 miles de euros y 1S11 -13.088 miles de euros). Las medidas de control de costes son generales en todas las áreas, a excepción de Internet dónde se mantiene una mayor inversión acorde con la estrategia de apoyo a dicha área.

El continuo objetivo de eficiencia y disciplina en costes tiene su reflejo en todas las partidas de gastos destacando: disminución de los gastos de personal, que en el primer semestre de 2012 se reducen un -11,2% a efectos comparables por las medidas de reestructuración acometidas durante los últimos años y por la menor actividad en el área de Contenidos. Adicionalmente, otras medidas con impacto significativo en ahorros provienen de la negociación del precio de las materias primas y de la reducción de paginación, cierre del canal de televisión La 10, y menores costes operativos por la disminución controlada de la difusión no ordinaria en ABC y en Prensa Regional.

## EBITDA comparable

El EBITDA comparable en el primer semestre de 2012 alcanza 20.759 miles de euros vs. 24.333 miles de euros en 1S11. Si se excluyera el EBITDA de Qué!, cuya actividad en papel se ha decidido cerrar a finales de junio de 2012, el EBITDA comparable ascendería a 22.830 miles de euros vs. 25.479 miles de euros en 1S11:



- (i) **Medios Impresos<sup>7</sup>:** EBITDA comparable del primer semestre de 2012 16.268 miles de euros vs. 24.813 miles de euros en 1S11, un descenso de -8.545 miles de euros por debajo de la caída publicitaria (variación 1S12/11 -18.901 miles de euros). ABC mejora EBITDA comparable 1S12/11 +832 miles de euros.
- (ii) **Audiovisual<sup>8</sup>:** mejora EBITDA comparable del primer semestre de 2012 +5.449 miles de euros, resultado del desarrollo de la estrategia de nicho y rentable en TDT y el mejor comportamiento en Radio derivado de la estrategia de marca combinada de ABC Global. En el área de Contenidos el descenso en EBITDA es consecuencia, principalmente, del menor impacto de los estrenos de cine 1S12 en Tripictures y de la menor actividad de las productoras afectadas por la evolución del sector de televisión.

<sup>6</sup> VOC: excluye inversión en reestructuración 1S12 -2.922 miles de euros y 1S11 -13.088 miles de euros.

<sup>7</sup> MMII: excluye inversión en reestructuración 1S12 -2.409 miles de euros y 1S11 -7.076 miles de euros.

<sup>8</sup> Audiovisual: excluye inversión en reestructuración 1S12 -46 miles de euros y 1S11 -1.418 miles de euros.

- (iii) **Internet**<sup>9</sup>: la variación en términos comparables 1S12/11 (-1.066 miles de euros) es resultado de la evolución en ingresos, y de la mayor inversión vía gastos operativos por ser área en crecimiento.

### **Resultado de explotación comparable (EBIT)**

El resultado de explotación comparable prácticamente se mantiene cercano a niveles de 1S11 (variación -379 mil euros) en 1S12/11 a pesar de la caída publicitaria de -22.337 miles de euros.

El resultado de explotación reportado en 1S12 incluye el deterioro de inmovilizado derivado del cierre de la edición impresa de Qué! (resultado por enajenación del inmovilizado 1S12 -469 miles de euros). El resultado de explotación reportado en 1S11 incluye, entre otros, la plusvalía neta generada en la tercera fase de la operación de venta de terrenos de ABC y otros importes menores (resultado por enajenación del inmovilizado 1S11 11.729 miles de euros).

Las amortizaciones del periodo (1S12 -17.420 miles de euros) se reducen en -3.194 miles de euros en comparación con 1S11, debido a la disminución en el área de Contenidos (-5.062 miles de euros vs. -7.036 miles de euros en 1S11) por a la menor amortización del catálogo de Tripictures en el primer semestre de 2012.

### **Diferencial financiero y otros**

El diferencial financiero de -1.754 miles de euros en el primer semestre de 2012, incluye un ingreso financiero de 2.698 miles de euros derivado de la negociación de la opción de venta de Las Provincias (ver Hecho Relevante publicado 10 de mayo de 2012 y nota 3 de las Cuentas Semestrales).

### **Saneamiento de fondo de comercio**

Como consecuencia del cierre de la edición editora 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.

### **Impuesto sobre sociedades**

El impuesto sobre sociedades en el primer semestre de 2012 responde a la evolución del resultado operativo y a los siguientes efectos: 1) efectos fiscales por el cierre de la actividad editorial del diario Qué!, y 2) reversión del exceso de provisión por regularización fiscal dotada a finales del pasado año.

### **Resultado neto del ejercicio**

El resultado neto en el primer semestre de 2012 asciende a -13.884 miles de euros, impactado en su comparativa por los impactos no recurrentes mencionados anteriormente y en concreto por la decisión del cierre de la actividad editora de Qué! y el saneamiento del fondo de comercio en 1S12.

### **Accionistas minoritarios**

La variación del resultado de accionistas minoritarios del primer semestre de 2012 (1S12 -4.575 miles de euros vs. 1S11 -3.220 miles de euros) resultado de la mejor evolución en TDT Nacional y Radio y del peor comportamiento en Suplementos y revistas y Distribución.

### **Resultado neto atribuible a la sociedad dominante**

El resultado neto consolidado en el primer semestre de 2012 asciende a -18.459 miles de euros. A efectos de hacer comparables los resultados, si se excluyesen los efectos contables extraordinarios, el Resultado neto ascendería a -4.608 miles de euros que supondría un descenso de -1.221 miles de euros comparado con 1S11.

---

<sup>9</sup> Internet: excluye inversión en reestructuración 1S12 -69 miles de euros y 1S11 -358 miles de euros.

Análisis PyG comparable 1S12/11 y detalle de principales impactos (€m)

€m	1S12	1S11	Var
<b>Ingresos</b>	<b>316,1</b>	<b>361,6</b>	<b>(45,5)</b>
<b>Gastos de explotación comparables</b>	<b>(295,3)</b>	<b>(337,2)</b>	<b>41,9</b>
<b>EBITDA ex indemnizaciones</b>	<b>20,8</b>	<b>24,3</b>	<b>(3,6)</b>
Indemnizaciones	(2,9)	(13,1)	10,2
<b>EBITDA</b>	<b>17,8</b>	<b>11,2</b>	<b>6,6</b>
<b>EBIT ex extraord. e indemn.</b>	<b>3,4</b>	<b>3,8</b>	<b>(0,4)</b>
Indemnizaciones	(2,9)	(13,1)	10,2
Deterioros y plusvalías netos	(0,5)	11,7	(12,2)
<b>EBIT</b>	<b>0,0</b>	<b>2,4</b>	<b>(2,4)</b>
<b>Rdo. Neto atrib. Soc. Dominante Comparable</b>	<b>(4,6)</b>	<b>(3,4)</b>	<b>(1,2)</b>
Indemnizaciones, deterioro y Plusv. netos	(3,4)	(1,4)	(2,0)
Saneamiento cierre Qué	(19,1)	0	(19,1)
Las Provincias: efecto negociación put	2,7	0	2,7
Efectos impositivos y minorit. vinculados a extraord.	6,0	0,8	5,2
<b>Resultado neto atribuible a la Soc. Dominante</b>	<b>(18,5)</b>	<b>(4,0)</b>	<b>(14,5)</b>

*Nota 1: incluye únicamente el efecto en deterioro del diario Qué! (dato reportado €-0,4m).*

## Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1S12	2011	Var abs	% Var
<b>Activos no Corrientes</b>	<b>617.108</b>	<b>639.710</b>	<b>(22.602)</b>	<b>(3,5%)</b>
Activo Intangible	198.301	222.211	(23.909)	(10,8%)
Propiedad, planta y equipo	205.640	212.176	(6.536)	(3,1%)
Part.valoradas por el método de participación	18.864	19.210	(346)	(1,8%)
Otros activos no corrientes	194.302	186.113	8.190	4,4%
<b>Activos Corrientes</b>	<b>225.156</b>	<b>269.394</b>	<b>(44.238)</b>	<b>(16,4%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	42.338	53.346	(11.008)	(20,6%)
Otros activos corrientes	182.818	216.048	(33.230)	(15,4%)
<b>Activos mantenidos para la venta</b>	<b>193</b>	<b>193</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>842.457</b>	<b>909.298</b>	<b>(66.840)</b>	<b>(7,4%)</b>
Patrimonio neto	407.694	427.124	(19.429)	(4,5%)
Deuda financiera	186.993	192.003	(5.010)	(2,6%)
Otros pasivos	247.769	290.170	(42.401)	(14,6%)
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>842.457</b>	<b>909.298</b>	<b>(66.840)</b>	<b>(7,4%)</b>

### Activo intangible

La disminución en el saldo responde principalmente al deterioro realizado del fondo de comercio vinculado a la decisión de cierre de la actividad editora del diario gratuito Qué!.

### Otros activos corrientes

El menor saldo de clientes derivado principalmente de cobros recibidos de las Administraciones Públicas y de la menor actividad del negocio, así como la reducción en el nivel de existencias.

### Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -144.656 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 42.338 miles de euros.

Destacar que la deuda financiera neta del primer semestre de 2012 sería menor que al cierre de 2011 (138.657 miles de euros) excluido el impacto no recurrente del registro del acuerdo con los minoritarios de Las Provincias.

Miles de Euros	NIIF			
	1S12	2011	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	99.694	67.023	32.671	48,7%
Endeudamiento financiero a l.p.	87.299	124.980	(37.682)	(30,1%)
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>186.993</b>	<b>192.003</b>	<b>(5.010)</b>	<b>(2,6%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	42.338	53.346	(11.008)	(20,6%)
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>(144.656)</b>	<b>(138.657)</b>	<b>(5.998)</b>	<b>(4,3%)</b>
Impacto Las Provincias Incluido	13.577	2.664	10.913	409,6%
<b>Deuda Neta ex Las Provincias</b>	<b>(131.079)</b>	<b>(135.993)</b>	<b>4.915</b>	<b>(3,6%)</b>

Las variaciones más significativas se deben a:

- (i) Variación en capital circulante de +4.890 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 10.734 miles de euros.

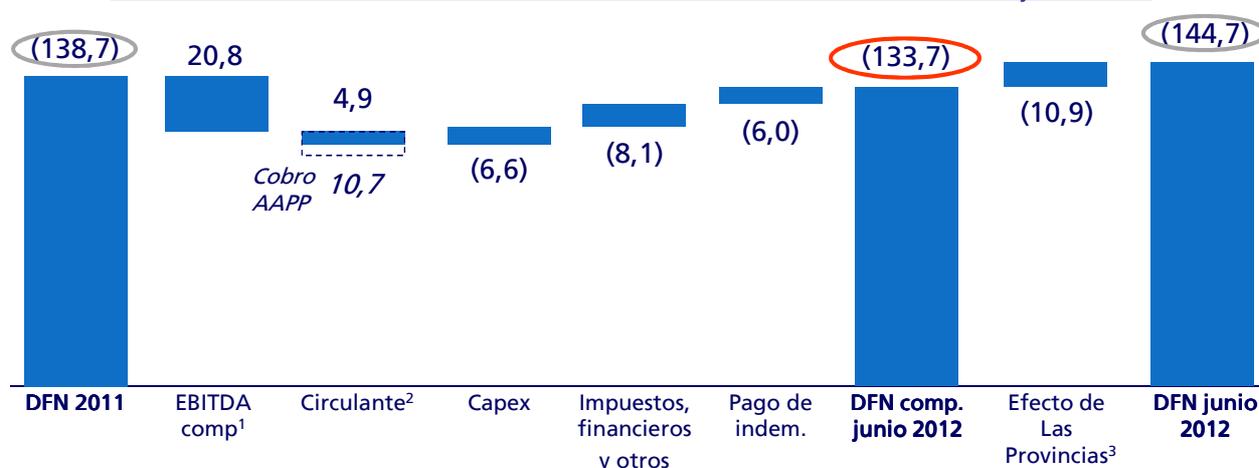
- (ii) Registro adicional del acuerdo por el ejercicio de opciones de Las Provincias por un importe de -10.913 miles de euros. Quedaría pendiente de registro -1.581 miles de euros en el segundo semestre de 2012 (ver Hecho Relevante de 10 de mayo de 2012 y nota 3 de las Cuentas Semestrales).
- (iii) Inversión en reestructuración: salidas de caja en el primer semestre de 2012 por -6.011 miles de euros.
- (iv) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -6.635 miles de euros, vinculado principalmente a Internet y a Medios Impresos.

El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 89.888 miles de euros, cuyo incremento obedece a la reclasificación de deuda de largo a corto plazo, y otros pasivos con coste financiero corrientes por 7.027 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 70.923 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 1S12, y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 19.156 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 65.000 miles de euros a nivel corporativo.

## Análisis del movimiento de Deuda Financiera Neta 31 diciembre 2011-30 junio 2012



Nota 1: excluye inversión reestructuración en 1S12 por €-2,9m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: ver nota 3 Cuentas Semestrales.

### 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 3 de las Cuentas Semestrales), a la disminución de saldos con proveedores y a la aplicación de provisiones correspondientes a las medidas de reestructuración.

## Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	1S12	1S11	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>(18.459)</b>	<b>(3.959)</b>	<b>(14.500)</b>	<b>(366,3%)</b>
Ajustes resultado del ejercicio	37.940	17.428	20.512	117,7%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante</b>	<b>19.481</b>	<b>13.469</b>	<b>6.012</b>	<b>44,6%</b>
Variación capital circulante	4.890	(5.839)	10.729	(183,7%)
Otras partidas a pagar	(14.672)	(7.687)	(6.985)	(90,9%)
Impuesto sobre las ganancias pagado	(8)	(276)	268	97,1%
Pago retenciones intereses	(3.107)	(1.703)	(1.404)	(82,4%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)</b>	<b>6.584</b>	<b>(2.036)</b>	<b>8.620</b>	<b>(423,4%)</b>
Adiciones al inm. material e inmaterial	(6.635)	(10.398)	3.763	36,2%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	0	(79)	n.a	n.a
Dividendos e intereses cobrados	530	1.229	(699)	(56,9%)
Otros cobros y pagos (inversión)	0	19.500	n.a	n.a
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)</b>	<b>(6.105)</b>	<b>10.252</b>	<b>(16.357)</b>	<b>(159,5%)</b>
Dividendos e intereses pagados	(9.572)	(7.802)	(1.770)	(22,7%)
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(4.026)	(17.247)	13.221	76,7%
Otros cobros y pagos (financiación)	8.751	(358)	9.109	n.r
Operaciones societarias con accionistas y socios	(6.640)	(18)	(6.622)	n.r
Operaciones con instrumentos de patrimonio	0	276	n.a	n.a
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>(11.487)</b>	<b>(25.149)</b>	<b>13.662</b>	<b>54,3%</b>
<b>Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)</b>	<b>(11.008)</b>	<b>(16.933)</b>	<b>5.925</b>	<b>35,0%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período</b>	<b>53.346</b>	<b>68.975</b>	<b>(15.629)</b>	<b>(22,7%)</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>42.338</b>	<b>52.042</b>	<b>(9.704)</b>	<b>(18,6%)</b>

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 6.584 miles de euros que incluye: a) variación en el capital circulante por 4.890 miles de euros por la recuperación de saldos de clientes, cobro de las Administraciones Públicas y bajada por menor stock de existencias (papel) y b) movimientos relacionados con la inversión en reestructuración por -5.680 miles de euros entre otros.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -6.105 miles de euros debido principalmente a la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -11.487 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO, el registro del ejercicio parcial de la opción de venta parcial 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 (-46 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2011.

Destaca en el primer semestre de 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)								
	1S12			1S11			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	687	2.541	3.228	258	2.215	2.473	429	326	755
Audiovisual	933	325	1.258	2.379	768	3.147	(1.446)	(443)	(1.889)
Internet	749	835	1.584	1.089	749	1.838	(340)	86	(254)
Otros Negocios	33	190	222	66	1.774	1.840	(33)	(1.585)	(1.618)
Estructura	239	58	297	73	81	153	166	(22)	144
<b>TOTAL</b>	<b>2.641</b>	<b>3.949</b>	<b>6.589</b>	<b>3.864</b>	<b>5.587</b>	<b>9.451</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(1.638)</b>	<b>(2.861)</b>

## 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			
	1512	1511	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Medios Impresos	203.912	232.570	(28.658)	(12,3%)
Audiovisual	54.893	68.455	(13.562)	(19,8%)
Internet	27.900	28.310	(410)	(1,4%)
Otros Negocios	89.784	96.012	(6.228)	(6,5%)
Estructura y Otros	(60.392)	(63.770)	3.378	5,3%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>316.097</b>	<b>361.577</b>	<b>(45.480)</b>	<b>(12,6%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Medios Impresos	13.859	17.737	(3.878)	(21,9%)
Audiovisual	5.437	(1.383)	6.820	493,2%
Internet	410	1.187	(777)	(65,5%)
Otros Negocios	6.215	7.100	(885)	(12,5%)
Estructura y Otros	(8.084)	(13.397)	5.313	39,7%
<b>Total EBITDA</b>	<b>17.838</b>	<b>11.245</b>	<b>6.593</b>	<b>58,6%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Medios Impresos	16.268	24.813	(8.545)	(34,4%)
Audiovisual	5.484	35	5.449	n.r.
Internet	479	1.545	(1.066)	(69,0%)
Otros Negocios	6.310	7.352	(1.043)	(14,2%)
Estructura y Otros	(7.780)	(9.412)	1.632	17,3%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>20.759</b>	<b>24.333</b>	<b>(3.573)</b>	<b>(14,7%)</b>
<b>EBIT</b>				
Medios Impresos	9.726	24.927	(15.201)	(61,0%)
Audiovisual	(237)	(9.282)	9.045	97,5%
Internet	(1.879)	(1.034)	(844)	(81,6%)
Otros Negocios	1.098	1.886	(788)	(41,8%)
Estructura y Otros	(8.706)	(14.138)	5.431	38,4%
<b>Total EBIT</b>	<b>3</b>	<b>2.359</b>	<b>(2.356)</b>	<b>(99,9%)</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
Medios Impresos	12.497	20.275	(7.779)	(38,4%)
Audiovisual	(189)	(7.914)	7.725	97,6%
Internet	(1.758)	(620)	(1.138)	(183,6%)
Otros Negocios	1.193	2.139	(946)	(44,2%)
Estructura y Otros	(8.403)	(10.162)	1.758	17,3%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>3.340</b>	<b>3.719</b>	<b>(379)</b>	<b>(10,2%)</b>

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

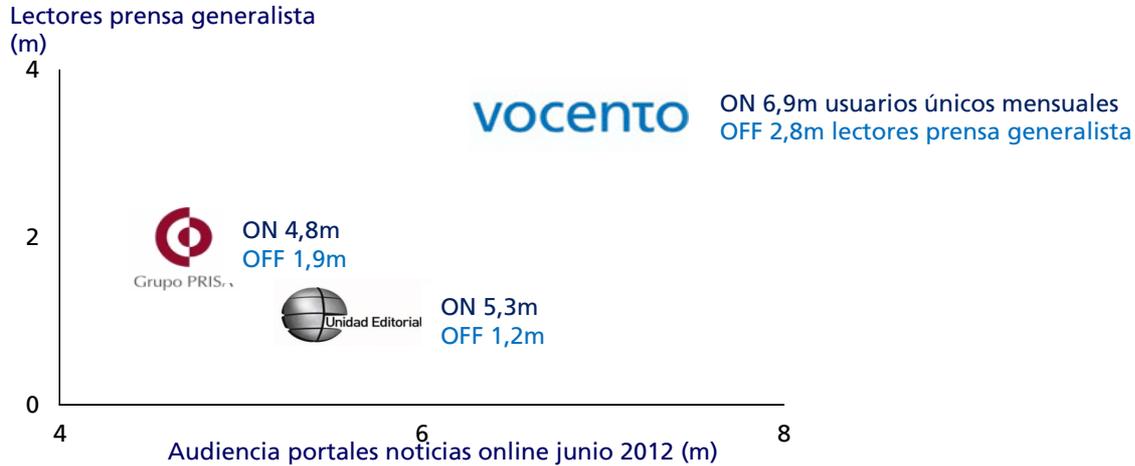
<sup>1</sup> Excluye inversión en reestructuración 1512 por -2.922 miles de euros y 1511 por -13.088 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 1512 -415 miles de euros y 1511 -11.729 miles de euros.

## Medios Impresos

VOCENTO consolida el liderazgo indiscutible en prensa de información general según EGM (2ª Ola ac. 2012) con 2,8 millones de lectores excluido Qué!. Este liderazgo se ve reforzado en Internet con cerca de 7 millones de usuarios únicos mensuales según Nielsen Net View (junio 2012).

### Audiencia offline<sup>10</sup> y online<sup>11</sup>



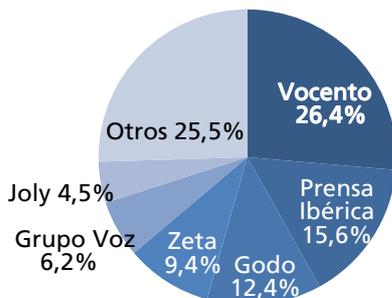
## Prensa Regional

VOCENTO es el líder indiscutible de la prensa española gracias al 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.

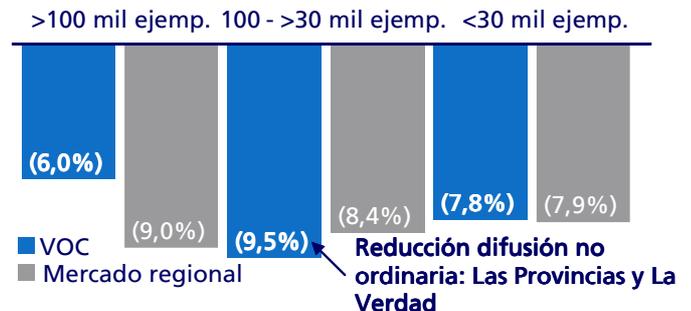
Así, las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su liderazgo en el primer semestre de 2012 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 26,4%<sup>12</sup>, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,6%.

En el primer semestre de 2012, la evolución de la difusión total de los diarios regionales de VOCENTO (-8,4%<sup>12</sup>) es ligeramente mejor que la del mercado regional en su conjunto (-8,6%<sup>12</sup>). En un análisis de esta evolución por tipo de mercado, se observa dicha evolución en todos los segmentos a excepción de la difusión entre 30.000 y 100.000 ejemplares diarios, debido al descenso de la difusión no ordinaria en La Verdad y Las Provincias, acorde con el objetivo de mantener la difusión de calidad y rentable.

### Cuota de difusión prensa regional<sup>12</sup>



### Difusión regionales vs. competencia<sup>12</sup>



<sup>10</sup> Fuente: 2ª ola ac. EGM 2012.

<sup>11</sup> Fuente: Nielsen Netview junio 2012, agregado de audiencias de los doce portales regionales).

<sup>12</sup> Fuente OJD enero-junio 2012. Datos no auditados. La comparativa vs. enero-junio 2011 excluye La Voz de Cádiz.

En cuanto a la audiencia de las cabeceras regionales, VOCENTO se mantiene como líder tanto en soporte offline (2.191<sup>13</sup> miles de lectores, 741 mil lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), como en online donde alcanza una cobertura del 47% de los usuarios únicos mensuales de la categoría de noticias (fuente: Nielsen Netview junio 2012, agregado de audiencias de los doce portales regionales).

La estrategia de VOCENTO durante la primera mitad del año 2012 tiene como objetivo el mantenimiento del liderazgo tanto en prensa escrita como en entornos digitales, la mejora de cuota de mercado publicitario, continuar con la transformación de un negocio de soportes a un negocio de marcas, para así acceder a nuevas audiencias e ingresos, y la obtención de eficiencias operativas en un entorno de crisis económica.

Comercialmente, se produce un fortalecimiento de la estrategia a través de la Tarifa Única 3.0 que ha permitido la menor caída de ingresos al captar publicidad nacional para medios regionales, a la vez que se ha incrementado la mancha publicitaria y los precios medios.

### Estrategia 3.0: cobertura geográfica

84% de cobertura exclusiva



Fuente: 2ª ola ac. EGM 2012.

### Cobertura online (%)

Tarifa Única 3.0: 7,6m de u.u.m.



Fuente: Nielsen Netview junio 2012.

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).

Por último, las eficiencias operativas y comerciales alcanzadas permiten mantener la rentabilidad en el difícil entorno de mercado actual. Entre las medidas adoptadas destaca el reenfoque del modelo de negocio de La Voz de Cádiz, con una importante reducción de estructura y refuerzo del contenido local, alcanzar ahorros de costes en la negociación de materias primas y paginación, y ofrecer la venta opcional de productos de primera línea como Hoy Corazón.

### 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 los primeros seis meses de 2012 el comportamiento de ABC es destacable desde varios ámbitos:

- a) Mejor comportamiento en términos publicitarios que sus comparables: ABC -18,4% vs. mercado de prensa -20,5%<sup>14</sup>,
- b) Mejor comportamiento en difusión ordinaria por el mantenimiento del foco en la difusión de calidad. Así, ABC vuelve a destacar en el mejor comportamiento de la venta en kiosco en comparación al mercado en los primeros seis meses<sup>15</sup> del año.

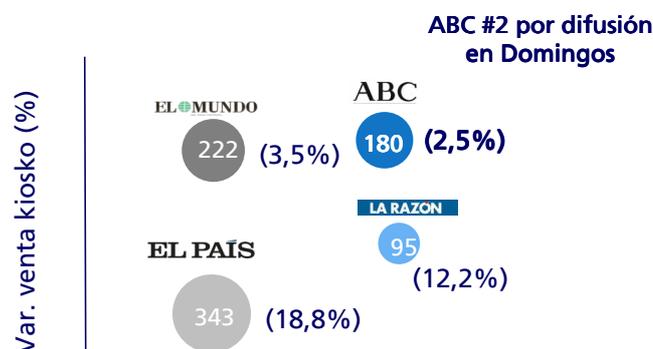
Adicionalmente, ABC mantiene su posición como segundo diario nacional en domingos en difusión total.

<sup>13</sup> Fuente: 2ª ola ac. EGM 2012.

<sup>14</sup> Fuente: InfoAdex 1512.

<sup>15</sup> Fuente: OJD Oficina de Justificación de la Difusión enero-junio 2012. Datos no auditados

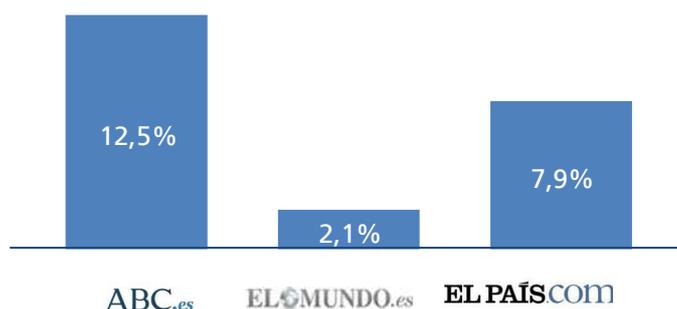
## Difusión media ABC vs comparables y var. vta. Kiosco (%)



Fuente: OJD enero-junio 2012. Datos no certificados

c) ABC.es incrementa su audiencia online y supera los 3<sup>16</sup> millones de usuarios únicos, siendo el diario nacional que más crece en el periodo junio 2012-junio 2011, +12,5% ó +0,4 millones de usuarios únicos.

## Evolución audiencia ABC.es y competencia (%)



Fuente: Nielsen Netview junio 2012 vs. junio 2011.

d) A pesar de la reducción controlada de la difusión no ordinaria, ABC mantiene la cifra de audiencia en 641<sup>17</sup> mil lectores, niveles de 2007, en comparación con una pérdida media de sus competidores de más de 200 mil lectores respecto al mismo periodo.

En los seis primeros meses de 2012, ABC concentra sus esfuerzos en el posicionamiento de marca a través de la venta conjunta de la misma en diferentes soportes: ABC prensa+ ABC.es+ ABC en Kiosco y Más + ABC Punto Radio. Esta unión de fuerzas permite el desarrollo de sinergias editoriales, la obtención de nuevas y mayores audiencias y el cumplimiento del objetivo de rentabilidad. Así, permite vincular la actividad de la radio al contenido editorial de ABC, completar la oferta en móviles y tabletas tanto de Apple como de Android a través de ABC en Kiosco y Más, e incorporar nuevas funcionalidades y contenido audiovisual también en ABC.es

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

### **Prensa Gratuita- Qué!**

En el actual entorno de crisis económica, el soporte de prensa gratuita ha sido uno de los más afectados, soportando el diario Qué! una caída de sus ingresos publicitarios de entorno al 70% desde el año 2007.

<sup>16</sup> Fuente: Nielsen Net View junio 2012.

<sup>17</sup> Fuente: EGM 2ª 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 y VOCENTO ha tomado la decisión de cerrar la edición en papel del diario Qué! pasando este a ser un medio exclusivamente digital.

Tras el rediseño realizado de Que.es en enero de 2012 vinculado a nuevos dispositivos, y con el objetivo de conquistar nuevos lectores, la compañía trabaja en convertirlo en el diario popular gratuito de referencia online. Los últimos datos operativos apoyan dicha apuesta con un tráfico censal a junio 2012 de 3,7 u.u.m (Nielsen Site Census).

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.

## Suplementos y Revistas

VOCENTO edita los dos suplementos líderes en España: XL Semanal y Mujer Hoy, por audiencia. El suplemento dominical líder en audiencia en España, XL Semanal, destaca por su calidad editorial y apuesta informativa con contenidos de vanguardia. Mujer Hoy, sigue siendo el suplemento femenino también más leído de su categoría en un mercado enormemente competitivo y Hoy Corazón, revista dedicada a cubrir contenidos prensa cuenta con gran aceptación por sus lectores.

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada de 4.868<sup>18</sup> mil lectores con un claro liderazgo de XL Semanal (cerca de 750 mil lectores sobre su inmediato competidor) y Mujerhoy.

El proceso de migración online, estratégico en VOCENTO, tiene su reflejo en el buen posicionamiento en audiencias de los portales Mujerhoy y Finanzas, con un crecimiento de este último del +49,1%<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Fuente: EGM 2ª ola acumulada 2012.

<sup>19</sup> Fuente: Nielsen Net View junio 2012 vs. junio 2011.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S12	1S11	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Prensa Regional	126.155	144.322	(18.167)	(12,6%)
Prensa Nacional	66.512	73.067	(6.555)	(9,0%)
Suplementos y Revistas	19.358	24.682	(5.324)	(21,6%)
Prensa Gratuita	3.967	6.087	(2.120)	(34,8%)
Eliminaciones	(12.081)	(15.589)	3.508	22,5%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>203.912</b>	<b>232.570</b>	<b>(28.658)</b>	<b>(12,3%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Prensa Regional	17.495	23.797	(6.302)	(26,5%)
Prensa Nacional	(2.933)	(8.243)	5.310	64,4%
Suplementos y Revistas	1.994	3.473	(1.479)	(42,6%)
Prensa Gratuita	(2.698)	(1.291)	(1.407)	(108,9%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>13.859</b>	<b>17.737</b>	<b>(3.878)</b>	<b>(21,9%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Prensa Regional	18.451	25.209	(6.758)	(26,8%)
Prensa Nacional	(2.118)	(2.950)	832	28,2%
Suplementos y Revistas	2.006	3.700	(1.693)	(45,8%)
Prensa Gratuita	(2.071)	(1.146)	(925)	(80,7%)
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>16.268</b>	<b>24.813</b>	<b>(8.545)</b>	<b>(34,4%)</b>
<b>EBIT</b>				
Prensa Regional	15.254	20.711	(5.457)	(26,3%)
Prensa Nacional	(4.123)	2.449	(6.572)	(268,4%)
Suplementos y Revistas	1.788	3.351	(1.563)	(46,6%)
Prensa Gratuita	(3.193)	(1.583)	(1.609)	(101,6%)
<b>Total EBIT</b>	<b>9.726</b>	<b>24.927</b>	<b>(15.201)</b>	<b>(61,0%)</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
Prensa Regional	16.162	22.391	(6.229)	(27,8%)
Prensa Nacional	(3.317)	(4.439)	1.122	25,3%
Suplementos y Revistas	1.800	3.577	(1.777)	(49,7%)
Prensa Gratuita	(2.148)	(1.254)	(895)	(71,4%)
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>12.497</b>	<b>20.275</b>	<b>(7.779)</b>	<b>(38,4%)</b>

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.

<sup>1</sup> Excluye inversión en reestructuración 1S12 -2.409 miles de euros y 1S11 -7.076 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S12 -362 miles de euros y 1S11 11.727 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** asciende a 203.912 miles de euros (-12,3%) como consecuencia principalmente del descenso de los ingresos publicitarios y del impacto de la reducción controlada de la difusión no ordinaria, éste último con menor impacto en resultados.

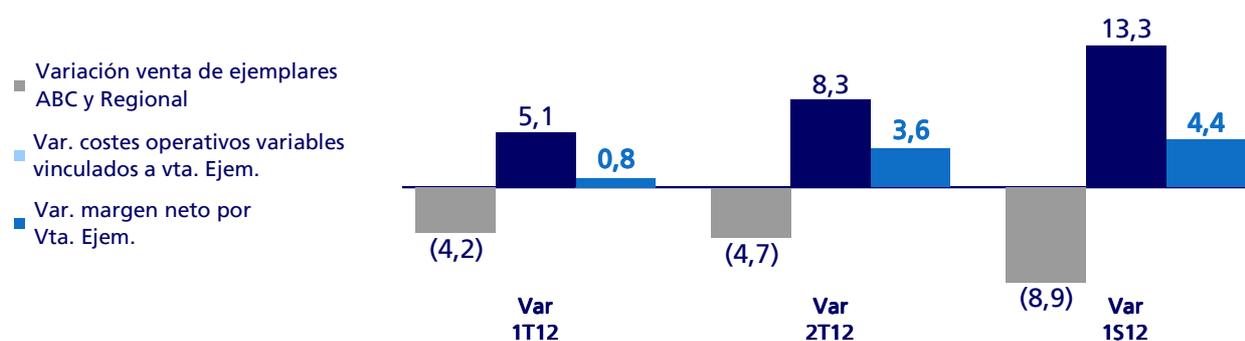
**Ventas de ejemplares:** asciende a 98.381 miles de euros (-8,0%). VOCENTO centra sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, reduciendo la difusión no ordinaria (venta en bloque y suscripciones colectivas).

Los ingresos de Prensa Regional descienden en los seis primeros meses de 2012 un -6,3%. A finales de semestre se ha incrementado el precio de cabecera de El Correo en L-V por €0,10, incremento que será realizado por otras cabeceras regionales durante 2S12 permitiendo neutralizar en parte el efecto en venta de ejemplares por la menor difusión.

La caída en ABC (-12,3%) obedece a la disminución controlada de la difusión no ordinaria del -76,9%. El buen comportamiento en kiosco (-2,5%) y la subida de precios en enero de L-V por €0,10, han permitido que los ingresos por venta de ejemplares por venta de difusión en kiosco se incrementen en un +3,8% en 1S12.

Destacar que el margen neto variable de la venta de ejemplares de ABC y los periódicos regionales (ingresos por venta de ejemplares menos costes directos asociados de impresión, distribución y aprovisionamientos) mejoró en +4.441 miles de euros vs. 1S11, resultado de la estrategia del Grupo centrada en la difusión de calidad y rentable:

Mejora del margen neto 1S12 vs 1S11 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 (-20,9%) es resultado de la citada venta opcional de Hoy Corazón y de la no distribución del suplemento Pantalla Semanal enmarcados dentro del foco en eficiencias operativas, y de la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

**Ventas de Publicidad:** asciende a 80.434 miles de euros (-19,0%, -18,0% excluido Qué!). La evolución de los ingresos de publicidad de los diarios de VOCENTO refleja un mejor comportamiento que el mercado que cae un -20,5%<sup>20</sup>.

En Prensa Regional se alcanzan 47.570 miles de euros, una caída del -17,1% que supone un mejor comportamiento que el mercado. Analizando este comportamiento por cabecera, se observa que los diarios regionales de VOCENTO se comportan mejor en sus respectivos mercados con excepción de los de menor tamaño (difusión inferior a 25.000 ejemplares diarios), entre los que se encuentra La Voz de Cádiz afectado por la decisión de reenfoque anteriormente mencionada.

En ABC, los ingresos publicitarios ascienden a 20.176 miles de euros (-18,4% vs. mercado -20,5%<sup>20</sup>). ABC mejora la cuota publicitaria acompañada de una subida del precio medio +4,2% derivada de la eficiencia comercial por la venta conjunta de la marca ABC (ABC prensa+ ABC.es+ ABC Punto Radio+ABC en Kiosko y Más) que permite además la mejora de la cartera de clientes.

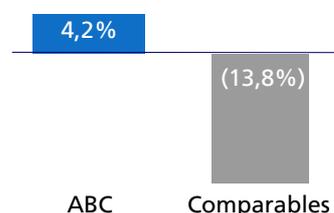
<sup>20</sup> Fuente: InfoAdex 1S12.

Publicidad local y nacional Prensa Regional VOC  
1S12/1S11 (%)



Fuente: datos internos

Evolución precio medio ABC vs. comparables  
ene-mayo 2012/11 (%)



Fuente: datos internos ene-may 2012. Nota 1: precio calculado como inversión publicitaria entre mancha

Suplementos y Revistas obtiene 8.792 miles de euros (-21,6%) afectado particularmente por la evolución del consumo.

Por último, los ingresos publicitarios de Qué! alcanzan 3.909 miles de euros (-34,7%) que cierra su actividad y suponían un 4,9% del total de publicidad de Medios Impresos en 1S12.

**Otros Ingresos:** asciende a 25.097 miles de euros (-4,4%) reflejo del menor esfuerzo en promociones en Prensa Regional.

**EBITDA comparable<sup>21</sup>:** asciende a 16.268 miles de euros, un descenso de -8.545 miles de euros, compensándose gran parte de la caída publicitaria (variación 1S12/11 -18.901miles de euros incluyendo eliminaciones del área) por los ahorros derivados de la reestructuración y otras medidas de eficiencia implementadas que permiten la reducción de costes en el primer semestre de 2012 en -20.113 miles de euros ó -9,7% en términos comparables:

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable			Publicidad
	1S12	1S11	Var Abs	Var Abs
Prensa Regional	18.451	25.209	(6.758)	(9.828)
Prensa Nacional	(2.118)	(2.950)	832	(4.559)
Suplementos y Revistas	2.006	3.700	(1.693)	(2.420)
Prensa Gratuita	(2.071)	(1.146)	(925)	(2.080)
<b>Total</b>	<b>16.268</b>	<b>24.813</b>	<b>(8.545)</b>	<b>(18.901)</b>

- (i) **Prensa Regional:** EBITDA comparable de 18.451 miles de euros en el primer semestre de 2012 con una reducción de costes de -11.409 miles de euros que compensa en parte el impacto de la caída publicitaria (-9.828 miles de euros). El margen medio EBITDA comparable de las cabeceras regionales 1S12 asciende a 14,6%.

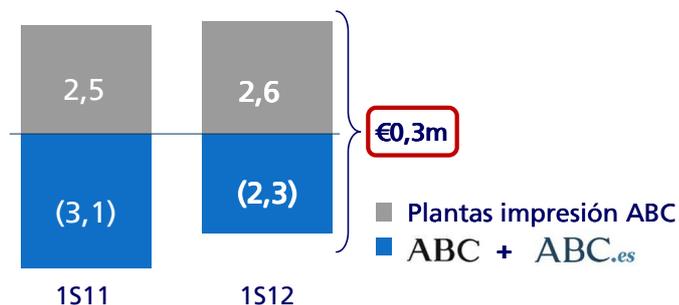
Dentro de las medidas de eficiencia destaca el ya citado reenfoque del modelo de negocio de La Voz de Cádiz con unos costes en 1S12 por indemnizaciones de -360 miles de euros.

- (ii) **ABC:** durante el primer semestre de 2012 se reduce el EBITDA negativo comparable en 832 miles de euros y cierra el primer semestre de 2012 con un EBITDA comparable de -2.118 miles de euros, gracias al positivo impacto de las medidas de reducción de costes (mejora costes comparables +7.387 miles de euros) que permite absorber el deterioro de los ingresos publicitarios por importe de -4.559 miles de euros.

Un análisis combinado de la marca ABC (actividad editora y digital y plantas de impresión) muestra una mejora del EBITDA comparable de +863 miles de euros hasta 300 miles de euros, pese a una caída de -4.657 miles de euros en los ingresos publicitarios.

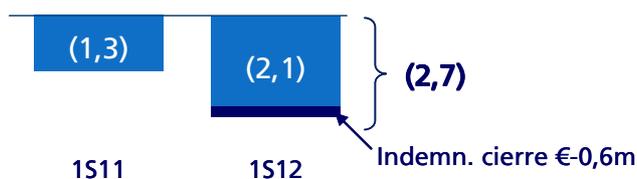
<sup>21</sup> Excluye inversión en reestructuración 1S12 -2.409 miles de euros y 1S11 -7.076 miles de euros.

EBITDA comparable<sup>22</sup> (€m) ABC+ABC.es+ Plantas de Impresión ABC S12/1S11



- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA comparable de 2.006 miles de euros, con un margen EBITDA del 10,4%.
- (iv) Prensa Gratuita: su EBITDA comparable es de -2.071 miles de euros. Los costes operativos de -6.665 miles de euros incluyen indemnizaciones por importe de -627 miles de euros derivadas del cierre de la actividad editora.

EBITDA Qué! papel 1S12/1S11 (€m)



<sup>22</sup> Excluye inversión en reestructuración en 1S12 por €-0,8m y 1S11 €-5,4m. Incluye EBITDA de plantas de impresión que se reportan en "Otros Negocios".

## Audiovisual

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

### Televisión

VOCENTO a través de su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), comparte accionariado con The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20% de NET TV), y es uno de los cinco 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 junio con un audiencia del 4,5%<sup>23</sup>, afectada por el efecto de la emisión de la Eurocopa que distorsiona las audiencias en junio. Destaca Paramount Channel tras su lanzamiento el pasado mes de abril que alcanza una cuota de audiencia del 1,0% (Kantar Media junio 2012).

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



Fuente: Kantar Media. Se separa canal generalista de TL5 de Cuatro. No incluye canales TDT de pago.

### ABC Punto Radio

En el mes de octubre de 2011 se produjo el lanzamiento de la marca ABC Punto Radio, proyecto de radio generalista que se configura en altavoz de los contenidos editoriales de ABC, con reconocidos comunicadores.

ABC Punto Radio nace apoyado en la estrategia multicanal de ABC (ABC prensa+ ABC.es+ ABC en Kiosco y Más+ ABC Punto Radio) que se estima le permitirá llegar a nueva audiencia con una ajustada estructura de costes además de permitir reforzar la marca ABC y darle mayor visibilidad.

El proyecto de la Radio se respalda además por la cobertura de su red, y el valor de sus licencias. A finales de 2011 se reforzó la presencia en Andalucía, con la obtención de 8 licencias, y en Cantabria con la obtención de otras dos licencias. En los próximos meses se espera resolución de los concursos convocados en Castilla y León, Comunidad Valenciana y País Vasco.

### Producción Audiovisual y Distribución-Veralia

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

<sup>23</sup> Fuente: Kantar Media junio 2012.

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 un esfuerzo significativo en reducción de costes de estructura y medios técnicos para mejorar sus márgenes en éste difícil entorno del sector.

Las productoras de Veralia en la actualidad tienen entre desarrollo, preproducción, producción y emisión 17 formatos diferentes, entre los que destaca "Guinness World Records" (Europroduzione Italia), "Conexión Samanta" y "21 días" (BocaBoca), "El Cubo" y "Metro a Metro" (Europroducciones España) y "Retorno a Lilifor" (Hill Valley).

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

Miles de Euros	NIIF			
	1512	1511	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
TDT	23.697	24.131	(434)	(1,8%)
Radio	6.458	7.797	(1.338)	(17,2%)
Contenidos	25.343	40.072	(14.729)	(36,8%)
Eliminaciones	(606)	(3.545)	2.939	82,9%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>54.893</b>	<b>68.455</b>	<b>(13.562)</b>	<b>(19,8%)</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT	3.717	(2.633)	6.350	241,2%
Radio	(2.739)	(4.376)	1.637	37,4%
Contenidos	4.459	5.626	(1.167)	(20,7%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>5.437</b>	<b>(1.383)</b>	<b>6.820</b>	<b>493,2%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
TDT	3.709	(2.554)	6.263	245,2%
Radio	(2.739)	(3.525)	786	22,3%
Contenidos	4.514	6.114	(1.600)	(26,2%)
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>5.484</b>	<b>35</b>	<b>5.449</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBIT</b>				
TDT	3.463	(3.204)	6.667	208,1%
Radio	(3.097)	(4.669)	1.572	33,7%
Contenidos	(603)	(1.409)	806	57,2%
<b>Total EBIT</b>	<b>(237)</b>	<b>(9.282)</b>	<b>9.045</b>	<b>97,5%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
TDT	3.455	(3.174)	6.629	208,9%
Radio	(3.096)	(3.818)	722	18,9%
Contenidos	(549)	(922)	374	40,5%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>(189)</b>	<b>(7.914)</b>	<b>7.725</b>	<b>97,6%</b>

*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 Tripictures por 1.345 miles de euros en 1512 y de 2.348 miles de euros en 1511.*

<sup>1</sup> Excluye inversión en reestructuración 1512 -46 miles de euros y 1511 -1.418 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 1512 -1 miles de euros y 1511 50 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** alcanza el primer semestre de 2012 54.893 miles de euros, -19,8% principalmente por la menor actividad de Contenidos (-36,8%).

En TDT se obtienen unos ingresos de 23.697 miles de euros, -1,8%, reflejo de: a) descenso en ingresos por la decisión de cierre de las televisiones locales b) mayor crecimiento en ingresos proveniente de TDT Nacional del +6,4% derivado de la decisión de cierre de operaciones del canal de La 10 y foco en la estrategia de nicho en TDT, c) alianza alcanzada con Paramount Channel cuyo lanzamiento se ha realizado en abril de 2012 (ingresos TDT Nacional 2T12 +7,0%).

En Radio se alcanzan unos ingresos de 6.458 miles de euros, un descenso del -17,2% que ajustado por perímetro (cierre de programación local en distintas radios locales) se situaría en una caída por venta de publicidad proforma del -7,8% vs. mercado -12,8%<sup>24</sup>. Adicionalmente, se observa una positiva respuesta del mercado, anunciantes y oyentes, ante la apuesta en ABC Punto Radio que se refleja en la mejor evolución de la publicidad en cadena nacional en 1S12 del +5,1%.

**EBITDA comparable<sup>25</sup>:** 5.484 miles de euros con una mejora de +5.449 miles de euros comparado con el primer semestre de 2011:

- (i) **TDT:** EBITDA comparable positivo de 3.709 miles de euros en el primer semestre de 2012, que supone una mejora de +6.263 miles de euros comparado con 1S11, que muestra la puesta en valor del negocio de televisión.
- (ii) **Radio:** EBITDA comparable de -2.739 miles de euros, una mejora de 786 miles de euros comparado con 1S11, por el impacto de los medidas de eficiencia en costes que compensa el descenso en ingresos publicitarios (1.057 miles de euros).



Nota 1: excluye inversión reestructuración. 1S11 por €-0,1m. Nota 2: excluye inversión en reestructuración. 1S11 por €-0,9m

- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable 4.514 miles de euros, un descenso de -1.600 miles de euros comparado con 1S11. En el primer semestre de 2012 el negocio se ve afectado por el menor margen de las productoras y la menor facturación de los estrenos de las películas en cine. Dicho descenso se compensa en EBIT (ver siguiente punto).

**Resultado de Explotación comparable:** asciende a -189 miles de euros, una mejora de +7.725 miles de euros comparado con 1S11. Dicho resultado incluye amortizaciones por importe de -5.062 miles de euros del segmento de Contenidos que se compara con -7.036 miles de euros en 1S11, reducción que obedece a la menor amortización en el catálogo de Tripictures en el primer semestre de 2012.

El EBIT comprable de Contenidos de -549 miles de euros, mejora en 374 miles de euros comparado con 1S11. El EBIT de contenidos está impactado por la amortización del fondo de comercio asignado al catálogo de películas de Tripictures por 1.373 miles de euros en 1S12 y 2.376 miles de euros en 1S11.

**Evolución EBIT y EBITDA comparables<sup>26</sup> de Contenidos 1S11 y 1S12 (€m)**



<sup>24</sup> Fuente: InfoAdex 1S12.

<sup>25</sup> Excluye inversión en reestructuración 1S12 -46 miles de euros y 1S11 -1.418 miles de euros.

<sup>26</sup> Excluye inversión en reestructuración 1S12 -54 miles de euros y 1S11 -487 miles de euros.

## **Internet**

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

VOCENTO termina el primer semestre de 2012 como líder tanto en la categoría de noticias y ocupando el noveno puesto en el ranking total de audiencias con cerca de 8 millones de usuarios.

ABC.es por su parte, mejora su cuota de mercado online con un crecimiento en audiencia del +12,5% vs. descenso de sus competidores, y supera 3m de usuarios únicos según Nielsen Netview.

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

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 y la fortaleza de sus marcas. En la primera mitad del año 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.

La penetración de las marcas locales se manifiesta en el lanzamiento de Oferplan.com, una sección diaria de ofertas locales en las que VOCENTO, a través de la prescripción de sus marcas, ofrece a los usuarios ofertas y planes con un elevado atractivo. También destaca en Abc.es la incorporación de los contenidos de National Geographic y en los portales verticales el rediseño de finanzas.com.

Kiosko y Más es el principal quiosco multiplataforma de España. Impulsado desde sus inicios por VOCENTO y Prisa junto con otros 60 medios españoles, en menos de un año la plataforma ha multiplicado el número de grupos editoriales asociados al proyecto que supera ya los 50, en julio de 2012, y englobando una oferta de 300 cabeceras 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 durante el primer semestre de 2012.

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 en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet: inmobiliario con pisos.com (top#4 de la categoría), empleo con Infoempleo.com (top#2) y motor con autocasion.com (top#8).

Por último, el portal de directorios 11870.com se confirma en 2012 como el portal de recomendaciones de sitios y negocios más importante de España.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S12	1S11	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Ediciones Digitales	11.588	11.596	(8)	(0,1%)
Portales Verticales	934	1.490	(556)	(37,3%)
Clasificados	7.301	7.780	(478)	(6,1%)
B2B	8.262	7.878	383	4,9%
Eliminaciones	(185)	(434)	249	57,4%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>27.900</b>	<b>28.310</b>	<b>(410)</b>	<b>(1,4%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Ediciones Digitales	15	252	(237)	(94,1%)
Portales Verticales	(199)	(259)	60	23,2%
Clasificados	(1.517)	(1.157)	(360)	(31,1%)
B2B	2.111	2.351	(240)	(10,2%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>410</b>	<b>1.187</b>	<b>(777)</b>	<b>(65,5%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Ediciones Digitales	60	326	(266)	(81,6%)
Portales Verticales	(199)	(200)	1	0,4%
Clasificados	(1.493)	(941)	(553)	(58,8%)
B2B	2.111	2.359	(248)	(10,5%)
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>479</b>	<b>1.545</b>	<b>(1.066)</b>	<b>(69,0%)</b>
<b>EBIT</b>				
Ediciones Digitales	(578)	(264)	(313)	(118,4%)
Portales Verticales	(370)	(450)	80	17,7%
Clasificados	(2.448)	(2.200)	(248)	(11,3%)
B2B	1.517	1.880	(363)	(19,3%)
<b>Total EBIT</b>	<b>(1.879)</b>	<b>(1.034)</b>	<b>(844)</b>	<b>(81,6%)</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
Ediciones Digitales	(481)	(137)	(344)	(251,6%)
Portales Verticales	(370)	(390)	21	5,3%
Clasificados	(2.424)	(1.981)	(443)	(22,4%)
B2B	1.517	1.888	(371)	(19,7%)
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>(1.758)</b>	<b>(620)</b>	<b>(1.138)</b>	<b>(183,6%)</b>

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

<sup>1</sup> Excluye inversión en reestructuración de 1S12 -69 miles de euros y -358 miles de euros en 1S11.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S12 -52 y 1S11 -57 miles de euros.

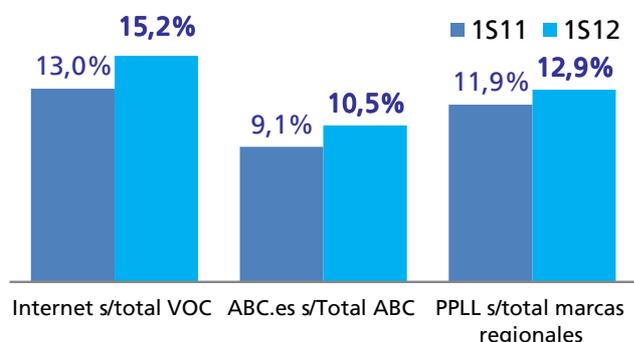
**Ingresos de Explotación:** ascienden a 27.900 miles de euros (-1,4%) que incluyen efecto perímetro en Portales Verticales (desinversión en Advernet en 1S11) con ingresos pro forma -0,1%. En el segundo trimestre de 2012 se ha obtenido un crecimiento del +1,4%, gracias en parte a la aportación de Oferplan.com, cuyos ingresos suponen ya el 3,3% del total de Internet y el 7,9% de las Ediciones Digitales en el primer semestre de 2012.

**Venta de Publicidad:** descenso del -3,4% por impacto de perímetro (desinversión en Advernet en 1S11, pro forma -2,6%) y afectado por el deterioro macroeconómico y publicitario en los ingresos de publicidad de los portales locales, concretamente por la caída de la inversión institucional local. Este descenso es general en el mercado de las ediciones digitales regionales cuyos ingresos publicitarios descienden, según fuentes internas, un -3,1% en el periodo enero-mayo 2012.

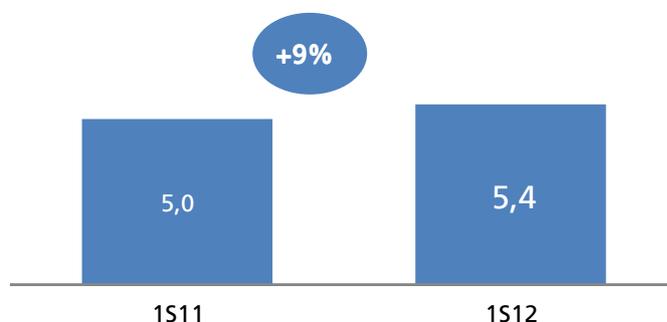
El peso de los ingresos por publicidad de Internet alcanza el 15,2% (+2,2 p.p. vs. 1S11) de los ingresos de publicidad de VOCENTO, donde ABC.es contribuye con el 10,5% del total de ingresos publicitarios de la marca ABC (papel + Internet), y los Portales Locales con el 12,9% de las marcas regionales.

Destaca el desarrollo del negocio de Clasificados de VOCENTO, que es el único grupo con una red de clasificados a nivel nacional. El crecimiento de los ingresos de publicidad en Clasificados en el primer semestre de 2012 es del +9,0%, crecimiento superior en el mismo periodo al del mercado de Internet (+5,0%<sup>27</sup>). Los ingresos de publicidad de Clasificados ya suponen el 33,9% del total de los ingresos de publicidad de Internet.

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



Ingresos publicidad Clasificados (%)



**Otros Ingresos:** alcanza 11.857 miles de euros (+1,5%) gracias a la aportación de los ingresos generados por Oferplan.com.

**EBITDA comparable<sup>28</sup>:** alcanza 479 miles de euros que se compara con 1.545 miles de euros, por el descenso en ingresos y el incremento de costes en Ediciones Digitales y Clasificados resultado de la mayor inversión vía gastos operativos por ser apuesta estratégica y área en crecimiento.

<sup>27</sup> Fuente: InfoAdex 1S12.

<sup>28</sup> Excluye inversión en reestructuración de 1S12 -69 miles de euros y -358 miles de euros en 1S11.

## Otros Negocios

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

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

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S12	1S11	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Distribucion	65.080	70.995	(5.915)	(8,3%)
Impresión	21.742	22.079	(337)	(1,5%)
Otras Participadas	3.137	3.128	9	0,3%
Eliminaciones	(175)	(190)	15	8,0%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>89.784</b>	<b>96.012</b>	<b>(6.228)</b>	<b>(6,5%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Distribucion	467	1.098	(632)	(57,5%)
Impresión	5.660	5.951	(291)	(4,9%)
Otras Participadas	88	51	38	74,8%
<b>Total EBITDA</b>	<b>6.215</b>	<b>7.100</b>	<b>(885)</b>	<b>(12,5%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Distribucion	477	1.151	(673)	(58,5%)
Impresión	5.742	6.151	(409)	(6,6%)
Otras Participadas	90	51	39	77,8%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>6.310</b>	<b>7.352</b>	<b>(1.043)</b>	<b>(14,2%)</b>
<b>EBIT</b>				
Distribucion	271	917	(647)	(70,5%)
Impresión	757	940	(183)	(19,5%)
Otras Participadas	71	29	42	144,7%
<b>Total EBIT</b>	<b>1.098</b>	<b>1.886</b>	<b>(788)</b>	<b>(41,8%)</b>
<b>EBIT comparable<sup>1</sup></b>				
Distribucion	281	970	(688)	(71,0%)
Impresión	840	1.140	(300)	(26,4%)
Otras Participadas	72	29	43	149,9%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>1.193</b>	<b>2.139</b>	<b>(946)</b>	<b>(44,2%)</b>

*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 -95 miles de euros en 1S12 y de -252 miles de euros en 1S11.*

**Ingresos de Explotación:** alcanzan 89.784 miles de euros, -6,5% por la vinculación del área a Medios Impresos y por el impacto del cierre de cabeceras de terceros.

**EBITDA comparable<sup>1</sup>:** asciende a 6.310 miles de euros. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 5.742 miles de euros, con aportación de Rotomadrid y Andaluprint (plantas que imprimen el ABC en Madrid y en Sevilla) de 2.417 y 174 miles de euros respectivamente. En Distribución, el EBITDA alcanza 477 miles de euros.

## Datos operativos

### Medios Impresos

Datos de Difusión Media	1S12	1S11	Var Abs	Var%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	180.465	241.963	(61.498)	(25,4%)
<b>Prensa Regional</b>				
El Correo	92.514	98.414	(5.900)	(6,0%)
El Diario Vasco	64.503	68.567	(4.063)	(5,9%)
El Diario Montañés	29.760	31.341	(1.582)	(5,0%)
Ideal	25.804	27.945	(2.140)	(7,7%)
La Verdad	26.518	31.396	(4.878)	(15,5%)
Hoy	16.292	17.942	(1.650)	(9,2%)
Sur	23.366	26.468	(3.102)	(11,7%)
La Rioja	12.746	13.594	(849)	(6,2%)
El Norte de Castilla	28.559	30.557	(1.998)	(6,5%)
El Comercio	21.306	21.960	(654)	(3,0%)
Las Provincias	25.493	31.263	(5.770)	(18,5%)
La Voz de Cádiz	3.939	5.461	(1.523)	(27,9%)
<b>TOTAL Prensa Regional</b>	<b>370.799</b>	<b>404.907</b>	<b>(34.108)</b>	<b>(8,4%)</b>

Fuente: OJD. Datos 1S12 no certificados.

Audiencia	2ª Ola 12	2ª Ola 11	Var Abs	Var%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	<b>641.000</b>	<b>698.000</b>	<b>(57.000)</b>	<b>(8,2%)</b>
<b>Prensa Regional</b>	<b>2.191.000</b>	<b>2.180.000</b>	<b>11.000</b>	<b>0,5%</b>
El Correo	433.000	459.000	(26.000)	(5,7%)
El Diario Vasco	241.000	250.000	(9.000)	(3,6%)
El Diario Montañés	174.000	168.000	6.000	3,6%
Ideal	172.000	158.000	14.000	8,9%
La Verdad	265.000	259.000	6.000	2,3%
Hoy	137.000	141.000	(4.000)	(2,8%)
Sur	152.000	149.000	3.000	2,0%
La Rioja	96.000	88.000	8.000	9,1%
El Norte de Castilla	215.000	204.000	11.000	5,4%
El Comercio	142.000	139.000	3.000	2,2%
Las Provincias	147.000	142.000	5.000	3,5%
La Voz de Cádiz	17.000	23.000	(6.000)	(26,1%)
<b>Suplementos</b>	<b>4.868.000</b>	<b>5.578.000</b>	<b>(710.000)</b>	<b>(12,7%)</b>
XL Semanal	2.614.000	3.007.000	(393.000)	(13,1%)
Mujer Hoy	1.872.000	1.975.000	(103.000)	(5,2%)
Mujer Hoy Corazón	326.000	517.000	(191.000)	(36,9%)
Inversión y Finanzas	56.000	79.000	(23.000)	(29,1%)

Fuente: EGM Olas Acumuladas

### Audiovisual

Mercado TDT Nacional	jun-12	jun-11	Var Abs
NET TV audiencia	4,5%	4,2%	0,3 p.p.

Fuente: Kantar Media último mes.

### Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	jun-12	jun-11	Var Abs	Var%
Vocento	7.794	8.115	(321)	(4,0%)

Fuente: Nielsen Net View.

## **Aviso Legal**

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Sociedad o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Sociedad y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Analistas e inversores deberán tener en cuenta que tales intenciones, expectativas o estimaciones no implican ninguna garantía sobre cuál vaya a ser el comportamiento y resultados futuros de la Compañía, y asumen riesgos e incertidumbres sobre aspectos relevantes, por lo que los resultados y el comportamiento real futuro de la Sociedad podrá diferir sustancialmente del que se desprende de dichas previsiones y estimaciones.

Lo expuesto en la presente declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Sociedad y, en particular, por los analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Sociedad ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones.

Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases la oferta o la aceptación de cualquier tipo de compromiso.

## **Contacto**

### **Relación con Inversores y Accionistas**

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