



vocento

RESULTADOS 2017

27 de febrero de 2018

ÍNDICE

1. PERSPECTIVA 2011-2017

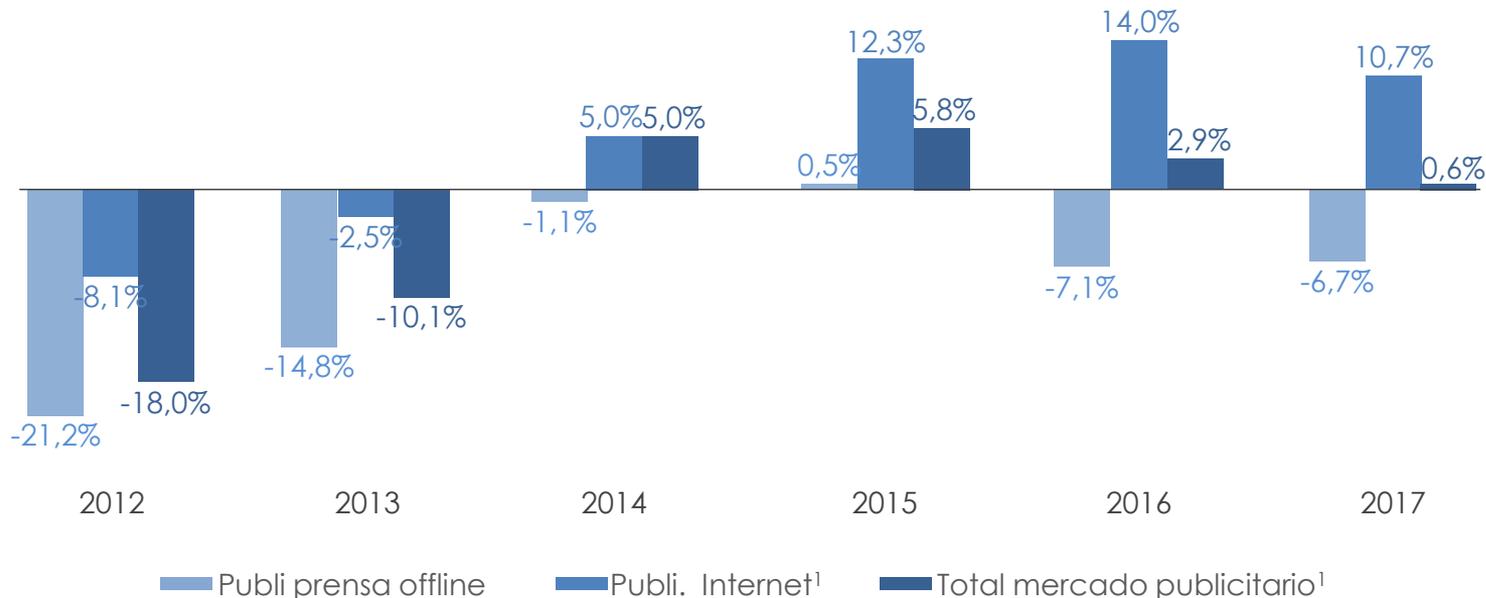
2. EVOLUCIÓN EN 2017

3. ANEXOS

PERDIDA DE CORRELACION ENTRE MACRO Y MERCADO PUBLICITARIO

Evolución de la variación del mercado publicitario 2012-2017 (serie histórica tradicional)

Datos en %



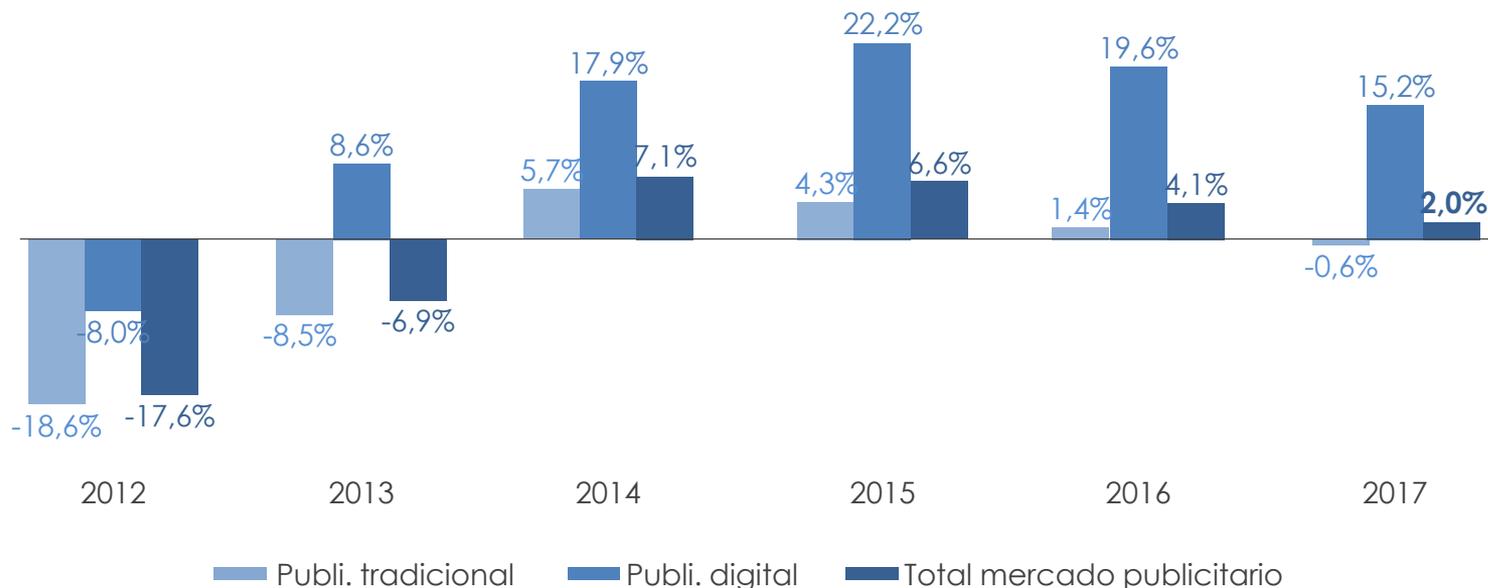
PIB nominal ²	-2,9%	-1,4%	1,2%	4,1%	3,6%	4,0%
Consumo nominal ²	-1,3%	-2,1%	1,7%	2,9%	2,9%	4,3%

Fuente: i2p e INE. Nota 1: dato 2017 de Internet es prensa online, de total mercado es ex redes sociales. Nota 2: datos acumulados 9M17 en 2017.

EFECTO REDES SOCIALES MEJORA LA EVOLUCIÓN PUBLICITARIA

Evolución de la variación del mercado publicitario 2012-2017 (nueva serie con redes sociales)

Datos en %

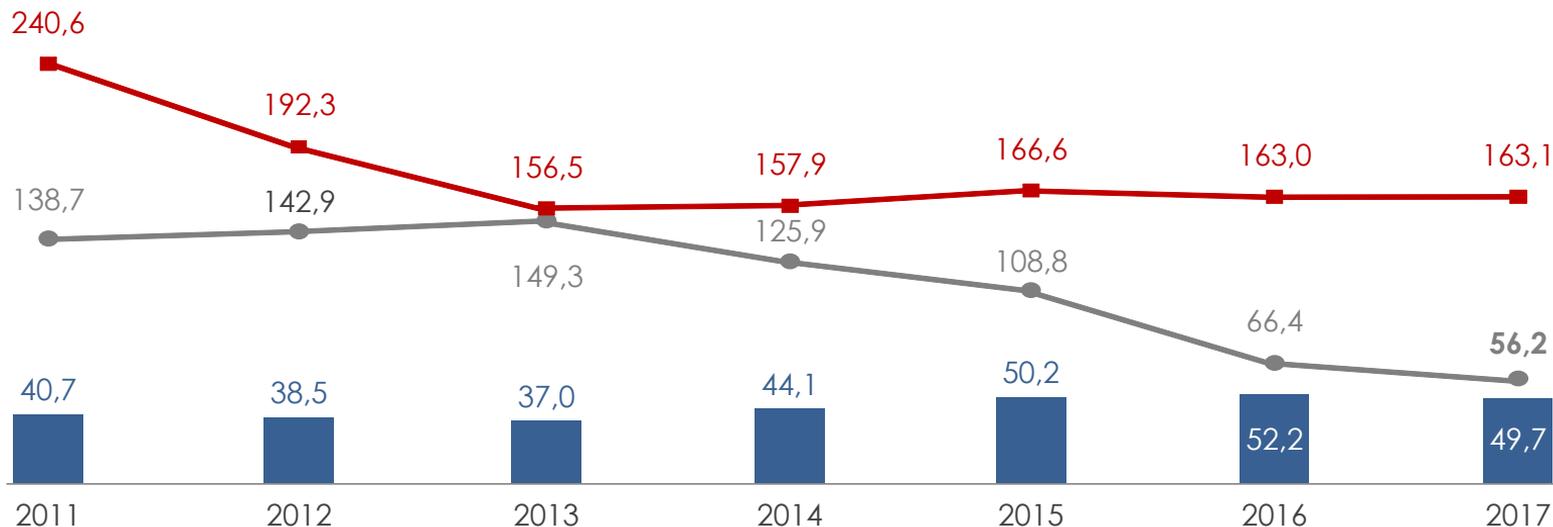


PIB nominal ¹	-2,9%	-1,4%	1,2%	4,1%	3,6%	4,0%
Consumo nominal ¹	-1,3%	-2,1%	1,7%	2,9%	2,9%	4,3%

CIERTAS ACTUACIONES EN DEUDA EMPEORAN EBITDA

Evolución principales magnitudes de VOCENTO 2011-2017

€m



Principales actuaciones en deuda que empeoran EBITDA

Impacto total PFN
Impacto total EBITDA

Sarenet
€12,8m
€2,7

Edificio ABC
€35,0m
€2,0m

■ EBITDA comparable¹

● DFN

■ Publicidad

Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs.

PROTECCIÓN DEL MARGEN A PESAR DE LA CAIDA EN DIFUSIÓN

Evolución del margen de difusión 2011-2017

€m



Variación 2011-2017

Ingresos ventas ejemplares¹ **-69,1**

Margen conjunto de difusión¹ **22,5**

Var. margen promociones difusión

1,9

-1,0

2,9

1,1

2,7

2,3

Lanzamiento de tarjeta ABC Oro

■ Variación margen de difusión ABC y regionales

—● Ingresos ejemplares ABC y regionales

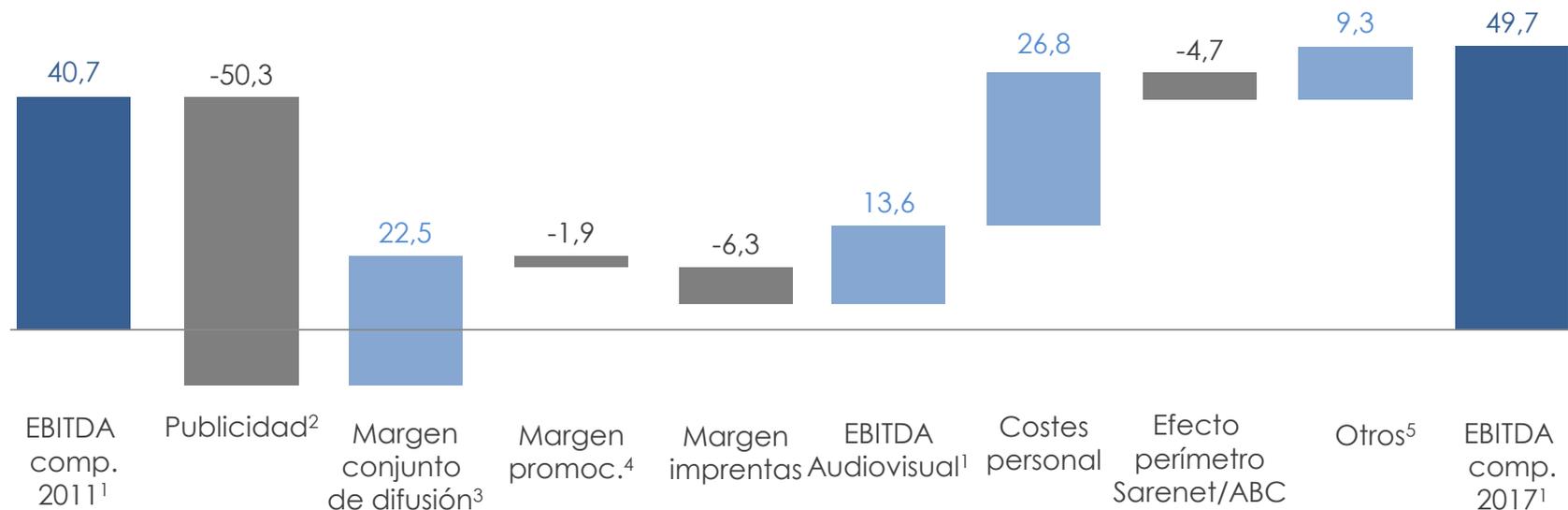
Nota 1: incluye margen de difusión y variación en promociones de difusión.

CRECIMIENTO DEL EBITDA GRACIAS A LA REDUCCIÓN DE COSTES

Evolución EBITDA comparable VOCENTO 2011-2017

Variación 2017 vs 2011 excepto EBITDA comparable (€m)

Marcas de VOC mejoran EBITDA comparable en €+4,4m



Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal ni "one offs". Nota 2: excluido Audiovisual y Qué!. Nota 3: incluye promociones de difusión. Nota 4: solo incluye las promociones de venta. Nota 5: variación de resto de ingresos y de costes.

ÍNDICE

1. PERSPECTIVA 2011-2017

2. EVOLUCIÓN EN 2017

3. ANEXOS

PRINCIPALES HITOS 2017

INGRESOS

- **En un mercado publicitario estancado** (2017 +0,6%¹), **marcas de VOCENTO** mejoran cuota vs mercado prensa
- **Ingresos publicitarios mantenidos: VOCENTO 2017 +0,1%**. En **4T17**, crecimiento del **+3,8%**
- **Divergencia** entre mercado publicitario **nacional y local**: ingresos publicitarios locales **2017 +2,6%**

RENTABILIDAD

- **Se sostiene margen de difusión** (2016/17 €-0,3m, que incluye ahorros en promociones de difusión)
- **EBITDA comparable 2017: €49,7m, desciende €-2,6m (-4,9%)**. Impacto del **gasto del alquiler sede ABC** (€-2,0m). Variación EBITDA comparable 4T17 pro forma² €+0,3m
- **Beneficio neto** consolidado 2017: €-4,8m impactado por deterioros (no caja) en créditos fiscales de €14,1m
- **Acuerdos con terceros para obtener eficiencias**: operación contenidos Izen, impresión con Prisa (2018)

GENERACION DE CAJA

- La posición financiera se sitúa en €-56,2m (mejora de €+10,3m en el año) **y DFN/EBITDA comparable en 1,1x**
- **Caja ordinaria generada: €21,6m**, más que compensa pago indemnizaciones y otros no ordinarios

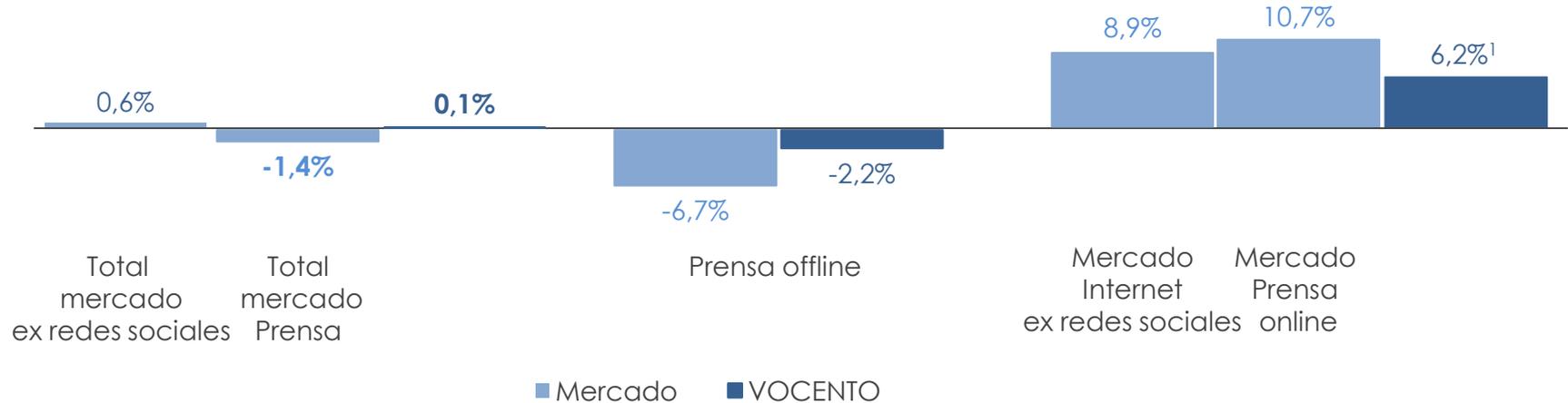
MEDIDAS ENCAMINADAS A DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS

- **Se acelera la estrategia de diversificación**: Madridfusión, Shows on Demand y Factor Moka

PUBLICIDAD: MEJORA DE CUOTA DE MERCADO

VOC mejora cuota de mercado en offline 2017

Variación anual %

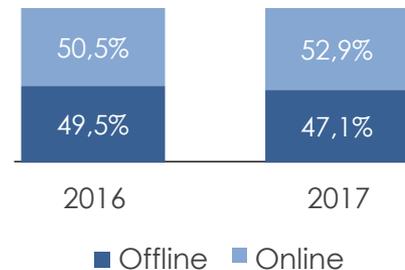


MAYOR PESO Y MEJOR COMPORTAMIENTO DE PUBLICIDAD LOCAL

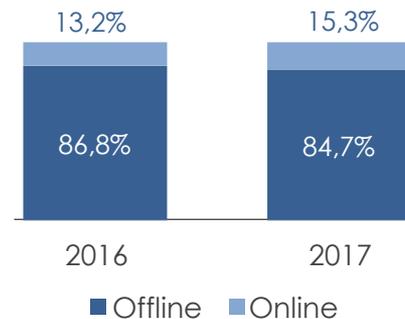
Publicidad nacional vs local¹



Publicidad nacional¹: Papel vs Digital



Publicidad local¹: Papel vs Digital

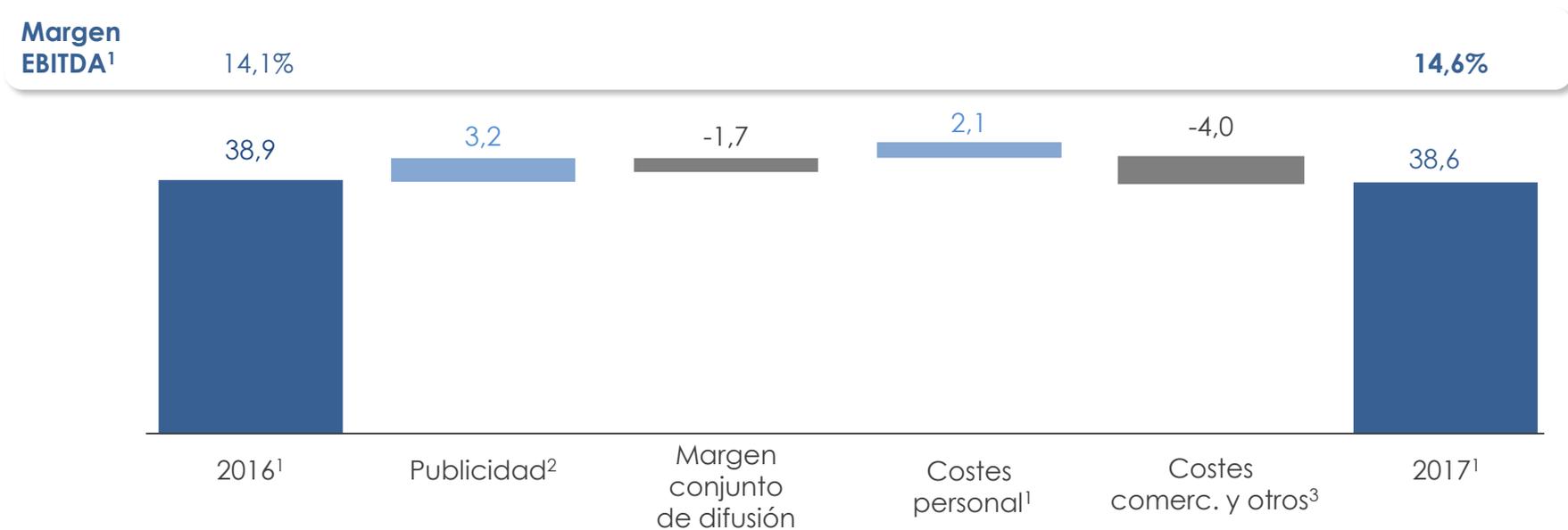


Nota 1: Datos de publicidad bruta. No incluye ni Audiovisual ni Otros.

REGIONALES: MANTENIMIENTO DE LA RENTABILIDAD

Evolución de EBITDA comparable de Regionales

Variación 2016 vs 2017 excepto EBITDA comparable €m y margen EBITDA comparable %



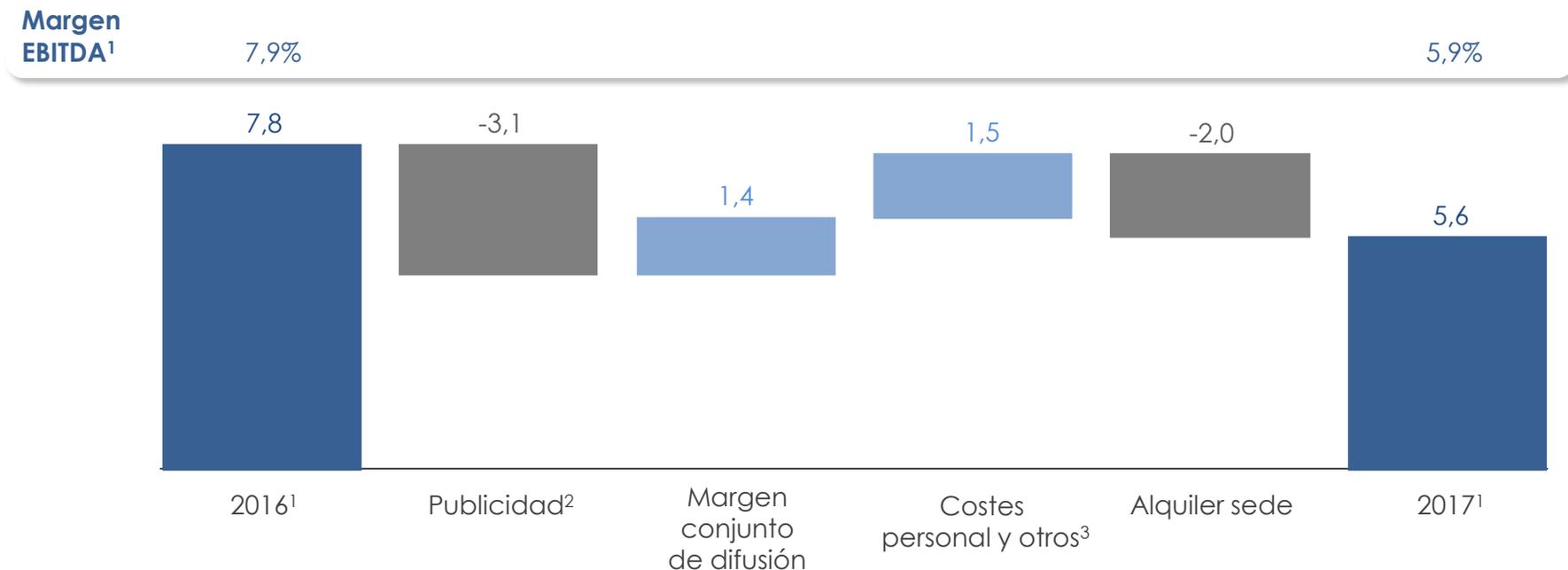
Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2016 €-4,2m y 2017 €-4,8m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: incluye costes comerciales, costes de lanzamiento de LDK, margen de imprentas, y otros costes fijos.

ABC: IMPACTO DEL NUEVO ALQUILER EN SU EBITDA

Evolución de EBITDA comparable de ABC

Variación 2016 vs 2017 excepto EBITDA comparable €m y margen EBITDA comparable %

Acuerdo con Prisa en
impresión 2018



Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2016 €-2,6m y 2017 €-3,7m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen costes de personal, margen de imprentas, gastos comerciales y otros costes fijos.

Tarjeta Oro ABC: Marketing inteligente (de acciones masivas a medidas dirigidas)

Objetivos

- Identificación del cliente en punto de venta
- Generación de recurrencia para atenuar la caída orgánica de difusión
- Rentabilizar la inversión en promociones de difusión

Principales resultados

- 75% de venta fiel identificada
 - 30.000 tarjetas ABC activadas
 - 12.000 tarjetas activas promedio por semana (92% Heavy Users)
- Efecto incremental en la difusión (4.000 ejemplares diarios)
- Mejora en marketing

Extensión a los diarios regionales de VOCENTO entre 2017 y 2018

COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

Ingresos publicitarios

Ingresos publicitarios y e-commerce ingresos digitales representan un 32%

LOCAL DIGITAL KIT



pisos.com

AUTOCASION.com

infoempleo.com

Modelos de pago

Más de 14.000 suscriptores ON+

EL CORREO on+

EL DIARIO VASCO on+

IDEAL on+

EL DIARIO MONTAÑÉS on+



Ingresos transaccionales

Ingresos c.€3m

Oferplan

guapabox

NEGOCIOS DE DIVERSIFICACION

Gastronomía: dos congresos gastronómicos referentes a nivel nacional e internacional

1. Madridfusión:



- Congreso 2018 ha batido cifras del año anterior:
 - Cerca de **2.000 congresistas +20% vs 2017**
 - **75 ponentes internacionales** (55 estrellas Michelin)
 - **13.000 visitantes** profesionales
- Potencial de internacionalización en Asia y LatAm

2. Gastronomika San Sebastián:

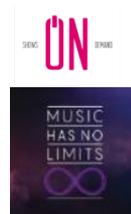


- **1.500 congresistas**
- **215 ponentes** de **45 nacionalidades** (más de **70 estrellas Michelin**)
- **13.000 visitantes** profesionales

Otros negocios

1. Producción de contenidos para terceros
2. Organización de eventos vía crowdfunding
3. Eventos musicales

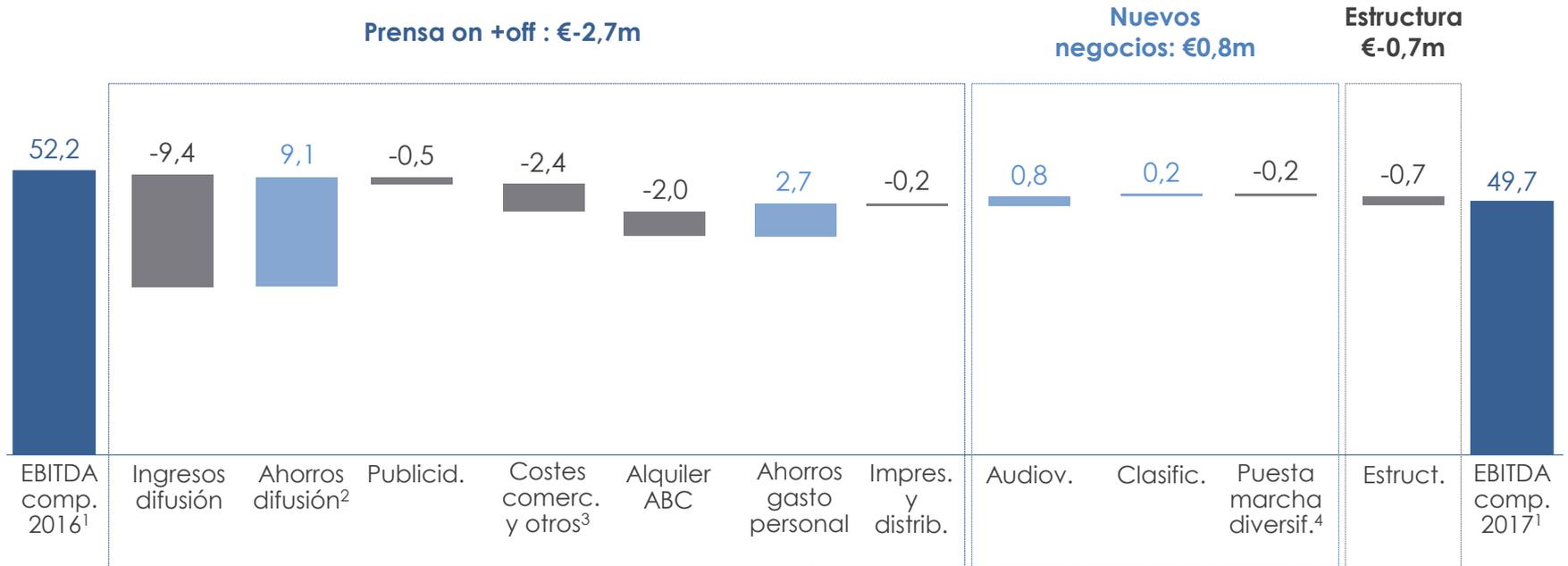
Moka



CONTINÚA EL ENFOQUE EN COSTES

Evolución del EBITDA comparable VOCENTO 2016-2017

Variación 2016 vs 2017 excepto EBITDA comparable (€m)



Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" 2016 €-10,1m y 2017 €-10,1m. Nota 2 : incluye ahorros en promociones de difusión. Nota 3: Incluye gastos de LDK, mayores costes de eventos, etc. Nota 4: Gastronomía y Factor Moka.

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

NIIF
(Datos en €m)

	2017		2016		Var%
Ingresos de explotación	423,9		448,8		-5,5%
Gastos explotación comparables ¹	-374,2		-396,5		5,6%
EBITDA comparable¹	49,7		52,2		-4,9%
Indemnizaciones y "one offs"	-10,1		-10,1		0,5%
EBITDA	39,6		42,1		-6,0%
EBIT	17,8		44,4	→ Venta edificio ABC	-59,8%
Resultado financiero y otros	-4,8		-6,8		29,1%
Resultado antes de impuestos	14,9		34,8		-57,3%
Impuesto sobre sociedades	-13,1	→ Ajuste créditos fiscales €14,1m (no caja)	-92,6	→ RD Ley 3/2016	85,9%
Beneficio antes de minoritarios	1,8		-57,8		n.a
Resultado atribuible Sociedad Dominante	-4,8		-60,0		92,0%

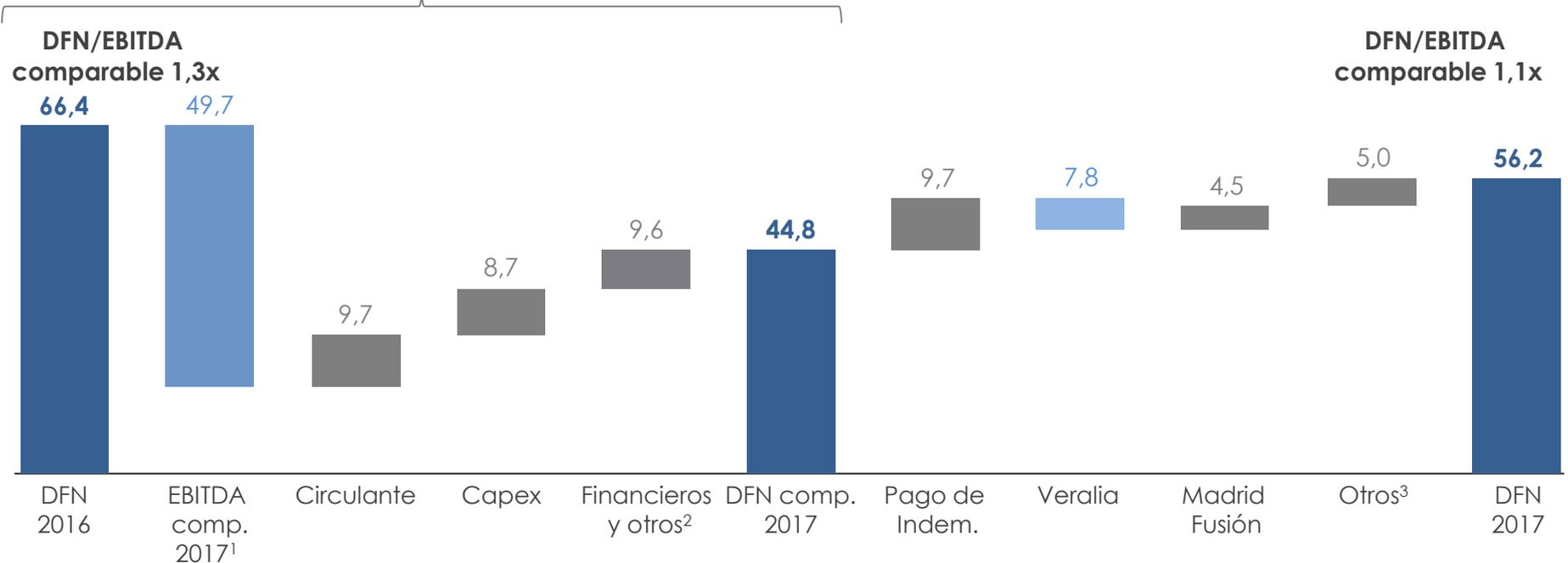
Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" 2017 -10,1 y 2016 €-10,1m.

REDUCCIÓN DE DEUDA Y GENERACIÓN DE CAJA

Evolución deuda financiera neta VOCENTO

€m

Caja ordinaria generada
€21,6m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal y "one offs" 2017 €-10,1m. Nota 2: incluye ingresos anticipados, gastos financieros netos, dividendos a minoritarios, impuestos. Nota 3: incluye el pago relacionado con Las Provincias e impuestos de la venta del edificio de ABC.

ÍNDICE

1. PERSPECTIVA 2011-2017

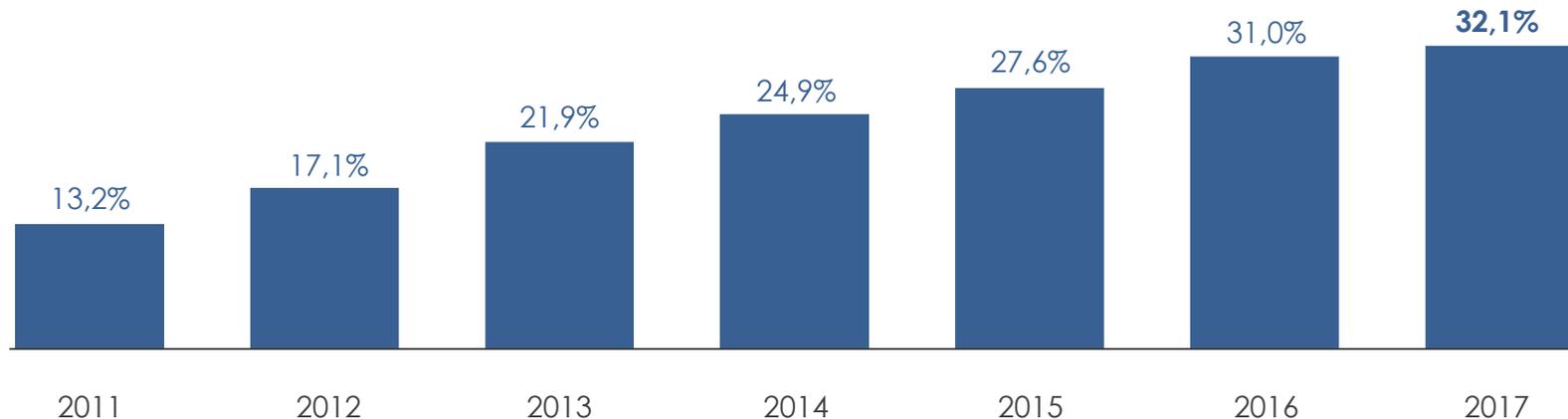
2. EVOLUCIÓN EN 2017

3. ANEXOS

DESARROLLO DE LOS INGRESOS PUBLICITARIOS DIGITALES

Ingresos publicitarios digitales¹ sobre el total (%)

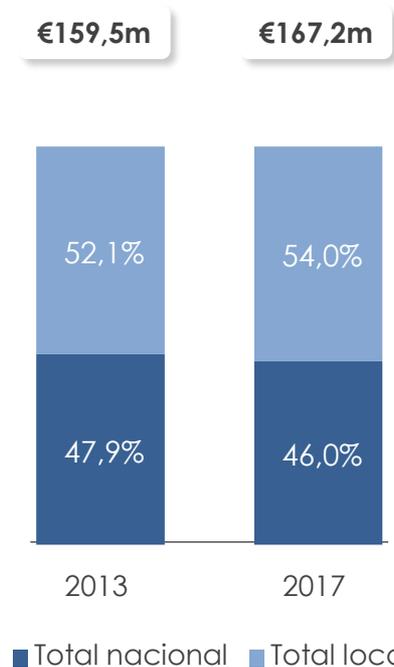
%



Nota 1: digital incluye los ingresos de e-commerce.

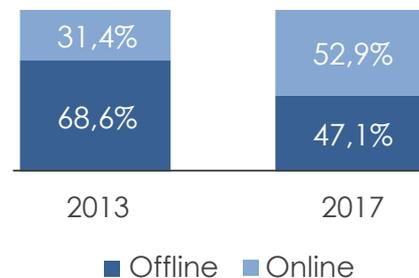
AUMENTA EL PESO DE LA PUBLICIDAD LOCAL

Publicidad nacional vs local¹

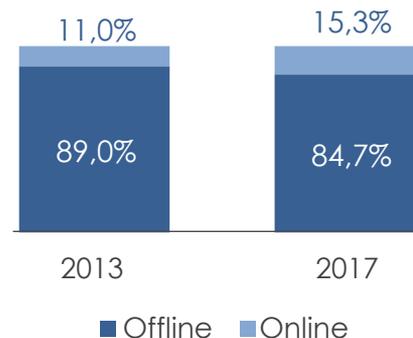


TAMI ² 2013-2017	
Nacional	0,2%
Local	2,1%
Total	1,2%

Publicidad nacional¹: Papel vs Digital



Publicidad local¹: Papel vs Digital

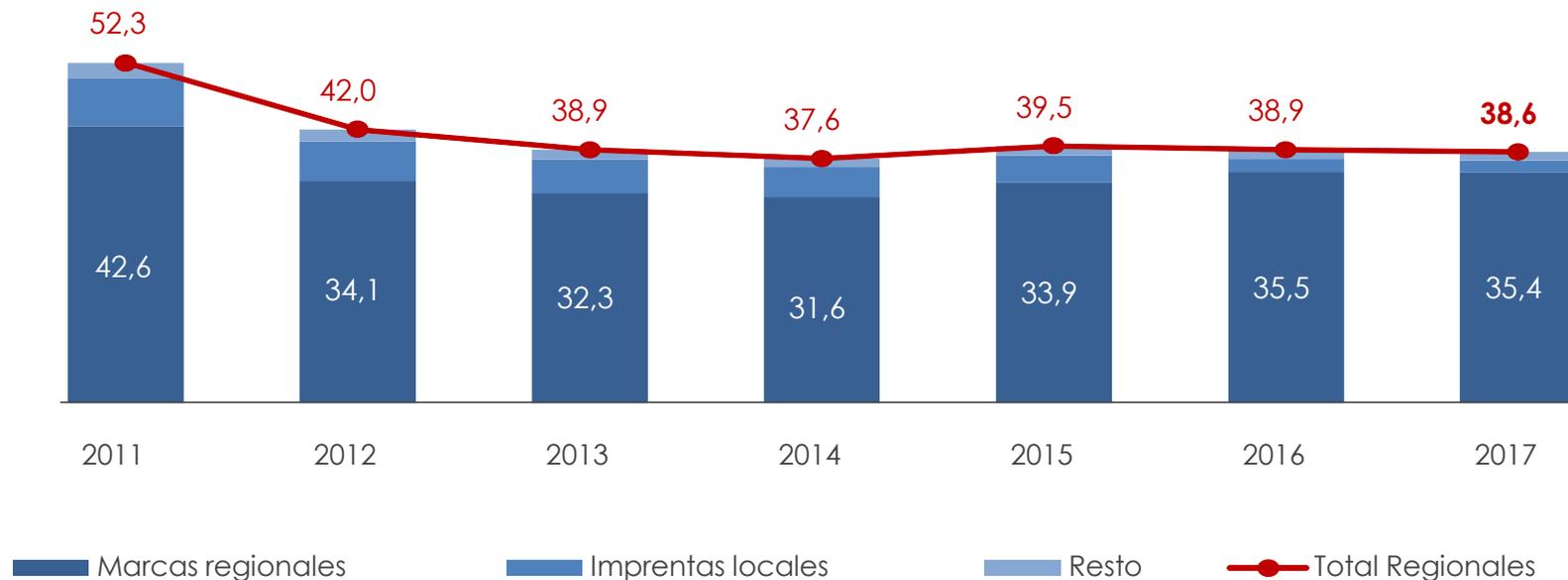


Nota 1: Datos de publicidad bruta 2013-2017. Nota 2: tasa anual media de incremento.

ESTABILIZADA LA RENTABILIDAD EN REGIONALES

Evolución anual EBITDA comparable¹ regionales 2011-2017

€m

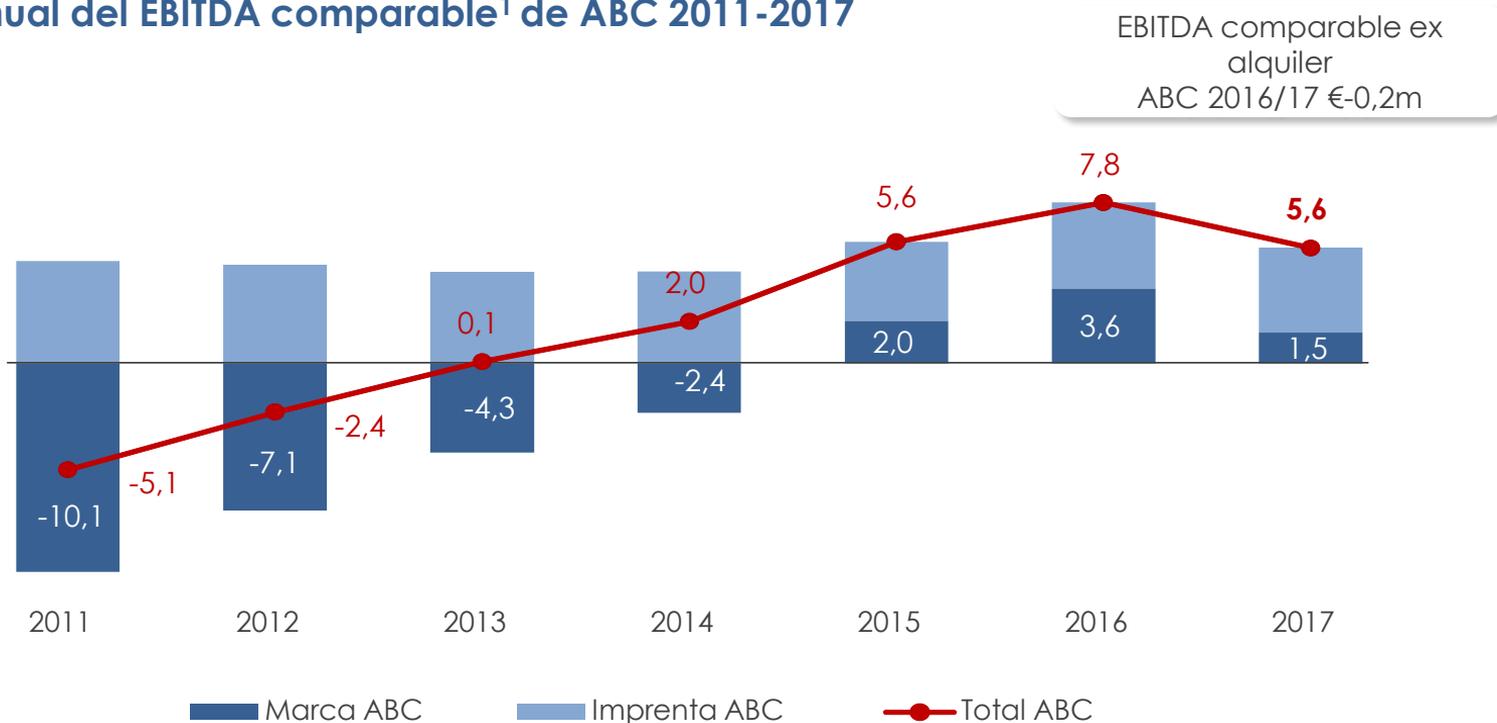


Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs.

RECUPERACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE ABC

Evolución anual del EBITDA comparable¹ de ABC 2011-2017

€m

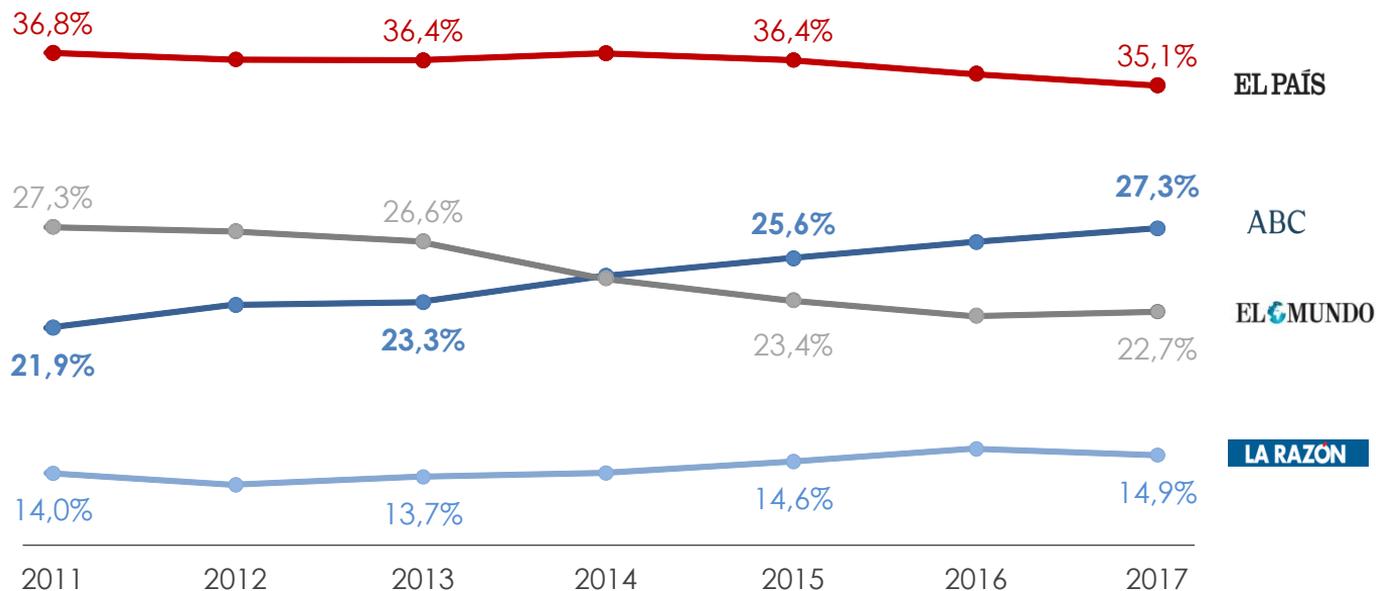


Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs.

ABC CONSOLIDA POSICIÓN #2 EN MADRID

ABC cuota de difusión ordinaria en la Comunidad de Madrid

%



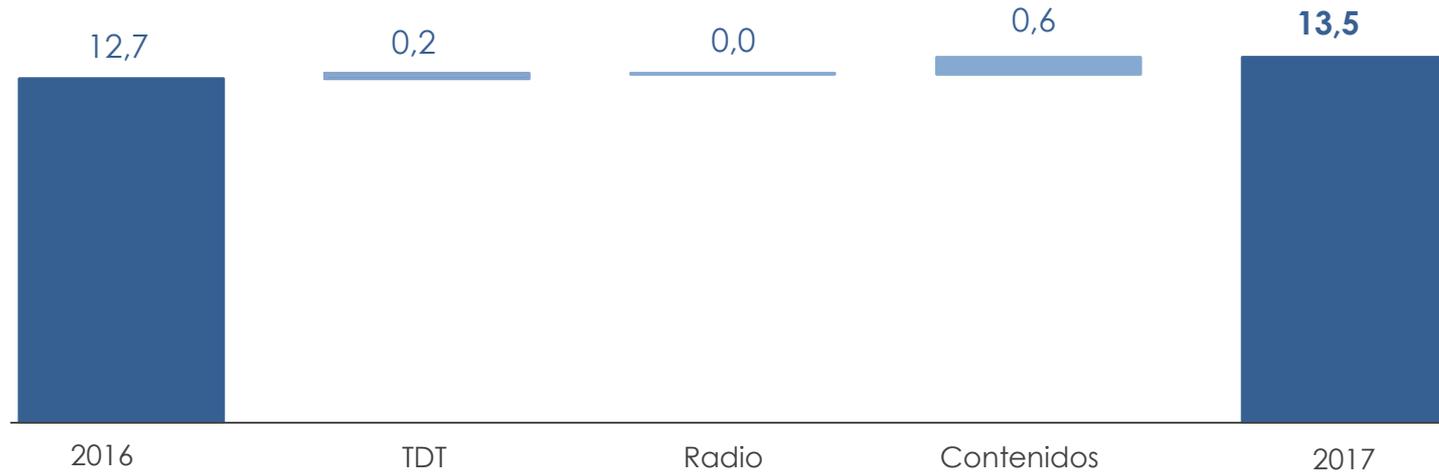
La audiencia online en movilidad¹ de ABC.es en 2017 (+36,7%) mayor incremento que sus comparables

+5,4 p.p. cuota mercado desde 2011

AUDIOVISUAL: DIVISIÓN CON RENTABILIDAD ESTABLE

Evolución en EBITDA comparable¹ de Audiovisual

Variación 2016 vs 2017 excepto EBITDA comparable (€m)

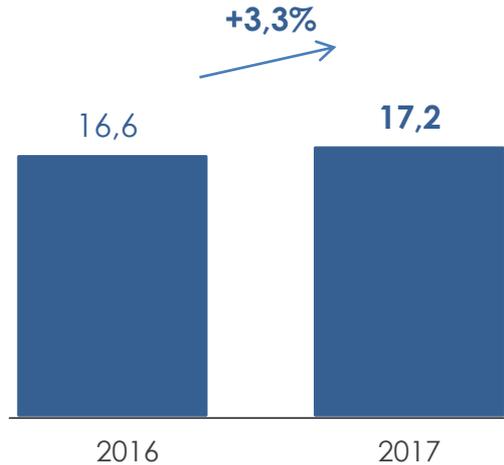


Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2017 €-0,2m.

CRECIMIENTO EN CLASIFICADOS

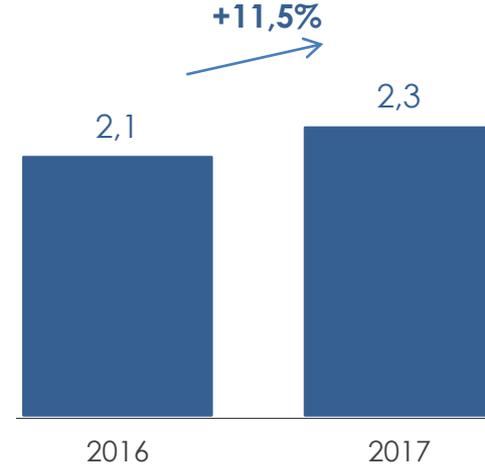
Evolución publicidad 2016-2017

Ingresos publicitarios (€m) y variación (%)



Evolución EBITDA comparable¹ 2016-2017

€m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 2016 €-0,1m.

ANEXO FINANCIERO

BALANCE CONSOLIDADO

NIIF
(Datos en €m)

	2017	2016
Activos no corrientes	330,9	363,8
Activos corrientes	136,3	134,9
Activos mantenidos para la venta	0,5	0,2
TOTAL ACTIVO	467,7	498,9
PATRIMONIO NETO	252,0	255,1
Deuda financiera	79,6	86,1
Otros pasivos no corrientes	38,9	53,6
Otros pasivos corrientes	97,2	104,1
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	467,7	498,9
Deuda financiera neta	56,2	66,4

VARIACIÓN DEUDA FINANCIERA NETA 2017

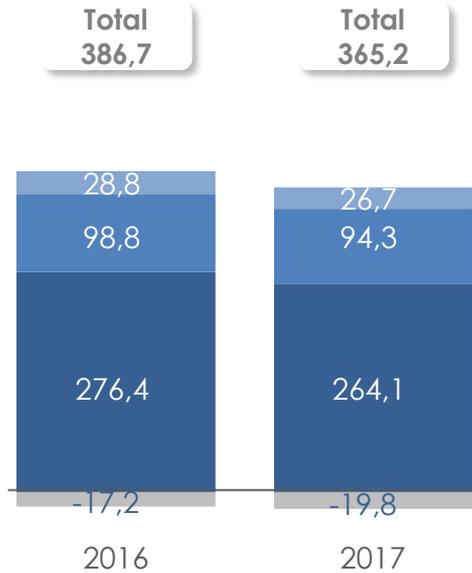
NIIF (Datos en €m)	2017	2016
EBITDA comparable	49,7	52,2
Variación de circulante	-9,7	-12,3
Capex	-8,7	-7,3
Otras partidas ¹	0,1	-1,1
Cash flow proveniente de actividades recurrentes	31,3	31,6
Intereses cobrados	0,4	0,2
Dividendos e intereses pagados ²	-10,1	-10,4
Total cash flow ordinario	21,6	21,4
Pago medidas ajuste	-9,7	-10,3
Suma de partidas no recurrentes con impacto en el cash flow ³	-1,6	31,2
Cambio en Deuda Financiera Neta	10,3	42,4
Deuda Financiera Neta	56,2	66,4

Nota 1: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros. Nota 2: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 3: incluye entre otros la venta del inmuebles de ABC. el segundo plazo de la compra del 34% de participación en Rotomadrid y ejercicio de una opción de venta en Las Provincias.

INGRESOS POR NEGOCIO

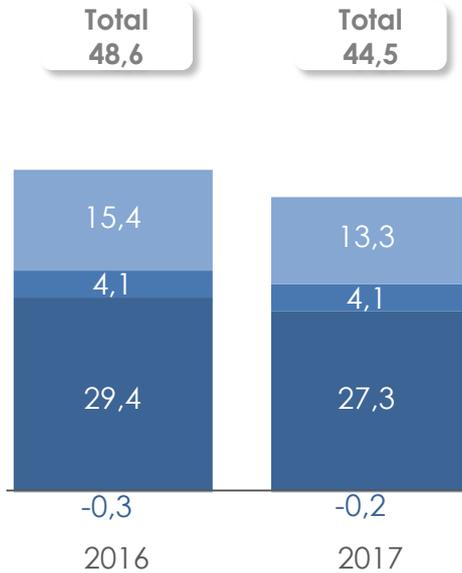
Periódicos

€m



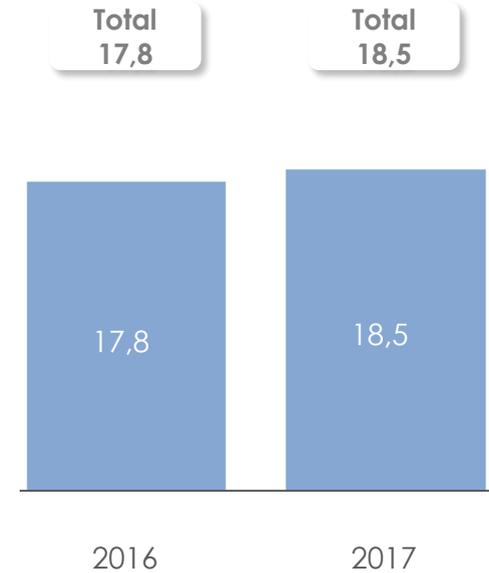
Audiovisual

€m



Clasificados

€m



■ Regionales ■ ABC ■ Supl. y Rev ■ Eliminac.

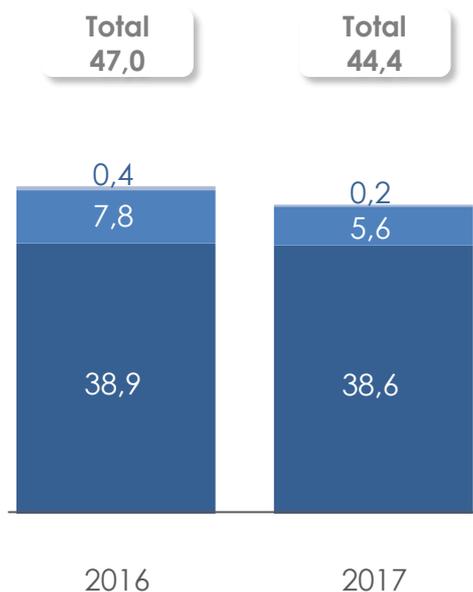
■ TDT ■ Radio ■ Contenidos ■ Eliminac.

■ Clasificados

EBITDA COMPARABLE¹ POR NEGOCIO

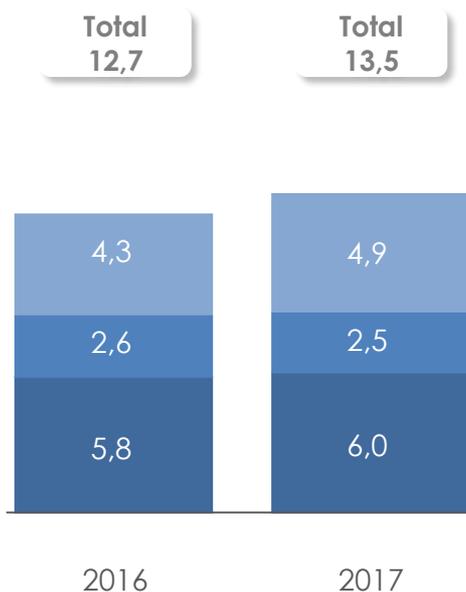
Periódicos

€m



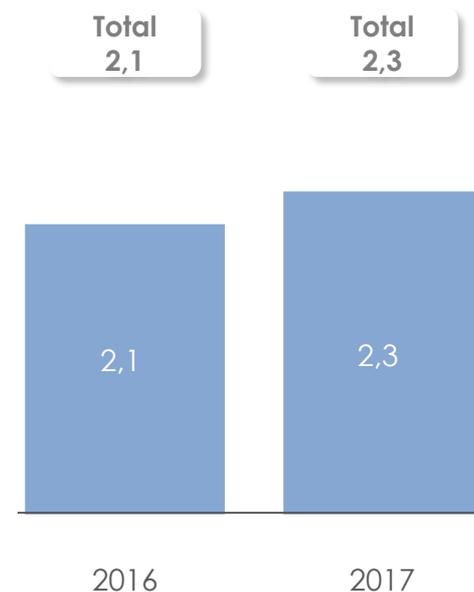
Audiovisual

€m



Clasificados

€m



■ Regionales ■ ABC ■ Supl. y Rev

■ TDT ■ Radio ■ Contenidos

■ Clasificados

Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 2015 €-1,6m y 2016 €-6,8m , y Clasificados 2015 €-0,2m y 2016 €-0,1m.

MEDIDAS ALTERNATIVAS DEL RENDIMIENTO (M.A.R)

Nota: las definiciones y el método de cálculo de las Medidas Alternativas del Rendimiento (M.A.R) no han cambiado sobre lo presentado en los anteriores Resultados de enero-septiembre 2017

Asimismo, aparte de las definiciones y el método de cálculo de las Medidas Alternativas del Rendimiento (M.A.R), se incluyen los nuevos cálculos para el periodo de enero a diciembre 2017 en el Informe de Resultados 2017

AVISO LEGAL

Las declaraciones contenidas en este documento, incluyendo aquellas referentes a cualquier posible realización o estimación futura de Vocento S.A. o su grupo, son declaraciones prospectivas y en este sentido implican riesgos e incertidumbres.

Asimismo, los resultados y desarrollos reales pueden diferir materialmente de los expresados o implícitos en las declaraciones anteriores, dependiendo de una variedad de factores, y en ningún caso suponen ni una indicación del rendimiento futuro ni una promesa o garantía de rentabilidad futura.

Adicionalmente, ciertas cifras incluidas en este documento se han redondeado. Por lo tanto, en los gráficos y tablas se pueden producir discrepancias entre los totales y las sumas de las cifras consideradas individualmente u otra información disponible, debido a este redondeo.

El contenido de este documento no es, ni debe

ser considerado, un documento de oferta o una oferta o solicitud de suscripción, compra o venta de acciones, y no se dirige a personas o entidades que sean ciudadanas, residentes en, constituidas en o ubicadas en, cualquier jurisdicción en la que su disponibilidad o uso constituyan una infracción de la legislación o normativa local, requisitos de registro y licencia. Del mismo modo, tampoco está dirigido ni destinado a su distribución o utilización en país alguno en el que se refiera a valores no registrados.

Por todo lo anterior, no se asume responsabilidad alguna, en ningún caso, por las pérdidas, daños, sanciones o cualquier otro perjuicio que pudiera derivarse, directa o indirectamente, del uso de las declaraciones e informaciones incluidas en el documento.

ABC

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO
MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla

EL COMERCIO

LAS PROVINCIAS

LA VOZ
DE CÁDIZ

Colpisa

XI Semanal

mujerhoy

INVERSIÓN
finanzas.com

CORAZÓN
CZ1

CODIGO

Infoempleo

AVANZA
ENTUCARRERA.COM

Autocasión

Oferplan

pisos.com

guapabox

eslang.

cmvocento

K+
KIOSKO
Y MAS

COPE
con la fuerza de ABC

NET TV

veralia

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Pintor Losada, 7. 48007 Bilbao (Bizkaia)
Tel.: 902 404 073 | e-mail: ir@vocento.com