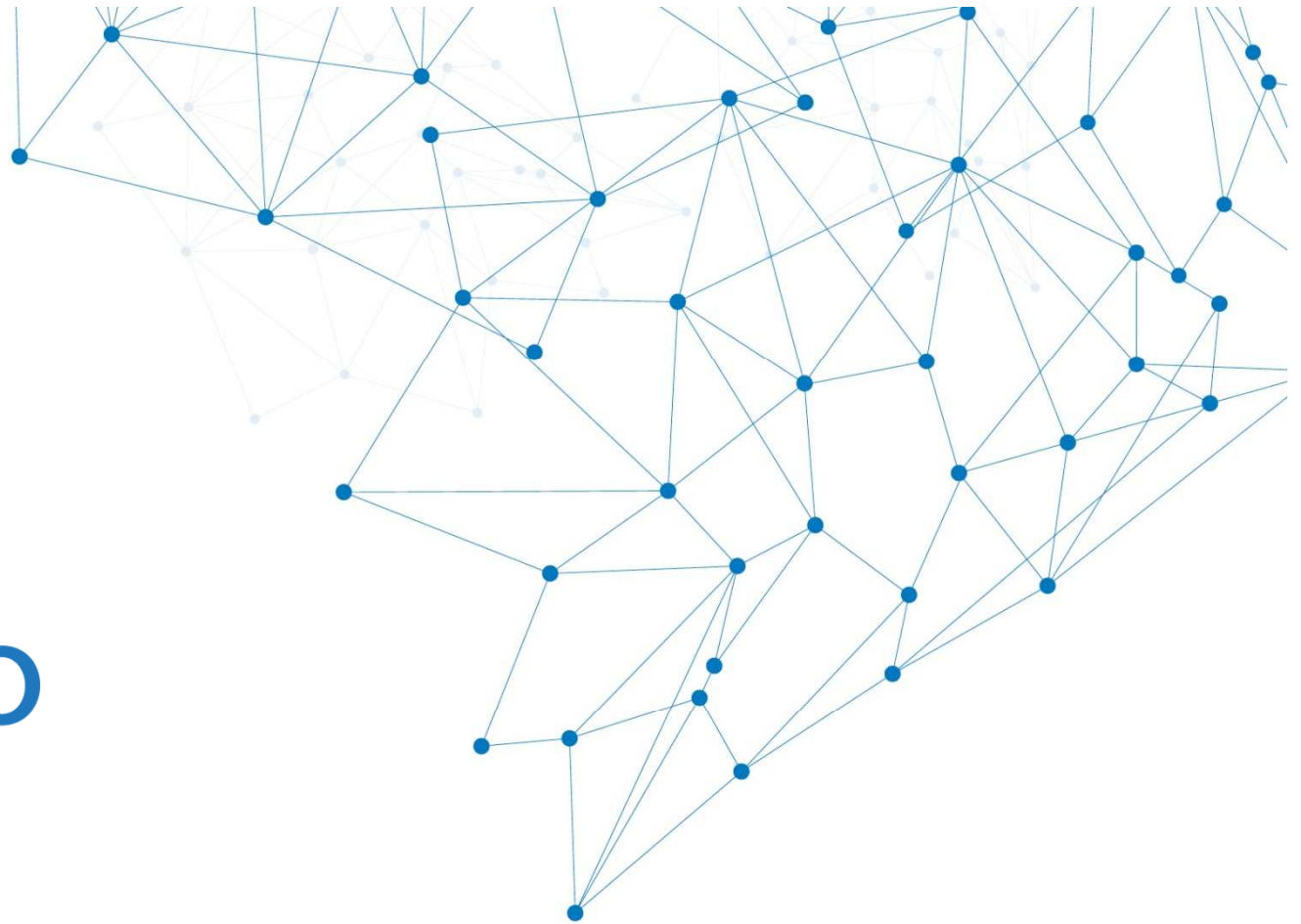


RESULTADOS 2019

**vocento**

27 DE FEBRERO DE 2020



## PRINCIPALES HITOS 2019

### CRECIMIENTO DE INGRESOS POR DIGITAL Y DIVERSIFICACIÓN

- **Cumplimiento** en 2019 de los objetivos comunicados en el **Día del Inversor**
- **Ingresos VOCENTO crecen** +2,2% gracias a **digital** y a **diversificación** (+36,8%)
- **Crecimiento publicidad** +5,5% (comparable +0,2% vs mercado -3,0%) con digital +21,8%<sup>1</sup> (41,4% del total<sup>1</sup>)
  - **Publicidad local -3,5%** afectada por tres procesos electorales y por el descenso en esquelas
  - **Publicidad nacional +13,7%** por el crecimiento en digital y pese a ON+

### MEJORA DEL EBITDA Y BENEFICIO NETO POSITIVO

- **Descenso del margen de difusión** €-3,4m. Efecto en EBITDA del precio del papel ca.€-2,0m que se revertirá en 2020. Acuerdo de cierre de la rotativa SVP en 4T19
- **Crecimiento del EBITDA** reportado de €+1,1m, situándose en €42,3m. **EBITDA** comparable €49,6m €+3,2m, +6,9%
- **Beneficio neto €6,3m**, descenso €-4,6m vs 2018 impactado por extraordinarios

### GENERACIÓN DE CAJA Y DIVIDENDO

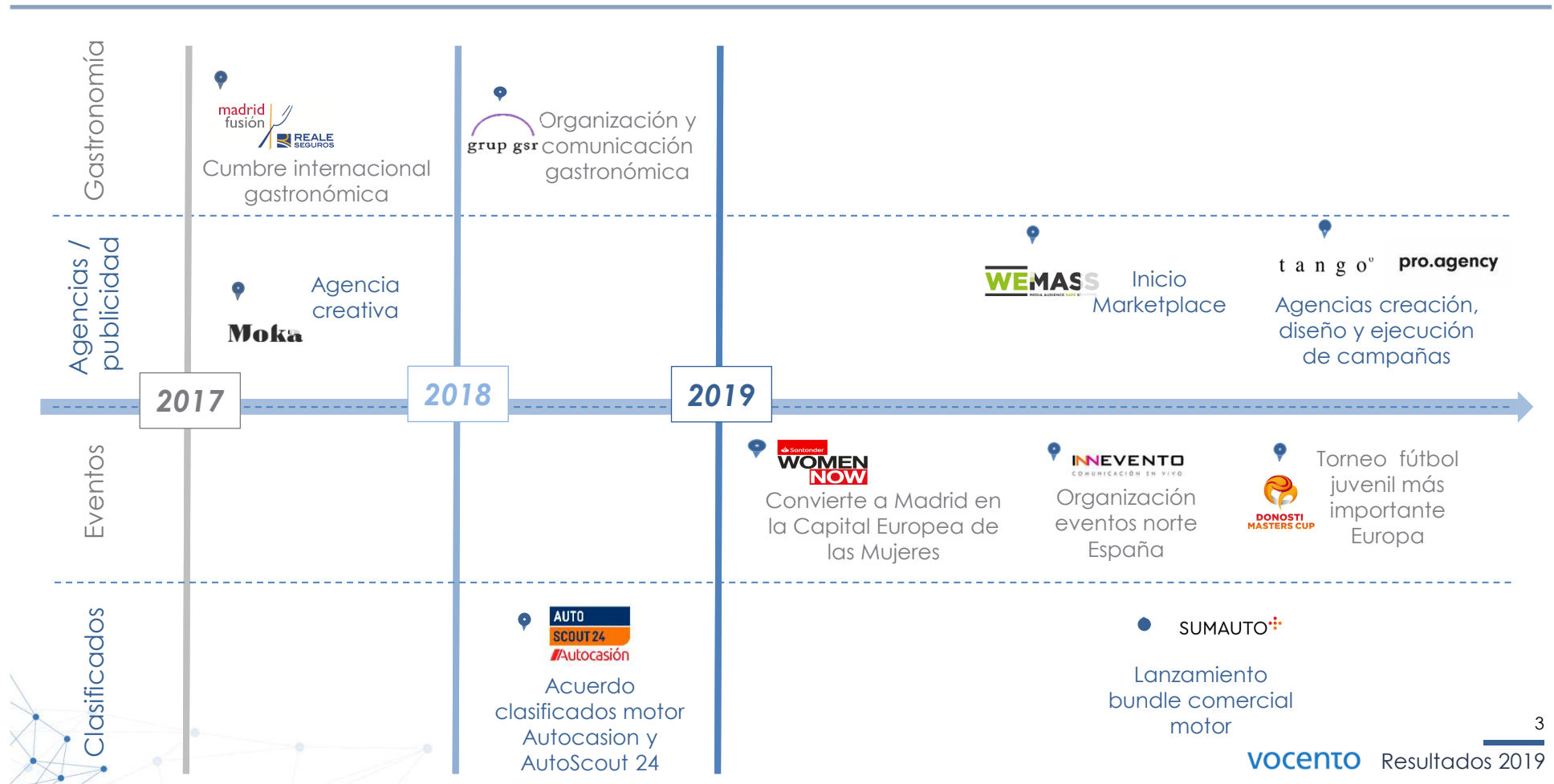
- **Generación de caja ordinaria** €25,2m. PFN €-52,8m (€+9,8m vs 2018, frente efecto NIIF 16 €10,0m) con DFN/EBITDA comparable 1,1x
- Propuesta del Consejo de Administración de dividendo de €0,036 por acción (€4,5m)

### MEDIDAS ESTRATÉGICAS EN NEGOCIOS DE DIVERSIFICACIÓN Y DIGITALES

- **Diversificación:** adquisición de las agencias Tango y Pro Agency amplía campo de crecimiento en ingresos
- **ON+ incrementa** suscriptores hasta ca. 40.000. En 2020 se estima que ABC y todos los Regionales incorporen el modelo

Nota 1: incluye los ingresos de e-commerce.

# DIVERSIFICACIÓN Y REFUERZO DIGITAL 2017-19



# ÚLTIMA ACCIÓN DIVERSIFICACIÓN: SOLUCIONES PARA MARCAS

## Agencias

### t a n g o°

Agencia creativa con foco en la experiencia del consumidor

Basada en "estrategia y creatividad" aplicada a punto de venta y medios como publicidad digital

### pro.agency

Estrategia creativa digital enfocada en e-commerce y performance

Foco en medio propios: campañas creativas por leads en RRSS o por conversión en venta B2B & B2C



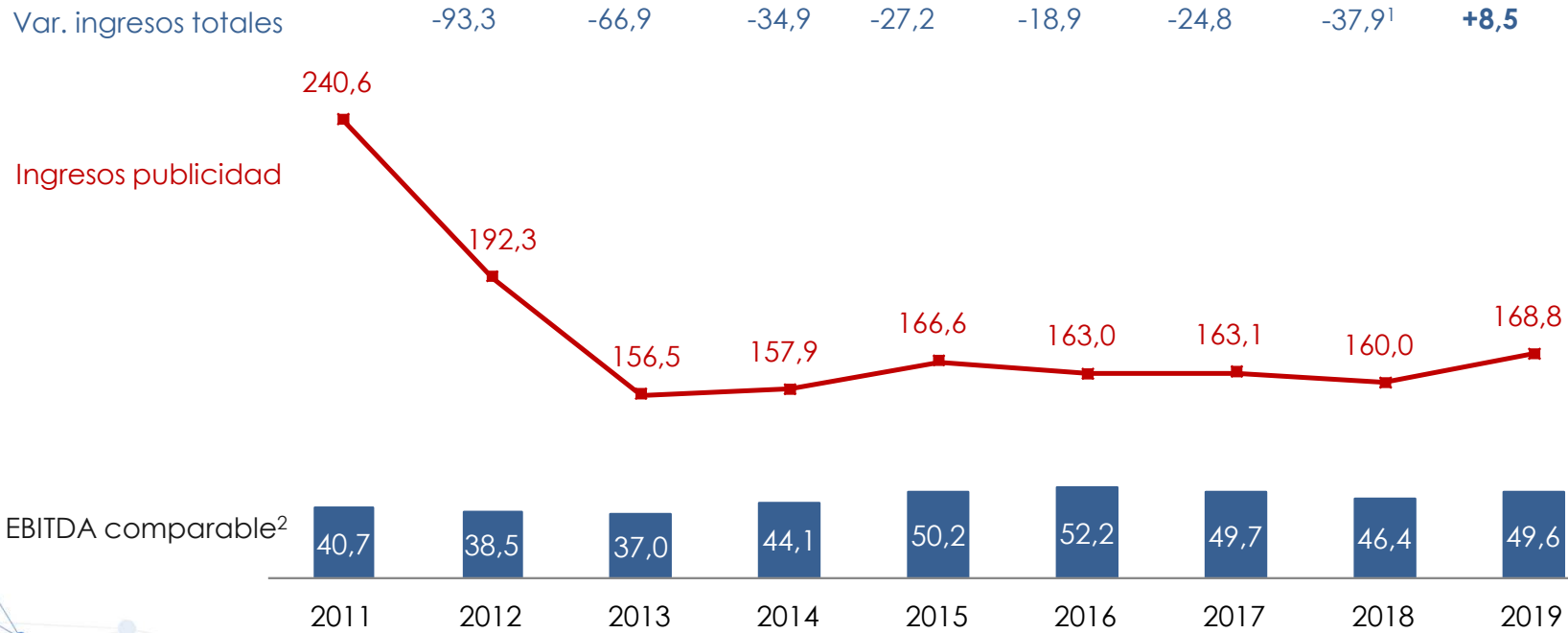
## Sinergias con Vocento



# CRECIMIENTO EN INGRESOS TOTALES Y PUBLICITARIOS EN 2019...

## Ingresos publicitarios y EBITDA comparable

Datos en €m



Nota 1 impacto de NIIF 15 (descenso ajustado €-9,0m); Nota 2: excluye medidas ajuste personal. En 2019 impacto de NIIF 16 (ajustado +0,0m).

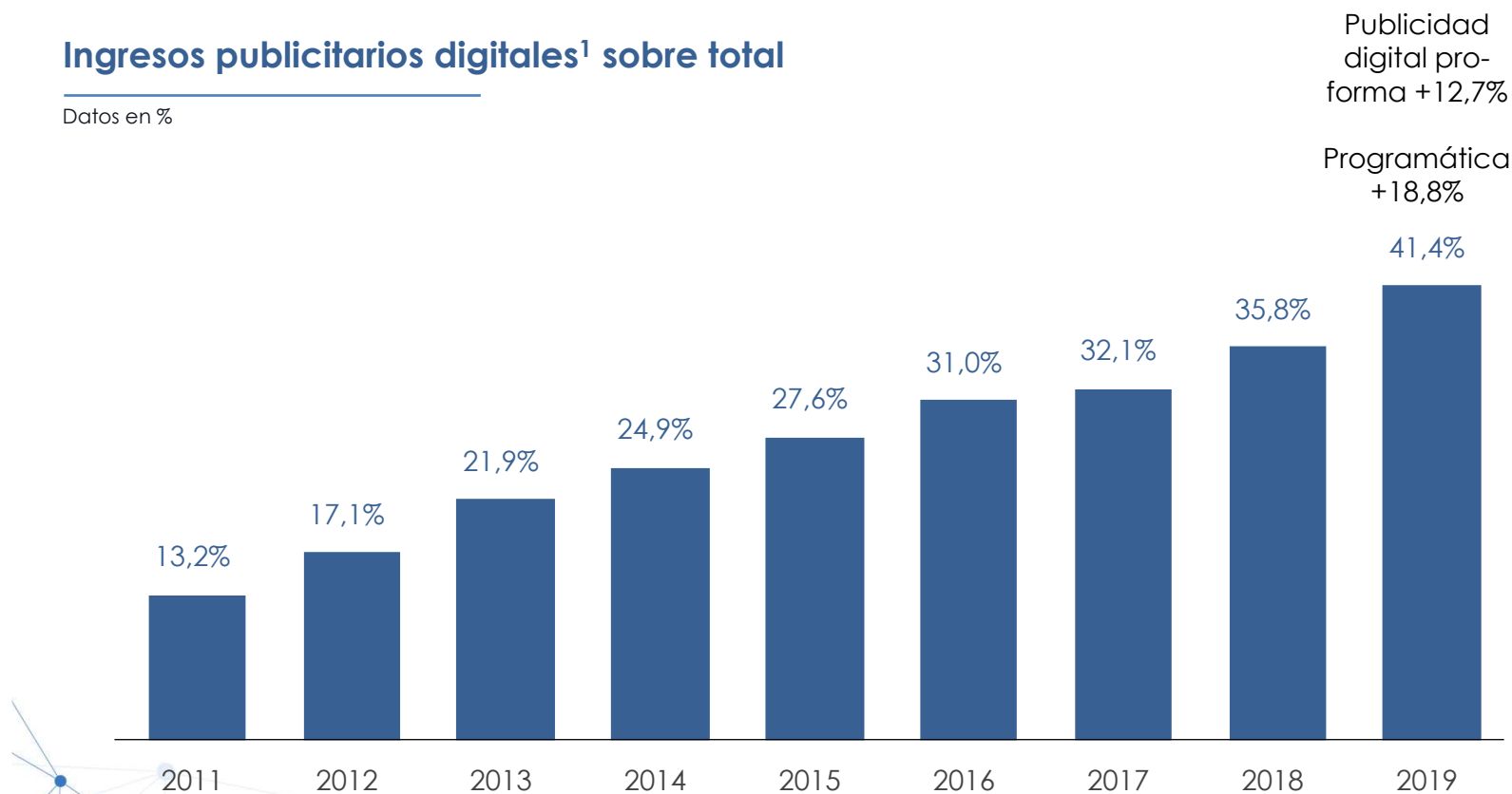
## ...CON MAYOR PESO DE DIGITAL Y PROGRAMÁTICA EN PUBLICIDAD

### Ingresos publicitarios digitales<sup>1</sup> sobre total

Datos en %

Publicidad digital pro-forma +12,7%

Programática +18,8%



Nota 1: incluyen ingresos e-commerce. Nota 2: incluye marcas de VOCENTO online (Portales Locales, ABC.es y Clasificados) y portales de Suplementos y Revistas.

## DESARROLLO DE LOS MODELOS ON+



Liderazgo, fidelidad del usuario y fortaleza de marca

1º lanzamiento de ON+ **EL CORREO on+**

Crecimiento en 2018 +51% hasta **21k usuarios**

Incorporación en 2016/18 **EL DIARIO VASCO on+** **EL DIARIO MONTAÑÉS on+** **IDEAL on+**

En 2019 alcanza **40k suscriptores (+85% anual)**.

Incorporación en 2019 **LA RIOJA on+** **MC on+** **SUR on+** **LV on+**

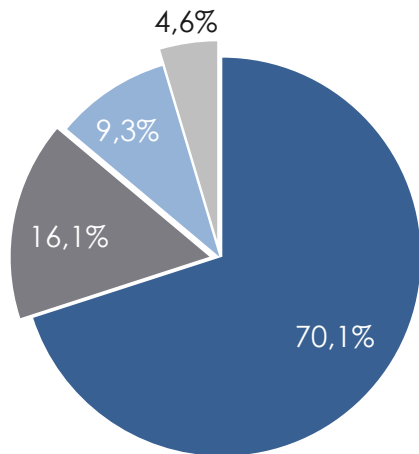
Modelo integrado en todos los regionales y lanzamiento en ABC



# CRECIENTE APORTACIÓN DE DIGITAL Y DIVERSIFICACIÓN

## Mix de ingresos

Datos en %



2018

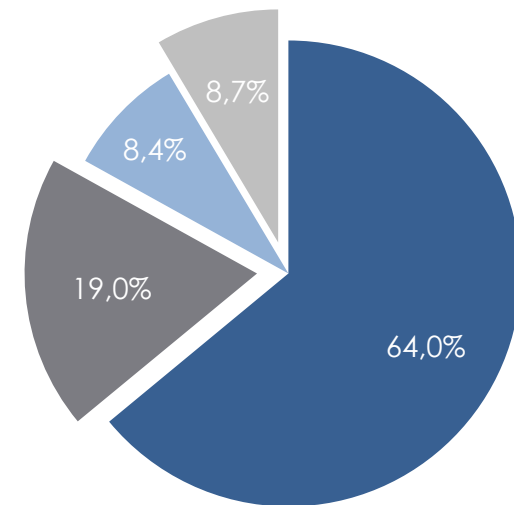
Digital y diversificación ya suponen 27,7%

WEMASS

SUMAUTO

Impacto de

Incorporación de t a n g o° pro.agency



2019

■ Prensa off¹ ■ Digital ■ Audiovisual ■ Diversificación

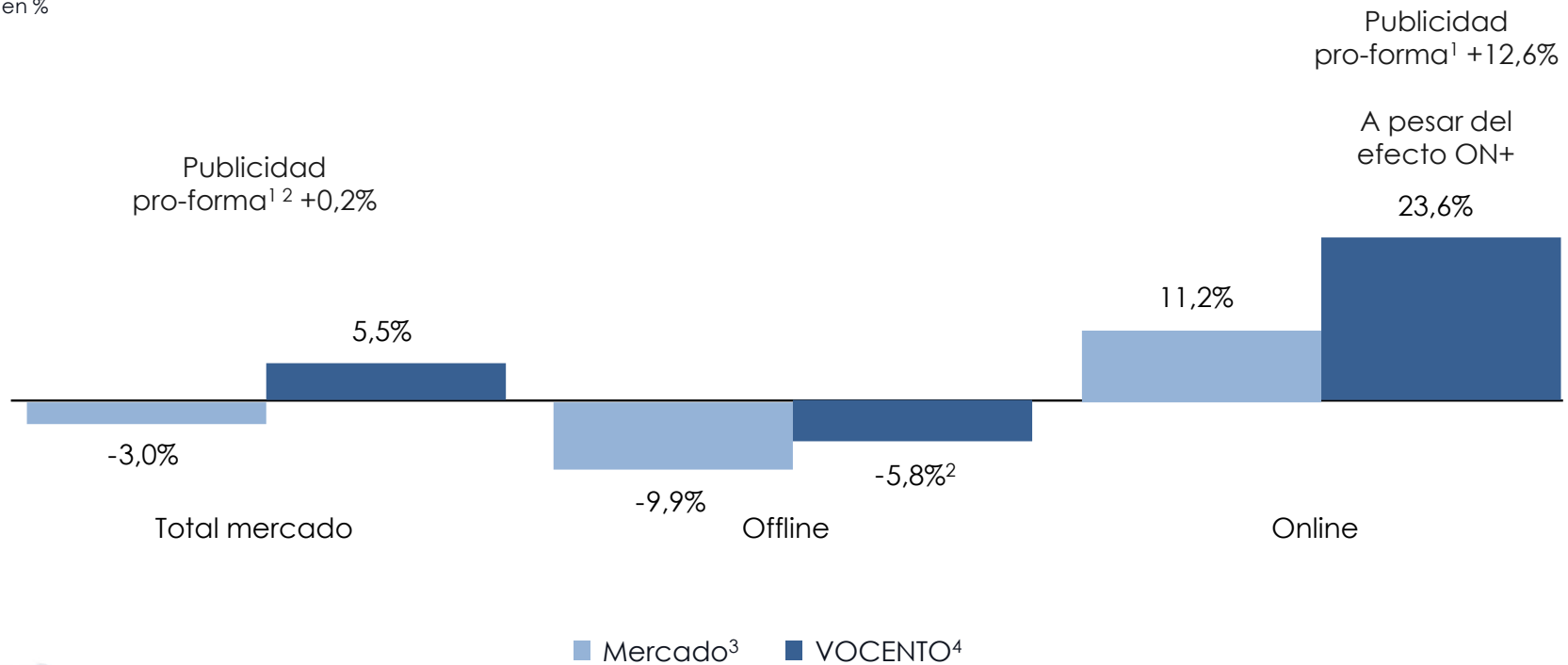
Nota 1: ajustes de consolidación se contabilizan en negocio de prensa off.



# EVOLUCIÓN DE PUBLICIDAD EN VOC SUPERA MERCADO

## Mercado publicitario y publicidad VOCENTO

Datos en %

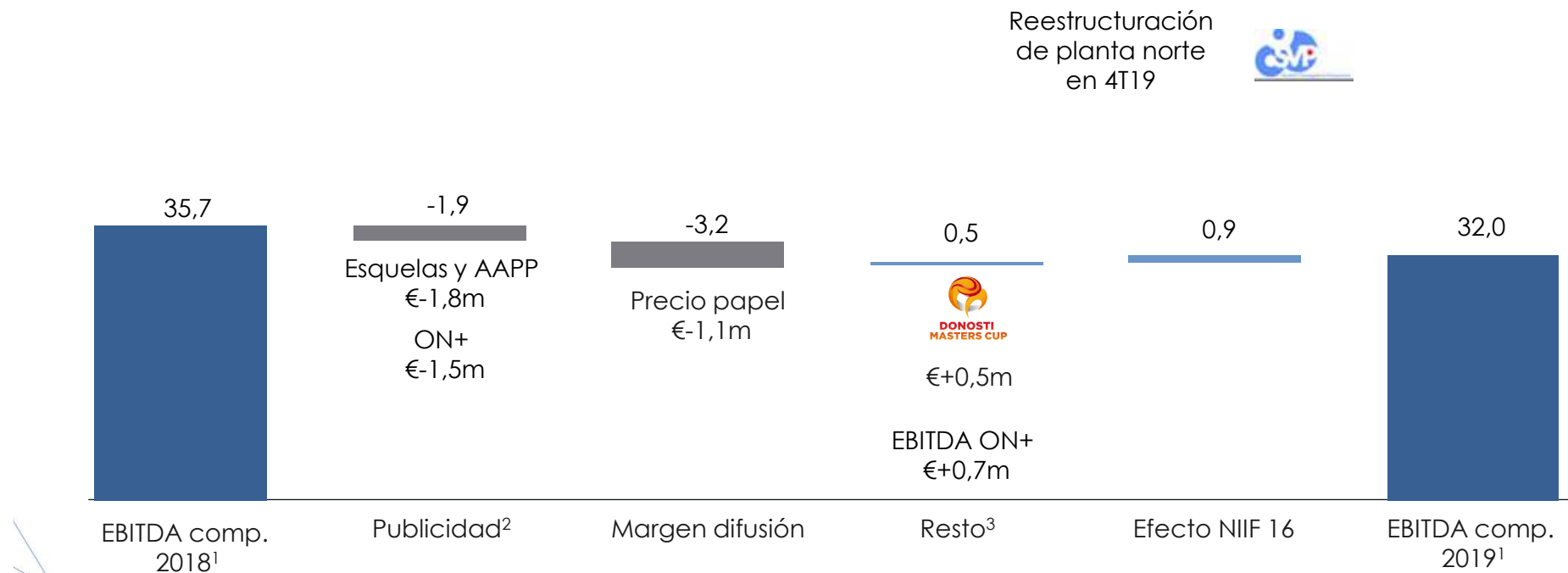


Nota 1: a perímetro constante. Nota 2: excluyendo reclasificación de patrocinios en publicidad. Nota 3: fuente de mercado i2p sin redes sociales. Nota 4: total VOCENTO, marcas de VOCENTO offline (Prensa Regional y ABC) y marcas de VOCENTO online (Portales Locales, ABC.es y Clasificados) para total mercado, offline y online respectivamente..

# REESTRUCTURACIÓN IMPRESIÓN ANTE CAÍDA MARGEN DIFUSIÓN DE REGIONALES

## Evolución de EBITDA comparable de Regionales

Variación 2018 vs 2019 excepto EBITDA comparable €m



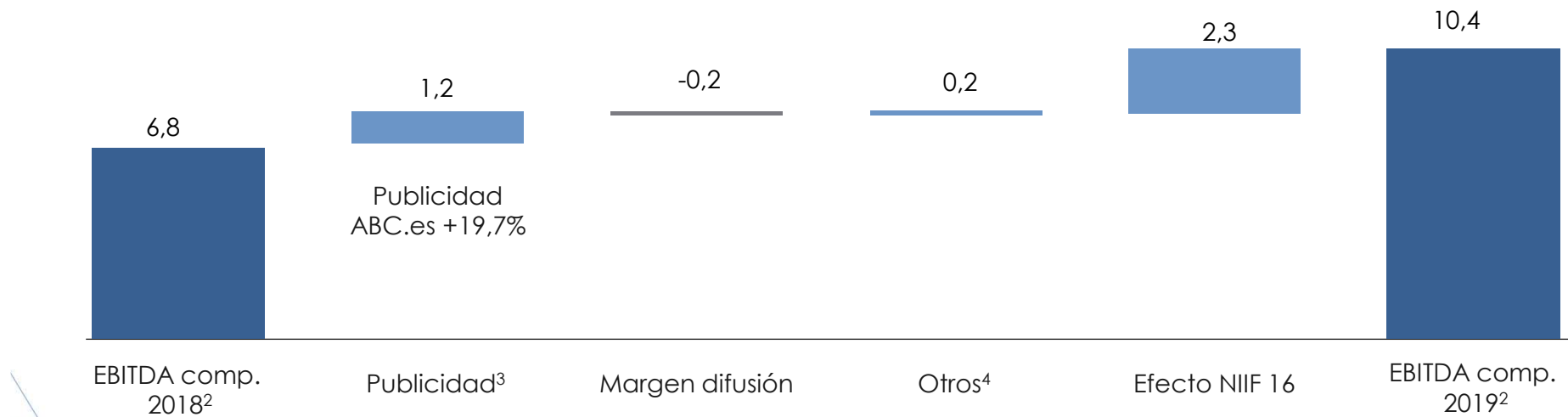
Nota 1: excluye medidas de ajuste 2018 €-3,2m y 2019 €-4,7m. Nota 2: actividad editora y digital excluye reclasificación de patrocinios en publicidad. Nota 3: incluye entre otros costes de personal, comerciales y margen de imprentas.

## CRECIMIENTO DE EBITDA EN ABC

### Evolución de EBITDA comparable de ABC

Variación 2018 vs 2019 excepto EBITDA comparable €m

ABC.es  
#1 en categoría sites y #2 en core<sup>1</sup>  
>200k nuevos usuarios registrados  
90k navegan logados



Nota 1: comScore dic19. Nota 2: excluye medidas de ajuste 2018 €-1,6m y 2019 €-1,2m. Nota 3: actividad editora y digital excluye reclasificación de patrocinios en publicidad. Nota 3: incluye entre otros costes de personal, comerciales y margen de imprentas.

# CLASIFICADOS INCREMENTAN SU RELEVANCIA EN EL GRUPO

## Cumplimiento de los objetivos anunciados

### Motor

SUMAUTO 

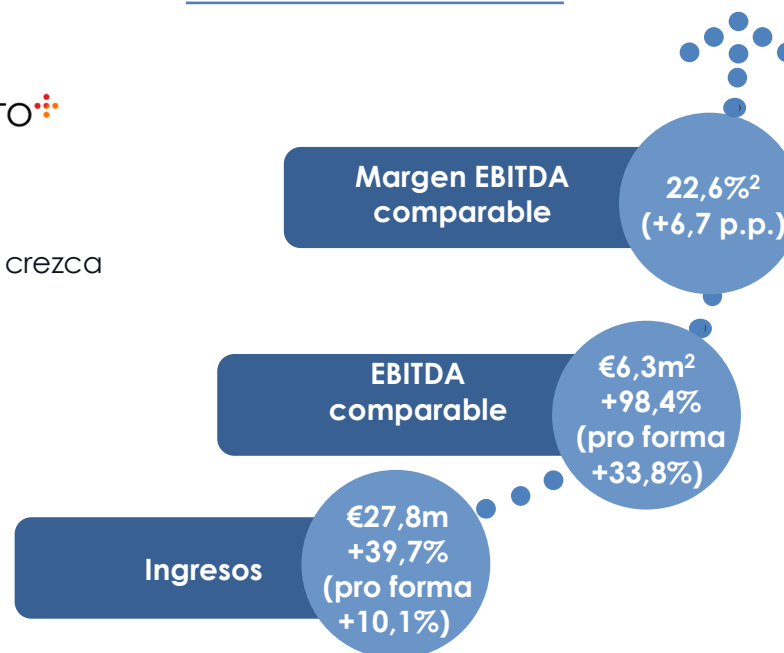
Integración de AutoScout24 y lanzamiento bundle

Sinergias 2020E permitirán publicidad Clasificados crezca doble dígito<sup>1</sup>>mercado

### Empleo

Venta de Infoempleo

## Crecimiento en 2019



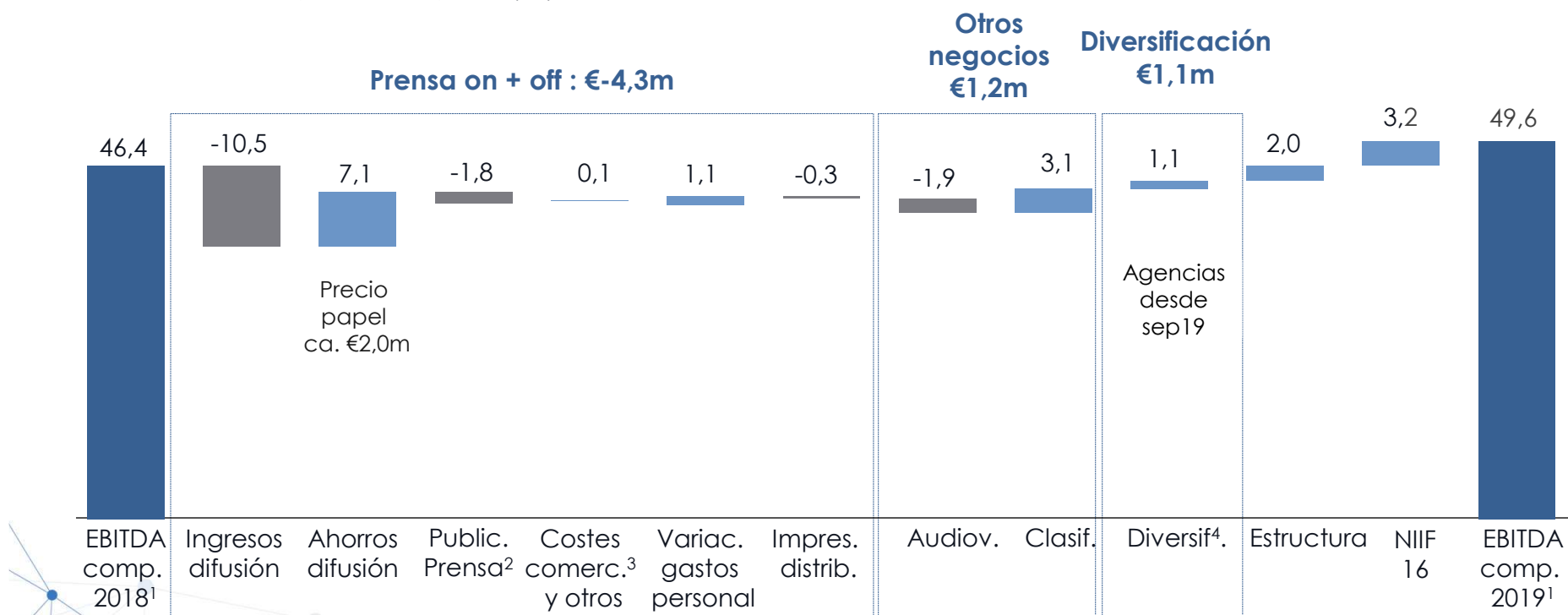
Nota 1: área Clasificados a perímetro constante.

Nota 2: excluye medidas de ajuste de personal de €-0,3m en 2019.

# CRECIMIENTO DE CLASIFICADOS Y DIVERSIFICACIÓN COMPENSAN PRENSA

## Evolución del EBITDA comparable VOCENTO 2018-2019

Variación 2018 vs 2019 excepto EBITDA comparable (€m)

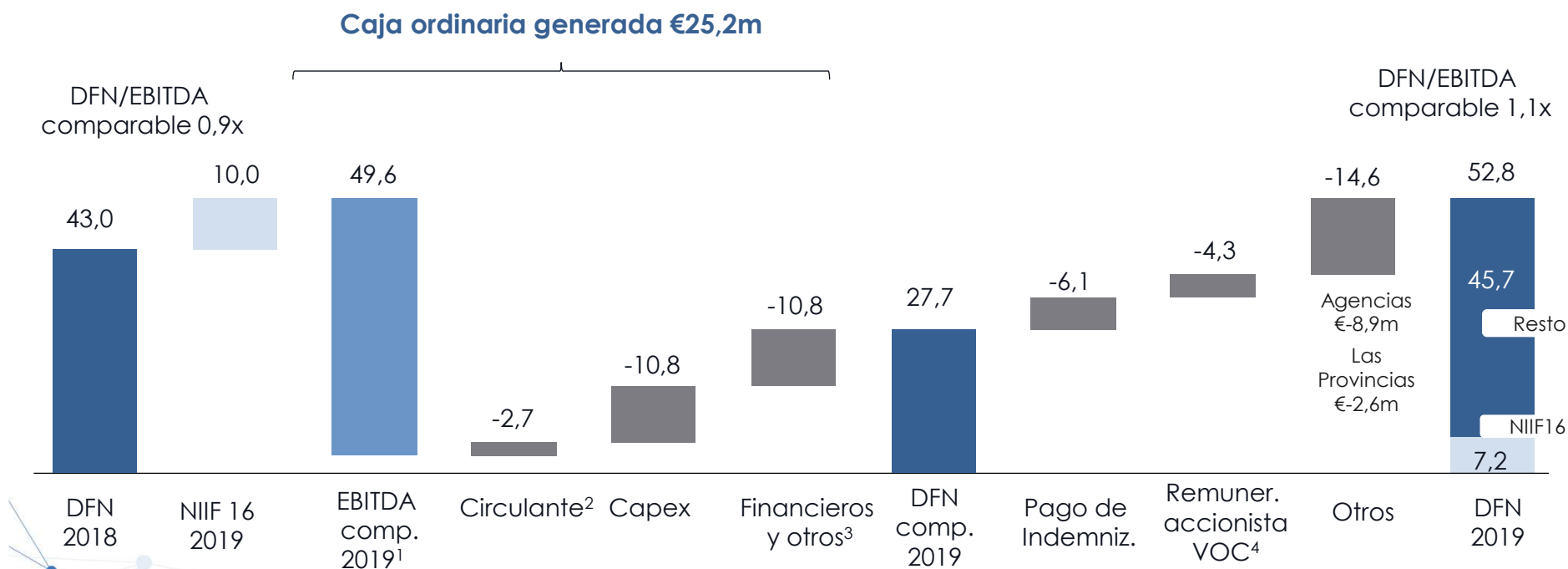


Nota 1: excluye medidas ajuste personal 2018 €-5,2m y 2019 €-7,3m. Nota 2: excluye reclasificación de patrocinios en publicidad. Nota 3: Incluye mayores costes de eventos, etc. Nota 4: Gastronomía y Agencias.

# GENERACIÓN DE CAJA ORDINARIA

## Evolución deuda financiera neta en 2019

Datos en €m

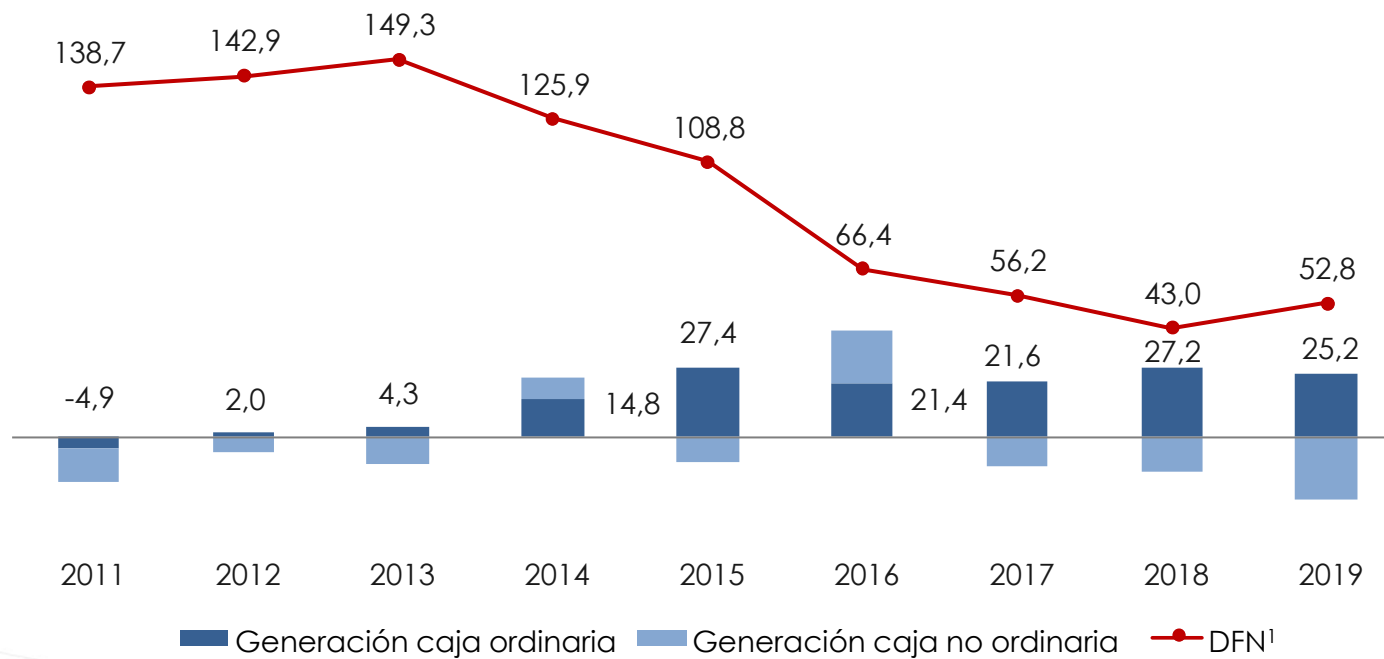


Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 2019 €-7,3m. Nota 2: incluye clientes, proveedores, existencias e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye ingresos anticipados, gastos financieros netos, dividendos a minoritarios, impuestos. Nota 4: incluye dividendo abonado y programa de recompra de acciones.

# GENERACIÓN DE CAJA ORDINARIA SOSTENIDA EN EL TIEMPO

## Evolución histórica deuda financiera neta

Datos en €m



Nota 1: la variación de DFN en 2019 no coincide con la suma de caja ordinaria y no ordinaria por el efecto de la NIIF 16.

## CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

NIIF €m

	2019	2018	Var%	2019 (ex NIIF16)
Ingresos de explotación	394,6	386,0	2,2%	394,6
Gastos explotación sin amort. comparables <sup>1</sup>	-344,9	-339,6	-1,6%	-348,1
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>	<b>49,6</b>	<b>46,4</b>	<b>6,9%</b>	<b>46,4</b>
Medidas de ajuste personal	-7,3	-5,2	-40,5%	-7,3
<b>EBITDA</b>	<b>42,3</b>	41,2	2,7%	39,1
EBIT	23,5	26,9	-12,8%	23,3
Resultado financiero y otros	-2,7	-3,7	25,5%	-2,5
<b>BAI</b>	17,0	22,2	-23,6%	17,0
Impuesto sobre sociedades	-4,4	-4,2	-4,1%	-4,4
Minoritarios	-6,4	-7,2	11,2%	-6,4
<b>Resultado atribuible sociedad dominante</b>	<b>6,3</b>	<b>10,9</b>	<b>-42,4%</b>	<b>6,3</b>

Nota 1: excluye medidas ajuste personal 2019 €-7,3m y 2018 €-5,2m. Cuenta de resultados no exhaustiva.

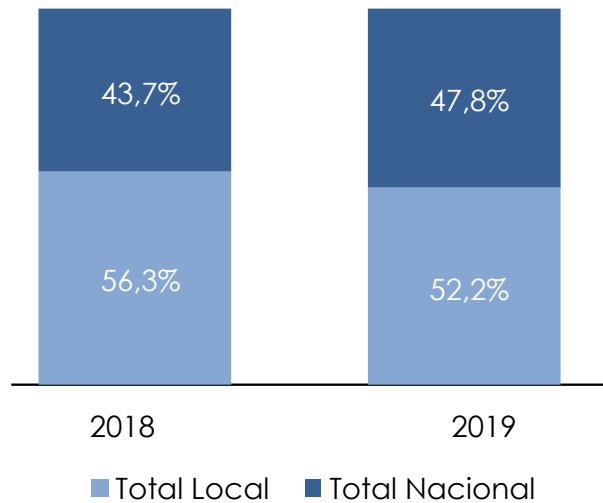


## **ANEXO FINANCIERO**

# EQUILIBRIO ANUNCIANTES NACIONALES Y LOCALES

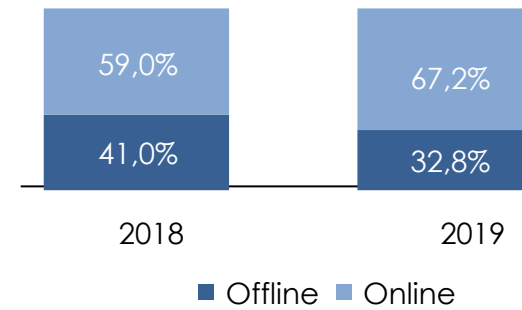
## Publicidad nacional vs local<sup>1</sup>

Datos en %



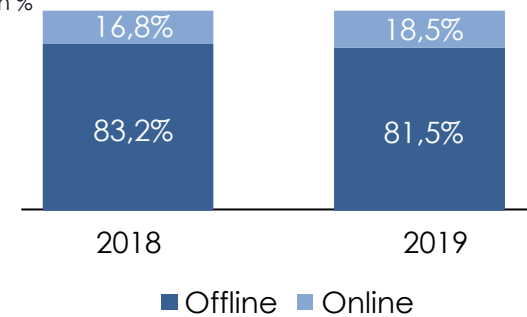
## Publicidad nacional<sup>1</sup>: papel vs digital

Datos en %



## Publicidad local<sup>1</sup>: papel vs digital

Datos en %

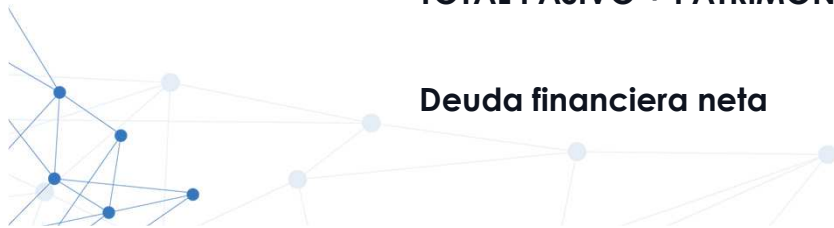


Nota 1: No incluye ni Audiovisual ni Estructura. Datos ajustados de la reclasificación de patrocinios a publicidad, incluyendo AutoScout24.

## BALANCE CONSOLIDADO

NIIF (Datos en €m)

	2019	2018
Activos no corrientes	357,2	344,8
Activos corrientes	128,4	124,4
Activos mantenidos para la venta	0,2	0,3
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>485,7</b>	<b>469,5</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>282,1</b>	<b>280,4</b>
Deuda financiera	72,6	64,4
Otros pasivos no corrientes	34,1	31,9
Otros pasivos corrientes	97,0	92,7
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO</b>	<b>485,7</b>	<b>469,5</b>
<b>Deuda financiera neta</b>	<b>52,8</b>	<b>43,0</b>



## VARIACIÓN DEUDA FINANCIERA NETA

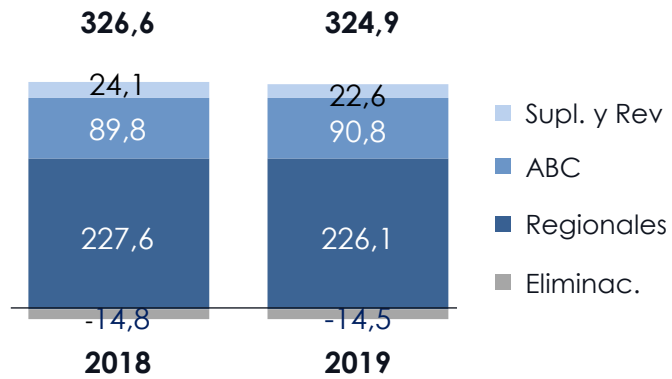
NIIF (Datos en €m)

	2019	2018
EBITDA comparable	49,6	46,4
Variación de circulante	-2,7	4,4
Capex	-10,8	-10,7
Otras partidas <sup>1</sup>	-4,7	-1,8
<b>Cash flow proveniente de actividades recurrentes</b>	<b>31,4</b>	<b>38,4</b>
Intereses cobrados	0,8	0,3
Dividendos e intereses pagados <sup>2</sup>	-6,9	-11,5
<b>Total cash flow ordinario</b>	<b>25,2</b>	<b>27,2</b>
Pago medidas ajuste	-6,1	-5,6
Pago dividendo VOC	-4,3	0
Suma de partidas no recurrentes con impacto en el cash flow <sup>3</sup>	-14,6	-8,4
Efecto NIIF 16	-10,0	0
<b>Cambio en Deuda Financiera Neta</b>	<b>-9,8</b>	<b>13,2</b>
<b>Deuda financiera neta</b>	<b>52,8</b>	<b>43,0</b>

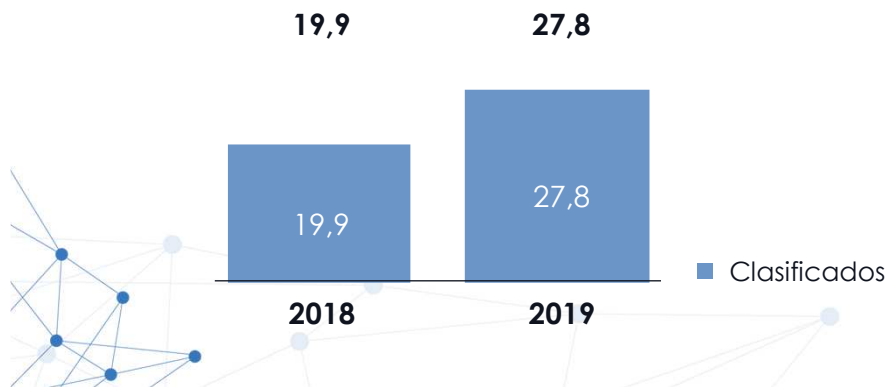
Nota 1: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros. Nota 2: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 3: incluye entre otros el pago y la caja incorporada por la adquisición de las agencias.

## INGRESOS POR NEGOCIO

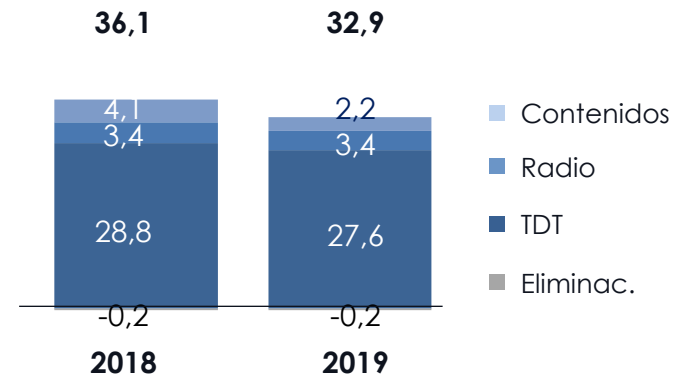
### Periódicos (€m)



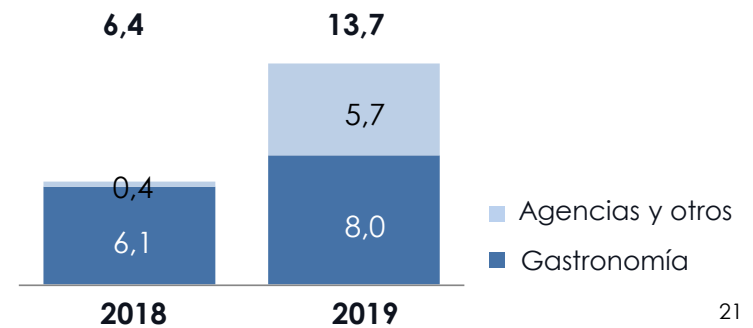
### Clasificados (€m)



### Audiovisual (€m)

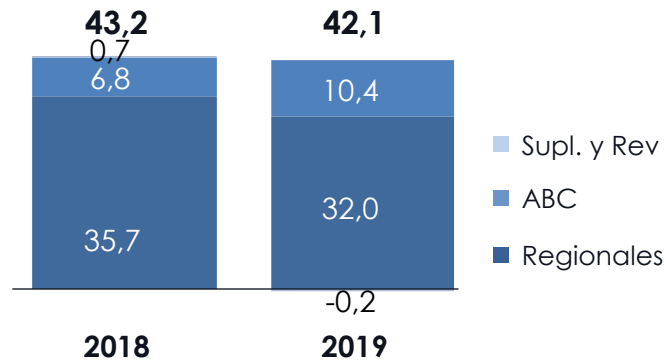


### Gastronomía y Agencias (€m)

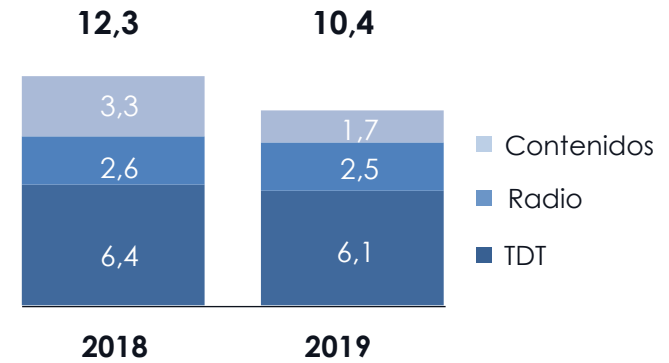


## EBITDA COMPARABLE<sup>1</sup> POR NEGOCIO

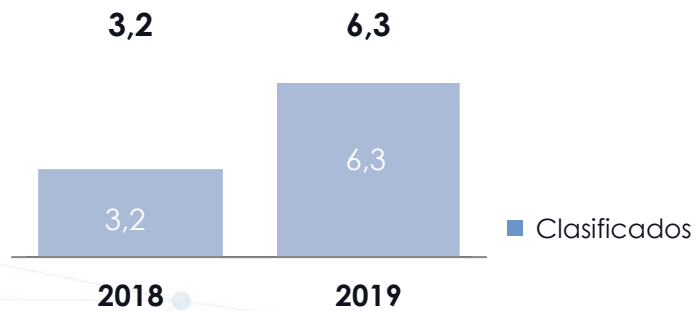
### Periódicos (€m)



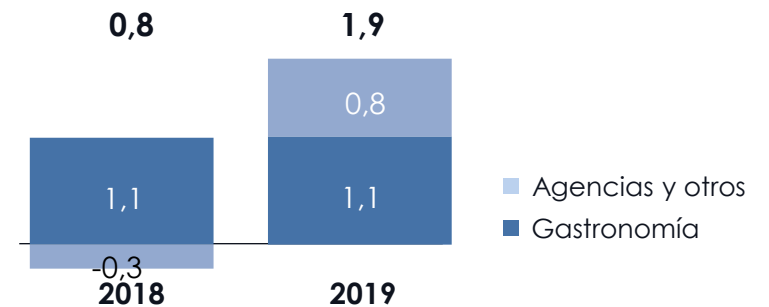
### Audiovisual (€m)



### Clasificados (€m)



### Gastronomía y Agencias (€m)



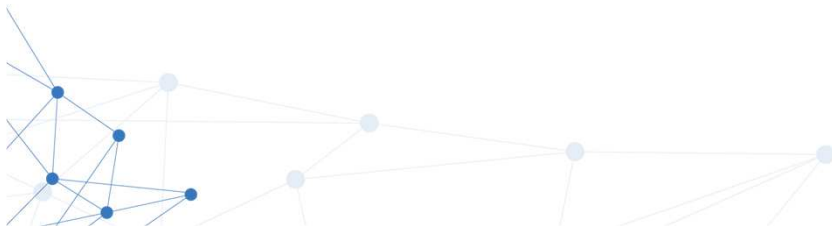
Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 2018 €-5,0m y 2019 €-6,5m y Clasificados 2019 €-0,3m.

## 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 2019

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 2019 en el Informe de Resultados 2019



## 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.

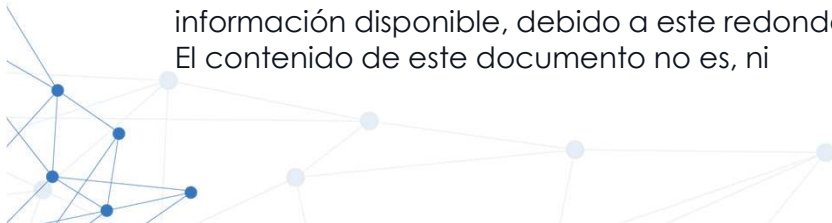
Asimismo, los resultados y desarrollos reales pueden diferir materialmente de los expresados o implícitos en las declaraciones anteriores, dependiendo de una variedad de factores, y en ningún caso suponen ni una indicación del rendimiento futuro ni una promesa o garantía de rentabilidad futura.

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.







# vocento



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

XISemanal

mujerhoy

el corazón

CÓDIGO

K<sup>+</sup> KIOSKO  
Y MAS

cmvocento

WEMASS  
MEDIA AUDIENCE SAFE SOLUTION

t a n g o<sup>o</sup>

pro.  
agency

WOMEN  
NOW

Oferplan

pisos  
.com

iZen  
producciones

NET TV

SAN SEBASTIAN  
GASTRONOMIKA

madrid  
fusión  
REALE  
SEGUROS

Autocasión AUTO  
SCOUT 24

