

vocento

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS 2021

Ignacio Ybarra Aznar
Presidente

20.04.
2021



vocento

SOSTENIBILIDAD



IMPACTO DE LA COVID EN VOCENTO

La pandemia nos ha obligado a **adoptar medidas** para paliar los efectos de la crisis.

Nuestros **principales objetivos**, la protección de:

1. **LA SALUD**
2. **EL EMPLEO**
3. **LA SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO**



IMPACTO DE LA COVID EN VOCENTO

QUÉ MEDIDAS HEMOS IMPLANTADO

01.

Facilitar el teletrabajo

02.

Acondicionar nuestras instalaciones

03.

Llevar a cabo dos ERTES

04.

Puesta en marcha de medidas de ahorro de costes

Han compensado **71% de caída en ingresos** tanto sobre variables (aprovisionamientos, distribución, etc.) como fijos (ERTES).



RIESGOS ASG

01

IGUALDAD

02

MEDIOAMBIENTE

03

GOBIERNO
CORPORATIVO



IGUALDAD

OBJETIVO:

- ✓ Promover la igualdad y el trato de oportunidades en cualquier circunstancia y especialmente entre hombres y mujeres

ACCIONES:

- 01.** Creación y aprobación de la Política de Igualdad y no Discriminación*
- 02.** Creación del Comité de Igualdad*
- 03.** De los 2.803 empleados de Vocento, el **45,2%** son mujeres
- 04.** De las contrataciones indefinidas, el **48%** han sido mujeres
- 05.** De los 1.297 empleados que han recibido formación, el **51,7%** han sido mujeres

* En dependencia del Comité de RSC.
Aprobadas por el Consejo de Administración



OBJETIVOS:

- ✓ Reducir el impacto medioambiental
- ✓ Credibilidad
- ✓ Garantizar la sostenibilidad del negocio
- ✓ Evaluación del riesgo
- ✓ Responsabilidad como medio de comunicación

ACCIONES:

- 01.** Aprobación de la Política Medioambiental y de Relación con el Entorno
Materializada en el primer Plan Medioambiental
- 02.** Obtención de la Certificación ISO 14.001 en la rotativa de Comeco Gráfico – Rotomadrid
70% de la actividad de las rotativas de Vocento están bajo los principios de gestión de dicha norma medioambiental
- 03.** Mejora en la medición de impactos y consumos



OBJETIVO:

- ✓ Alcanzar una presencia equilibrada de mujeres y hombres en el Consejo de Administración y favorecer la diversidad de perfiles entre los miembros

ACCIONES:

- 01.** Incrementar el número de mujeres en el Consejo de Administración. En 2020, la proporción de mujeres ha alcanzado el **27,3%** (+7,3% vs 2019).
- 02.** Activar un proceso de búsqueda de consejeros independientes: el **75%** son mujeres



OBJETIVO:

- ✓ Apoyar al Consejo a través de órganos consultivos

ACCIONES:

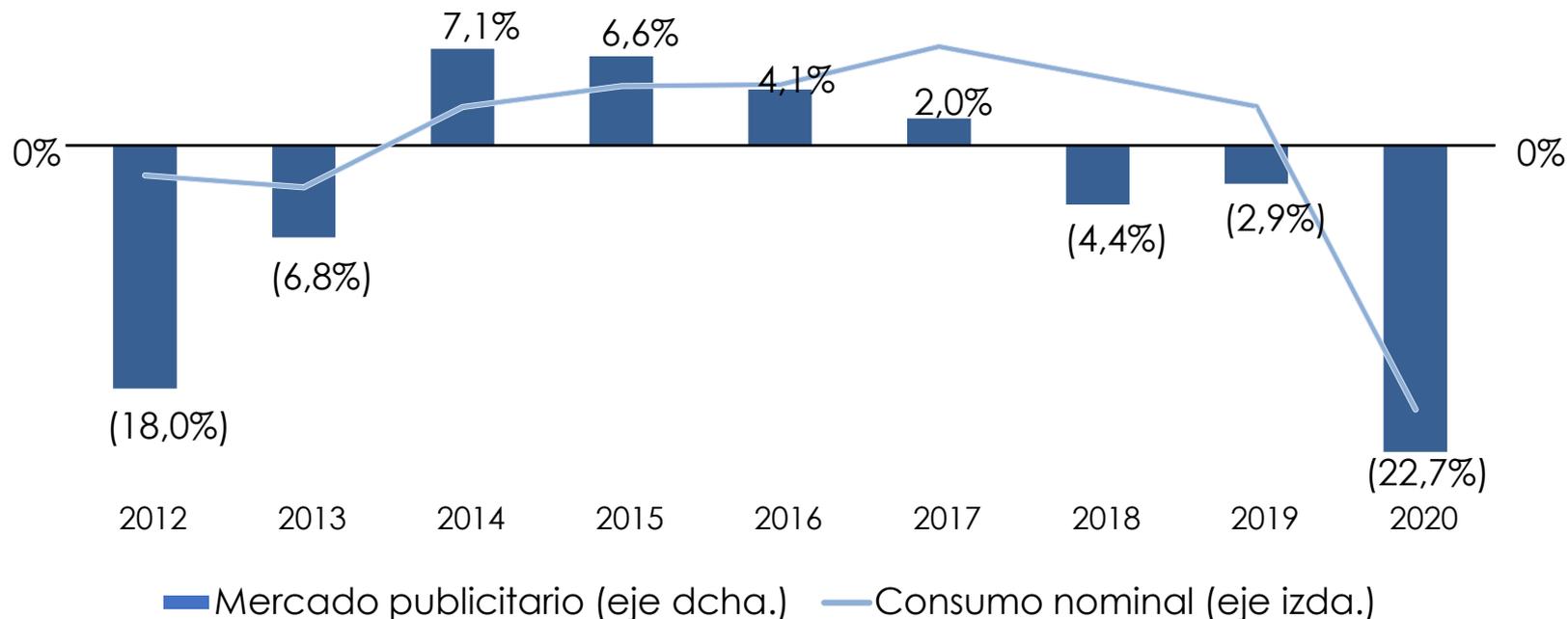
01. Creación del Consejo Editorial
02. Creación Comité de Estrategia



MERCADO PUBLICITARIO Y ENTORNO MACROECONÓMICO

Mercado publicitario (serie histórica sin redes sociales) y consumo de los hogares

Datos en %





PRINCIPALES HITOS DE VOCENTO EN 2020

Impacto Covid19 en ingresos

- Ingresos descienden -13,5% con efecto Covid19
- Descenso publicidad -16,4% menor que la del mercado(22,7%)

Medidas en costes como respuesta

- Reducción costes compensa el 71% caída en ingresos vs 2019
- Ajuste de todas las partidas de costes

Generación de caja y reducida deuda

- Generación de caja ordinaria €12,9m
- Deuda bancaria y pagarés estable vs 2019

Medidas estratégicas en los negocios de diversificación y digital

- Incremento en +59% de suscriptores digitales hasta 75k en dic20 con ABC Premium incorporado en 4T20
- Desarrollo eventos híbridos: Gastronomika o WON reset
- Mantenimiento clientes en los portales de Clasificados
- Nueva área formación: acuerdo Universidad Pontificia Comillas



PRINCIPALES HITOS DE VOCENTO EN 2020

Impacto Covid19 en ingresos

- Ingresos descienden -13,5% con efecto Covid19
- Descenso publicidad -16,4% menor que la del mercado(22,7%)

Medidas en costes como respuesta

- Reducción costes compensa el 71% caída en ingresos vs 2019
- Ajuste de todas las partidas de costes

Generación de caja y reducida deuda

- Generación de caja ordinaria €12,9m
- Deuda bancaria y pagarés estable vs 2019

Medidas estratégicas en los negocios de diversificación y digital

- Incremento en +59% de suscriptores digitales hasta 75k en dic20 con ABC Premium incorporado en 4T20
- Desarrollo eventos híbridos: Gastronomika o WON reset
- Mantenimiento clientes en los portales de Clasificados
- Proyecto de educación en área de gastronomía: acuerdo Universidad Pontificia Comillas

PRINCIPALES VARIABLES FINANCIERAS 2020

NIIF €m	2020	2019	Var.abs.	Var%
Ingresos de explotación	341,3	394,6	(53,2)	(13,5%)
EBITDA comparable¹	34,4	49,6	(15,2)	(30,7%)
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(21,8)	6,3	(28,0)	n.r.
Posición financiera bancaria neta²	(46,6)	(45,7)	(0,9)	2,0%

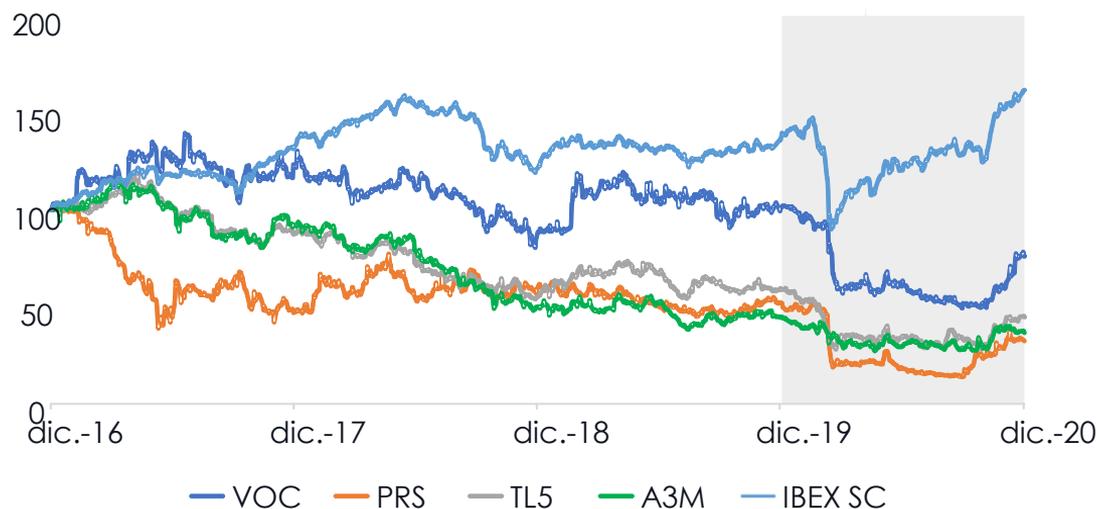
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal y "one offs".

Nota 2: excluye deuda por alquileres (NIIF16).

EVOLUCIÓN BURSÁTIL DE VOCENTO

Cotización (cierre 2020): €0,92 (-24,7%). Volumen medio de 49.425 títulos
Analistas: recomendación de compra del 83% y precio objetivo medio €1,2

Cotización VOC vs comparables: desde 30 diciembre 2016 (base 100)



2020

Schibsted	38,1%
IBEX SC	18,9%
Reach	5,3%
DMGT	(10,1%)
A3M	(17,3%)
VOC	(24,7%)
TL5	(24,7%)
PRS	(38,0%)
RCS	(43,6%)



CLAVES EN 2021

Transformación digital

- Publicidad digital (programática)
- Modelos de suscripción
- Eventos híbridos

Diversificación

- Capacidad para generar contenidos
- Base en necesidades de nuestros anunciantes y lectores
- Dar continuidad a esfuerzos de años anteriores en Clasificados, Agencias, y Gastronomía

Eficiencia

- Sinergias entre unidades de negocio
- Colaboración sectorial

vocento

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS 2021

Luis Enríquez Nistal
Consejero Delegado

20.04.
2021

vocento



RESUMEN 2020

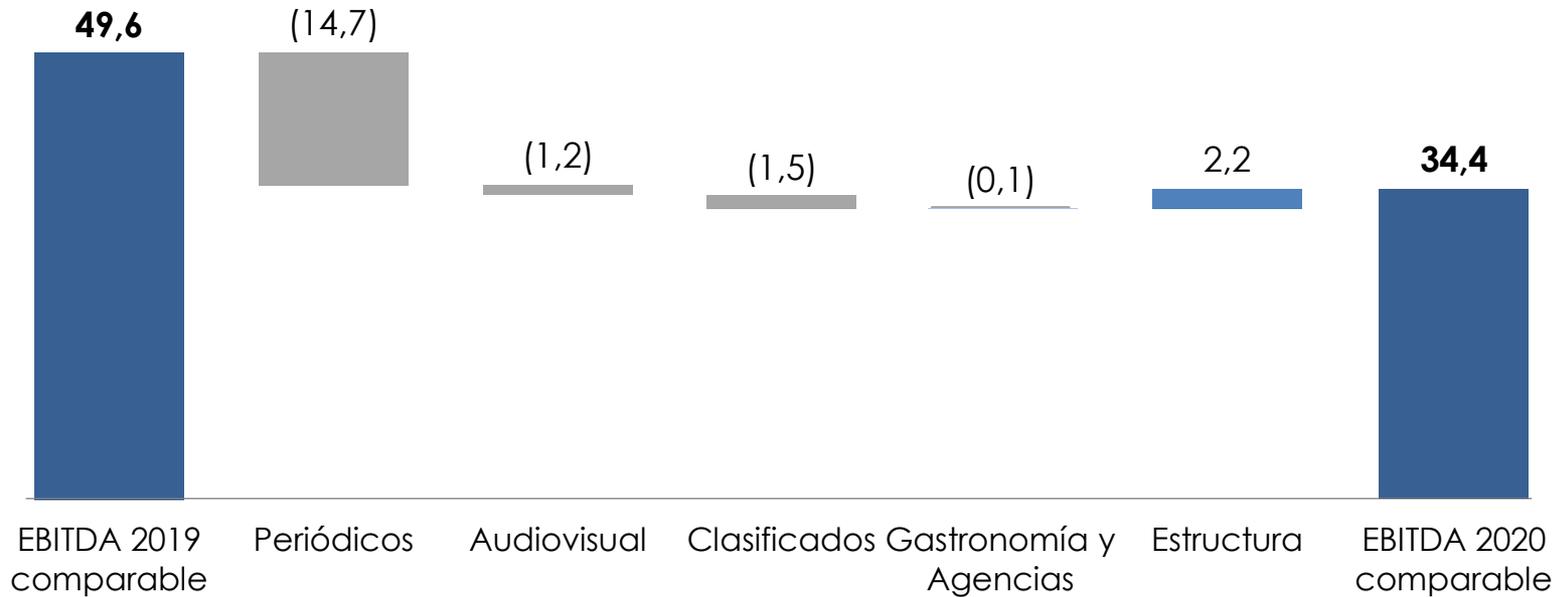
IMPACTO COVID-19 EN RESULTADOS 2020

IMPACTO	MEDIDAS EN COSTES Y CAJA		OPORTUNIDADES
	VARIABLES	FIJOS Y CAJA	
Venta de ejemplares -9,1%, €-11,7m	Costes difusión	Gastos de personal	ON+ y Kiosko y Más
Ingresos publicitarios -16,4%, €-27,7m	Costes comerciales y asociados a eventos	Costes administración y otros	Publicidad programática
Otros ingresos -14,3% ^{1 2} , €-13,9m ^{1 2}	Reprogramación eventos/formato híbrido	Dividendo, suspensión recompra y otros	Mejora cuota de mercado en Clasificados
Total ingresos -13,5% ¹ , €-53,2m ¹	Costes variables -16,8% ² , €-23,6m ²	Costes fijos -7,0% ² , €-14,4m ²	Nueva fuente de ingresos en eventos
			Diversificación negocio de Agencias
			Total costes -11,0% ² , €-38,0m ²

Nota 1: otros ingresos por diversificación en los negocios Agencias, Gastronomía y eventos Periódicos. Nota 2: incluye efecto por cambio de los agencias.



EVOLUCIÓN EBITDA COMPARABLE POR NEGOCIOS





IMPACTO AJUSTES EN PYG 2020

NIIF €m

	2020	2019	Var.abs.	Ajustes 2020	2020 proforma
EBITDA reportado	21,7	42,3	(20,6)	7,6	29,3
Amortizaciones y rdo enaj. inmov.	(28,3)	(18,8)	(9,4)	8,4	(19,9)
EBIT	(6,5)	23,5	(30,0)	16,0	9,4
Deterioro fondo comercio ¹	(11,6)	(3,3)	(8,3)	9,8	(1,8)
Sociedades participadas	(2,8)	(0,4)	(2,4)	3,5	0,7
Resultado financiero y otros	0,0	(2,7)	2,8	(2,8)	(2,7)
BAI	(20,9)	17,0	(37,9)	26,6	5,6
Impuesto sobre sociedades	1,0	(4,4)	5,4	(3,7)	(2,7)
Minoritarios	(1,8)	(6,4)	4,5	(3,1)	(4,9)
Resultado atr. Sociedad Dominante	(21,8)	6,3	(28,0)	19,8	(2,0)

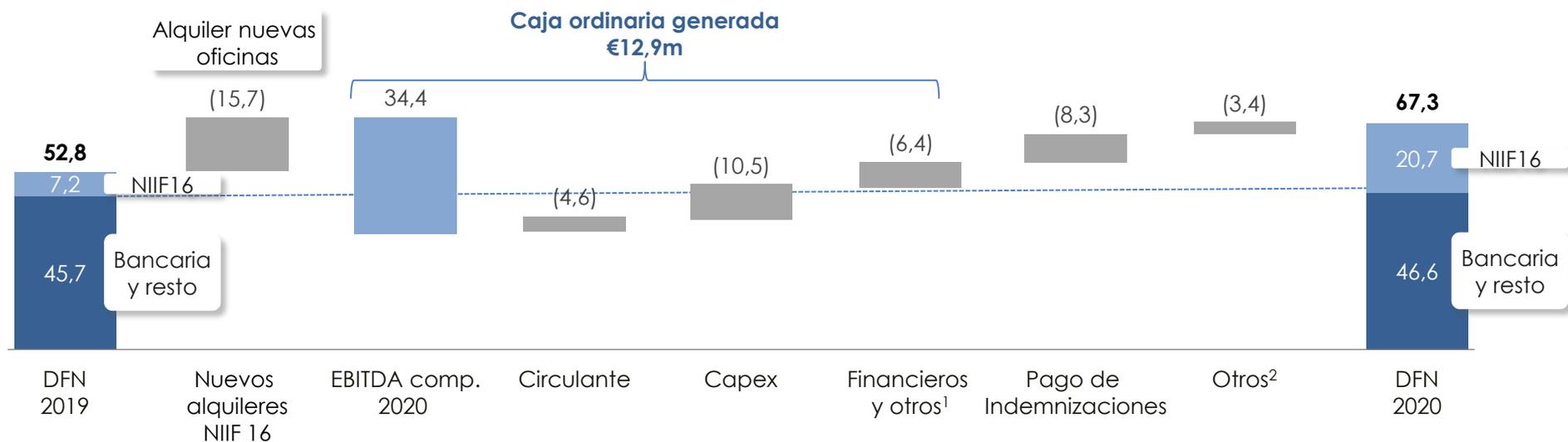
Nota 1: incluye resultado de enajenación de activos no corrientes.



GENERACIÓN DE CAJA POSITIVA

Evolución deuda financiera neta

Datos en €m



Nota 1: incluye ingresos anticipados, gastos financieros netos, dividendos a minoritarios, impuestos. Nota 2: incluye pagos por compra de acciones a General Accionistas 2021 adquisiciones realizadas anteriormente, capex no recurrente por las nuevas sedes de ABC y El Correo, y el programa de recompra de acciones.

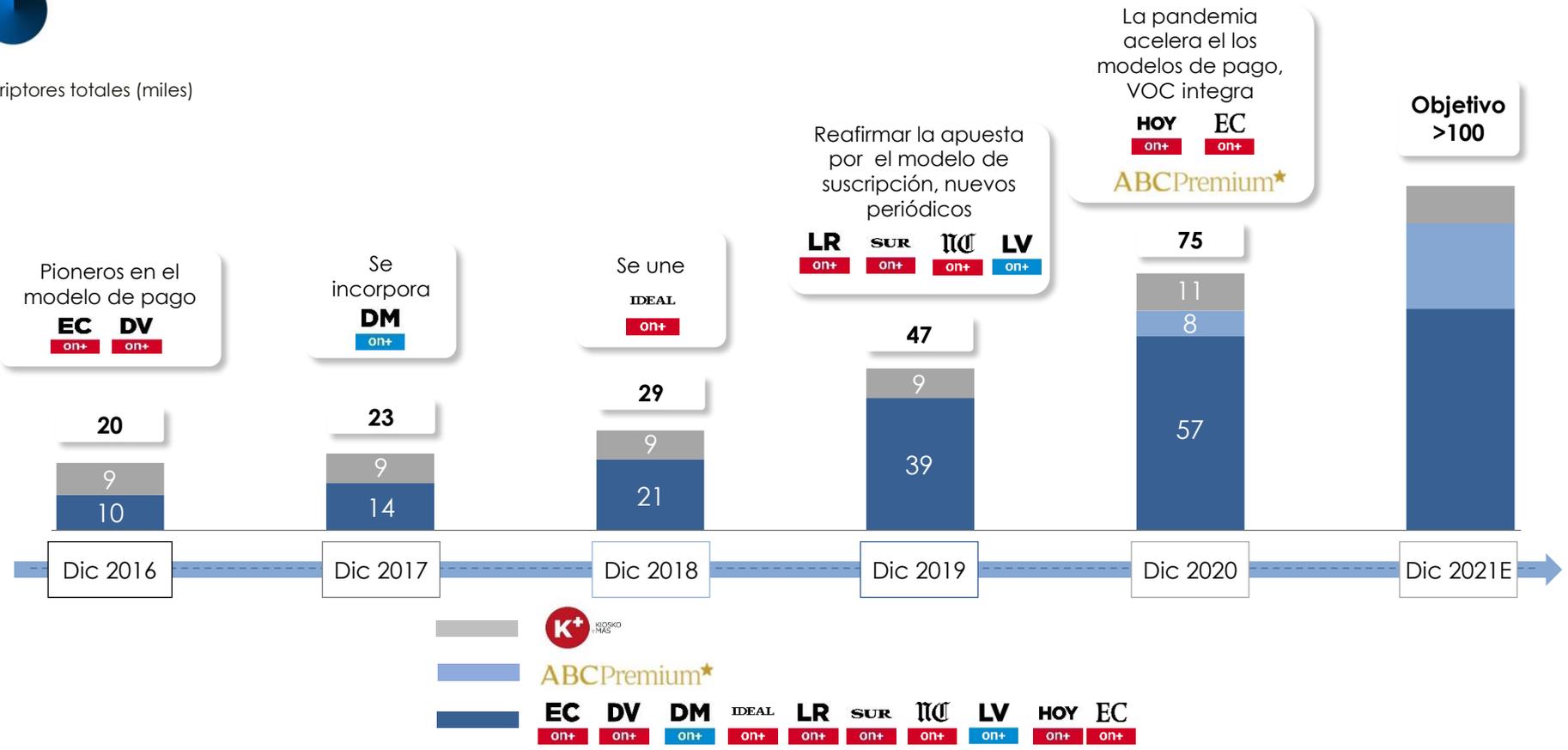
vocento

EJES DEL CRECIMIENTO FUTURO

The background features several overlapping circles in various shades of blue, creating a layered, geometric effect. The circles are semi-transparent, allowing the colors of the ones behind them to show through. The overall aesthetic is modern and professional.

SUSCRIPCIONES DIGITALES: OBJETIVO SOSTENER EL MARGEN DIFUSIÓN

Suscriptores totales (miles)



Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana. En el caso de suscriptores de KyM que consumen ON+ o ABC Premium* contabilizan en KyM. Fuente: vocento, datos de suscripciones 2021



PUBLICIDAD: POTENCIAL DE DIGITAL ENTRE ALTERNATIVAS

Impacto indiscriminado

Publicidad tradicional: medios impresos o "Brand day" en digital

Anunciante desconoce perfil del usuario

Impacto discriminado

Publicidad programática



Anunciante sí conoce perfil del usuario

Obtención leads

Tecnología digital específica

Usuario accede a simulador

Transaccional

Paso posterior al lead

Usuario finaliza proceso de compra

SUPLEMENTOS: EVOLUCIÓN DESDE PRINT A DIGITAL Y EVENTOS

SUPLEMENTOS

Transformación digital y editorial

mujerhoy **XL**Semanal

Nº 1 en audiencias digitales en sus categorías

EVENTOS

 **WOMEN NOW**
RESET En 2020

Creación nuevos productos (web, podcast, newsletters, webinars ...)

EBITDA **+33%** > 2019

1 millón visualizaciones

+50 ponentes presencial y en streaming

Patrocinadores

 NOVARTIS

 Deloitte.

 salesforce

 cellnex



 Turium

Instituto que tiene por objetivo promover turismo de calidad, más rentable y sostenible

 welifelife*
SUSTAINABLE LIVING

Evento bienestar, salud, sostenibilidad

CLASIFICADOS: APUESTA ESTRATÉGICA POR MODELO SUSCRIPCIONES B2B



SUMAUTO 

Alianza con AS24
proveedor tecnología

#2 en motor y mejorando
cuota clientes

Ganar cuota
al #1 y subida
precios

Desarrollo de
nuevos
productos
orientados a
la transacción

pisos
.com

Desarrollo del
negocio

#3 en inmobiliario y
mejorando cuota clientes

Ganar
tamaño y
subida
precios

**Objetivos
tácticos**

**Objetivos
estratégicos**

GASTRONOMÍA: LIDER EN EL SECTOR EN ESPAÑA



Nota 1: fuente Kantar

AGENCIAS: VÍA DE CRECIMIENTO DE INGRESOS NO PUBLICITARIOS



Mejora de los ingresos en final de 2020¹

Datos en €m



Nota 1: área incluye otros negocios (e.g. Shows on Demand) sin apenas actividad en 2020.

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

XISemana!

mujerhoy

CÓDIGO

K+
KIOSKO
Y MAS

cmvocento

WEMASS
MESA ASISTIDA LIVE ANALYTICS

t a n g o °

pro.
agency

Moka

Oferplan

pisos
.com

iZen

NET TV

SUD

Autocasión

uno#Auto

Auto Scout24

MASCUS

#Motocasión

Empowered by SUMAUTO

madrid
fusion
REALE
SEGUROS

Bogotá
madrid
fusion

SAN SEBASTIAN
GASTRONOMIKA

grup gsr

encuentro
de los
mares

TE
RR
AE

MATEO & CO.
WE
COOK
BRANDS
mateoandco.es

WOMEN
NOW