

vocento

Resultados 1T22

Principales Hitos 1T22

- ✓ **Ingresos impulsados por publicidad local y por crecimiento diversificación**

 - Publicidad crece +5,8%; buen equilibrio de publicidad local +20,7% (57% s/ publicidad total)
 - Edición record de MadridFusión (16,5k visitantes, impacto económico €40,4m¹)

- ✓ **Resiliencia en EBITDA a pesar del precio papel / energía**

 - Margen lectores desciende €-1,2m, entre otros por incremento precio papel / energía (ya previsto)
 - En perímetro constante, caída €1,2m por indemnizaciones (€-2,5m) que supondrán ahorros en el año, y MadridFusión (€+1,2m) por efecto calendario.

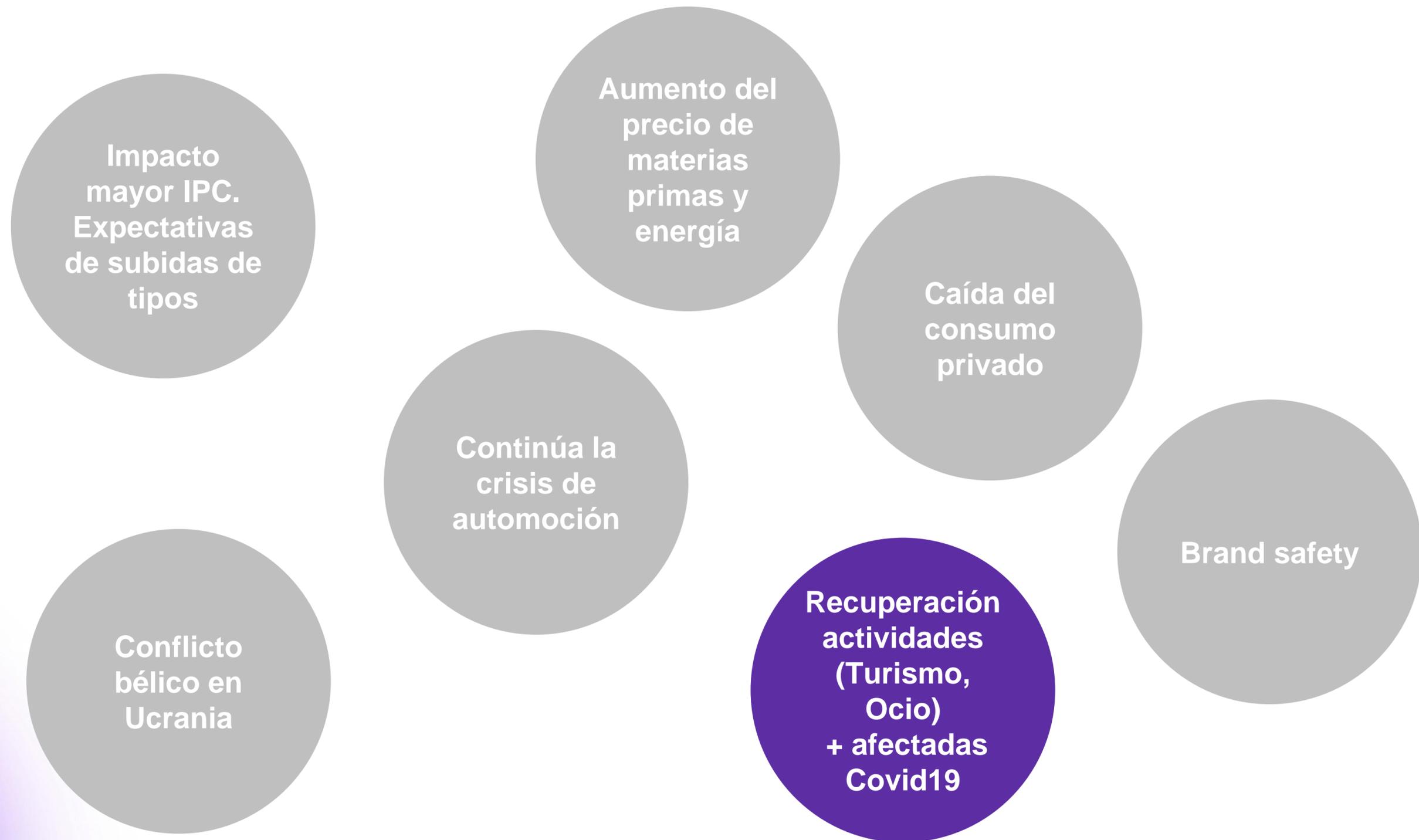
- ✓ **Elevada Generación de Caja y Posición Diferencial Deuda**

 - Posición financiera neta positiva €4,0m² y elevada generación de caja €+4,4m
 - CF yield 26%³

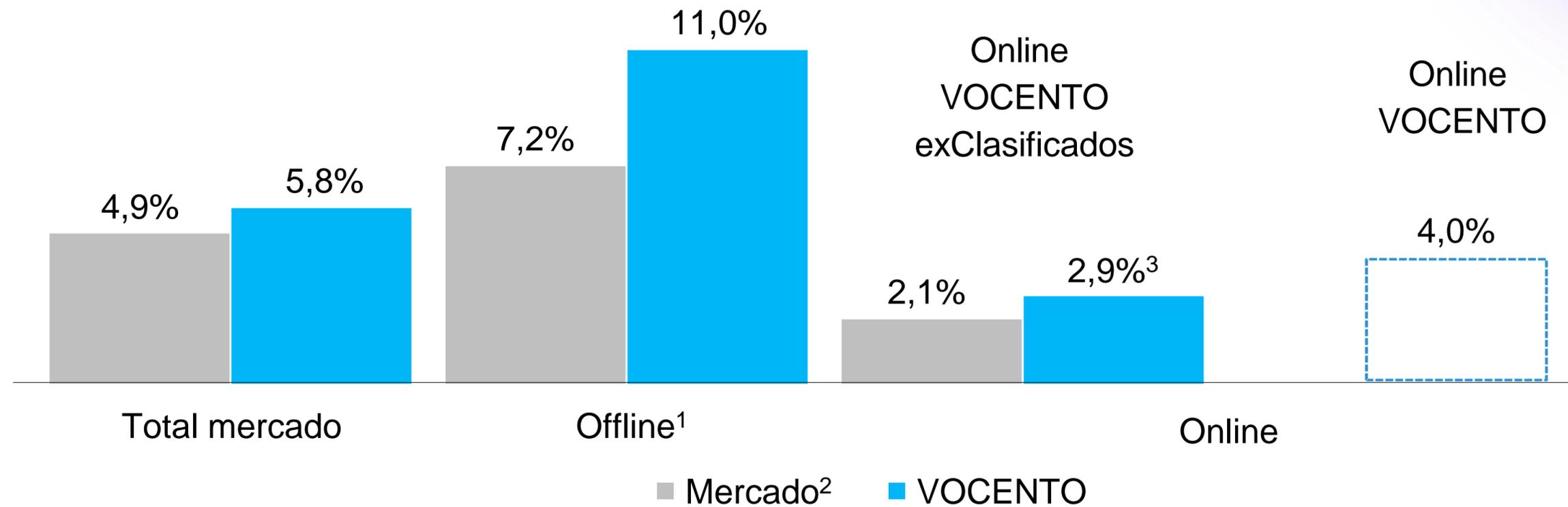
- ✓ **Primeros pasos del proyecto deportivo “Relevo”**

 - Nuevas audiencias y anunciantes
 - Oportunidad por un producto diferencial y complementario
 - Digital, enfoque en RRSS

vocento Trimestre muy afectado por incertidumbre mercado



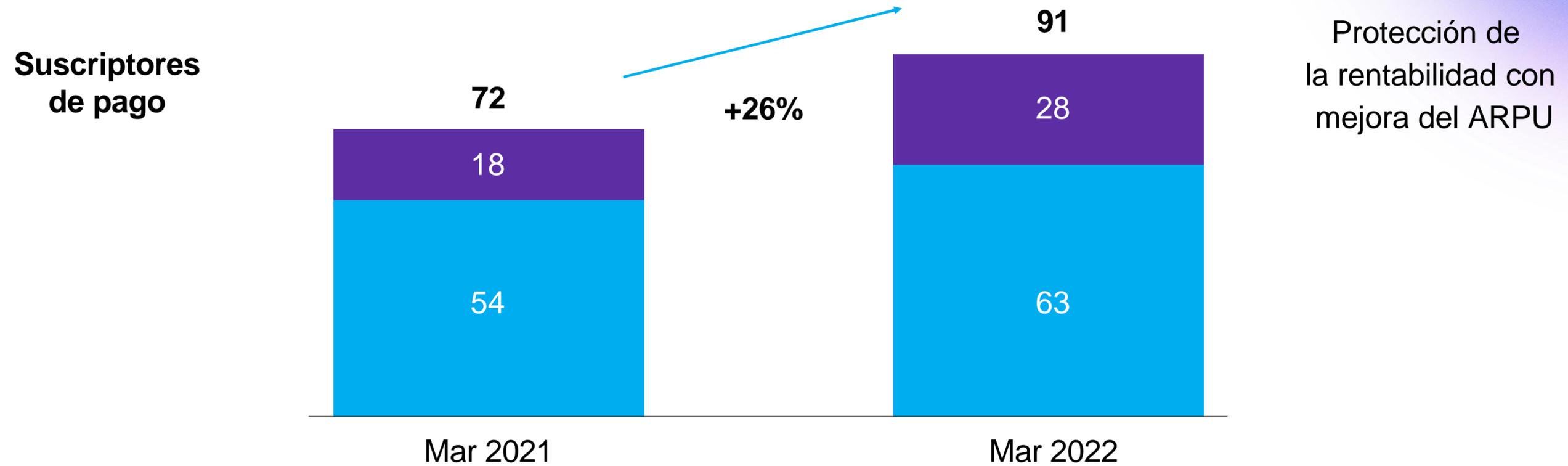
Mejora cuota mercado publicitaria de VOCENTO



Brand safety: VOC único grupo con software IAS capaz de alojar el mensaje de anunciantes en un contexto seguro

Nota 1: offline en mercado y VOCENTO es "prensa" (no incluye Suplementos y Revistas). Nota 2: fuente de mercado i2p sin redes sociales ni buscadores. Nota 3: incluye en 1T22 reclasificación de LDK

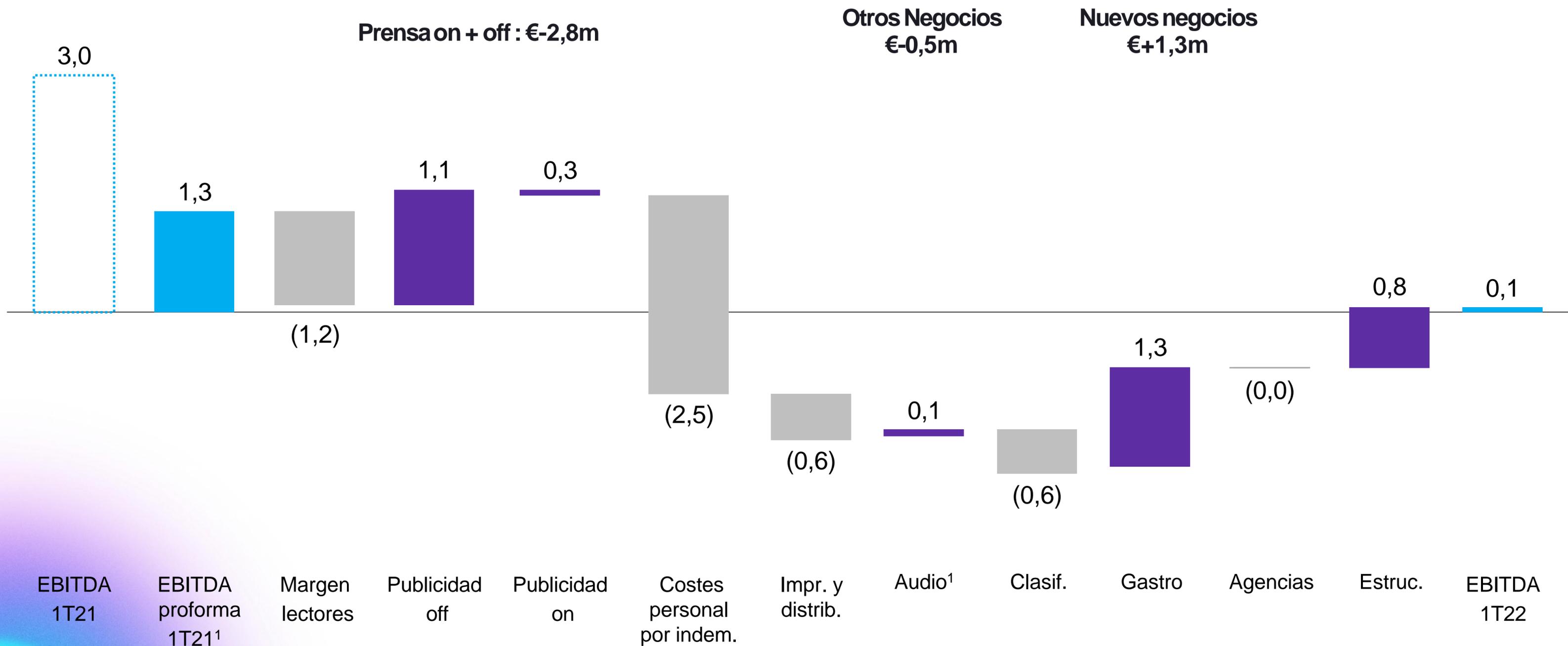
Foco en rentabilidad de suscripciones digitales



■ ABCPremium*
 ■
■ **EC** on+
 ■ **DV** on+
 ■ **DM** on+
 ■ **IDEAL** on+
 ■ **LR** on+
 ■ **SUR** on+
 ■ **UC** on+
 ■ **LV** on+
 ■ **HOY** on+
 ■ **EC** on+
 ■ **LP** on+

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana.

Resiliencia EBITDA a pesar impacto costes



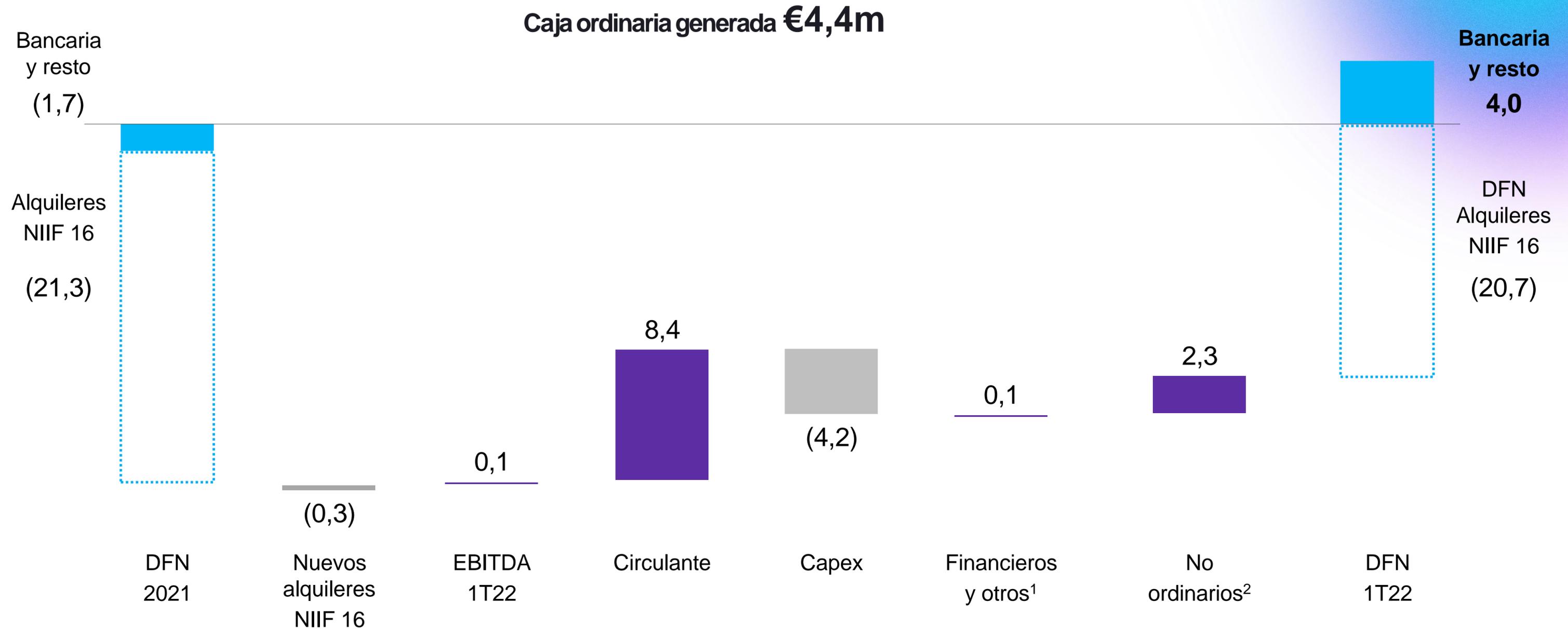
Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana. Nota 1: pro-forma ex TDT y Contenidos

vocento Resultado refleja la plusvalía de NET TV y Veralia

Datos en €m	1T22	1T21	Var %	1T21 proforma	Var %
Ingresos	76,3	78,4	(2,6%)	72,0	6,0%
Gastos explotación sin amort.	(76,3)	(75,4)	(1,2%)	(70,8)	(7,8%)
EBITDA	0,1	3,0	(97,6%)	1,3	(94,3%)
Amortizaciones y rdo enaj. inmov.	(5,1)	(4,8)	(7,4%)	(4,7)	(8,4%)
EBIT	(5,1)	(1,7)	n.r.	(3,4)	(46,7%)
Deterioro de fondo de comercio	0,0	(0,5)	100,0%	0,0	(100,0%)
Rdo. sociedades método participación	(0,1)	(0,1)	(52,3%)	(0,1)	(52,3%)
Resultado financiero y otros	(0,4)	(0,7)	46,2%	(0,7)	46,2%
Resultado antes de impuestos	(5,6)	(3,0)	(83,5%)	(4,2)	(31,3%)
Impuesto sobre sociedades	(0,2)	(0,9)	74,4%	(0,5)	53,8%
Resultado operaciones en discontinuación	9,1	0,0	n.r.	0,8	n.r.
Accionistas minoritarios	0,2	(0,9)	n.r.	(0,9)	n.r.
Resultado Sociedad Dominante	3,5	(4,9)	n.r.	(4,9)	n.r.

Nota: cuenta de resultados no exhaustiva. Las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana. Proforma excluye NET TV y Veralia en 1T21

Posición Financiera Neta positiva



Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana. Nota 1: incluye ingresos anticipados, gastos financieros netos, dividendos a minoritarios, impuestos. Nota 2: incluye entre otros la entrada de caja por desinversiones y derivados de las ventas de inmuebles.

Iniciativas Estratégicas

Periódicos

- Plan aseguramiento suministros papel; negociaciones proveedores reducir impacto precios energía y materias primas
- Desarrollo herramientas software independientes de Google: nuevo ad server “Smart Server”
- Proyecto del Deportivo “Relevo”

Negocios diversificación

- Clasificados: agente digitalizador con Kit Digital apoyado en fondos NextGen (duplicado el número clientes pymes)
- Expansión internacional de Premium Leads (acuerdo comercial con El Comercio de Perú)
- Agencias: lanzamiento Yellow Brick Road y Antrópico





Deporte: un mercado atractivo y en expansión

- ✓ Nuevos anunciantes: llegada directa a segmentos con foco en entretenimiento
- ✓ Audiencias jóvenes, con menor acceso desde medios generalistas
- ✓ Ingresos publicitarios en crecimiento (aumento del interés de las marcas por el deporte, patrocinios)
- ✓ Oportunidad para un producto nuevo diferencial
- ✓ Nuevas líneas de negocio ligadas al deporte (eventos, e-sports, moda)

¿Qué aporta a VOCENTO?



Lógica Estratégica

Referentes internacionales

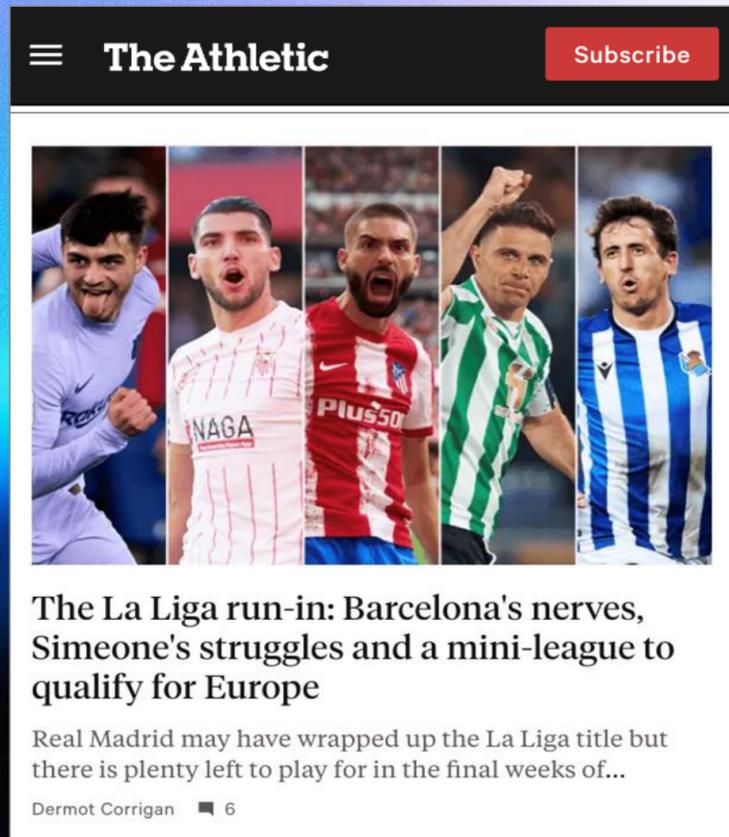
Estrategia

Financieros



Análisis expertos y reportajes en profundidad.

Adquirido por New York Times (\$550m)



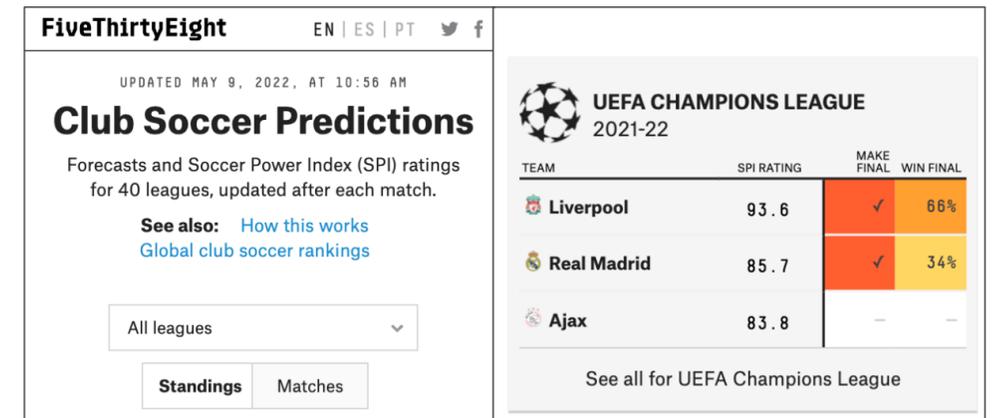
Foco en desarrollo de comunidad en RRSS

Seguidores:

18,6m (Instagram)

11,5m (Twitter)

3m (TikTok)



El poder del análisis estadístico de datos aplicado al deporte

Lanzado en 2008

Licenciado por el NY Times en 2010.

Sitio afiliado a ESPN (Disney) en 2014.

Tres segmentos de público objetivo desatendidos por la oferta deportiva actual

Generación Z

- Practican y consumen deporte, y se informan directamente en RRSS

Desencantados

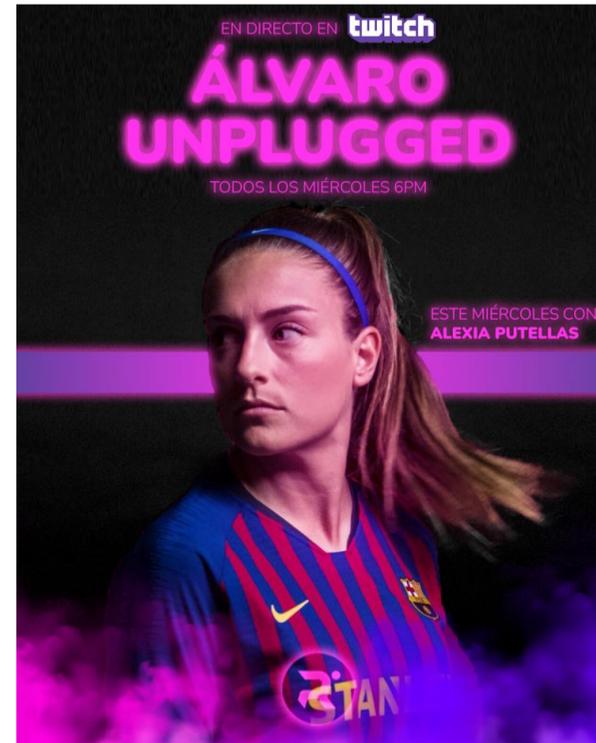
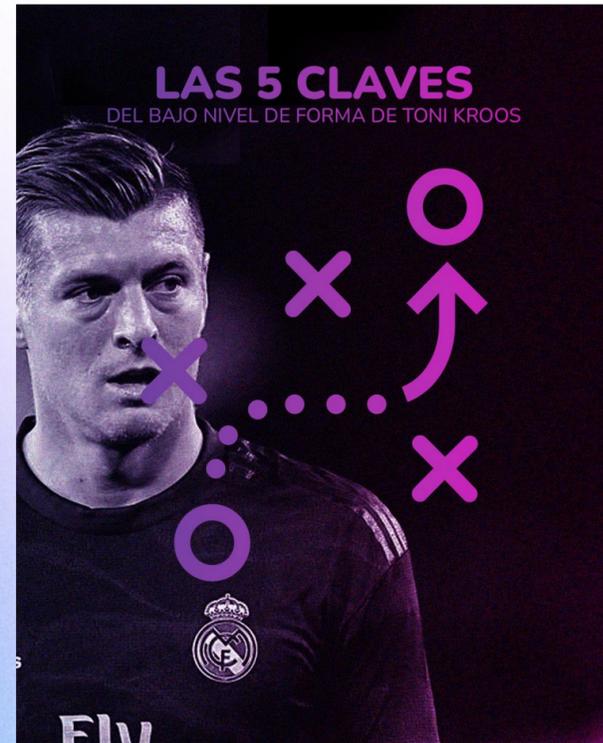
- Público cansado con la oferta actual (contenido generalista, viral, “clickbait”)

Público femenino

- Actualmente alejado de medios deportivos porque lo excluye

Producto

Ejemplos de contenido simulado para redes sociales



Formato

- 100% digital
- Innovador
- RRSS como canal informativo en sí mismo

Contenido

- Contenido específico para RRSS
- Audiovisual (estudio propio), programación en directo
- Especializado, ni viral ni orientado a clickbait
- Central de datos propia con análisis estadístico
- Cobertura de deportes nicho

Desarrollo

- Fase 1: RRSS
- Fase 2: App
- Fase 3 Web

**Somos el periodismo deportivo sin todo lo que no te gusta del periodismo deportivo.
Somos el periodismo deportivo con todo lo que echas en falta del periodismo deportivo**

Talento



Óscar Campillo
Director
Ex director, Marca



Hugo Cerezo
Subdirector
Ex redactor jefe, Marca



Arantxa Sánchez
Directora comercial
Ex directora publicitaria, Unidad Editorial



Alfredo Matilla
Redactor jefe
Ex subdirector, Diario As



Sandra Riquelme
Redactora
Ex redactora, LaLiga



Marta Caparrós
Jefa de Vídeo
Ex directora de Vídeo Internacional,
EFE



Germán Frassa
Chief Digital Officer
Ex director de Producto, Unidad Editorial



Fermín Elizari
Jefe de Nuevas Comunidades
Ex gerente de RRSS, Amazon Prime Video ES



César Finca
Jefe de Desarrollo de Audiencias
Ex director de medios, Yahoo! España



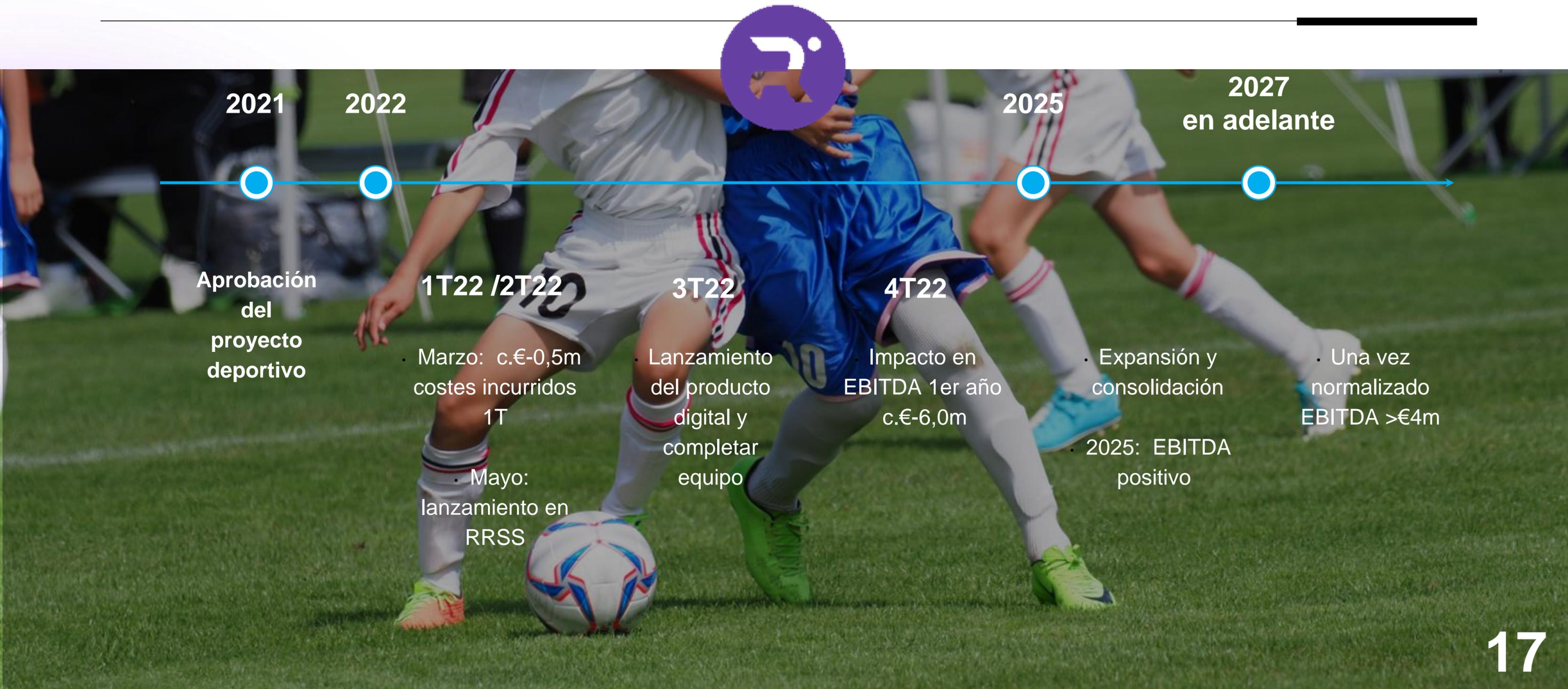
Diego Campoy
Streamer
Generador de contenido en redes
Fundador del portal de NFL Blitznofficial

Equipo

- Director: Oscar Campillo
- c.80 personas

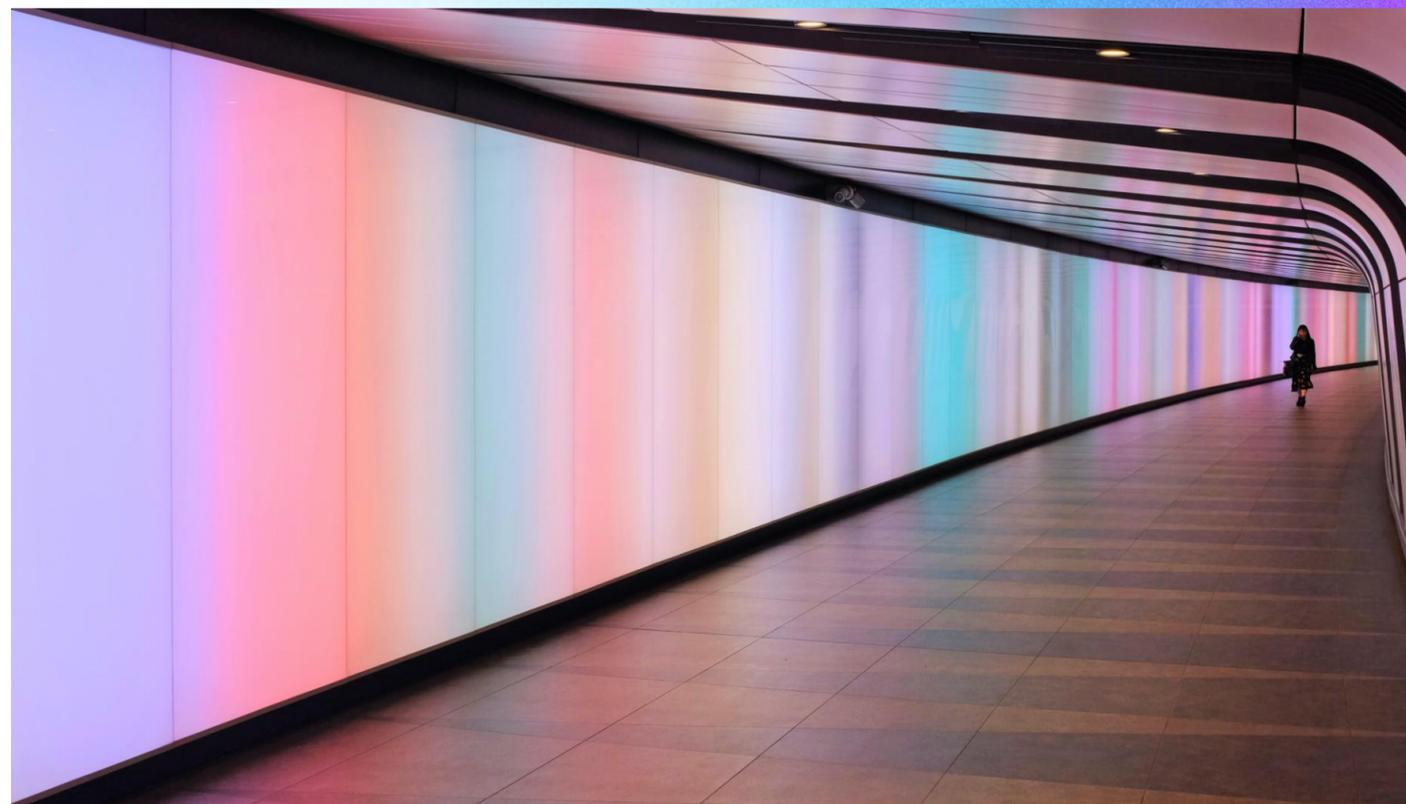
Características

- Redacción joven (edad media 33 años) con acreditada experiencia en otros medios y RRSS
- Apasionados por el deporte y el Periodismo
- Conectados con las nuevas tecnologías; Twitch, Instagram, TikTok...
- De inicio, 35 mujeres
- Multidisciplinar y sin silos

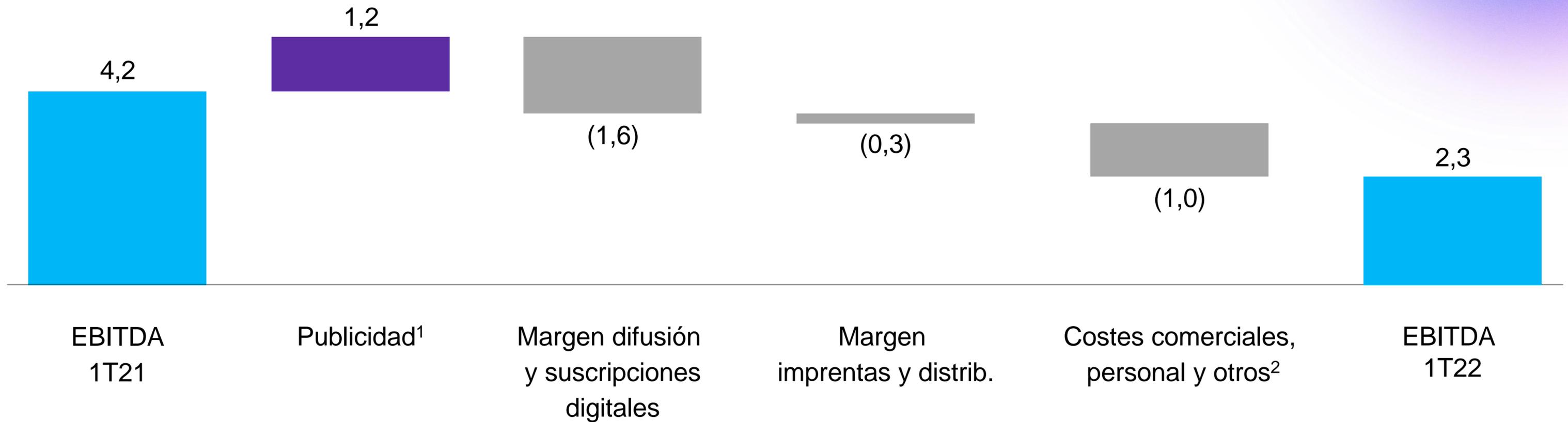


vocento

Anexos

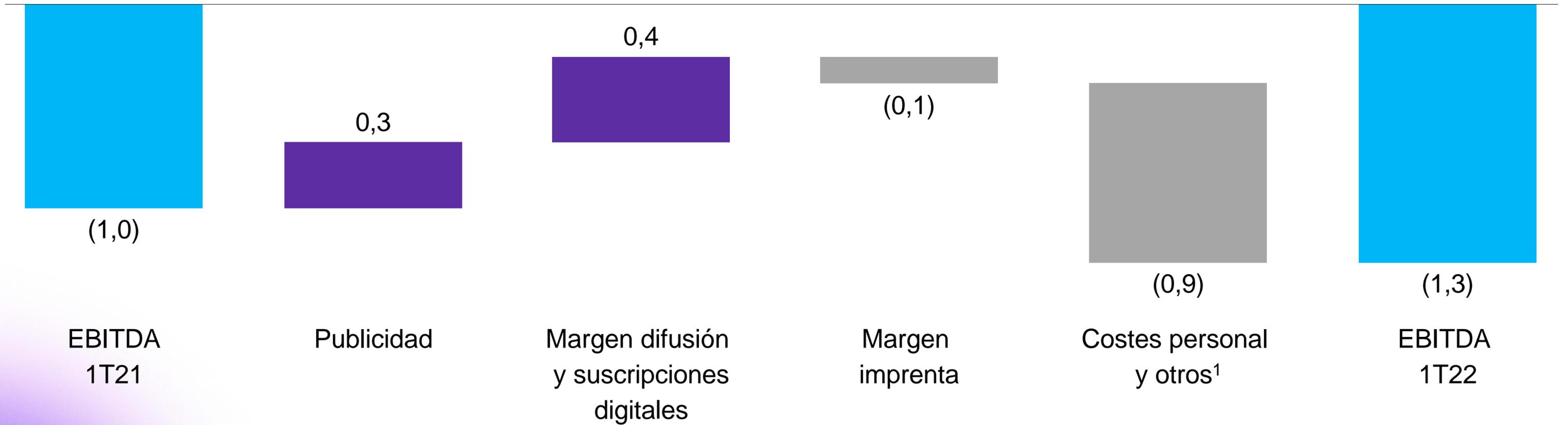


EBITDA Regionales



Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana. Nota 1: actividad editora y digital. No incluye ni comercializadoras locales ni otras participadas Nota 2: otros principalmente incluye margen por eventos.

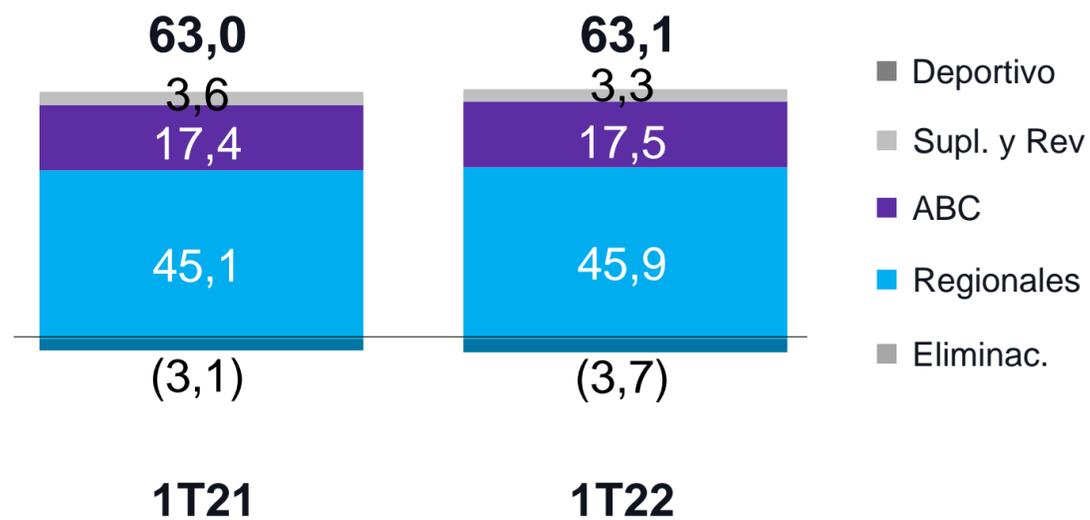
EBITDA ABC



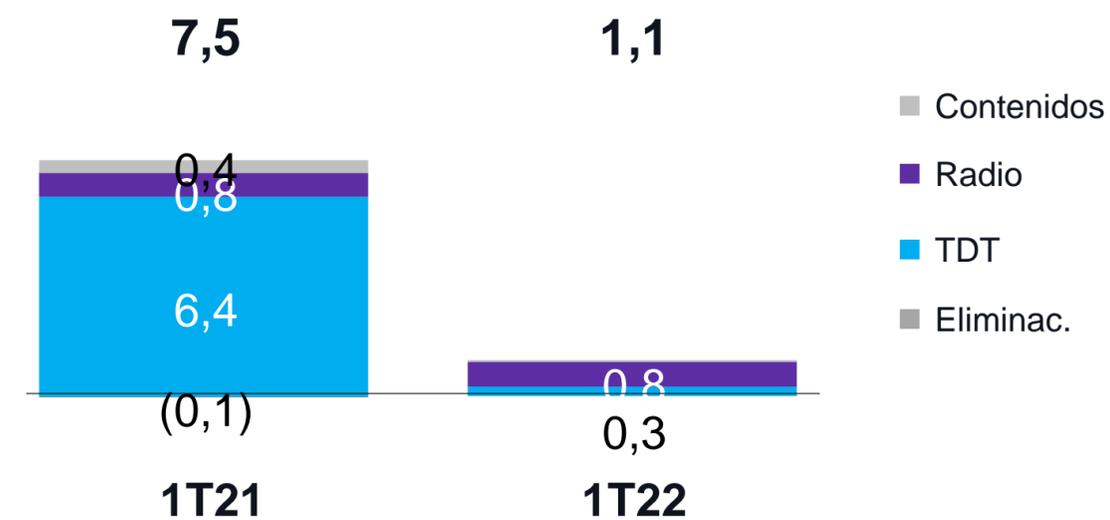
Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana. Nota 1: otros incluye costes comerciales.

Ingresos por negocio

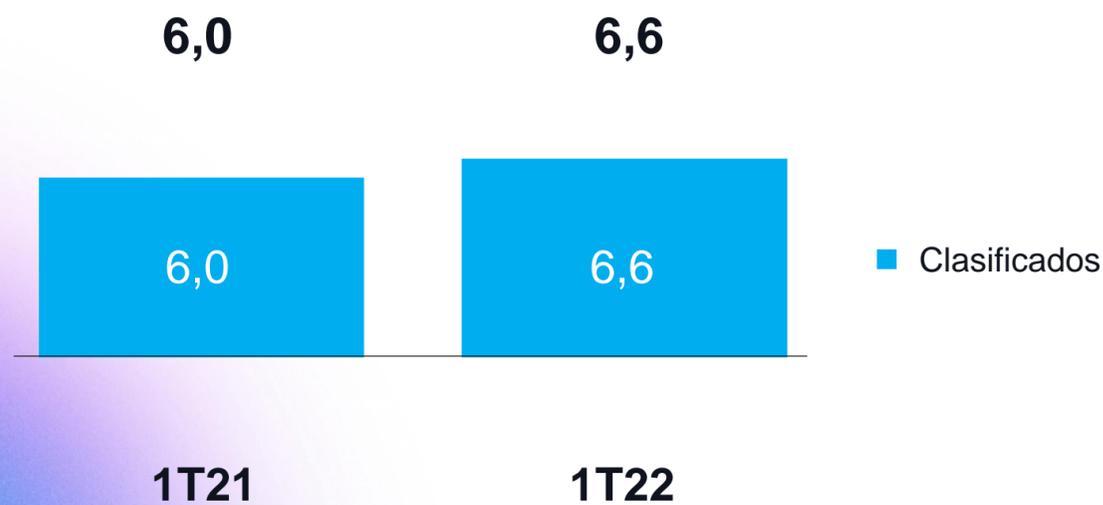
Periódicos (€m)



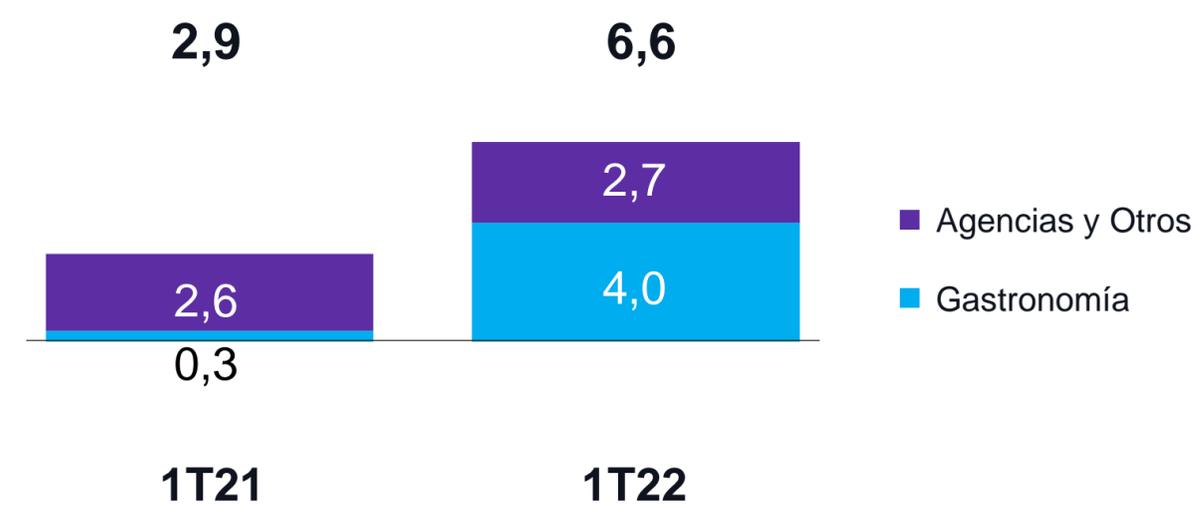
Audiovisual (€m)



Clasificados (€m)



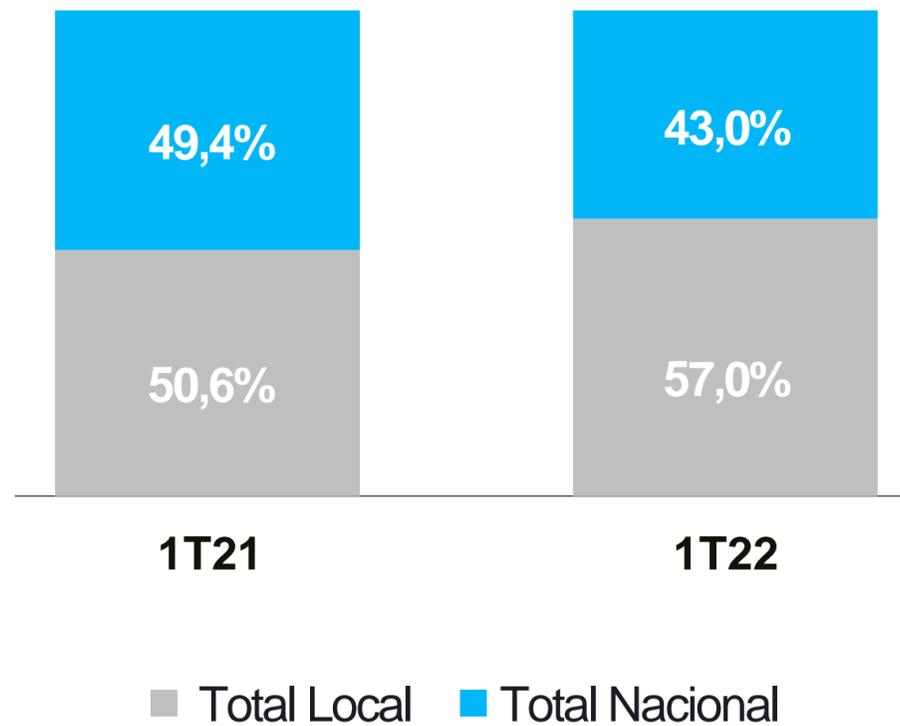
Gastronomía y Agencias (€m)



Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana.

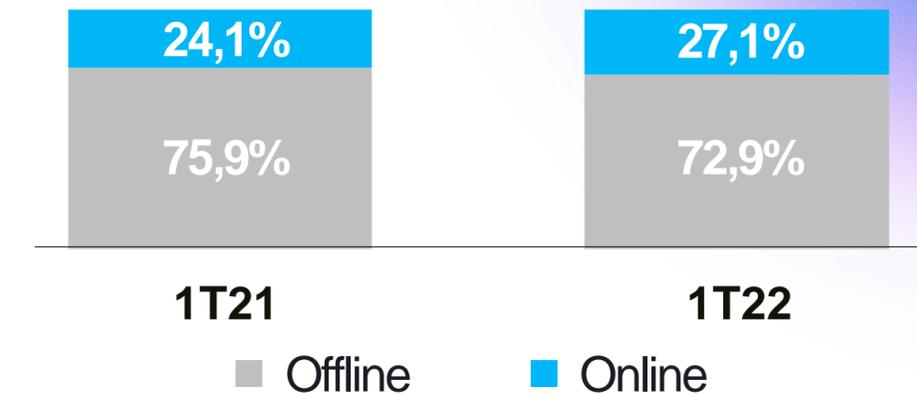
Evolución de publicidad local y nacional

Publicidad nacional vs local¹

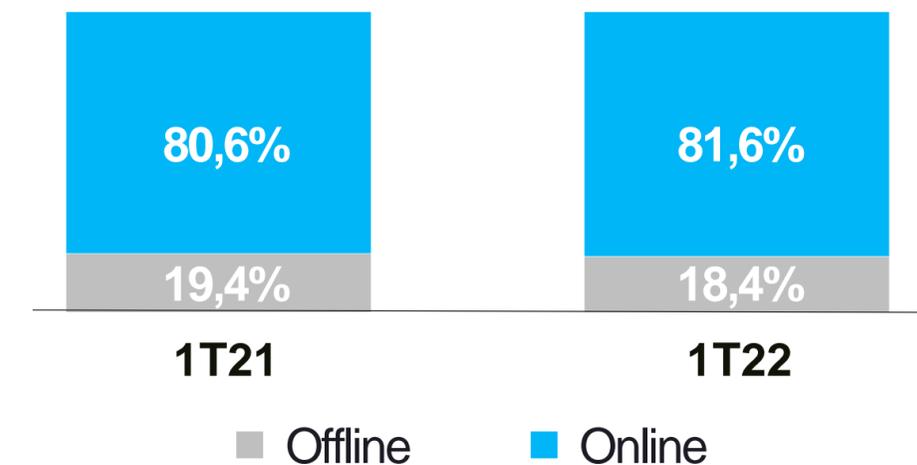


Nacional	(6,9%)
Local	+20,7%
Total	+5,8%

Publicidad local¹: Papel vs Digital



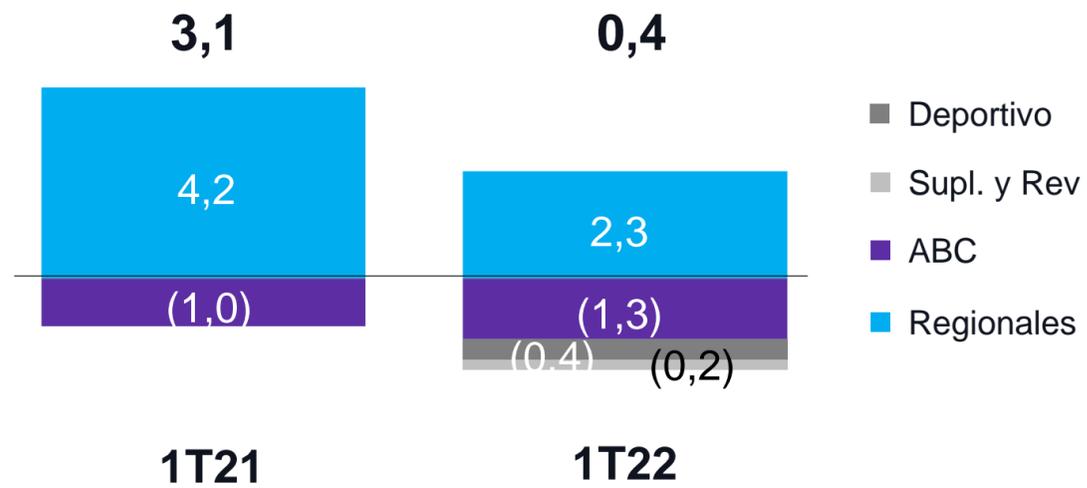
Publicidad nacional¹: Papel vs Digital



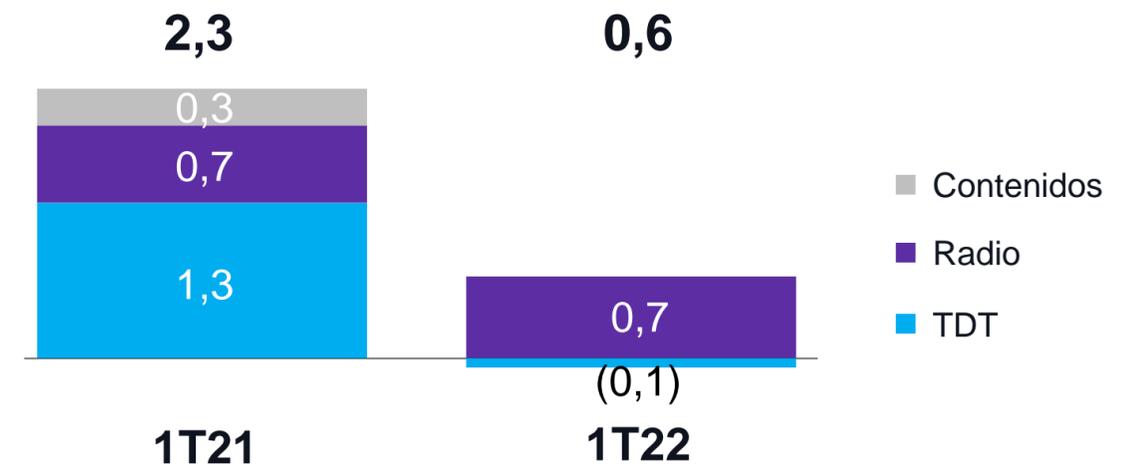
Nota 1: datos de publicidad neta. No incluye ni Audiovisual ni Otros.

EBITDA por negocio

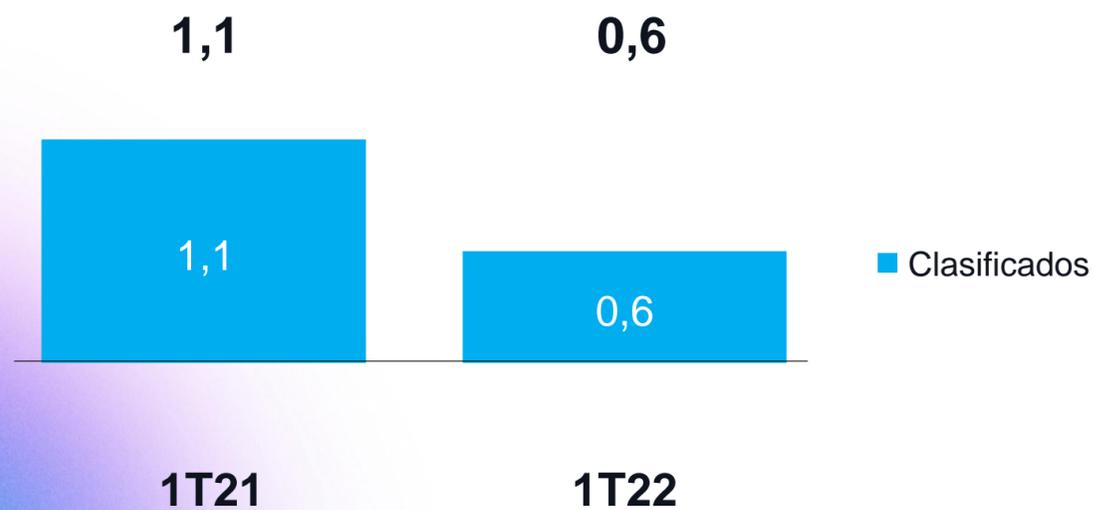
Periódicos (€m)



Audiovisual (€m)



Clasificados (€m)



Gastronomía y Agencias (€m)



Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana.

Balance consolidado

NIIF (Datos en €m)

	1T22	2021
Activos no corrientes	317,6	313,5
Activos corrientes	97,2	106,0
Activos mantenidos para la venta	1,4	15,7
Total ACTIVO	416,2	435,2
PATRIMONIO NETO	265,9	268,7
Deuda financiera	40,9	52,7
Otros pasivos no corrientes	27,7	28,9
Otros pasivos corrientes	81,6	85,0
Total PASIVO + PATRIMONIO NETO	416,2	435,2
Deuda financiera neta	16,6	23,0
Deuda financiera neta ex NIIF 16	(4,0)	1,7

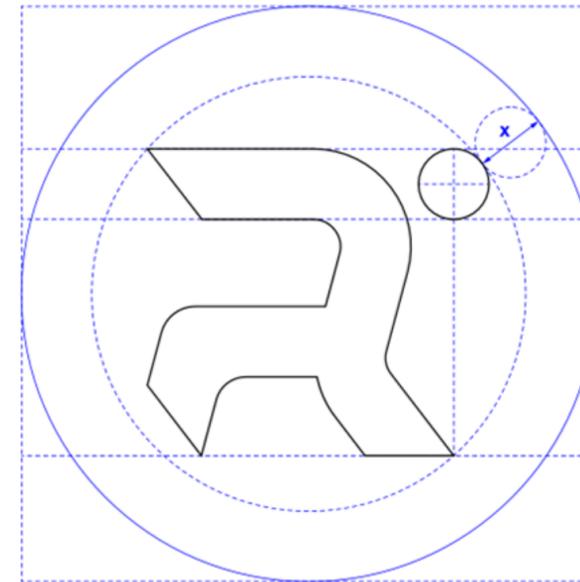
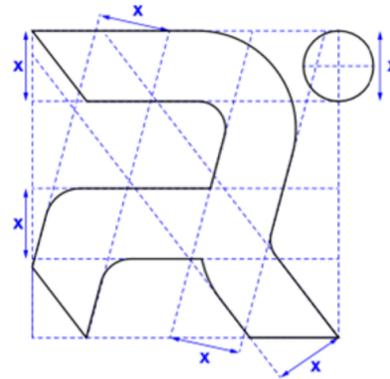
Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana. Se ha recalculado 2021 tras la discontinuación de NET TV y de Veralia.

Variación deuda financiera neta

NIIF (Datos en €m)

	1T22	1T21
EBITDA comparable	0,1	3,0
Variación de circulante	8,4	7,3
Capex	(4,2)	(3,7)
Otras partidas ¹	3,3	3,1
Cash flow proveniente de actividades recurrentes	7,5	9,8
Intereses cobrados	0,0	0,1
Dividendos e intereses pagados ²	(3,2)	(2,8)
Total cash flow ordinario	4,4	7,1
Pago medidas ajuste	0,0	(3,9)
Suma de partidas no recurrentes con impacto en el cash flow ³	2,3	(4,4)
Efecto NIIF 16	(0,3)	0,0
Cambio en deuda financiera neta	6,4⁴	(1,2)
Deuda financiera neta	16,6	68,5

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana. 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 desinversiones y capex adicional nuevo edificio. Nota 4: cambio de deuda sobre cierre año anterior..



\$UI-PRIMARY-BASE



F237E9

\$UI-SECONDARY-BASE



6540A2

\$UI-TERTIARY-BASE



FFE900

La paleta de colores se aleja del rojo y verde convencionales en el deporte y delimita una personalidad visual única e inconfundible.

El imagotipo es una estilización de la "R" inicial de la marca y evoca a la vez la figura de un deportista en movimiento.

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

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 marzo 2022 en el Informe de Resultados 1T22

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

