

Vocento obtiene un EBITDA de 20,8 millones de euros y mantiene un resultado neto en niveles cercanos a 1S2011

Madrid, 27 de julio de 2012.- A pesar de la coyuntura económica desfavorable, que está afectando de forma especialmente intensa al sector de los medios de comunicación, Vocento registró en el primer semestre de 2012 un mejor comportamiento que el mercado.

Vocento busca palancas de crecimiento a través de nuevas fuentes de ingresos y sitúa el foco en la difusión rentable y de calidad. Además, apuesta por una estrategia comercial diferencial que le ha permitido registrar un comportamiento mejor que el mercado en términos publicitarios.

Además, mantiene el objetivo de eficiencia y disciplina en costes, que descendieron un 12,4%, lo que permitió absorber prácticamente la totalidad de la caída de la facturación y mejorar la rentabilidad, especialmente en ABC, Televisión y ABC Punto Radio.

El EBITDA del semestre, excluidas las indemnizaciones, alcanzó los 20,8 millones de euros lo que supone 3,6 millones de euros menos respecto al mismo periodo del año anterior, a pesar de la caída en ingresos de más de 45 millones de euros.

El resultado de explotación y el resultado neto se mantuvieron en niveles del primer semestre de 2011, excluidos los impactos de los extraordinarios. En concreto, el cierre de la edición impresa de Qué! tiene un impacto de 19,1 millones de euros por deterioro del fondo de comercio sin efecto en caja, a la vez que libera EBITDA comparable negativo por 2,1 millones de enero a junio de 2012.

Por otra parte, la nueva estrategia comercial, con el lanzamiento de la tarifa **Única 3.0**, que ofrece a los anunciantes una cobertura diferencial única, motivó un mejor comportamiento de los ingresos publicitarios en comparación al mercado y permitió el incremento del precio medio publicitario de hasta el 4,2% en las tarifas nacionales.

Asimismo, dentro de las iniciativas hacia nuevas audiencias e ingresos sigue destacando la plataforma **Kiosko y Más** como soporte de pago con contenidos audiovisuales y **Oferplan.com** que permite la comercialización de ofertas de descuento a los usuarios de las ediciones digitales de Vocento.

A pesar del contexto actual y a la vista de la situación global del sector, Vocento sigue manteniendo una posición financiera diferencial en el sector. Cierra el primer semestre de

2012 por debajo de los niveles de deuda del cierre de ejercicio 2011, con una deuda neta de 144,6 millones de euros, que incluye efectivo por 42,3 millones y el impacto no recurrente del registro en este semestre (13,6 millones de euros) del acuerdo con los minoritarios de Las Provincias).

Resultados por áreas de negocios

En **medios impresos** continúa como líder indiscutible en prensa de información general en sus medios impresos, con 2,8 millones de lectores según el último EGM. Este liderazgo se ve reforzado en Internet con 7 millones de usuarios únicos mensuales según Nielsen NetView de junio de 2012.

Las cabeceras de Vocento han tenido mejor comportamiento en difusión. El margen neto de la venta de ejemplares de ABC y los periódicos regionales mejoró en 4,4 millones de euros ya que el grupo centra sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, lo que significa que se ha reducido la venta en bloque y las suscripciones colectivas pero también los costes de una manera más que proporcional.

Los ingresos publicitarios del área registraron un mejor comportamiento que el mercado, con una bajada del 18,4% en ABC y 17,1% en Prensa Regional frente a la caída del 20,5% del mercado según InfoAdex.

Por su parte, **ABC** fue la cabecera nacional con mejor comportamiento en la difusión en kiosco (-2,5%) frente a El Mundo (-3,5%); La Razón (-12,2%) o El País (-18,8%). Fue además la cabecera digital con mayor crecimiento en usuarios únicos mensuales (12,5%) y un crecimiento medio mensual de suscripciones a Kiosco y Más del 15%.

Un análisis combinado de la marca **ABC** (actividad editora, digital y plantas de impresión) muestra una mejora del EBITDA comparable significativo y cierra este semestre con EBITDA positivo de 0,3 millones de euros pese a una caída de 4,6 millones de euros en los ingresos publicitarios.

En **Prensa Regional** el comportamiento tanto publicitario como en difusión de las cabeceras de Vocento es mejor que el de los comparables en sus respectivos mercados y cierra el semestre con un margen medio de EBITDA comparable que asciende a 14,6%.

Vocento ha tomado la decisión de convertir el diario Qué! en un medio exclusivamente digital. Durante los últimos años el esfuerzo de la compañía se ha centrado en la optimización del negocio a través de diferentes iniciativas (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. El cierre de la edición

impresa tiene un impacto de 19,1 millones de euros por deterioro del fondo de comercio sin impacto en caja, a la vez que libera EBITDA comparable negativo por 2,1 millones de enero a junio de 2012.

El EBITDA comparable del área **audiovisual** mejoró en 5,4 millones de euros y destaca la puesta en valor del negocio de la **Televisión**, que mejoró su EBITDA comparable en 6 millones de euros. De hecho, en el primer semestre del año, la audiencia del múltiplex de Net TV alcanzó una cuota del 4,5%, donde destaca Paramount Channel que desde abril mantiene una audiencia superior al 1%.

También fue positiva la evolución de **ABC Punto Radio**, que mejoró su EBITDA, en términos comparables, en 0,8 millones de euros por las medidas de eficiencia en costes y los beneficios derivados de la nueva estrategia combinada de marca ABC en papel, radio e Internet que se refleja en un mejor comportamiento publicitario que el mercado.

En **Internet**, Vocento consolidó su liderazgo en la categoría de noticias, mantuvo su noveno puesto en el ranking total de audiencia, con cerca de 8 millones de usuarios, y lidera el de los medios de comunicación.

Los ingresos publicitarios de Internet representan ya el 15,2% del total, dos puntos porcentuales más que en el primer semestre de 2011. Destaca la aportación de **Oferplan.com** cuyos ingresos suponen ya el 7,9% de las Ediciones Digitales. Destaca también el desarrollo de **Clasificados** de Vocento, único grupo con una red nacional, con un crecimiento del 9% en publicidad mientras el mercado subía un 5%. Esto ingresos ya suponen el 33,9% del total ingresos publicidad Internet.