

## Vocento sitúa sus ingresos en 129,5 millones, con una mejor evolución que el sector en términos publicitarios

**Madrid, 9 de mayo de 2013.-** En un contexto marcado por la crisis económica que está impactando con intensidad al sector de los medios de comunicación, Vocento ha vuelto a mejorar su cuota publicitaria respecto al sector, ha ejecutado su Plan de Eficiencia para reducir sus costes y ha mantenido una posición financiera diferencial frente a sus competidores.

Los ingresos de la empresa en 1T13 alcanzaron los 129,5 millones de euros, un 16,9% menos que en 1T12. A pesar de este recorte, hay que destacar el mejor comportamiento que el mercado de los ingresos publicitarios de las marcas de Vocento tanto en su formato offline (cabeceras regionales y ABC - 20,2% frente al -22,9% del mercado según i2p) como online (Ediciones Digitales +2% frente al -5,9% del mercado según i2p). Los ingresos por publicidad de Vocento se han contraído un 19,9% excluyendo del perímetro Qué!, tras el cierre de la actividad editora en julio de 2012 y radio por el acuerdo con COPE.

Es importante reflejar el cambio de perfil de los ingresos publicitarios hacia el negocio digital. En el mix publicitario a 31 de marzo los ingresos del área de internet ya representan el 19,1% de los ingresos publicitarios totales de Vocento, lo que supone un crecimiento de 4,6 puntos porcentuales respecto a 1T12. Si además se suman los ingresos derivados de nuevos modelos digitales basados en e-commerce (ejemplo Oferplan), el porcentaje de exposición de Vocento a la actividad digital se eleva hasta el 22,1%.

Vocento mantiene entre sus objetivos la mejora de la eficiencia operativa y la disminución de los costes en la parte baja del ciclo. En este sentido, se debe señalar que el Plan de Eficiencia, ejecutado en 1T13 tendrá su reflejo a partir del segundo trimestre. Aun así, los gastos comparables en el periodo descienden un 14,5% lo que permite absorber gran parte de la caída de ingresos debido a las medidas de control y reducción de gastos generalizadas en todas las áreas.

El EBITDA comparable (excluidos los impactos extraordinarios de 1T12) en 1T13 alcanza 2,1 millones de euros, frente a los 7,0 millones del mismo periodo del ejercicio anterior, lo que pone de manifiesto la capacidad de Vocento para absorber la mayor parte de la caída publicitaria, de 13,5 millones de euros, con reducción de costes.

El resultado de explotación (EBIT) comparable se sitúa en -5,3 millones, debido a la disminución de amortización que se reduce en 1,3 millones en comparación con el 1T12. El resultado neto consolidado en 1T13 es de -7,7 millones de euros, tras la aplicación de impuestos y accionistas minoritarios.

Respecto a situación financiera, Vocento mantiene una posición diferencial en el sector de los medios. La deuda neta se sitúa en 148,8 millones de euros, una cifra que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 36,4 millones. En términos comparables, excluyendo los pagos por 13,3 millones de euros vinculados al Plan de Eficiencia, la posición financiera neta se habría reducido hasta 135,5 millones, en comparación con los 142,9 millones del cierre del año 2012. Esto se debe a la estricta gestión del capital circulante así como el control de las inversiones muy vinculadas con el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos digitales. Vocento dispone asimismo de líneas de crédito no utilizadas de aproximadamente 50 millones de euros.

Resultados por áreas de negocios En medios impresos las cabeceras regionales, según EGM (1ª ola 2013), incrementan su audiencia en 62.000 lectores, lo que supone un crecimiento del 2,9%. Por su parte, la audiencia de ABC se contrae un 6,2% en un entorno de caídas generalizadas de la prensa nacional. Hay que recordar que la compañía decidió centrar sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, lo que significa que se ha reducido la venta en bloque y las suscripciones colectivas (difusión no ordinaria) pero también los costes de una manera más que proporcional. El margen neto de la venta de ejemplares de ABC y los periódicos regionales mejoró en 0,9 millones de euros en 1T13.

Los Ingresos de Explotación ascienden a 84,0 millones, un 15,3% menos como consecuencia del impacto de la menor difusión ordinaria y la reducción controlada de la no ordinaria, que ha permitido la mejora del margen neto por ejemplar, y por otro lado la caída de los ingresos publicitarios del -20,2% dónde Vocento sigue registrando un mejor comportamiento que el mercado que retrocede -22,9% según i2p.

El área de Medios Impresos cierra el periodo con un EBITDA comparable de 3,6 millones de euros, lo que supone un descenso de 2,5 millones respecto al 1T12. La compañía, en un contexto muy complicado, ha compensado gran parte de la caída publicitaria (-9,6 millones de euros) con diversas medidas de ahorro que tendrán su continuidad con las mejoras que se esperan derivadas del Plan de Eficiencia. En 1T13 los costes comparables (ex-Que!) se reducen un 10,6%.

En el área audiovisual, tras los acuerdos estratégicos realizados en televisión y radio, Vocento sigue teniendo un futuro dentro del sector audiovisual, ya que ha retenido la titularidad de sus licencias de radio y televisión.

La TDT obtiene unos ingresos de 12,4 millones, un 8,5% más que refleja, entre otros la alianza alcanzada con Paramount Channel. La audiencia del múltiplex de Net TV alcanza una cuota total del 4,2% según datos de marzo de 2013.

El acuerdo con COPE para la emisión en cadena anunciado al mercado a finales de 2012 tiene un impacto negativo inicial en el área de Radio en el 1T13 dado que durante este trimestre se ha llevado a cabo la explotación del negocio sin tener los ingresos derivados equivalentes (-73,6%). La emisión en cadena con COPE permitirá EBITDA positivo a partir de 2T13.

El EBITDA comparable del área Audiovisual está afectado por la menor actividad en las productoras y los menores estrenos de cine. A partir de 2T13, el área audiovisual recogerá, no solo los ahorros generados a partir del Plan de Eficiencia (incluyendo emisión en cadena con COPE) sino también el impacto positivo tras el cambio de proveedor en TDT Autónoma.

En Internet, Vocento consolida su liderazgo en la categoría de noticias y ocupa la octava posición en el ranking total de audiencias en internet de ComScore, reflejo de su apuesta digital, con más de 12,1 millones de usuarios únicos. Sobresale el buen comportamiento de ABC.es, que mejora su cuota de mercado online con un crecimiento del 29,2% en usuarios únicos mensuales (muy por encima de otros diarios nacionales que en media crecen un +6,3%), y alcanza los 5,9 millones de usuarios.

Los ingresos de explotación del área de Internet registran un aumento del 0,9% con una lectura combinada: crecimiento de la publicidad de las Ediciones Digitales en +2,0%, creciente aportación de los

nuevos negocios digitales cuyos ingresos más que se duplican por este concepto e impacto negativo del deterioro macroeconómico y publicitario especialmente en portales verticales y clasificados. Destaca ABC.es con un crecimiento en ingresos del 40,6%.

Gracias a todo ello, el EBITDA comparable del área mejora en casi 0,4 millones de euros. Destaca la mejora de la rentabilidad en las Ediciones Digitales que alcanzan break even (+0,6 millones de euros) dado que el crecimiento en ingresos de nuevas iniciativas no lleva implícito estructuras adicionales, mejorando así la rentabilidad.