

## Vocento obtiene un EBITDA de 18,3 millones hasta septiembre, un 2% más que el mismo periodo de 2012

**Madrid, 12 de noviembre de 2013.-** En un entorno de mercado que aún continúa siendo complicado, Vocento ha tenido un mejor comportamiento publicitario en los nueve primeros meses del año que el resto del sector, tanto en las cabeceras regionales (on y off line) que han caído un 13,9% como la marca ABC que lo ha hecho sólo un 4,5%, frente al 18% de caída del mercado, según i2p.

En este contexto, los **Ingresos de Explotación** en el periodo alcanzan los 386,1 millones de euros que se reducen 15,9% ajustados por el cierre de la actividad editora del diario gratuito Qué! en julio de 2012 y el cambio de modelo de negocio en Radio tras acuerdo de emisión en cadena con COPE, dónde los ingresos publicitarios desaparecen y dan paso a otros ingresos. Otro hecho significativo es la creciente importancia de los ingresos de la actividad digital (publicidad y e-commerce), que ya aportan el 22,5% del total de ingresos publicitarios y e-commerce (+5,5 puntos porcentuales respecto a 9M12).

Hasta septiembre, Vocento logra un **EBITDA** de 18,3 millones de euros, lo que supone una mejora del 2% respecto al mismo periodo del año anterior a pesar de las condiciones de mercado. Además,, se observa una mejora trimestre a trimestre de este 2013 tras la aplicación del Plan de Eficiencia en el 1T13 y en el tercero se observa ya un crecimiento del EBITDA comparable de 1,8 millones, que responde a una ejecución según el plan estratégico. Además, **todas las áreas de negocio de Vocento registran en la actualidad un EBITDA positivo.**

El descenso de los ingresos por venta de publicidad y por Contenidos se compensa con la mejora del margen neto de la venta de ejemplares, el ahorro de los costes de personal tras la implementación del Plan de Eficiencia y de otros gastos variables vinculados al descenso de la actividad ya mencionado. Así, y a modo de resumen, los costes comparables hasta septiembre descienden un 14,2%, excluida la inversión en reestructuración.

El diferencial financiero se incrementa en -3,4 millones de euros, pero es importante reseñar que el resultado de 2012 incluía un ingreso financiero no recurrente de 2,7 millones procedente de la negociación de la opción de venta del diario Las Provincias. A pesar de las pérdidas registradas, las regularizaciones de bases imponibles negativas de años anteriores y otros efectos provocan que la compañía haya tenido un gasto de impuestos superior a un millón de euros. Todo ello ha provocado que Vocento haya registrado un **resultado neto** de -15,3 millones de euros, una cifra que mejora en un 42,8% los -26,8 millones del mismo periodo de 2012.

Respecto a la situación financiera, Vocento sigue manteniendo una posición diferencial en el sector de los medios de comunicación. La **deuda financiera neta** a septiembre se sitúa en 156,7 millones de euros, que incluye efectivo y otros activos corrientes por importe de 29 millones. Es importante reflejar que la

empresa alcanza generación de caja positiva de 3,4 millones de euros antes de la inversión vinculada al Plan de Eficiencia (17,2 millones). Así, la deuda financiera neta se habría reducido hasta 139,5 millones frente a los 142,9 millones del cierre del ejercicio 2012. Por otra parte, Vocento dispone de líneas de crédito no utilizadas de aproximadamente 35,6 millones.

### Resultados por áreas de negocios

En **Medios Impresos**, Vocento mantiene su clara posición de liderazgo en prensa generalista con una cuota de mercado del 25% (vs. 24,7% del 1S13). Dicho porcentaje asciende al 34% si se incluyen los periódicos asociados al grupo en tarifas como la única 3.0 (La Voz de Galicia, Diario de Navarra, Heraldo de Aragón).

Los **Ingresos de Explotación** se sitúan en 249,9 millones, un 13,7% menos que en el 9M13 como resultado principalmente del descenso de los ingresos publicitarios, el impacto de la menor difusión ordinaria y la reducción voluntaria y controlada de la difusión no ordinaria para lograr una mejora de la rentabilidad. Por su parte, el **EBITDA** asciende a 13,6 millones, lo que supone un descenso de 600 mil respecto al 9M12. El grupo ha logrado compensar gran parte de la caída publicitaria (22,5 millones en los 9M13) con diversas medidas de ahorro incluidas en el Plan de Eficiencia (los costes comparables han caído un 11,6%).

En este sentido, destaca el mantenimiento de la rentabilidad en la Prensa Regional con un margen EBITDA plano respecto al 3T12 y también la mejora en ABC de 2,3 puntos porcentuales con relación al 3T12, a pesar del deterioro del mercado publicitario. Además, si se analiza la evolución trimestral del EBITDA comparable en los medios impresos de Vocento (tanto en las cabeceras regionales como en ABC) se observa una clara mejoría trimestre a trimestre debido a que el Plan de Eficiencia se ejecutó durante el 1T13 y no se materializó hasta el 2T13.

A lo largo de 2013, destaca la progresiva mejora operativa de la **marca ABC**, que en el tercer trimestre de 2013 **reduce su EBITDA negativo** respecto al mismo periodo del año anterior en +0,8 millones de euros a pesar de la caída del mercado publicitario.

En el área **Audiovisual**, como consecuencia de la menor actividad del área de Contenidos y el acuerdo estratégico en Radio con COPE, los Ingresos de Explotación han caído un 27% hasta los 54,4 millones de euros. **Sin embargo, todos los negocios de la división alcanzan EBITDA positivo en el tercer trimestre del año 2013**, debido, entre otras circunstancias, al positivo impacto del Plan de Eficiencia desde el 2T13.

Destaca el buen comportamiento de la TDT que, además de mejorar sus ingresos un 4% (hasta 37,2 millones de euros), también eleva su EBITDA comparable un 14,4% (0,8 millones) hasta alcanzar la cifra de 6,3 millones, con una evolución creciente trimestre a trimestre. En el caso de la Radio, la estrategia seguida por Vocento de cambio en el modelo de explotación (al dejar de ingresar por venta publicitaria y la facturación entra por otros ingresos), ha permitido obtener un EBITDA positivo de 0,3 millones en el tercer trimestre estanco del ejercicio.

En **Internet**, Vocento cuenta con más de 10,6 millones de usuarios únicos mensuales según datos de ComScore, lo que le sitúa entre los 10 primeros portales de acceso a la red. La estrategia de la empresa

sigue siendo la búsqueda de nuevos ingresos digitales (basados en modelos de negocio e-commerce como Oferplan), la adaptación del contenido a las nuevas plataformas y en optimizar la estrategia de comercialización.

Los Ingresos de Explotación han sido de 40,3 millones, con lo que se repite la cifra del pasado año. Sobresale el diferente comportamiento por área de negocio: la facturación de las Ediciones Digitales crece un +8,9%, mientras que Portales Verticales y Clasificados cae por tener mayor exposición a la débil evolución macroeconómica y publicitaria. No obstante, el comportamiento de las ventas de Publicidad, que alcanzan la cifra de 22,2 millones de euros en esta División (-2,2%), es mejor que el del resto del mercado (-4,5%).

El EBITDA comparable se incrementa en 0,7 millones hasta los 1,2 millones, gracias principalmente a la buena evolución de las Ediciones Digitales (tanto en los ingresos por publicidad como en los nuevos modelos basados en e-commerce, que le han permitido alcanzar EBITDA positivo a septiembre). Este crecimiento del resultado operativo de Vocento se pone de manifiesto tanto en los Portales Locales (incremento del margen EBITDA de +4,8 puntos porcentuales) como en ABC.es (+16,1 puntos porcentuales).