

VOCENTO obtiene resultado de explotación (EBIT) positivo por primera vez desde 2008

- En los nueve primeros meses la compañía reduce sus pérdidas netas en un 40,5%, de 15,3 a 9,1 millones de euros
- Incrementa su EBITDA un 37% y alcanza los 26 millones de euros
- Mejora publicitaria en 3T14. Los ingresos publicitarios totales crecen un +4,6%: Prensa escrita (+0,2%), Ediciones digitales (+16,6%) y Clasificados (+9,6%)
- Los negocios digitales alcanzan el 25% de los ingresos publicitarios, 2,6 puntos porcentuales más
- La compañía reduce la deuda en 2,4 millones de euros respecto al cierre de 2013 y el negocio ordinario genera caja operativa por casi 6 millones

Madrid, 13 de noviembre de 2014.- En un entorno todavía complejo para los medios de comunicación, VOCENTO vuelve a cumplir con sus objetivos de mantener el liderazgo de sus marcas, mejorar su cuota de mercado publicitaria tanto offline como online, aumentar el peso del negocio digital y generar caja manteniendo una posición financiera diferencial en el sector. Todo ello con crecimientos en las principales magnitudes operativas de su cuenta de resultados con relación al ejercicio precedente.

Los **Ingresos de Explotación** totales del grupo alcanzan los 361,5 millones de euros, lo que supone un retroceso del -6,4% respecto al mismo periodo de 2013. Sin embargo, los ingresos por venta de publicidad se mantienen planos en el acumulado de los nueve meses de 2014 y se observa una mejora en la tendencia periodo a periodo. Así, en el tercer trimestre estanco aislado, dichos ingresos crecen un +4,6% apoyados principalmente en la publicidad digital (+16,6%), aunque también en la edición impresa (+0,2%).

Por otra parte, en el periodo enero-septiembre se ha vuelto a acentuar el cambio de perfil de ingresos hacia digital (ingresos de publicidad digital y los derivados de los nuevos modelos basados en e-commerce, Oferplan y Kiosko y Más). Gracias a ello, la exposición a digital de VOCENTO se ha incrementado hasta el 25% (+2,6 puntos porcentuales frente a los nueve primeros meses de 2013).

El **EBITDA comparable** a septiembre es de 26 millones de euros, lo que supone un aumento de 7 millones con relación a los nueve primeros meses de 2013 (+37%). Esta evolución positiva se debe a la recuperación publicitaria, las medidas de ajuste en Contenidos acometidas en 2013 (que permiten mejorar el EBITDA del área) y a las medidas de control de gastos. Todas las áreas de negocio mejoran su EBITDA. Así, Periódicos lo eleva en 2,2 millones, Audiovisual en 1,2 millones y Clasificados reduce su pérdida en 1,2 millones (dejándola en -0,5 millones).

El **resultado de explotación (EBIT)** se sitúa en positivo al alcanzar la cifra de 2,6 millones, frente a las pérdidas de -3,6 millones del año anterior. Esta magnitud, que mejora en 6,2 millones, se ve favorecida por el descenso de las amortizaciones en el área de Contenidos y las vinculadas a las plantas de impresión.

El **diferencial financiero** se mantiene en línea con el registrado en los nueve primeros meses de 2013, al situarse en -7,4 millones. Esta circunstancia sumada al impuesto sobre beneficios (1 millón de euros) y a los accionistas minoritarios (3 millones), sitúan el **resultado neto** a septiembre en -9,1 millones. Por tanto, la compañía reduce las pérdidas en un 40,5% (en comparación con los -15,3 millones registrados en el 9M13).

Con relación a la situación financiera, VOCENTO sigue manteniendo una posición diferencial frente a sus competidores. La **deuda financiera neta (DFN)** a 30 de septiembre de 2014 se sitúa en 146,9 millones con generación de caja positiva del negocio ordinario (frente a los 149,3 millones al cierre de 2013). Como efectos extraordinarios en caja, se encuentra la venta de la participación indirecta en el operador de cable ONO por 9,2 millones de euros y salida de caja no recurrente de 12,8 millones vinculadas a indemnizaciones, préstamo sindicado y otros. La disminución de deuda y la mejora de EBITDA comparable permiten reducir el ratio de apalancamiento a 3,3 veces desde las 4 veces del cierre de 2013.

Resultados por áreas de negocios

En **Periódicos**, los **Ingresos de Explotación** se sitúan en 302,9 millones de euros, lo que supone un descenso del -3,7% como consecuencia principalmente de las menores ventas de ejemplares de Regionales y a una política selectiva de promociones en ABC. Destacar que el nivel de publicidad en los periódicos regionales y ABC se mantiene prácticamente estable en los nueve primeros meses del año, lo que permite un mejor comportamiento publicitario que el resto del sector (los ingresos publicitarios de los periódicos de VOCENTO en offline caen un 2,5% y en online crecen un 10,9% en comparación con un -3,5% y un +3,1% del mercado, respectivamente, según i2p).

El crecimiento de las ventas de publicidad de los Periódicos está especialmente apoyado en la publicidad digital, donde las ventas de publicidad de las ediciones digitales crecen a un ritmo del 16,6%. La edición impresa contribuye con un 0,2%. El resultado conjunto (on+off) se resume en un crecimiento de las ventas de publicidad en Prensa Regional del +2,9% y Nacional +2,3%. Por su parte, los ingresos de publicidad de Suplementos y Revistas crecen un +8,8% tanto online (+30,6%) como en offline (+6,5%) y donde el suplemento femenino de los sábados, Mujer Hoy, destaca notablemente.

El **EBITDA comparable** asciende a 24,9 millones, un +9,6%. En el área de Periódicos tanto en ABC como en Suplementos y Revistas registran crecimientos. Por ejemplo, el EBITDA de ABC mejora en 2,2 millones frente a la pérdida de -3,1 millones del 9M13. La mejora del área se sustenta principalmente en el impacto combinado de la reducción de costes variables vinculados a la operativa y las medidas de eficiencia (que han permitido una disminución de los gastos comparables del -4,8%) y en el mayor margen neto variable de la venta de ejemplares y de promociones.

En **Audiovisual**, los **Ingresos de Explotación** alcanzan los 43 millones de euros, un 21,5% menos debido principalmente al descenso en ingresos en TDT del -32,3% por el cese de la emisión de dos canales en TDT nacional, MTV e Intereconomía y la menor facturación en la distribución de cine (área de Contenidos) como resultado de la transmisión a un tercero de parte del negocio a finales de 2013.

El **EBITDA comparable** alcanza un total de 7,8 millones hasta septiembre de 2014, un 18,4% más que en el mismo periodo de 2013 (con una mejora de 1,2 millones). Es importante reflejar que todos los negocios de la división (TDT, Radio y Contenidos) vuelven a lograr EBITDA positivo. Destaca el buen comportamiento de Radio, con un EBITDA comparable de 1,7 millones (frente a las pérdidas de -0,9 millones de doce meses antes), gracias al positivo acuerdo comercial y estratégico con COPE, y Contenidos, que eleva su EBITDA en 2,4 millones.

En **Clasificados**, los **Ingresos de Explotación** alcanzaron los 9 millones de euros (-6,5%). El descenso se debe al efecto perímetro de la venta de la división de soluciones de Infoempleo en el cuarto trimestre de 2013 (sin dicha desinversión, los ingresos pro forma crecerían un 7,2%). Es importante señalar que, en los primeros nueve meses de 2014, los ingresos de publicidad del área crecieron un +8,9%. El **EBITDA comparable** se sitúa en -0,5 millones, lo que supone una reducción de las pérdidas del -68,9% gracias al desarrollo de negocio y a diferentes medidas de reducción de costes que se concretan en la optimización de los equipos comerciales y en ahorros de personal.