

Vocento bate al mercado publicitario y mejora el EBITDA de Medios Impresos e Internet

Madrid, 29 de julio de 2011.- Los ingresos publicitarios de Vocento batieron en la primera mitad del año el comportamiento del mercado publicitario a pesar de la difícil coyuntura. Además, sigue mejorando el perfil de ingresos de la compañía, que en el primer semestre ascendieron a 361,6 millones de euros. Internet y Audiovisual representan ya el 26,8% de los ingresos del grupo, 2,9 puntos más que en los seis primeros meses del año pasado. El EBITDA ajustado del grupo en este periodo ascendió a 24,3 millones de euros que demuestra el apalancamiento operativo creado y la continua política de costes en todas las áreas.

Destaca la evolución de los ingresos publicitarios en Internet que crecieron un 13,9% (el mercado lo hizo un 12,3%) y la consolidación del liderazgo de Vocento, con más de 8 millones de usuarios, entre los grupos de comunicación en Internet según Nielsen NetView.

Por otro lado, a pesar de la caída publicitaria del sector, los medios impresos de Vocento registran mejor comportamiento publicitario que el sector con una caída del 8,5% frente al 11,7% del mercado. La estrategia de marcas y el apalancamiento operativo permiten cerrar el semestre con un EBITDA ajustado del área de Medios Impresos que supera los niveles del mismo periodo del año anterior con un crecimiento del 6,6%, hasta los 24,8 millones de euros. El liderazgo en Internet y la apuesta del grupo se refleja en el resultado de dicha área que alcanza break even, con un EBITDA ajustado positivo de 1,5 millones, con respecto a los 0,2 millones de pérdidas del primer semestre de 2010.

Vocento mantiene una sólida posición financiera neta con una deuda financiera neta de 114,3 millones de euros y un efectivo de 52 millones, lo que supone una clara diferencia frente a otros grupos del sector.

Resultados por áreas de negocio

En **Medios Impresos** destaca el buen comportamiento de ABC, la única cabecera nacional que gana cuota de mercado con una difusión media, en los primeros seis meses del año, de 241.963 ejemplares y cierra un semestre con una mínima caída de difusión en kiosco del 1,6% frente al 13,3% de sus competidores. ABC mejora, además, los resultados del mercado en términos publicitarios, con una bajada del 7,8% frente al 11,7% del mercado de prensa, según InfoAdex.

En cuanto a ABC.es, alcanzó los 3 millones de usuarios únicos y supone ya el 9,1% de los ingresos publicitarios totales de ABC. Así, en el primer semestre, ABC mejora su EBITDA

ajustado en 4,1 millones de euros, gracias a las medidas de reducción de costes y a la mejora de cuota tanto en difusión como en publicidad.

En prensa regional, Vocento mantuvo su liderazgo indiscutible con una cuota del 25,3%, y un mejor comportamiento en términos publicitarios que el mercado (-9,2% vs. -11,7%) y es capaz de absorber mas de 2/3 de la caída en publicidad vía ahorro en costes que le ha permitido mantener rentabilidad en términos de margen de EBITDA del 16,9%.

En el área de suplementos y revistas, Vocento sigue siendo líder con XL Semanal y Mujer Hoy. El diario Qué! también mejoró su EBITDA en 0,4 millones de euros.

En **Audiovisual**, los ingresos aumentaron un 12,6%, hasta los 68,5 millones de euros, debido al desarrollo del modelo de TDT nacional, que alcanza ya una audiencia conjunta en el multiplex de Net TV superior al 4%, y al incremento de facturación del área de Contenidos. Punto Radio consolida la cobertura de la red con la obtención de 8 nuevas emisoras en Andalucía y 3 licencias en las Islas Canarias.

Internet volvió a reflejar su potencial de crecimiento con un aumento de los ingresos publicitarios del 13,9%, hasta los 16,6 millones de euros, y una mejora del EBITDA de 1,7 millones de euros, hasta un nivel positivo de 1,5 millones de euros. Así, Internet representa ya el 13,9% de los ingresos publicitarios de Vocento, 2,3 puntos más que en el primer semestre de 2010, y se observa un mejor comportamiento que el mercado que subió un 12,3%.

Vocento confirmó, una vez más en este semestre, su relevante posición en Internet con una audiencia de más de 8 millones de usuarios así como su liderazgo entre los grupos de comunicación. Actualmente Vocento se sitúa en séptima posición en el ranking total de Nielsen NetView, según los últimos datos publicados en junio de 2011.