

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

**Informe de Gestión Intermedio Consolidado
Primer Semestre de 2009**

INTRODUCCIÓN: EVOLUCION DEL ENTORNO ECONÓMICO

La actual recesión económica ha profundizado su intensidad durante 2009 alcanzando en el caso de las economías más desarrolladas (Unión Europea y EEUU) sus mayores niveles de caída de PIB y empleo de las últimas décadas. Tras más de diez años de fuerte crecimiento económico el sector privado se encuentra inmerso en un proceso de reducción de su elevado endeudamiento, que ha provocado un abrupto descenso tanto en la inversión empresarial como en el consumo.

En España esta coyuntura desfavorable se ve agravada por el peso en el PIB de actividades fuertemente impactadas por la crisis como la construcción y el turismo, y por el deterioro en el mercado laboral lo que previsiblemente afectará a su futura recuperación. El FMI, tras la revisión a la baja, estima una caída del PIB en 2009 del -4,0% que continuará en 2010 con un descenso estimado del -0,8%.

Esta coyuntura macroeconómica, que afecta especialmente al consumo privado, está impactando en la evolución de la inversión publicitaria cuyo descenso en el primer semestre de 2009 en España se estima en el -29,2%¹, con especial impacto en el segmento de prensa (periódicos -33,1%¹, suplementos -42,4%¹, y revistas -37,7%¹).

VOCENTO en este desfavorable entorno publicitario ha tenido un comportamiento mejor que el mercado y mantiene su apuesta de liderazgo, posicionando sus marcas como referente en los mercados donde opera con la capacidad de maniobra que le permite la solidez de su balance.

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE VOCENTO

VOCENTO es un grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es VOCENTO, S.A., dedicado a las diferentes áreas que configuran la actividad en medios de comunicación.

La dirección de VOCENTO organiza la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa, de acuerdo a las distintas líneas de actividad definidas: Medios Impresos, Audiovisual, Internet y Otros Negocios. Este mismo esquema, útil y fiable para la gestión del grupo, es el utilizado para el reporte al mercado. Esta agrupación de la información presenta todos los periódicos, todas las ediciones digitales, todas las radios a nivel local y nacional, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada línea de actividad. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los segmentos mencionados.

La información financiera contenida en este documento ha sido preparada de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

A continuación a efectos informativos se muestran gráficamente las áreas de actividad en las que opera VOCENTO:

¹ Fuente: Infoadex primer semestre de 2009

MEDIOS IMPRESOS			
PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	PRENSA GRATUITA	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ El Diario Vasco ▪ El Diario Montañés ▪ La Verdad ▪ Ideal ▪ Hoy 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur ▪ La Rioja ▪ El Norte de Castilla ▪ El Comercio ▪ Las Provincias ▪ La Voz de Cádiz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diario ABC ▪ Incluye edición ABC Sevilla 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qué! ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Mujer Hoy Corazón ▪ Pantalla Semanal ▪ Mi Cartera de Inversión ▪ Colpisa
AUDIOVISUAL			
TELEVISIÓN NACIONAL	RADIO	CONTENIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT – Net TV - Canal Disney - Intereconomía TV 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Telecinco (5%) ▪ Punto Radio ▪ 2 licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia 	<p>Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ BocaBoca ▪ Europroducciones ▪ Hill Valley ▪ Videomedia (30%) <p>Distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tripictures
TDT AUTONÓMICA Y LOCAL			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TVs locales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT autonómica: <ul style="list-style-type: none"> - Onda 6 - Licencia en Andalucía 		
INTERNET			
EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 Periódicos regionales ▪ ABC.es ▪ Que.es 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com ▪ Hoy Motor ▪ Hoy Cinema 	<p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión ▪ Unoauto ▪ Tus anuncios 	<p>Directorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11870 <p>▪ Sarenet</p> <p>▪ ComunicaMedia Trader</p>
OTROS NEGOCIOS			
IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comeco Impresión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribuciones Comecosa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Otras participadas multimedia regional 	

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

Continúa el mejor comportamiento de la publicidad que el mercado apoyado en el liderazgo en audiencia en Prensa e Internet

La reducción en costes (-13,3%) absorbe parcialmente la caída en ingresos

Mejora posicionamiento en Audiovisual: acuerdo con Viacom TDT Autónoma

Foco estratégico en Internet: entrada en directorios con 11870.com

- **La publicidad de VOCENTO en prensa e Internet incrementa cuota y registra mejor comportamiento que el mercado:** Internet +21,9% en comparación con +2,6% del mercado. Prensa Regional (-27,8%) y ABC (-26,7%) comparan con -33,1% del mercado de prensa (Fuente: Infoadex 1S 2009).
- **El esfuerzo en control de costes, ya iniciado en 2008, absorbe parte de la caída en ingresos. EBITDA ex no recurrentes de 22.151 miles de euros:**
 - (i) Impacto de la disminución de ingresos publicitarios -55.591 miles de euros.
 - (ii) Medidas de reducción de costes ex no recurrentes por -55.796 miles de euros (-13,3%): gastos de personal ex no recurrentes (-8,7%), aprovisionamientos (-17,9%), comerciales y de marketing (-31,2%). Por área:
 - Medios Impresos: estricto control de costes -12,0% ex no recurrentes incluyendo menor gasto promocional (-11,7%) compatible con el posicionamiento de ABC y Prensa Regional.
 - Audiovisual: progresiva eficiencia (costes operativos ex no recurrentes -21,9%) con una mejora en EBITDA de +7.614 miles de euros. Desarrollo del modelo de viabilidad en TDT Nacional, y estricto control de costes en TDT Autónoma y Radio.
 - Estructura y Otros: reducción de costes de administración con una mejora en EBITDA ex no recurrentes de +5.896 miles de euros.

(iii) Costes no recurrentes -31.689 miles de euros: medidas de reestructuración en especial ABC.

PRINCIPALES MAGNITUDES	(NIIF Miles de Euros)	1509	1508	Var Abs	Var %
Ingresos publicidad		140.346	195.936	(55.591)	(28,4%)
Gastos de explotación ex-no recurrentes		(365.219)	(421.015)	(55.796)	(13,3%)
EBITDA ex no recurrentes		22.151	27.687	(5.536)	(20,0%)
Costes no recurrentes		(31.689)	(9.895)	(21.794)	n/a
EBITDA reportado		(9.538)	17.792	(27.330)	n/a

- **Sólida posición financiera neta -117.769 miles de euros:** incluye efectivo y otros medios equivalentes por 62.346 miles de euros que permite financiar el desarrollo operativo y las medidas de reestructuración. La deuda mantiene su perfil de bajo riesgo por su naturaleza y vencimiento.
- **Liderazgo en audiencias:**
 - (i) Medios Impresos: VOCENTO consolida su liderazgo en audiencia con 5,2 millones (2ª ola ac. EGM 2009. ABC incrementa difusión por tercer semestre consecutivo en +4,2% vs. mercado ex ABC y Público -12,0%. Prensa Regional mantiene liderazgo con una cuota en difusión del 26,2% (OJD primer semestre 2009).
 - (ii) Audiovisual: mejora del posicionamiento en el área con el acuerdo con Viacom como proveedor de contenidos de TDT Autónoma, y adjudicación de licencias en Radio en Madrid y Castilla La Mancha. Disney Channel alcanza una cuota en TDT del 3,7% (TNS junio 2009), siendo líder dentro de los canales temáticos de TDT nacionales
 - (iii) Internet: continúa el incremento de masa crítica (9,3m u.u.m, +57% 2x mercado) y se mantiene la posición de liderazgo en el ranking Netview junio 2009. Foco estratégico en Ediciones Digitales (ABC.es, crecimiento 3x competidores y Que.es 1,3m u.u.m) y Clasificados (infoempleo #2, pisos.com y HoyMotor #4). Apuesta innovadora en directorios mediante la compra del 33% de 11870.com.

Principales datos financieros
Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1509	1508	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	137.827	136.199	1.628	1,2%
Ventas de publicidad	140.346	195.936	(55.591)	(28,4%)
Otros ingresos	109.197	116.567	(7.370)	(6,3%)
Ingresos de explotación	387.370	448.702	(61.332)	(13,7%)
Personal	(157.141)	(147.292)	9.849	6,7%
Aprovisionamientos	(71.884)	(85.970)	(14.086)	(16,4%)
Servicios exteriores	(166.468)	(196.314)	(29.845)	(15,2%)
Provisiones	(1.415)	(1.335)	81	6,0%
Gastos de explotación sin amortizaciones	(396.908)	(430.910)	(34.002)	(7,9%)
EBITDA	(9.538)	17.792	(27.330)	(153,6%)
Amortizaciones	(22.379)	(24.562)	(2.183)	(8,9%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	22.464	(67)	22.531	n.r.
EBIT	(9.453)	(6.837)	(2.616)	(38,3%)
Saneamiento de fondo de comercio	0	(15.000)	(15.000)	(100,0%)
Resultado de sociedades por el método de participación	462	11.103	(10.642)	(95,8%)
Diferencial financiero	7.608	(3.629)	11.237	309,7%
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	(222)	49.799	(50.020)	(100,4%)
Beneficio antes de impuestos	(1.605)	35.436	(37.041)	(104,5%)
Impuesto sobre sociedades	2.591	973	1.618	166,3%
Beneficio neto del ejercicio	986	36.409	(35.423)	(97,3%)
Accionistas minoritarios	(855)	(3.728)	2.873	77,1%
Beneficio atribuible sociedad dominante	131	32.681	(32.550)	(99,6%)
Gastos de explotación ex-no recurrentes	(365.219)	(421.015)	(55.796)	(13,3%)
Personal ex-no recurrentes	(125.452)	(137.397)	(11.945)	(8,7%)
EBITDA ex-no recurrentes	22.151	27.687	(5.536)	(20,0%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Ingresos de explotación

Los ingresos en el primer semestre de 2009 alcanzan 387.370 miles de euros comparados con 448.702 miles de euros en el mismo periodo de 2008:

- (i) Mejora de las ventas de ejemplares (+1,2%) por el crecimiento de ingresos en Prensa Regional (+1,7%), y especialmente en ABC (+12,6%). ABC mantiene su crecimiento iniciado en 2007, y alcanza en el primer semestre de 2009 un crecimiento de la difusión del +4,2% (promedio de 267.359 ejemplares diarios vs. 256.607 en el mismo periodo de 2008), siendo el único periódico nacional que aumenta la difusión en este periodo.
- (ii) Los ingresos de publicidad (-28,4%) concentran su descenso en la prensa de pago (-27,5%), en suplementos (-36,9%) y en el área Audiovisual (-32,8%) debido principalmente al impacto de la crisis financiera en la inversión publicitaria en medios convencionales.

En este difícil entorno, VOCENTO vuelve a registrar un mejor comportamiento en ventas de publicidad en prensa e Internet que el mercado según datos de Infoadex para el primer semestre de 2009. Las ventas de publicidad de Prensa Regional mantienen la tendencia (-27,8%) observada en el primer trimestre de 2009 y ABC desacelera su caída (-26,7%) comparadas con un mayor descenso del mercado (-33,1% en el primer semestre y -31,8%

en el primer trimestre de 2009), mientras que las ventas de publicidad del área de Internet se incrementan +21,9% en comparación con +2,6% del mercado.

- (iii) Descenso en Otros Ingresos (-6,3%, -7.370 miles de euros) debido principalmente a:
- a. Internet (-6.296 miles de euros): cambio de perímetro por desinversión en La Trastienda Digital (impacto en ingresos en el área de B2B en el primer semestre de 2008 3.732 miles de euros e impacto nulo en EBIDTA), y coyuntura de los tres mercados claves donde se posiciona el área de Clasificados (empleo, motor e inmobiliario).
 - b. Audiovisual (-1.578 miles de euros): compensándose parcialmente el desfase temporal de estrenos y retraso de producciones en Contenidos observado en el primer trimestre.

Gastos de explotación

El esfuerzo en reducción de costes iniciado en 2008 y realizado en todas las áreas, se traduce en un ahorro de costes ex no recurrentes en el primer semestre de 2009 de -55.796 miles de euros, una mejora del -13,3%. El ahorro se concentra principalmente en menores gastos de personal ex no recurrentes (-8,7%), aprovisionamientos (-17,9%), comerciales y de marketing (-31,2%).

Por áreas destacar (*más detalle en área de negocio*):

- (i) Medios Impresos: estricto control de costes compatible con el posicionamiento de ABC (mejora en gastos de explotación ex no recurrentes -3.367 miles de euros), Prensa Regional (reducción de gastos de explotación ex no recurrentes -12.340 miles de euros), Suplementos y Revistas (disminución de gastos de explotación ex no recurrentes -8.364 miles de euros) y Prensa Gratuita (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -9.552 miles de euros).
- (ii) Audiovisual: continua el impacto positivo de la mejora de eficiencia con una reducción de gastos de explotación ex no recurrentes de -14.527 miles de euros por el estricto control de costes en TDT Autonómica y Local y Radio.
- (iii) Estructura y Otros: la mejora de la reducción de costes centrales y de administración tiene un impacto positivo en EBITDA ex no recurrentes de +5.896 miles de euros.

EBITDA

El EBITDA ajustado por costes no recurrentes en el primer semestre de 2009 asciende a 22.151 miles de euros (reportado -9.538 miles de euros). Este comportamiento se explica por diferentes razones:

- (i) Impacto de la actual crisis en la menor inversión publicitaria -55.591 miles de euros.
- (ii) Reducción de gastos de explotación ex no recurrentes del -13,3% derivadas de las medidas de control y reducción de costes anteriormente mencionadas con una mejora de -55.796 miles de euros, compensando parcialmente el impacto de la caída en ingresos.

DESGLOSE DE EBITDA POR ÁREA (NIIF Miles de Euros)	1S09	1S08	Var Abs
Medios Impresos	17.879	31.807	(13.928)
Audiovisual	5.730	(1.884)	7.614
Internet	(1.141)	2.376	(3.517)
Otros Negocios	6.451	8.052	(1.601)
Estructura y Otros	(6.768)	(12.664)	5.896
EBITDA ex no recurrentes	22.151	27.687	(5.536)
Costes no recurrentes	(31.689)	(9.895)	21.794
EBITDA reportado	(9.538)	17.792	(27.330)

Los costes no recurrentes de -31.689 miles de euros están relacionados con medidas de reestructuración principalmente en ABC y en menor medida en Prensa Regional.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en el primer semestre de 2009 alcanza -9.453 miles de euros que compara con -6.837 miles de euros en el mismo periodo de 2008.

Las amortizaciones del periodo ascienden a -22.379 miles de euros, correspondientes principalmente a Contenidos -8.174 miles de euros, Medios Impresos -7.332 miles de euros, y en menor medida Impresión -2.691 miles de euros e Internet -1.780 miles de euros.

Adicionalmente dentro del resultado por enajenación del inmovilizado, se ha contabilizado la plusvalía neta generada en la segunda fase de la operación de venta de terrenos de ABC (hecho relevante del 10 de julio de 2008) por 21.376 miles de euros.

Resultado de sociedades por el método de participación

Tras la colocación en el mercado de un 1,9% del capital social de Telecinco (según comunicado a la CNMV en Hecho Relevante de 20 de junio de 2008) y la distribución de reservas en especie del 6,0% en 2008, dicha participación se contabiliza como inversión financiera sin impacto en este epígrafe.

Diferencial financiero

Una vez realizado el cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros el pasado 14 de mayo de 2009, el diferencial financiero se sitúa en 7.608 miles de euros frente a -3.629 miles de euros en el mismo periodo de 2008. Excluido el impacto del dividendo, el diferencial financiero se mantiene prácticamente plano.

Impuesto sobre sociedades

La evolución en el resultado antes de impuestos explica el ingreso de 2.591 miles de euros.

Accionistas minoritarios

La variación en +2.873 miles de euros se corresponde principalmente con la evolución de resultados en Prensa Regional.

Beneficio neto atribuible a la sociedad dominante

El beneficio neto asciende a 131 miles de euros.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1509	2008	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	753.845	766.806	(12.961)	(1,7%)
Activo Intangible	285.658	293.003	(7.345)	(2,5%)
Propiedad, planta y equipo	206.918	214.972	(8.054)	(3,7%)
Part.valoradas por el método de participación	22.278	19.116	3.163	16,5%
Otros activos no corrientes	238.991	239.716	(725)	(0,3%)
Activos Corrientes	317.353	347.033	(29.680)	(8,6%)
Efectivo y otros medios equivalentes	62.346	85.131	(22.785)	(26,8%)
Otros activos corrientes	251.316	254.519	(3.203)	(1,3%)
Activos mantenidos para la venta	3.691	7.383	(3.691)	(50,0%)
TOTAL ACTIVO	1.071.198	1.113.839	(42.641)	(3,8%)
Patrimonio neto de la Sociedad Dominante	473.723	484.836	(11.113)	(2,3%)
Deuda financiera	180.115	177.673	2.442	1,4%
Otros pasivos	417.360	451.330	(33.970)	(7,5%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	1.071.198	1.113.839	(42.641)	(3,8%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: los datos de 2008 a efectos comparativos incluyen aplicación anticipada de NIIF 3

Se analizan aquellas variaciones significativas.

Activo intangible

El impacto más significativo responde al reconocimiento de un incremento del fondo de comercio por 51.436 miles de euros por aplicación anticipada de la NIIF 3 revisada debido a que refleja mejor las combinaciones de negocio. Al resultar un cambio de criterio se han modificado también, a efectos comparativos, los datos de 31 de diciembre de 2008.

Patrimonio neto

La disminución en la cifra de Patrimonio neto obedece principalmente al impacto en reservas derivado del ajuste en valor a precios de mercado de la participación del 5,1% en Telecinco.

Otros pasivos

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe a: i) descenso en el saldo con proveedores debido en parte a la menor actividad en Contenidos, ii) registro del importe correspondiente a las medidas de reestructuración llevadas a cabo.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el primer semestre de 2009 se sitúa en -117.769 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 62.346 miles de euros. La variación en el endeudamiento se debe a:

- (i) Entrada de caja en enero por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (25.067 miles de euros).
- (ii) Cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros en mayo de 2009.

- (iii) Salidas de caja correspondientes al plan de reestructuración iniciado en 2008 y al registro de las indemnizaciones correspondientes a la reestructuración de ABC cuyo devengo llega hasta el año 2020 (ver detalle en cuentas semestrales 2009).
- (iv) Salidas de caja por crecimiento inorgánico: incremento de participación hasta el 83,2% en Punto Radio, adquisición del 33% de 11870.com y otras compras de minoritarios por un importe total de 13.153 miles de euros
- (v) El resto corresponde a salidas de caja por la propia operativa del negocio donde se incluye inversiones en inmovilizado material e inmaterial por un total de 8.831 miles de euros, variaciones en el capital circulante y otros

NIIF				
Miles de Euros	1509	2008	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	30.954	36.088	(5.134)	(14,2%)
Endeudamiento financiero a l.p.	149.161	141.585	7.576	5,4%
Endeudamiento financiero bruto	180.115	177.673	2.442	1,4%
Efectivo y otros medios equivalentes	62.346	85.131	(22.785)	(26,8%)
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(117.769)	(92.542)	(25.227)	(27,3%)

El endeudamiento financiero de VOC se caracteriza por un bajo perfil de riesgo dada su naturaleza y vencimientos a largo plazo. El endeudamiento a c/p incluye deuda con entidades de crédito por 23.877 miles de euros, y otros pasivos con coste financiero corrientes que por 7.076 miles de euros que incluyen planes de pensiones. El endeudamiento a l/p incluye deuda con entidades de crédito por 112.626 miles de euros, vinculadas a deuda leasing relacionada con las plantas de impresión, área de contenidos, Qué! y ABC, y otros pasivos con coste financiero no corrientes por 36.535 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC.

Estado de flujo de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	1509	1508	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	131	32.681	(32.550)	(99,6%)
Ajustes resultado del ejercicio	(10.744)	(14.217)	3.473	24,4%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	(10.613)	18.464	(29.077)	(157,5%)
Variación capital circulante	(17.640)	(2.497)	(15.143)	(606,4%)
Impuesto sobre las ganancias pagado	(876)	(1.182)	306	25,9%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	(29.129)	14.785	(43.914)	(297,0%)
Adiciones al inm. material e inmaterial	(8.831)	(22.617)	13.786	61,0%
Adquisición y venta de filiales y empresas asociadas	(3.239)	78.623	(81.862)	(104,1%)
Dividendos e intereses cobrados	11.913	41.844	(29.931)	(71,5%)
Otros cobros y pagos (inversión)	19.361	3.173	16.188	510,2%
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	19.204	101.023	(81.819)	(81,0%)
Dividendos e intereses pagados	(7.857)	(36.401)	28.544	78,4%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(7.267)	(16.212)	8.945	55,2%
Otros cobros y pagos (financiación)	2.263	0	n.a	n.a
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(12.861)	(52.613)	39.752	75,6%
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(22.786)	63.195	(85.981)	(136,1%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	85.131	43.045	42.086	97,8%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	62.345	106.240	(43.895)	(41,3%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a -29.129 miles de euros debido principalmente: (i) al menor resultado operativo del periodo, (ii) al incremento realizado en circulante (por los pagos vinculados a salida de personal, comparativa con una importante recuperación de saldos de clientes en 2008, descenso en el saldo con proveedores debido a la menor actividad en Contenidos) (iii) a los ajustes al resultado del ejercicio (e.g. las plusvalías de la segunda fase de la venta de terrenos de ABC están incluidas como flujos netos de las actividades de inversión).

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 19.204 miles de euros debido a: (i) la menor inversión en inmovilizado (ver apartado CAPEX), (ii) el dividendo cobrado de Telecinco (10.837 miles de euros) y (iii) la entrada de caja por la venta de terrenos de ABC (25.067 miles de euros).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -12.861 miles de euros incluyendo principalmente la amortización de deuda con entidades de crédito y los intereses pagados.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (CAPEX)

En el primer semestre de 2009, destaca la reducción en las inversiones para la adquisición de derechos para la distribución de producciones cinematográficas consecuencia del desfase temporal en producción y distribución en el área Audiovisual, y las menores inversiones en activos materiales de Prensa Regional e Impresión.

	NIIF								
	1509			1508			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	1.148	1.882	3.030	1.409	3.568	4.977	(262)	(1.686)	(1.947)
Audiovisual	648	340	988	9.062	1.778	10.840	(8.414)	(1.437)	(9.852)
Internet	1.451	680	2.131	1.237	768	2.004	214	(88)	126
Otros Negocios	98	2.025	2.123	239	3.741	3.980	(141)	(1.716)	(1.857)
Estructura	33	527	560	259	557	816	(226)	(30)	(256)
TOTAL	3.377	5.455	8.832	12.205	10.412	22.617	(8.829)	(4.957)	(13.786)

Información por área de actividad

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación por área de actividad.

Miles de Euros	NIIF			
	1509	1508	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	264.505	312.097	(47.591)	(15,2%)
Audiovisual	57.677	64.590	(6.913)	(10,7%)
Internet	26.124	30.394	(4.270)	(14,0%)
Otros Negocios	106.571	111.349	(4.778)	(4,3%)
Estructura y Otros	(67.508)	(69.728)	2.221	3,2%
Total Ingresos de Explotación	387.370	448.702	(61.332)	(13,7%)
EBITDA				
Medios Impresos	(12.532)	27.758	(40.290)	(145,1%)
Audiovisual	5.324	(2.234)	7.558	338,4%
Internet	(1.544)	2.332	(3.876)	(166,2%)
Otros Negocios	6.219	7.995	(1.776)	(22,2%)
Estructura y Otros	(7.005)	(18.059)	11.054	61,2%
Total EBITDA	(9.538)	17.792	(27.330)	(153,6%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Medios Impresos	17.879	31.807	(13.928)	(43,8%)
Audiovisual	5.730	(1.884)	7.614	404,2%
Internet	(1.141)	2.376	(3.517)	(148,0%)
Otros Negocios	6.451	8.052	(1.601)	(19,9%)
Estructura y Otros	(6.768)	(12.664)	5.896	46,6%
Total EBITDA ex-no rec.	22.151	27.687	(5.536)	(20,0%)
Resultado Explotación				
Medios Impresos	1.483	19.995	(18.512)	(92,6%)
Audiovisual	(2.970)	(13.050)	10.080	77,2%
Internet	(3.324)	1.118	(4.441)	(397,4%)
Otros Negocios	3.221	3.973	(752)	(18,9%)
Estructura y Otros	(7.864)	(18.874)	11.010	58,3%
Total Resultado Explot.	(9.453)	(6.837)	(2.616)	(38,3%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Medios Impresos

VOCENTO consolida el liderazgo indiscutible en prensa según EGM (2ª Ola ac. 2009) con 5,2 millones de lectores, cerca de un millón de lectores por encima de su competidor inmediato.

Prensa Regional

VOCENTO en el área de Prensa Regional, está posicionado estratégicamente como líder y referente en los medios regionales en los que opera gracias al poder de prescripción de sus marcas. A pesar de que la difusión de los diarios de información general se ha visto afectada negativamente por la competencia de nuevos medios de información, los periódicos regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en el primer semestre de 2009 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 26,2% (OJD primer semestre de 2009) con una mejor evolución de su difusión en comparación con las caídas del mercado de prensa generalista (-4,3% comparado con -6,7% según datos de OJD primer semestre de 2009). En audiencia, la Prensa Regional de VOCENTO alcanza 2.565 miles de lectores según datos de EGM (2ª Ola ac. 2009) incrementando su audiencia en +2,8% sobre 2008 (2ª Ola ac. 2008).

La estrategia de VOCENTO se ha centrado en la transformación de su negocio tanto en costes como en ingresos como medida de respuesta ante la desaceleración del mercado publicitario. Por el lado de los costes, las actuaciones se concretan en la reducción de costes, en la reestructuración de sus negocios y en la búsqueda de sinergias. Por el lado de los ingresos, destaca la innovación continua del producto y de los contenidos, y el refuerzo del posicionamiento online que permite consolidar la posición de liderazgo de sus marcas.

ABC

ABC, tercer diario nacional de España en número de ejemplares vendidos y una referencia en la historia de los siglos XX y XXI, ha continuado durante la primera mitad del año 2009 su intensa actividad social, cultural e institucional como por ejemplo con la entrega Premios ABC Solidario o el Festival Iberoamericano de Cortos.

En la situación actual de crisis, ABC continúa siendo el único diario que incrementa su difusión (267.359 ejemplares, +4,2% en el primer semestre de 2009, según OJD) e incrementa su diferencial respecto a la evolución del resto de la prensa nacional (-12,0% ex Público a efectos comparables y ABC). Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 728 mil lectores (2ª Ola ac. 2009) y es el diario nacional que más crece su cifra de audiencia (+5,7% 2ª Ola ac. 2008).

Esta mejor evolución operativa es fruto de la apuesta estratégica por ABC, a través de un gran esfuerzo editorial y comercial, con especial énfasis en el fin de semana (i.e. crecimiento de difusión en domingos del +12,5% que compara con un descenso del -15,7% del mercado de prensa nacional, según OJD primer semestre 2009). Durante el primer semestre de 2009, se ha continuado con el esfuerzo paralelo en la edición digital, ABC.es, aprovechando el reconocimiento de marca y su posicionamiento para reforzar la presencia en un soporte clave como Internet de una forma diferencial incluyendo contenidos Web 2.0 y Web TV y nuevos servicios de movilidad.

Prensa Gratuita- Qué!

La prensa gratuita, como negocio complementario para VOCENTO, hace posible el acceso a nuevas áreas geográficas, así como a una masa crítica relevante de lectores, que permite incrementar los niveles de audiencia. Qué! obtiene según 2ª Ola ac. EGM 2009 una audiencia de casi dos millones de lectores (1.885 mil lectores).

En la primera mitad del año la compañía ha aumentado sus esfuerzos en la reducción de costes y ha centrado su presencia en los mercados más rentables como respuesta al actual entorno publicitario. El desarrollo de la versión online del diario Que.es, donde el proceso de migración es fácil y natural

debido al perfil de su audiencia y contenido del producto es clave para el negocio a medio plazo. Que es alcanza 1,3 millones de usuarios únicos pasados seis meses desde su lanzamiento.

Suplementos y Revistas

VOCENTO refuerza en el primer semestre de 2009 su liderazgo en el sector de suplementos de información general (XLSemanal, Mujer Hoy, Mujer Hoy Corazón y Pantalla Semanal) y en revistas especializadas (Mi Cartera de Inversión). Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan según EGM una audiencia de 5.912 mil lectores según EGM², con un crecimiento de los Suplementos +5,9% sobre 2008, en comparación con caídas de sus principales competidores y del mercado de suplementos del -3,8% 2ª ola EGM 2008/9.

Esta positiva evolución reafirma la apuesta de VOCENTO en su oferta editorial del fin de semana situando a dos suplementos (XLSemanal y Mujer Hoy) entre los tres más leídos según EGM. Con el lanzamiento de Pantalla Semanal se complementa la renovada oferta con contenidos de cine, televisión y de las nuevas tecnologías. Por último, destacar el progresivo aumento de tiradas semana a semana de Mujer Hoy Corazón que demuestra una gran aceptación por parte de los lectores.

El liderazgo de VOCENTO facilita el posicionamiento en Internet mediante el desarrollo de ofertas integradas, trasladando el poder de prescripción de sus marcas del papel a los portales verticales: Mi cartera de Inversión con finanzas.com, y Mujer Hoy con Mujerhoy.com. Además se ha revisado el portafolio de revistas y procedido en su caso, a su salida bajo criterio de rentabilidad (i.e. Motor 16 o revistas corporativas)

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Medios Impresos.

² 2ª Ola ac. 2009 que no incluye el dato de audiencia de Pantalla Semanal que sustituye a XLSemanal TV ni de Mujer Hoy Corazón, y 2ª ola ac. 2008

Miles de Euros	NIIF			
	1509	1508	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	162.795	189.630	(26.835)	(14,2%)
Prensa Nacional	81.593	84.900	(3.307)	(3,9%)
Suplementos y Revistas	30.321	42.031	(11.709)	(27,9%)
Prensa Gratuita	9.174	14.874	(5.701)	(38,3%)
Eliminaciones	(19.378)	(19.339)	(40)	(0,2%)
Total Ingresos de Explotación	264.505	312.097	(47.591)	(15,2%)
EBITDA				
Prensa Regional	24.855	42.665	(17.810)	(41,7%)
Prensa Nacional	(37.161)	(13.538)	(23.623)	(174,5%)
Suplementos y Revistas	1.698	4.856	(3.158)	(65,0%)
Prensa Gratuita	(1.924)	(6.225)	4.301	69,1%
Total EBITDA	(12.532)	27.758	(40.290)	(145,1%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Prensa Regional	28.649	43.143	(14.494)	(33,6%)
Prensa Nacional	(10.785)	(10.845)	60	0,6%
Suplementos y Revistas	1.708	5.316	(3.608)	(67,9%)
Prensa Gratuita	(1.693)	(5.807)	4.114	70,8%
Total EBITDA ex-no rec.	17.879	31.807	(13.928)	(43,8%)
Resultado Explotación				
Prensa Regional	21.588	39.418	(17.830)	(45,2%)
Prensa Nacional	(19.671)	(17.557)	(2.114)	(12,0%)
Suplementos y Revistas	1.485	4.506	(3.021)	(67,0%)
Prensa Gratuita	(1.919)	(6.372)	4.453	69,9%
Total Resultado Explot.	1.483	19.995	(18.512)	(92,6%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Pantalla Semanal, Mujer Hoy y Mujer Hoy Corazón) que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, y b) por los ingresos derivados de la venta y reparto de suscripciones entre los diferentes periódicos de VOCENTO.

Ingresos de Explotación: asciende a 264.505 miles de euros comparado con 312.097 miles de euros en el mismo periodo de 2008. La Prensa Regional aporta 162.795 miles de euros (-14,2%), la Prensa Nacional contribuye con 81.593 miles de euros (-3,9%), Suplementos y Revistas con 30.321 miles de euros (-27,9%), mientras Prensa Gratuita aporta 9.174 miles de euros (-38,3%).

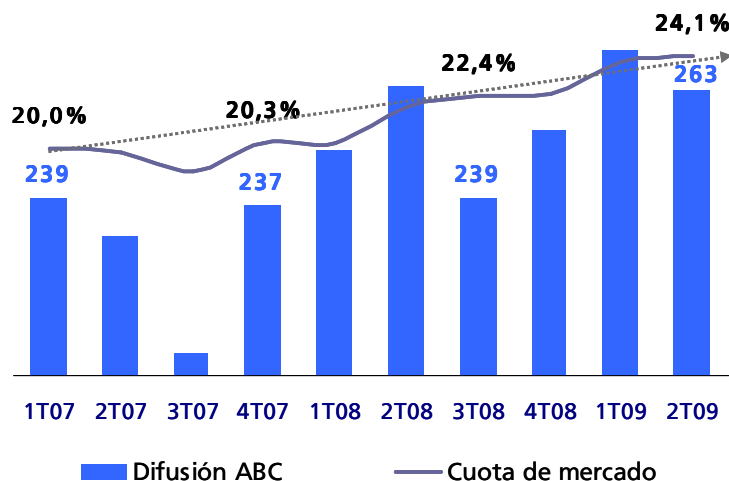
Ventas de Ejemplares: asciende a 117.323 miles de euros (+1,8%).

La Prensa Regional registra unas ventas de 73.123 miles de euros (+1,7%) reflejo de la variación en difusión (-4,3% vs. mercado de prensa generalista -6,7% primer semestre 2009) y del incremento de los precios de cabecera de algunos diarios regionales.

La Prensa Nacional contribuye con 40.447 miles de euros (+12,6%) confirmando una vez más la tendencia de crecimiento de la difusión de ABC iniciada en 2007 con el tercer semestre consecutivo de crecimiento en difusión (+4,2% vs. -12,0% mercado de prensa nacional).

El crecimiento de difusión de ABC se apoya especialmente en la venta ordinaria (suscripciones individuales y ventas en quioscos) que crece en el primer semestre de 2009 un +3,1% (+5.684 ejemplares) comparado con una caída del mercado (-12,4% ex ABC y Público). Dichos incrementos son compatibles con una reducción del gasto promocional del -9,9% en el primer semestre de 2009.

Evolución de la difusión de ABC y cuota de mercado de prensa nacional



	Difusión media ABC	Var % a/a		
		ABC	Mercado nacional	Dif%
1S08	256.607	9,1%	2,0%	7,2%
2S08	246.676	11,5%	(5,5%)	17,0%
1S09	267.359	4,2%	(12,0%)	16,2%

Fuente: OJD datos de cuota de mercado ex Público y datos de mercado ex Público y ABC, a efectos comparativos. Datos 1S09 pendientes de certificación.

Suplementos y Revistas aporta 17.850 miles de euros (-16,3%) debido por un lado a la salida de revistas corporativas y por otro al efecto en perímetro de consolidación por la desinversión en la revista Motor 16. El comportamiento del área de Suplementos mantiene su positiva evolución en ventas de ejemplares (+2,3%) en línea con el buen comportamiento de la difusión de ABC.

Ventas de Publicidad: asciende a 116.044 miles de euros comparado con 166.530 miles de euros en el mismo periodo de 2008. Las ventas de publicidad de Prensa Regional ascendieron a 69.288 miles de euros (-27,8%), Prensa Nacional 27.258 miles de euros (-26,7%), Suplementos y Revistas 10.654 miles de euros (Suplementos y Revistas -43,5%, Suplementos -36,9%) y Prensa Gratuita 8.978 miles de euros (-39,6%) reflejo de la crisis en la inversión publicitaria y de la concentración en los mercados más rentables.

Destaca el mejor comportamiento de las ventas de publicidad en Prensa Regional, Nacional y Suplementos de VOCENTO comparado con el mercado según el estudio de Infoadex del primer semestre de 2009: publicidad en prensa -33,1% y suplementos dominicales -42,4%.

Otros Ingresos: asciende a 31.139 miles de euros (+2,9%). Los ingresos por promociones se mantienen prácticamente estables en 17.017 miles de euros en el primer semestre de 2009 en comparación a 17.941 miles de euros en el mismo periodo de 2008.

EBITDA: asciende a 17.879 miles de euros ex-no recurrentes en el primer semestre de 2009 (EBITDA reportado -12.532 miles de euros):

- (i) Prensa Regional: alcanza 28.649 miles de euros de EBITDA ex no recurrentes (24.855 miles de euros EBITDA reportado). Las medidas de control de costes se reflejan en una reducción de costes operativos ex no recurrentes del -8,4% (mejora -12.340 miles del euros) mitigándose el impacto de la caída de publicidad. Destaca la reducción de costes de

personal (-10,3% ex no recurrentes), aprovisionamientos (-10,4%), comerciales y de marketing (-14,5%). Por último, los gastos promocionales descienden un -10,8% en comparación con el mismo periodo de 2008.

- (ii) Prensa Nacional: mantiene el EBITDA ex no recurrentes en línea con el semestre del año pasado (+0,6%, ajustado por costes no recurrentes de -26.376 miles de euros en el primer semestre de 2009) gracias a las medidas de eficiencia en costes (e.g. personal -8,8% ex no recurrentes, aprovisionamientos -6,4%, y reducción del gasto en promociones -9,9%). Los costes no recurrentes corresponden a la reestructuración llevada a cabo en mayo de 2009.
- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA ex no recurrentes de 1.708 miles de euros. Destacar que el esfuerzo en reducción de costes de explotación ex no recurrentes -22,1% (-8.101 miles de euros) permite compensar la caída en ingresos de (-11.709 miles de euros). Estas medidas enfocadas a la reducción de costes se centran en personal (-26,9% ex no recurrentes), y comerciales y de marketing (-28,1%).
- (iv) Prensa Gratuita: mejora en EBITDA ex no recurrentes +4.114 miles de euros hasta -1.693 miles de euros (-1.924 miles de euros reportado). En esta área las medidas de optimización de costes adoptadas (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -9.815 miles de euros, -47,5%) suponen absorber prácticamente el doble de la caída en publicidad.

Audiovisual

Las decisiones estratégicas del último año en esta área han permitido a VOCENTO posicionarse como un "jugador" más en el panorama audiovisual. Su estrategia le permite operar de forma integrada en el mercado audiovisual porque abarca una licencia nacional de TDT, y diferentes licencias de TDT autonómicas, una cadena generalista de radio, Punto Radio, así como la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

• TDT- Televisión Digital Terrestre

VOCENTO compite con el respaldo de licencias TDT nacionales y autonómicas, un recurso escaso y de gran valor, que permiten posicionarse de cara a los retos a los que se enfrentará el sector a partir de 2010, momento en el que se espera que se producirá el apagón analógico.

Mercado Autonómico

VOCENTO tiene un posición privilegiada al tener licencia en los mercados más relevantes desde el punto de vista publicitario: Madrid, Barcelona local, comunidad de Valencia y Andalucía, aparte de presencia en La Rioja, País Vasco, Murcia, y Asturias.

En el mes de junio se alcanza un acuerdo estratégico con Viacom grupo audiovisual líder por el que los canales regionales de VOCENTO se nutrirán de los contenidos de alta calidad de uno de los principales proveedores del mundo con reconocidas marcas como MTV, Nickelodeon, Paramount Comedy, VH1, Comedy Central y Spike; sobre una audiencia potencial de 24,7 millones de espectadores en los citados mercados regionales donde VOCENTO tiene presencia.

Mercado Nacional

VOCENTO a través de su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV") es uno de los seis operadores privados que cuenta con una licencia de TDT Nacional y en la actualidad emite dos canales de TDT (Canal Disney e Intereconomía TV). La 2ª ola EGM 2009 confirma la progresiva evolución de la TDT con más de 10 millones de hogares y una penetración que alcanza un máximo del 62,7% (+25,7 p.p. en comparación con 2ª ola EGM 2008).

Destacar que la audiencia en TDT ha superado en 1,6 p.p. a la de la televisión analógica en las últimas semanas en España.

Disney Channel por su parte, alcanza en el mes de junio de 2009 una audiencia media acumulada de 2.875.000 espectadores con una cuota en TDT del 3,7%, siendo líder dentro de los canales temáticos.

• Radio

Punto Radio es una cadena de ámbito nacional sustentada en licencias. Durante el primer semestre de 2009, encuadrado dentro del "Plan Técnico de Radiodifusión Sonora", Punto Radio consolida su crecimiento con tres emisoras estratégicas en Madrid, completando la cobertura en esta región, y otras dos en Castilla La Mancha (Toledo y Albacete). Punto Radio es la cadena de mayor crecimiento entre las radios generalistas de ámbito nacional (+14,9% vs. 2ª ola 2008) alcanzando los 601.000 según estudio EGM 2ª ola 2009.

En el actual entorno publicitario VOCENTO se centra en el ajuste de los costes de programación y en el desarrollo de nuevos formatos, mientras que la cobertura nacional actual tiene una oportunidad clara ante las concesiones de licencias pendientes amparadas bajo el Plan Técnico. En el panorama de la radio digital, VOCENTO mantiene dos licencias de radio digitales en E-Media Punto Radio, S.A.U. y Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A. El limitado desarrollo del mercado de receptores, hace que la progresión en el desarrollo de este negocio sea muy lenta.

• **Producción Audiovisual y Distribución.**

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción y distribución de películas) se configura en torno a Veralia, holding de productoras audiovisuales que agrupa las productoras BocaBoca Producciones, Europroducciones, Hill Valley, y Videomedia (participación del 30%) y la distribuidora cinematográfica Tripictures. Estas productoras son responsables durante esta temporada de series de referencia como El Comisario, Dos de Mayo u Hospital Central y de programas de entretenimiento líderes como 21 Días, La hora de José Mota, La Copla, Guinness de los Records o Grand Prix.

La aparición de nuevos canales de TDT tanto nacionales, como autonómicos y locales, así como nuevas formas de distribución de los contenidos por ADSL, móvil y dispositivos inalámbricos hará que se multiplique la oferta televisiva con proliferación de cadenas y podría suponer una oportunidad de negocio ante la demanda de nuevos contenidos.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área Audiovisual.

Miles de Euros	NIIF			
	1509	1508	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TV Autonómica y Local	5.870	7.520	(1.651)	(21,9%)
TV Nacional	8.871	4.673	4.198	89,8%
Radio	8.491	12.316	(3.825)	(31,1%)
Contenidos	35.923	43.163	(7.241)	(16,8%)
Eliminaciones	(1.478)	(3.082)	1.605	52,1%
Total Ingresos de Explotación	57.677	64.590	(6.913)	(10,7%)
EBITDA				
TV Autonómica y Local	(1.423)	(5.293)	3.870	73,1%
TV Nacional	1.229	(1.199)	2.429	202,5%
Radio	(2.888)	(3.993)	1.105	27,7%
Contenidos	8.406	8.252	154	1,9%
Total EBITDA	5.324	(2.234)	7.558	338,4%
EBITDA ex-no recurrentes				
TV Autonómica y Local	(1.127)	(5.250)	4.123	78,5%
TV Nacional	1.229	(1.199)	2.429	(202,5%)
Radio	(2.881)	(3.987)	1.106	27,7%
Contenidos	8.509	8.553	(44)	(0,5%)
Total EBITDA ex-no rec.	5.730	(1.884)	7.614	(404,2%)
Resultado Explotación				
TV Autonómica y Local	(1.920)	(6.309)	4.389	69,6%
TV Nacional	1.229	(1.199)	2.429	202,5%
Radio	(2.511)	(4.423)	1.912	43,2%
Contenidos	232	(1.119)	1.351	120,7%
Total Resultado Explot.	(2.970)	(13.050)	10.080	77,2%

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las eliminaciones se producen por la venta de programas de las productoras a las televisiones locales y a la radio

Ingresos de Explotación: alcanza 57.677 miles de euros, -10,7% en el primer semestre de 2009 principalmente debido al retraso en la actividad de Contenidos (-16,8%), descenso de publicidad en TV Local y Autonómica y Radio, compensado por la positiva evolución de TDT Nacional.

Los ingresos de TV Local y Autonómica alcanzan 5.870 miles de euros (-21,9%) impactados por el entorno publicitario. Onda 6 confirma su liderazgo en Madrid en la temporada 2008/9 con una cuota local en prime time target comercial del 42,0%³.

En TDT Nacional tras la puesta en marcha del acuerdo estratégico con The Walt Disney Company en el segundo trimestre de 2008, se produce una mejora de los ingresos de +4.198 miles de euros, poniendo de manifiesto el modelo de viabilidad en la TDT Nacional.

En Radio se alcanzan unos ingresos de 8.491 miles de euros debido principalmente a menores ingresos publicitarios.

La evolución en Contenidos (35.923 miles de euros) se debe en parte al desfase temporal de los estrenos de cine en TriPictures, y por el retraso de algunas producciones de las productoras.

EBITDA: progresiva eficiencia con una mejora ex costes no recurrentes de +7.614 miles de euros gracias al positivo impacto en el área de la reducción de costes:

- (i) TV Local y Autonómica: las medidas de reducción de costes generalizadas (centradas en programación y producción) y las desinversiones selectivas en televisiones locales reducen la base de costes prácticamente a la mitad, y permiten mejorar el EBITDA ex costes no recurrentes en +4.123 miles de euros en un entorno publicitario adverso.
- (ii) TDT Nacional: EBITDA positivo (1.229 miles de euros en primer semestre de 2009) y mejora de +2.429 miles de euros, poniendo de manifiesto la viabilidad del modelo de negocio en TDT Nacional con la emisión de los canales Disney Channel e Intereconomía TV.
- (iii) Radio: mejora de EBITDA ex costes no recurrentes en +1.106 miles de euros, por la puesta en marcha del programa de reducción de costes en la nueva temporada 2008/9, y a pesar de la adversa evolución de la publicidad.
- (iv) Contenidos: 8.509 miles de euros ex costes no recurrentes, mantiene nivel de EBITDA del pasado año con una mejora de rentabilidad (margen EBITDA 23,7%, +3,9 p.p.) gracias a la centralización de servicios corporativos y reducción de costes.

Resultado de Explotación: *(dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución)* asciende a -2.970 miles de euros (+10.080 miles de euros comparado con el mismo periodo de 2008), que incluyen unas amortizaciones por -8.174 miles de euros del área de Contenidos.

³ Fuente: TNS Sofres junio 2009

Internet

El mercado de Internet en España continúa en fase de crecimiento tanto en penetración en la sociedad y en el uso de conectividad de banda ancha (44,6% en 2008 que compara con una penetración del 39,2% en 2007 según Informe eEspaña 2009 fuente INE), como en la utilización de dicho soporte por parte del usuario y del mercado publicitario. Es previsible que la actual tendencia de crecimiento continúe en el medio plazo: según informe "European Home Broadband Forecast" de Jupiter Research el 69% de los hogares españoles tendrán acceso de banda ancha en 2013.

Ante los cambios en la forma de acceder a la información y la necesidad de simultaneidad e interactividad demandada, VOCENTO, apoyado en la capacidad prescriptiva de sus marcas, apuesta por sectores clave con el objetivo de reforzar su posicionamiento en Internet a través de cinco categorías que interactúan: Ediciones Digitales (portales locales como versión online de periódicos regionales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (finanzas.com y ediciones online de los suplementos), Clasificados (infoempleo.com, pisos.com y portales de motor hoyMotor.com, Autocasion.com y Unoauto.com).

En el segundo trimestre de 2009 VOCENTO ha entrado en el negocio de los directorios con la adquisición de una participación del 33% en 11870.com, que supone una apuesta innovadora y diferenciada de los directorios tradicionales por la presencia de liderazgo de VOCENTO en los mercados locales y por la participación de los usuarios en la configuración de los sitios y servicios ofrecidos.

La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarenet y ComunicaMedia Trader.

Más allá de una apuesta estratégica, Internet es una realidad en VOCENTO, que concibe la red como una plataforma privilegiada para sus marcas, un soporte de referencia al que se han adaptado todas y cada una de las cabeceras de la compañía y que ha permitido la generación de nuevas marcas.

En Ediciones Digitales resulta relevante el rediseño de los portales locales con una clara apuesta por la interactividad de usuario y por los contenidos audiovisuales. En ABC.es destaca la positiva aceptación de los contenidos editoriales, nuevos servicios lanzados que permiten mejorar la movilidad en el acceso a sus contenidos y una mayor participación de los usuarios gracias a ABC.id una sencilla forma de participación dentro del portal que facilita al usuario interactuar con el resto de miembros de la comunidad de ABC.es y de otras redes sociales como Facebook, y cuyas actividad queda reflejada en el perfil de cada usuario. Que.es por su parte ha creado la primera red social de noticias en España, alcanzando en seis meses 1,3 millones de u.u.m.

En Clasificados destaca el enfoque local de pisos.com con el apoyo del resto de medios de VOCENTO, la apuesta por la formación y la búsqueda avanzada de ofertas de empleo en Infoempleo.com, así como el conjunto de servicios (contenidos editoriales, compra-venta de vehículos de ocasión y oferta de vehículos nuevos) que se ofrecen al usuario en hoyMotor.com y que incluye los portales Autocasion.com y Unoauto.com. Por último y dentro de los Portales Verticales finanzas.com apuesta por los contenidos editoriales y su sección de finanzas personales y consumo.

Esta apuesta por Internet tiene su reflejo en la posición de VOCENTO como uno de los grupos líderes y de mayor crecimiento (+57% 2x mercado) entre los medios de comunicación Netview de junio de 2009 (posición 8ª del ranking del total de compañías).

En las distintas categorías⁴ clave VOCENTO obtiene unos notables resultados: Ediciones Digitales (ABC.es, crecimiento 3x sus principales competidores y Que.es 1,3m u.u.m), y Clasificados (infoempleo #2, pisos.com #4 y HoyMotor #4).

⁴ Fuente Nielsen Netview junio 2009

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Internet.

Miles de Euros	NIIF			
	1509	1508	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	8.746	7.534	1.212	16,1%
Portales Verticales	2.097	1.993	104	5,2%
Clasificados	5.940	7.973	(2.033)	(25,5%)
B2B	10.253	13.881	(3.628)	(26,1%)
Eliminaciones	(912)	(987)	75	7,6%
Total Ingresos de Explotación	26.124	30.394	(4.270)	(14,0%)
EBITDA				
Ediciones Digitales	(1.252)	191	(1.443)	(756,2%)
Portales Verticales	(588)	(441)	(148)	(33,5%)
Clasificados	(1.848)	590	(2.437)	(413,3%)
B2B	2.144	1.992	152	7,6%
Total EBITDA	(1.544)	2.332	(3.876)	(166,2%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Ediciones Digitales	(1.129)	198	(1.327)	(670,7%)
Portales Verticales	(588)	(448)	(141)	(31,4%)
Clasificados	(1.648)	634	(2.281)	(360,0%)
B2B	2.224	1.992	232	11,6%
Total EBITDA ex-no rec.	(1.141)	2.376	(3.517)	(148,0%)
Resultado Explotación				
Ediciones Digitales	(1.630)	38	(1.668)	n.r.
Portales Verticales	(834)	(720)	(115)	(15,9%)
Clasificados	(2.503)	351	(2.854)	(812,8%)
B2B	1.644	1.449	196	13,5%
Total Resultado Explot.	(3.324)	1.118	(4.441)	(397,4%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las principales eliminaciones provienen del servicio de conectividad y venta de contenidos que se producen fundamentalmente entre las empresas del sector B2B y el resto de las sociedades que componen el área de actividad de Internet.

Ingresos de Explotación: ascienden a 26.124 miles de euros (-14,0%). A pesar del notable crecimiento en publicidad (+21,9%, +24,0% B2C), la actual crisis impacta negativamente en los principales mercados dónde se posicionan los negocios de Clasificados (empleo, inmobiliario y motor) y se produce el efecto de perímetro de consolidación por la desinversión de La Trastienda Digital en B2B (3.732 miles de euros en ingresos y sin impacto en EBITDA).

Venta de Publicidad: incremento del +21,9% hasta 11.436 miles de euros. La mejora en usuarios únicos mensuales tiene su reflejo en los ingresos de publicidad relacionados con B2C (+24,0%) que en el actual entorno publicitario compara con un crecimiento del mercado del +2,6%, según los datos de Infoadex del primer semestre de 2009.

Por segmentos: Ediciones Digitales +24,5%, mientras que Clasificados incrementa su facturación un +31,1% a pesar de la difícil coyuntura en sus mercados.

Otros Ingresos: alcanza 14.616 miles de euros un descenso del -30,1%, debido al impacto de la crisis en los mercados de empleo, inmobiliaria y motor, y al citado efecto de perímetro de consolidación por la desinversión de La Trastienda Digital en B2B.

EBITDA: alcanza -1.144 miles de euros ex costes no recurrentes, como consecuencia de la apuesta estratégica por Clasificados, y continuo desarrollo de las plataformas B2C impulsando ABC.es y Que.es.

Otros Negocios

Adicionalmente a las actividades en Medios Impresos, Audiovisual e Internet mencionadas anteriormente, VOCENTO desarrolla los siguientes negocios: Impresión, Distribución, y otros negocios vinculados con la multimedia regional.

Dentro de las principales actividades destaca Comeco Impresión y Distribuciones Comecosa cuyo negocio está vinculado a la actividad de Medios Impresos. A finales de 2006, se puso en marcha el plan de segregación de centros de impresión de ciertos periódicos regionales, junto con otros grupos editoriales, o en solitario para, por un lado, liberar de operaciones industriales al editor, y a la vez realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión, así como las posibilidades de encartes y manipulados.

A continuación se muestra un análisis de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Otros Negocios.

Miles de Euros	NIF			
	1509	1508	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	85.980	88.977	(2.997)	(3,4%)
Impresión	14.982	15.974	(992)	(6,2%)
Otras Participadas	6.093	7.173	(1.080)	(15,1%)
Eliminaciones	(484)	(774)	291	37,5%
Total Ingresos de Explotación	106.571	111.349	(4.778)	(4,3%)
EBITDA				
Distribucion	1.383	1.612	(228)	(14,2%)
Impresión	4.777	5.868	(1.091)	(18,6%)
Otras Participadas	59	515	(457)	(88,6%)
Total EBITDA	6.219	7.995	(1.776)	(22,2%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Distribucion	1.391	1.626	(234)	(14,4%)
Impresión	4.994	5.865	(871)	(14,9%)
Otras Participadas	66	561	(496)	88,3%
Total EBITDA ex-no rec.	6.451	8.052	(1.601)	(19,9%)
Resultado Explotación				
Distribucion	1.147	1.386	(239)	(17,3%)
Impresión	2.085	2.195	(109)	(5,0%)
Otras Participadas	(11)	392	(404)	(102,9%)
Total Resultado Explot.	3.221	3.973	(752)	(18,9%)

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%

n.a.: el diferencial no aplica al ser uno de los valores cero

Nota: Las eliminaciones que se producen se deben: a) la distribución de los gratuitos por parte de las distribuidoras y b) a la eliminación de la impresión de los gratuitos.

Ingresos de Explotación: alcanzan 106.571 miles de euros, -4,3%, reflejo de la vinculación de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos.

EBITDA: asciende a 6.451 miles de euros ex costes no recurrentes. En el área de Impresión el EBITDA alcanza 4.994 miles de euros y Distribución 1.391 miles de euros compensándose la menor actividad por el esfuerzo en costes y la diversificación en la distribución de productos de Distribución.

Principales datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	1S09	1S08	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	267.359	256.607	10.752	4,2%
Prensa Regional				
El Correo	112.899	116.783	(3.885)	(3,3%)
El Diario Vasco	77.081	80.724	(3.643)	(4,5%)
El Diario Montañés	35.330	36.814	(1.484)	(4,0%)
Ideal	31.324	32.400	(1.076)	(3,3%)
La Verdad	36.674	37.956	(1.282)	(3,4%)
Hoy	21.046	22.253	(1.207)	(5,4%)
Sur	30.278	31.517	(1.239)	(3,9%)
La Rioja	15.567	16.316	(749)	(4,6%)
El Norte de Castilla	34.655	36.029	(1.374)	(3,8%)
El Comercio	24.754	26.051	(1.297)	(5,0%)
Las Provincias	37.122	38.801	(1.679)	(4,3%)
La Voz de Cádiz	7.029	8.898	(1.870)	(21,0%)
TOTAL Prensa Regional	463.756	484.540	(20.784)	(4,3%)

Fuente: OJD. Datos 2008 certificados

Audiencia ('000)	2ª Ola 09	2ª Ola 08	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	728	689	39	5,7%
Prensa Regional				
El Correo	526	513	13	2,5%
El Diario Vasco	309	322	(13)	(4,0%)
El Diario Montañés	208	196	12	6,1%
Ideal	156	162	(6)	(3,7%)
La Verdad	266	248	18	7,3%
Hoy	179	163	16	9,8%
Sur	201	173	28	16,2%
La Rioja	117	100	17	17,0%
El Norte de Castilla	250	233	17	7,3%
El Comercio	150	149	1	0,7%
Las Provincias	169	198	(29)	(14,6%)
La Voz de Cádiz	34	38	(4)	(10,5%)
Suplementos				
XL Semanal	3.532	3.340	192	5,7%
Mujer Hoy	2.263	2.134	129	6,0%
Prensa Gratuita-Qué	1.885	2.266	(381)	(16,8%)

Fuente: EGM Olas Acumuladas

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	1S09	1S08	Var Abs
Penetración TDT en hogares ⁽¹⁾	62,70%	37,00%	25,7 p.p.
Cuota audiencia TDT ⁽²⁾	35,3%	14,9%	20,4 p.p.
Cuota audiencia Disney Channel TDT ⁽²⁾	3,7%	n/d	n/d
PUNTO RADIO	2ª Ola 09	2ª Ola 08	Var Abs
Oyentes (L-V) ⁽³⁾	601.000	523.000	78.000

Fuentes:

(1) AIMC- EGM (2) TN Sofres (3) Olas EGM- Radio XXI

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	jun-09	jun-08	Var Abs	Var%
Vocento	9.303	5.940	3.363	56,6%

Fuente: Nielsen Net View

DIVIDENDOS

En el período de seis meses terminado el 30 de junio de 2009 la Sociedad no ha repartido ningún dividendo. Los dividendos complementarios pagados por la Sociedad durante los seis primeros meses del ejercicio 2008 ascendieron a un total de 23.839 miles de euros correspondientes a 0,19 euros por acción.

ACCIONES PROPIAS

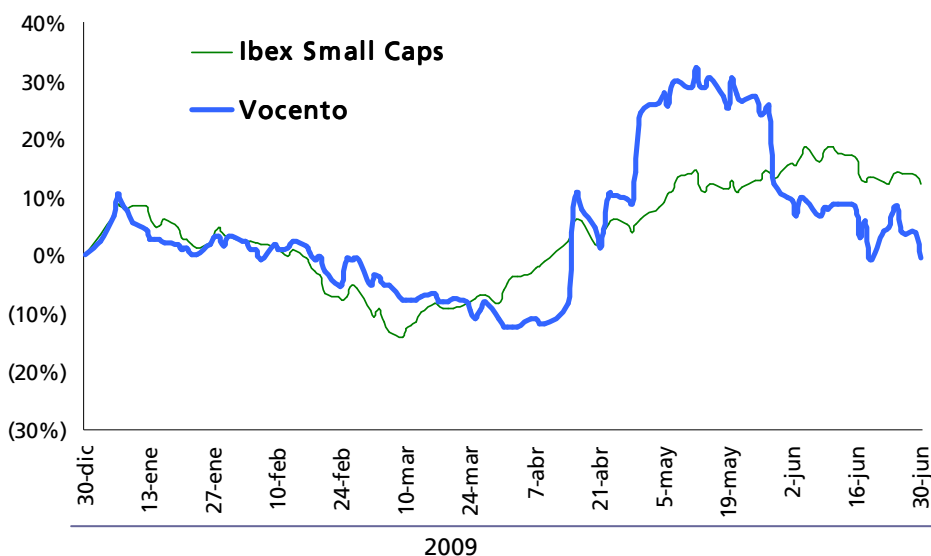
Actualmente la sociedad mantiene 2.267.836 acciones a 30 de junio, equivalentes al 1,81% de su capital social, cuya transmisión es libre.

El importe total de las acciones propias registradas en balance asciende a 28.641 miles de euros.

EVOLUCION DE LA ACCION

La acción de VOCENTO ha cerrado el primer semestre de 2009 con una cotización de 3,35 euros por acción, que corresponde a una capitalización bursátil de 418,6 millones de euros a 30 de junio de 2009.

Los títulos de VOCENTO cotizan en las bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. A continuación se muestra la evolución relativa de la cotización de VOCENTO versus IBEX Small Caps en el primer semestre de 2009:



Fuente: Infobolsa

PLAN DE DIRECTIVOS

A los efectos de lo previsto en el artículo 130 de la Ley de Sociedades Anónimas, y demás legislación aplicable, La Junta General de Accionistas celebrada el pasado 29 de abril de 2009 aprobó un Plan de Retribución en Acciones y en Metálico a Largo Plazo dirigido a determinados miembros del equipo directivo de Vocento, S.A. y de su Grupo de Sociedades. El funcionamiento del Plan consiste en la promesa de entrega de una cantidad en metálico y de un determinado número de acciones. La cuantía que se gane dependerá del Resultado de Explotación ex indemnizaciones correspondientes a las cuentas anuales del ejercicio 2.011 formuladas por el Consejo de Administración de Vocento, S.A.

ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Durante el primer semestre de 2009 VOCENTO no ha realizado inversiones significativas en actividades relacionadas con la Investigación y el Desarrollo.

USO DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS

El Grupo utiliza instrumentos financieros derivados para cubrir los riesgos a los que se encuentran expuestas sus actividades, operaciones y flujos de efectivo futuros, fundamentalmente riesgos derivados de las variaciones de los tipos de cambio y de los tipos de interés.

Además de los mencionados instrumentos financieros de cobertura, Vocento utiliza derivados de tipo de cambio por el posible efecto negativo que las variaciones en los tipos de cambio pudieran suponer en el valor razonable de las deudas correspondientes a contratos de suministro de derechos para la distribución de producciones cinematográficas nominados en dólares americanos.

HECHOS POSTERIORES AL CIERRE

Desde el 30 de junio de 2009 hasta la fecha de formulación de estas cuentas semestrales consolidadas no se ha producido ningún hecho significativo que pudiera afectar a la imagen fiel de las cuentas semestrales consolidadas correspondientes al periodo enero-junio de 2009.

EVOLUCION PREVISIBLE

La evolución de la compañía estará condicionada por el entorno actual de desaceleración económica, la ralentización del consumo y descenso de la inversión publicitaria.

VOCENTO en este desfavorable entorno económico mantiene su apuesta de liderazgo y de posicionamiento como referente en los mercados donde opera con la capacidad de maniobra que le permite la solidez de su balance.

Sobre los resultados financieros así como las cifras tanto de difusión como de audiencia que han sido la fuente de generación de los mismos, se asientan las bases de VOCENTO, y recuerdan permanentemente el nivel de responsabilidad y compromiso, que asume el grupo, tanto con sus lectores, internautas y oyentes como con los anunciantes a los que sirve.