



Resultados 2009

25 de febrero de 2010

vocento ver, escuchar, leer y sentir.

Objetivos alcanzados en 2009

▶ Incremento de cuota de mercado en publicidad



▶ Reestructuración y sólida posición financiera



▶ Consolidación del crecimiento de ABC



▶ Liderazgo y crecimiento en Internet



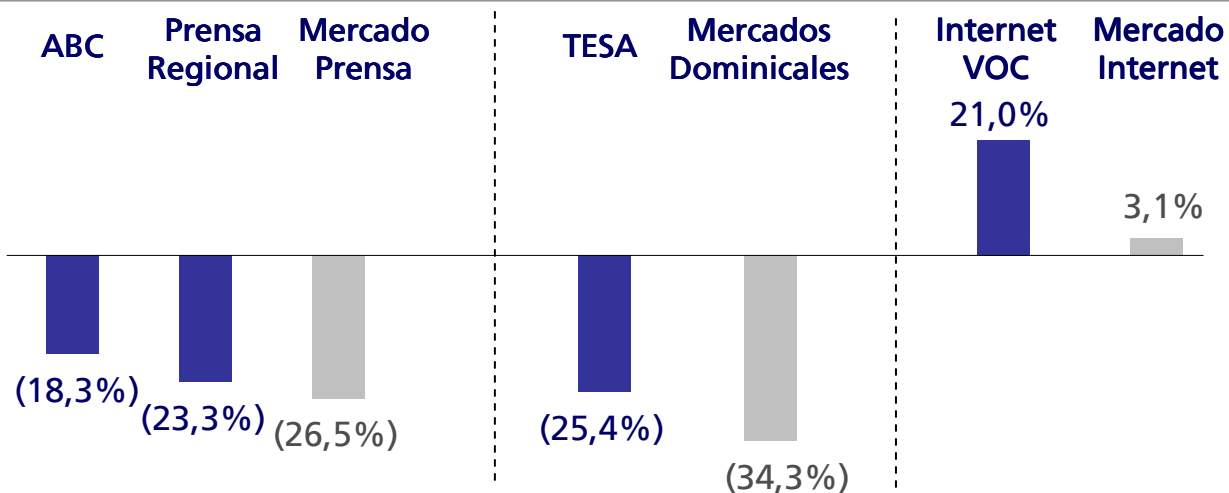
▶ Posicionamiento y rentabilidad en Audiovisual



VOC mejora al mercado en comportamiento publicitario

- ▶ **Mejor comportamiento en publicidad (2009 -21,7%) vs. mercado** apoyado en el liderazgo en Prensa y apuesta por Internet
 - Prensa: publicidad 2009 Prensa Regional -23,3% y ABC -18,3% vs. -26,5% mercado¹
 - Suplementos: publicidad 2009 -25,4% vs. -34,3% mercado¹
 - Internet: publicidad 2009 +21,0% vs. +3,1% mercado¹
- ▶ **Ralentización en el ritmo de caída en 4T09:** Prensa Regional (2009 -23,3% vs. 9M09 -25,8%), ABC (2009 -18,3% vs. 9M09 -22,9%) y Suplementos (2009 -25,4% vs. 9M09 -33,3%)
- ▶ **Posicionado para capturar publicidad de TVE y cambios en la planificación publicitaria**
 - Suplementos: masa crítica (XL Semanal 3,5m² lectores) y segmentación de nicho (Mujer Hoy 2,2m² lectores)
 - Internet: diversificación de audiencias con liderazgo en noticias (poder prescripción de marcas)

Evolución publicidad VOCENTO vs. mercado (2009)



³ Nota 1. Fuente: informe i2p elaborado por Media HotLine (publicidad Internet no incluye enlaces patrocinados) Nota 2. Fuente: EGM lectores 3ª ola ac09

Esfuerzo en reestructuración y sólida posición financiera

- ▶ **Esfuerzo en reestructuración** (costes no rec. 2009 €-65,3m en especial Prensa Regional y ABC) con impacto creciente en ahorro de costes
 - Reducción de costes ex no recurrentes 2009 €-111,5m, -13,5%
 - Ahorros en costes de personal ex no recurrentes 2009 -11,6%
 - Racionalización área Audiovisual: mejora EBITDA ex no recurrentes €+14,4m 2009 (€10,9m vs. €-3,5m 2008)
 - Reducción de costes de estructura: reducción EBITDA negativo en €+4,5m 2009 vs. 2008
- ▶ **Sólida posición financiera: deuda financiera neta €-74,7m; caja de €125,5m**
- ▶ **Crecimiento en EBITDA ex costes no recurrentes: €+7,6m por encima del nivel de 2008 (2009 €36,9m vs. 2008 €29,3m)**

€m	EBITDA ex no recurrentes			Ingresos Publicidad
	2009	2008	Var. Abs.	Var. Abs.
Medios Impresos	31,1	36,3	(5,2)	(73,1)
Audiovisual	10,9	(3,5)	14,4	(5,7)
Internet	(2,5)	1,9	(4,4)	4,2
Otros Negocios	13,7	15,5	(1,8)	(1,3)
Estructura y Otros	(16,3)	(20,8)	4,5	(0,3)
Total EBITDA ex no rec.	36,9	29,3	7,6	(76,3)
Costes no recurrentes	(65,3)	(44,0)	(21,3)	
EBITDA	(28,4)	(14,7)	(13,7)	

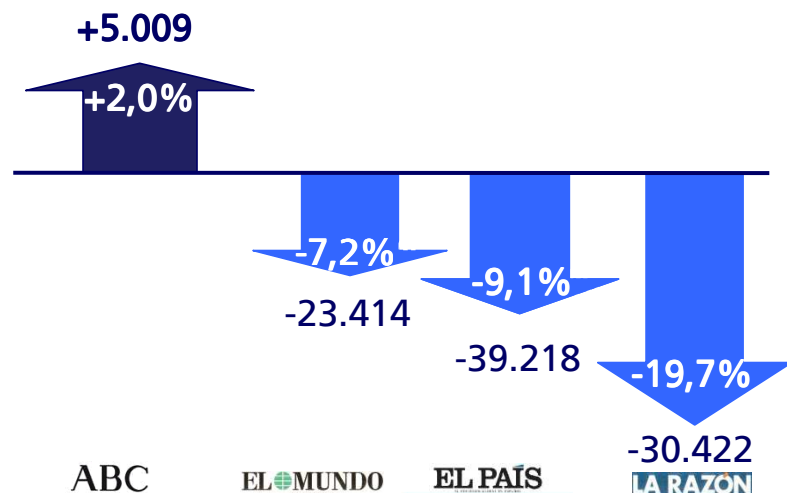
ABC: consolidación del crecimiento

▶ Fuerte crecimiento de difusión de ABC...

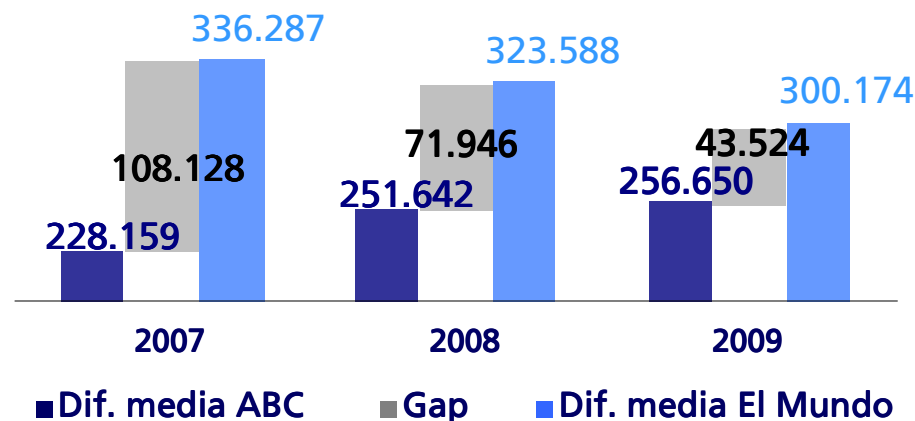
- Incremento de difusión vs. caída del mercado (2009 +2,0% vs. -10,2% mercado¹)
- Cierre del gap vs. El Mundo a 40mil ejemplares en 2009 vs. 100mil en 2007
- Crecimiento apoyado en venta ordinaria (suscripciones individuales y ventas en kioscos):
 - Venta ordinaria 2009 +2,3% vs. -10,5% mercado¹
- Compatible con eficiencia: mejora del diferencial de promociones

▶ ...y de usuarios ABC.es (+58%²; cuota top3 +6 p.p. hasta 23%): traslado de atributos de la marca a Internet. Lanzamiento Hemeroteca online

Crecimiento en difusión total
(var. ejemplares; % ene-dec09 vs. ene-dic08)



ABC vs. El Mundo difusión media
(ejemplares 2007-2009)



⁵ Fuente: OJD. Datos 2009 no auditados Nota 1: ex ABC, Público y La Gaceta
Nota 2: fuente crec. usuarios únicos mes Nielsen NetView ene10 vs. ene09

Fuente: OJD. Datos 2009 no auditados

VOC posicionado como líder en medios de comunicación en Internet

- ▶ **VOC líder en medios de comunicación en Internet con 10,3m usuarios (Netview ene10 +16,8%)**
 - Diversificación de marcas: Noticias (migración poder prescripción de marcas offline-online), Clasificados, Directorios y Verticales
- ▶ **Crecimiento publicidad Internet VOC > mercado: +21,0% vs. +3,1% (informe i2p 2009)**
 - Internet supone 8,7% del total ingresos publicitarios de VOC 2009 (+3,1 p.p. vs. 2008)
- ▶ **Seis webs de Noticias situadas en top10¹ de noticias y todas las 14 webs de Noticias en el top 20¹**

Ranking audiencias Internet enero 2010

	Usuarios únicos mes (miles)	Ranking ene10
Google	22.716	1
Microsoft	21.651	2
Facebook	13.589	3
Telefónica	11.547	4
Yahoo!	11.123	5
Wikimedia	10.599	6
Vocento	10.290	7
Unidad Editorial	9.934	8
Prisacom	9.788	9

Ranking por categorías

Noticias #1



Clasificados



Directorios



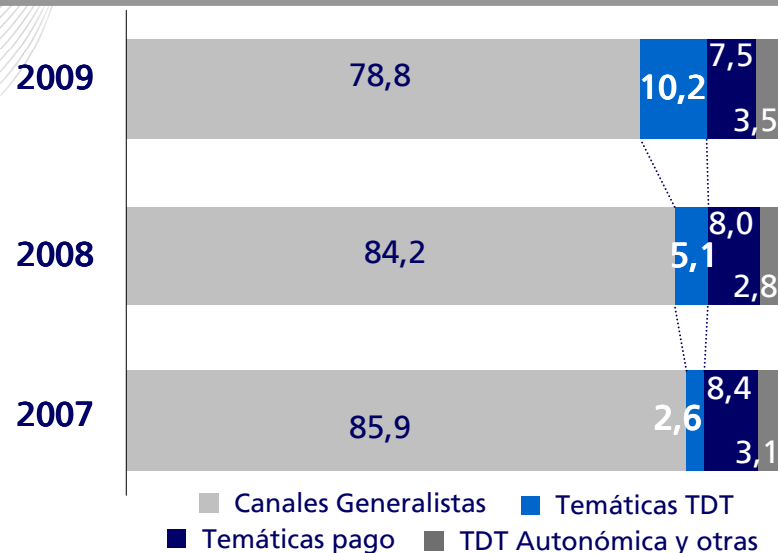
Verticales



Posicionamiento y rentabilidad en Audiovisual

- ▶ TDT Nacional: **acuerdo estratégico con Walt Disney y liderazgo** de TDT en canales temáticos
 - EBITDA positivo €2,8m vs. €-0,4m en 2008

Reparto de audiencia diciembre 2007/09 (%)



Ranking audiencias TDT diciembre 2009

	Cuota Total (%)	Cuota TDT (%)
TVE1	8,0%	15,2%
Telecinco	7,5%	14,3%
Antena 3	7,0%	13,4%
Cuatro	4,0%	7,6%
La Sexta	3,8%	7,2%
Clan TVE	2,4%	4,6%
Disney Channel	1,6%	3,1%
La2	1,6%	3,1%

- ▶ TDT Autónoma: **nueva programación 2010 tras acuerdo con Viacom**
 - Mejora EBITDA ex no recurrentes negativo €+7,0m (2009 €-2,3m)
- ▶ Radio: **continúa la mejora de cobertura nacional** con la adquisición de Onda Ramblas en Cataluña y concesión de nuevas licencias en Madrid, Castilla La Mancha y Extremadura
 - Mejora EBITDA ex no recurrentes negativo €+4,5m (2009 €-5,2m)
- ▶ Contenidos: **oportunidad de cara al próximo apagón analógico**
 - Mantiene EBITDA ex no rec €15,6m (2008 €15,9m) con mejora margen EBITDA 2009 22,7%

Preparado para afrontar los retos y salir reforzado de la crisis

Fortalezas
ante
el Ciclo
Económico

- ▶ **Posición financiera sólida** ✓
- ▶ **Reducción de costes y reestructuración ya iniciadas en 2008** ✓
- ▶ **Posicionado para capturar publicidad de TVE y cambios en la planificación publicitaria** ✓

Fortalezas
ante
Cambios del
Sector

- ▶ **Solidez de las Marcas Regionales** ✓
- ▶ **Posicionamiento en Medios Nacionales**
 - ABC ✓
 - Punto Radio
- ▶ **Liderazgo en Internet**
 - Migración poder prescripción de offline-online ✓
- ▶ **Oportunidad de ser un "jugador" en el nuevo panorama Audiovisual: operador de nicho en TDT** ✓



Información Financiera 2009

Cuenta de Resultados Consolidada 2009

Aspectos Destacables

€m	NIIF		
	2009	2008	Var %
Ventas de ejemplares	274,2	270,0	1,6%
Ventas de publicidad	274,6	350,9	(21,7%)
Otros ingresos	202,4	234,2	(13,6%)
Ingresos de explotación	751,2	855,0	(12,1%)
EBITDA	(28,4)	(14,7)	(93,4%)
Amortizaciones	(45,7)	(51,9)	(11,9%)
Rdo. enajenación inmov.	13,4	15,4	(13,4%)
Rdo de explotación (EBIT)	(60,8)	(51,2)	(18,8%)
Saneamiento fondo comercio	(18,0)	(88,4)	(79,6%)
Rdo.de sociedades método participación	(1,9)	11,5	(116,7%)
Diferencial financiero	4,8	(7,9)	160,1%
Rdo neto enaj. activos no corrientes	69,6	147,6	(52,8%)
Beneficio antes de impuestos	(6,3)	11,6	(154,5%)
Impuesto sobre sociedades	18,1	18,8	(3,5%)
Beneficio neto del ejercicio	11,8	30,4	(61,2%)
Accionistas minoritarios	(2,6)	4,2	(162,3%)
Beneficio atribuible sociedad dominante	9,1	34,6	(73,6%)
Costes operativos ex no rec.¹	(714,3)	(825,8)	(13,5%)
EBITDA ex-no recurrentes	36,9	29,3	26,0%

Nota 1: excluye amortizaciones

- ▶ Ingresos €751,2m:
 - Ventas de ejemplares +1,6%: ABC +12,1% y Prensa Regional -0,7%
 - ▶ Ventas de publicidad -21,7% vs. 9M09 -25,2%: ralentización de la caída en 4T09 y mejor comportamiento que el mercado en Prensa e Internet
 - Otros ingresos -13,6% (ex perímetro -10,7%): menor actividad en Contenidos (mantiene niveles EBITDA) y salida de perímetro en revistas y B2B
- ▶ EBITDA ex-no recurrentes €36,9m por encima de 2008 €29,3m: +€7,6m
 - Impacto caída publicitaria €-76,3m
 - Costes operativos ex-no recurrentes reducidos en €-111,4m, -13,5%:
 - Reducción de costes personal 2009 -11,6% vs. 9M09 -10,1%
 - Reducción de costes Estructura: EBITDA €+4,5m
 - Costes no recurrentes €-65,3m
- ▶ Rdo. enajenación inmov: terrenos ABC €21,4m
- ▶ Saneamiento fondo comercio €-18,0m (Qué!)
- ▶ Plusvalías antes impuestos €70,1m por colocación del 5,1% de TL5
- ▶ Beneficio neto €9,1m

Balance Consolidado a 31 de diciembre de 2009

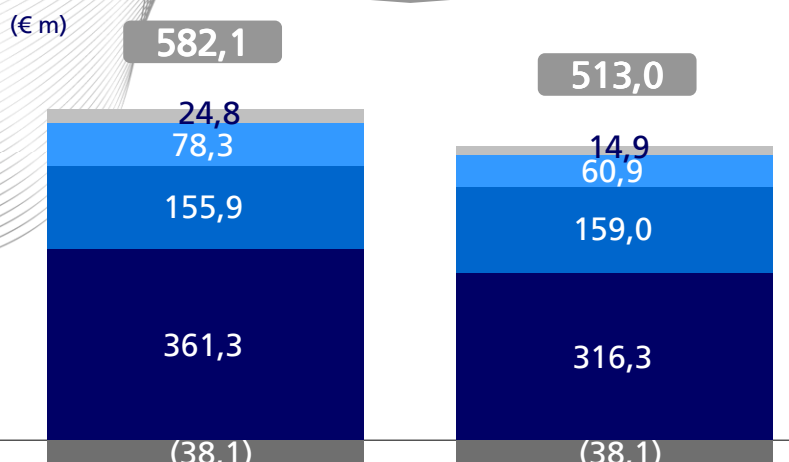
	NIIF			NIIF	
	2009	2008 ¹		2009	2008 ¹
Activos no corrientes	701,2	766,8	Patrimonio neto	424,1	484,8
Activo intangible	277,3	293,0			
Propiedad, planta y equipo	230,4	215,0	Total pasivo	626,4	629,0
Part. por método de participación	20,0	19,1	Deuda financiera	200,2	177,7
Otros activos no corrientes	173,5	239,7	Otros pasivos	426,2	451,3
Activos corrientes	349,4	347,0			
Efectivo y otros medios equivalentes	125,5	85,1			
Otros activos corrientes	220,1	254,5			
Activos mantenidos para la venta	3,7	7,4			
Total Activo	1.050,5	1.113,8	Total Patrimonio y Pasivo	1.050,5	1.113,8

- ▶ Mejora de la posición financiera neta €-74,7m (vs. €-92,5m 2008) con caja disponible €125,5m:
 - Entrada de caja en julio por la colocación del 5,1% de TL5 (€95,3m)
 - Cobro del dividendo de TL5 por €10,8m en mayo de 2009
 - Entrada de caja en enero por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (€25,1m)
 - Salidas de caja correspondientes al plan de reestructuración iniciado en 2008 e incremento de deuda financiera por registro indemnizaciones del plan de reestructuración de ABC (€17,8m corto y largo plazo)
 - Salidas de caja por operativa del negocio, Capex €-58,4m
 - Crecimiento inorgánico: compra de Onda Ramblas, compra de minoritarios en Las Provincias y toma de participación en 11870.com
 - Autocartera 2,79%: compra de 1% (ver Hecho Relevante 14dic). Importe registrado en balance (€32,1m) minorando fondos propios

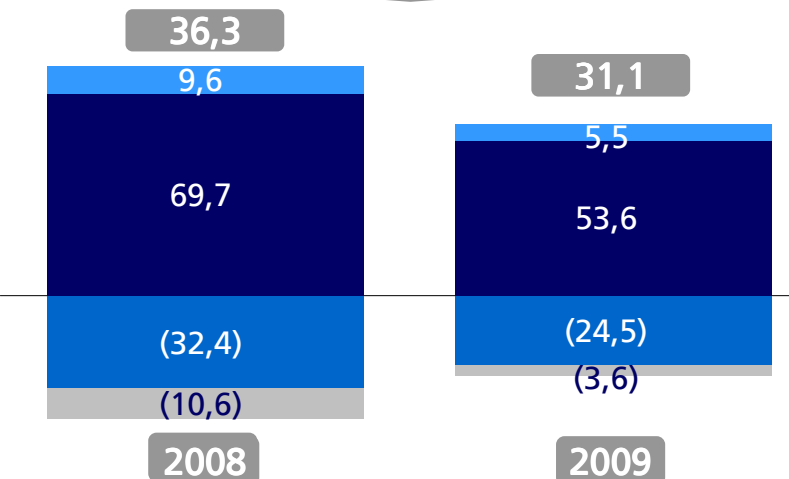
¹¹ Nota 1: datos de 2008 a efectos comparativos incluyen aplicación anticipada de NIIF 3

Medios Impresos

Ingresos



EBITDA ex no recurrentes



■ P.Regional ■ P.Nacional ■ Supl. y Rev ■ P.Gratuita ■ Eliminac.

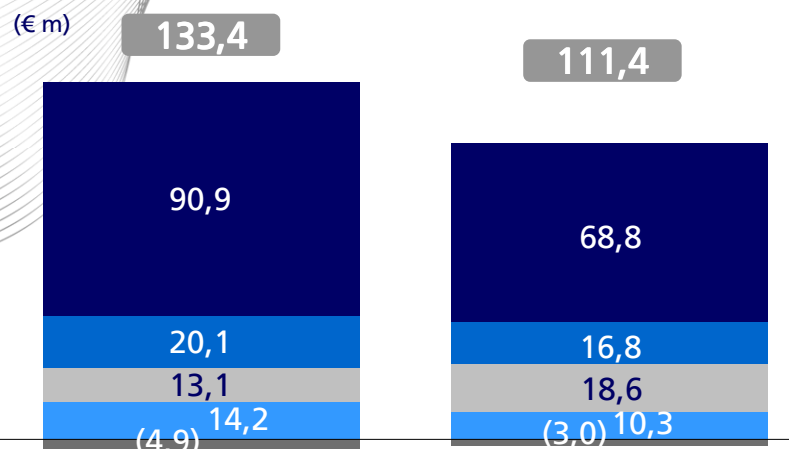
Aspectos Destacables

- ▶ Liderazgo en Prensa: dominio de Prensa Regional (cuota de mercado difusión 2009 26,1%). ABC única cabecera en 2009 que crece en difusión (+2,0% vs. mercado -10,2%) y en audiencia (+2,6% vs. mercado -5,9%)
- ▶ Ingresos €513,0m:
 - Venta ejemplares (+0,7%): notable comportamiento ABC (+12,1%) por incremento difusión y precios cabecera. Prensa Regional (-0,7%), incremento precios cabecera. Supl. y Revistas (-14,5%) por salida de negocio de revistas corporativas y desinversión de Motor 16 (proforma +0,1%)
 - Ingresos publicidad: Prensa Regional (2009 -23,3% vs. 9M09 -25,8%) y ABC (2009 -18,3% vs. 9M09 -22,9%) menor descenso vs. mercado¹ 2009 -26,5%. Suplementos 2009 -25,4% vs. mercado¹ -34,3%
- ▶ EBITDA ex-no recurrentes €31,1m (EBITDA €-22,6m)
 - Prensa Regional (€53,6m ex no rec.): la reducción de costes (€-29,0m ex no rec.) mitiga el impacto de la publicidad. Reducción gastos personal -12,5% ex no rec. Mg. EBITDA ex no rec. 2009 16,9%. Costes no recurrentes 2009 €-17,6m
 - ABC: reduce EBITDA negativo (ex no rec. €+8,0m) por comportamiento de difusión y primeros ahorros de costes (personal ex no rec. 2009 -17,9% vs. 9M09 -14,0%), y mejora margen promociones 2009. Costes no recurrentes 2009 €-32,5m por reestructuración
 - Supl. y Revistas €5,5m ex no rec.: caída de ingresos absorbida en parte por eficiencia en costes
 - Prensa Gratuita: mejora EBITDA €+7,1m ex no rec. por reducción costes ex no rec. del -48,7%

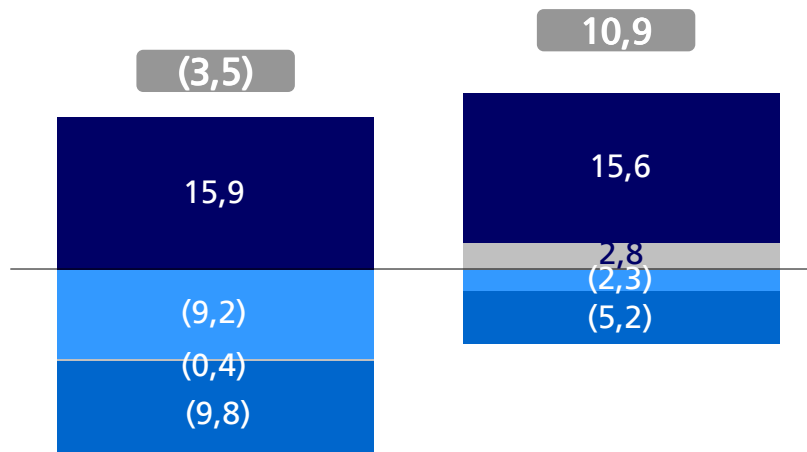
Nota 1: informe i2p elaborado por Media HotLine Prensa y dominicales

Audiovisual

Ingresos



EBITDA ex no recurrentes



2008

2009

■ TDT Auton. ■ TDT Nacional ■ Radio ■ Contenidos ■ Elim.

13

Aspectos Destacables

- ▶ Disney Channel primer canal temático en el ranking TNS Sofres (dic09 3,1%). El consumo TDT alcanza cuota en TV del 52,8% dic09, +30,9 p.p. vs. 2008 según TNS Sofres
- ▶ Acuerdo estratégico con Viacom en TDT Autonómica. Lanzamiento de la nueva programación en enero 2010
- ▶ Adquisición de red de emisoras de radio en Cataluña (Onda Ramblas). Incremento cobertura: 3 nuevas licencias en Madrid, 2 Castilla La Mancha y 3 Extremadura
- ▶ Ingresos €111,4m (-16,5%): por impacto de producciones de Contenidos (-24,4%), y descenso en publicidad TDT Autonómica y Local. Ralentización en Radio (2009 -16,0% vs. 9M09 -26,6%) que iguala evolución mercado¹ -15,8% pese al déficit de cobertura de Punto Radio
- ▶ Mejora EBITDA ex no rec. €+14,4m por la continuación en ahorro de costes
 - TDT Autonómica y Local: la reducción de costes a la mitad permite mejorar EBITDA ex no rec. €+7,0m
 - TDT Nacional: viabilidad del modelo de negocio en TDT con EBITDA positivo €2,8m y mejora de €+3,2m vs. 2008
 - Radio: reducción EBITDA negativo ex no rec. €+4,5m
 - Contenidos: EBITDA ex no rec. €15,6m similar 2008 (€15,9m), incremento margen EBITDA ex no rec. hasta 22,7% (+5,3 p.p. vs. 2008)

Nota 1: informe i2p elaborado por Media HotLine

vocento

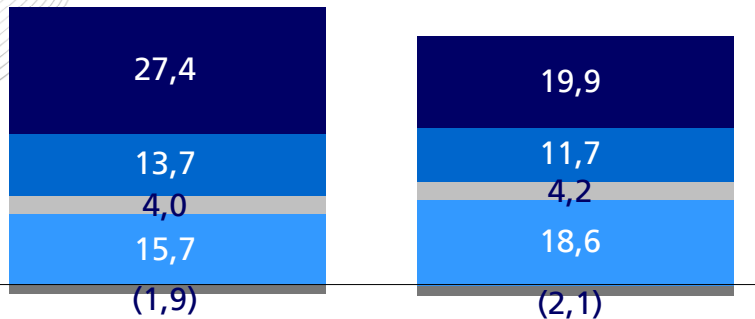
Internet

Ingresos

(€ m)

58,9

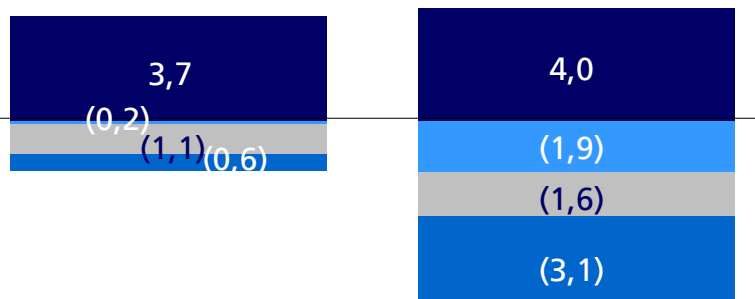
52,2



EBITDA ex no recurrentes

1,9

(2,5)



2008

2009

■ Ed. Digitales ■ Port. Vertical ■ Clasificados ■ B2B ■ Eliminac.

Aspectos Destacables

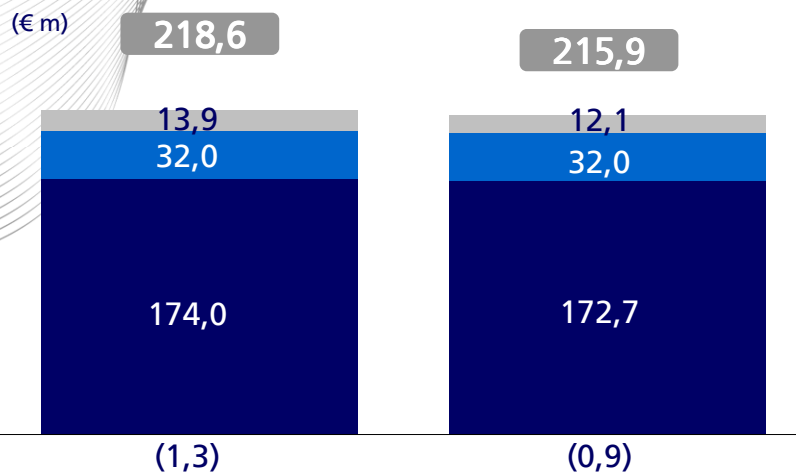
- ▶ Continua crecimiento de publicidad a doble dígito (2009 +21,0%) vs. mercado +3,1%¹. Internet supone 8,7% del total de ingresos publicitarios de VOC (+3,1 p.p. vs. 2008)
- ▶ Liderazgo en Internet en sector de medios de comunicación con crecimiento en audiencia (+16,8% usuarios únicos mes²), en el conjunto de sus áreas de negocio (Ediciones Digitales, Clasificados, Directorios y Verticales):
 - Líderes en noticias: ABC.es +58% vs. categoría +8%. Lanzamiento de hemeroteca online. ABC.es recorta distancia al líder y gana cuota de mercado entre top #3 (+6 p.p. 23% cuota ene10 vs. 17% ene09)
 - Pisos.com: alcanza top #3 con 1,1m de u.u.m en un año y crecimiento de últimos meses muy por encima de su categoría (+94% vs. categoría +15%)
 - 11870.com: +67%. Alcanza 0,8m u.u.m
- ▶ Ingresos €52,2m: caída impactada por perímetro, proforma +1,2% (desinversión La Trastienda Digital en B2B)
 - Crecimiento en ingresos de publicidad +21,0% compensa la menor actividad en el sector empleo
- ▶ EBITDA ex no recurrentes €-2,5m por la apuesta estratégica en Clasificados y Ediciones Digitales

Nota 1: informe i2p elaborado por Media HotLine (no incluye enlaces patrocinados)

Nota 2: usuarios únicos mes según ranking Nielsen NetView ene10 (crec.% vs. ene09)

Otros Negocios

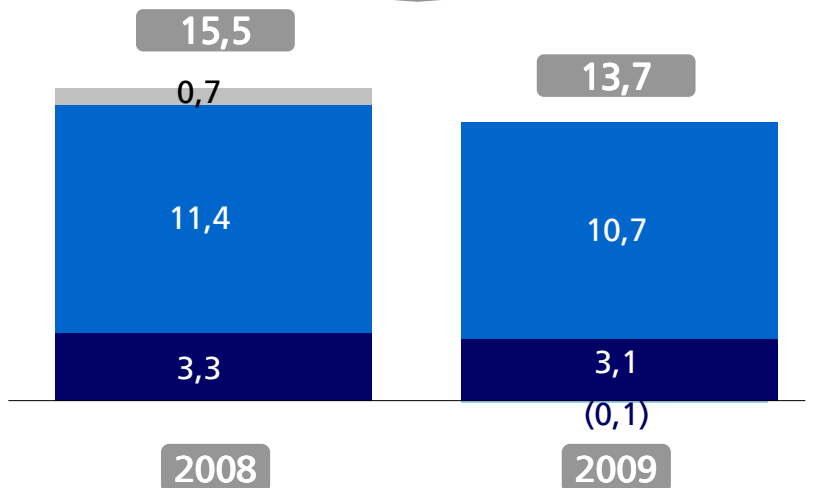
Ingresos



Aspectos Destacables

- ▶ Ingresos de explotación €215,9m (-1,2%), reflejo de la vinculación de las actividades de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos
- ▶ Externalización planta de impresión de ABC (Rotomadrid). Desde nov09 permite imprimir en "full colour"
- ▶ EBITDA ex costes no recurrentes €13,7m:
 - Impresión €10,7m: compensa la menor actividad en el área de Medios Impresos con esfuerzo en costes. EBITDA Rotomadrid €0,8m
 - Distribución €3,1m: se mantiene el EBITDA ex costes no recurrentes por diversificación en la distribución de productos

EBITDA ex no recurrentes



■ Impresión ■ Distribución ■ Otros ■ Eliminaciones

Aviso Legal

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Sociedad o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Sociedad y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Analistas e inversores deberán tener en cuenta que tales intenciones, expectativas o estimaciones no implican ninguna garantía sobre cuál vaya a ser el comportamiento y resultados futuros de la Compañía, y asumen riesgos e incertidumbres sobre aspectos relevantes, por lo que los resultados y el comportamiento real futuro de la Sociedad podrá diferir sustancialmente del que se desprende de dichas previsiones y estimaciones.

Lo expuesto en la presente declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Sociedad y, en particular, por los analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Sociedad ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones.

Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases de cualquier tipo de documento o compromiso.

Relación con Inversores

Directora de Relación con Inversores Loles Mendoza

Relación con Inversores Javier García Echegaray

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91.339.98.09
Fax: 91.742.63.52
e-mail: ir@vocento.com

vocento ver, escuchar, leer y sentir.

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Diciembre 2009
25 de febrero de 2010

INTRODUCCIÓN: EVOLUCION DEL ENTORNO ECONÓMICO

En un adverso entorno macroeconómico global, en España se ha producido durante 2009 una fuerte contracción de la actividad económica (FMI estima PIB 2009 en -3,6%) por la debilidad de la demanda nacional. De cara a 2010 y como indica el Banco de España (boletín del mes de febrero) la actividad económica mundial, gracias en parte a las políticas monetaria y fiscal expansivas, parece iniciar una senda de recuperación, cuyo ritmo es cada vez más divergente entre unos países y otros.

Según las últimas estimaciones del FMI la recuperación en España será más lenta (PIB 10e -0,6%) que la del resto de principales países de la Eurozona (PIB 2010e en rango +1,0%/+1,5%) con una recuperación en el consumo más débil de lo esperado debido a la elevada tasa de paro en España.

En este entorno macroeconómico en España, 2009 se cierra con una de las mayores caídas de inversión publicitaria en medios convencionales conocidas, cuyo nivel se estima en -23,9% (informe i2p realizado por Media Hot Line).

Ante un sector de medios de comunicación que se transforma desde un negocio de soportes hacia un negocio de marcas por el cambio en los hábitos en el consumo de medios, VOCENTO destaca por la fortaleza de sus marcas, muchas de ellas centenarias y por el diferencial de posicionamiento en medios regionales y nacionales.

VOCENTO, en este desfavorable entorno, ha alcanzado los siguientes objetivos:

i) Comportamiento mejor que el mercado publicitario y crecimiento de cuota de mercado durante 2009 en los distintos soportes: descenso de publicidad en prensa de VOCENTO -21,9% comparado con mercado de prensa -26,5%, y crecimiento en Internet +21,0% vs. +3,1% mercado¹ según informe i2p realizado por Media Hot Line.

ii) Apuesta clara por Internet para satisfacer los nuevos hábitos de consumo de noticias, ocio y entretenimiento. Gracias a la migración del poder de prescripción de sus marcas desde soportes offline a online, VOCENTO es líder en Internet dentro de las compañías de medios de comunicación según datos Nielsen Netview, en enero de 2010.

iii) Posicionamiento en el sector audiovisual, de cara al próximo apagón analógico, permite a VOCENTO la oportunidad de ser un jugador relevante en TDT (Televisión Digital Terrestre), a través de alianzas con operadores internacionales de contenidos tanto a nivel TDT nacional (e.j. Disney) como a nivel TDT autonómico (e.j. Viacom).

Por otra parte, para hacer frente a la crisis coyuntural de la economía y adaptar sus soportes a la nueva realidad tecnológica de los medios de comunicación, VOCENTO ha realizado un severo ajuste de la estructura de costes en 2009. Los planes de reducción de costes han ido dirigidos a adelgazar los gastos variables y los gastos fijos, como los de personal, para lo cual se ha realizado una inversión significativa en reestructuración. Si bien los costes de reestructuración han penalizado la cuenta de resultados en 2009 (costes de reestructuración 2009 -65.276 miles de euros), este proceso también ha dado sus primeros frutos (EBITDA ex no recurrentes 2009 superior al de 2008) y seguirá generando en 2010 ahorro de costes.

La fortaleza y liderazgo de las marcas de VOCENTO, unido a la reducción de las estructuras de costes de sus negocios y su sólida posición financiera permitirá al Grupo responder de manera flexible y eficiente ante los cambios del sector.

¹ No incluye ni enlaces patrocinados y otras acciones (cobranding, email)

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 y televisiones 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:

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 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Punto Radio ▪ 2 licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia

TELEVISIÓN AUTONÓMICA Y LOCAL

- TDT autonómicas
- TVs locales

- Producción:
- BocaBoca
 - Europroducciones
 - Hill Valley
 - Videomedia (30%)
- Distribución:
- Tripictures

INTERNET

EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 portales locales ▪ ABC.es ▪ Que.es 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com ▪ Hoy Cinema 	<p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión ▪ Tus anuncios 	<p>Directorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11870 ▪ Sarenet

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

VOC cierra 2009 registrando un comportamiento publicitario mejor que el mercado tanto en prensa como en Internet

Crecimiento EBITDA ex no rec. +26,0%, la reestructuración impacta 2009 pero permite la optimización de la estructura de costes -13,5%

ABC única cabecera nacional con crecimiento en difusión 2009 +2,0%, y crecimiento en Internet +58%² en u.u.m.

Sólida posición financiera neta: deuda neta -74.679 miles de euros y efectivo y otros medios equivalentes 125.518 miles de euros

- La publicidad de VOCENTO en prensa e Internet registra mejor comportamiento que el mercado, ralentizando la caída vs. 9M09: Prensa Regional -23,3% y ABC -18,3% comparan con -26,5% del mercado de prensa. Internet (supone 8,7% del total de publicidad de VOC) +21,0% en comparación con +3,1% del mercado (Fuente: informe i2p realizado por Media Hot Line).
- Crecimiento de EBITDA ex no recurrentes a pesar de la caída publicitaria: el esfuerzo en control y optimización de costes (-111.483 miles de euros) permiten superar EBITDA ex costes no rec. de 2008, +26,0% (36.880 miles de euros vs. 29.273 miles de euros en 2008) absorbiendo gran parte de la caída publicitaria:
 - (i) Descenso de ingresos publicitarios -76.307 miles de euros (2009 -21,7% vs. 9M09 -25,2%).
 - (ii) Venta de ejemplares +1,6%, reflejo del positivo comportamiento de ABC, única cabecera que incrementa su difusión en 2009 +2,0% (vs. mercado nacional -10,2%), a la vez que mejora el margen de promociones.
 - (iii) Reducción de costes ex no rec. por -111.483 miles de euros (-13,5%) por las medidas de control y optimización de costes: reestructuración en Medios Impresos y Estructura (EBITDA ex no rec. +4.536 miles de euros) que permite un ahorro de gastos de personal ex no recurrentes 2009 -11,6% vs. 9M09 -10,1%.
 - Costes no recurrentes -65.276 miles de euros.

EBITDA EX NO RECURRENTES POR ÁREA	(Miles de Euros)	2009	2008	Var Abs
Medios Impresos		31.061	36.252	(5.191)
Audiovisual		10.938	(3.489)	14.427
Internet		(2.514)	1.852	(4.365)
Otros Negocios		13.687	15.486	(1.799)
Estructura y Otros		(16.293)	(20.829)	4.536
EBITDA ex no recurrentes		36.880	29.273	7.607
Costes no recurrentes		(65.276)	(43.952)	(21.324)
EBITDA		(28.396)	(14.679)	(13.716)

- Puesta en valor de Audiovisual: progresiva eficiencia con una mejora en EBITDA ex no recurrentes de +14.427 miles de euros. Disney Channel líder temático en TDT (3,1% TNSofres dic09) y nueva programación (ene10) en TDT Autonómica tras acuerdo con Viacom. Obtención de licencias en Radio: Madrid, Castilla La Mancha y Extremadura.
- Posicionamiento Internet: VOC líder en medios de comunicación según Nielsen NetView²:
 - Ediciones Digitales: líderes en noticias (migración poder prescripción). ABC.es, +58% u.u.m., mayor crecimiento en su categoría y lanzamiento de Hemeroteca. VOCENTO sitúa según 4imn³ a sus 14 portales de noticias en top 20 de la categoría en España.
 - Clasificados: Pisos.com alcanza top #3 con 1,1m de u.u.m. en un año.
 - Directorios: 11870.com apuesta por negocio de ocio alcanza 0,8m u.u.m. (+67%).
- Sólida posición financiera de VOCENTO: deuda financiera neta -74.679 miles de euros, efectivo y otros medios equivalentes 125.518 miles de euros.

² Fuente Nielsen Netview enero 2010 (crecimiento usuarios únicos mes vs. enero 2009).

³ 4 International Media & Newspapers, se excluye a Webs deportivas y económicas.

Principales datos financieros Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	274.203	269.967	4.236	1,6%
Ventas de publicidad	274.600	350.908	(76.307)	(21,7%)
Otros ingresos	202.364	234.169	(31.805)	(13,6%)
Ingresos de explotación	751.167	855.043	(103.876)	(12,1%)
Personal	(307.831)	(318.469)	(10.638)	(3,3%)
Aprovisionamientos	(143.098)	(163.265)	(20.167)	(12,4%)
Servicios exteriores	(323.221)	(381.830)	(58.609)	(15,3%)
Provisiones	(5.413)	(6.159)	(745)	(12,1%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(779.563)	(869.722)	(90.160)	(10,4%)
EBITDA	(28.396)	(14.679)	(13.716)	(93,4%)
Amortizaciones	(45.731)	(51.908)	(6.177)	(11,9%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	13.358	15.417	(2.058)	(13,4%)
EBIT	(60.768)	(51.171)	(9.597)	(18,8%)
Saneamiento de fondo de comercio	(18.037)	(88.403)	(70.366)	(79,6%)
Resultado de sociedades por el método de participación	(1.914)	11.489	(13.404)	(116,7%)
Diferencial financiero	4.753	(7.908)	12.661	160,1%
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	69.645	147.595	(77.950)	(52,8%)
Beneficio antes de impuestos	(6.321)	11.602	(17.924)	(154,5%)
Impuesto sobre sociedades	18.105	18.762	(656)	(3,5%)
Beneficio neto del ejercicio	11.784	30.364	(18.580)	(61,2%)
Accionistas minoritarios	(2.641)	4.241	(6.882)	(162,3%)
Beneficio atribuible sociedad dominante	9.143	34.605	(25.462)	(73,6%)
Gastos de explotación ex-no recurrentes	(714.287) ¹	(825.771)	(111.483)	(13,5%)
Personal ex-no recurrentes	(242.555)	(274.517)	(31.962)	(11,6%)
EBITDA ex-no recurrentes	36.880	29.273	7.607	26,0%

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

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

Nota 1: excluye amortizaciones

Ingresos de explotación

Los ingresos en 2009 alcanzan 751.167 miles de euros, comparados con 855.043 miles de euros en 2008:

- (i) Mejora de las ventas de ejemplares (+1,6%) por el crecimiento de ingresos en ABC (+12,1%) con ligero descenso en Prensa Regional (-0,7%). ABC alcanza en 2009 un crecimiento de la difusión del +2,0% (promedio de 256.650 ejemplares diarios vs. 251.642 en 2008), siendo la única cabecera nacional que aumenta la difusión.

Esta mejora en difusión permite a ABC reducir a más de la mitad el diferencial con su inmediato competidor (gap vs. #2 de 43.524 ejemplares en promedio de 2009 vs. 108.128 ejemplares en 2007) respaldado por el crecimiento en la difusión de pago ordinaria que en 2009 alcanza +2,3% vs. mercado -10,5%.

- (ii) Los ingresos de publicidad suavizan la caída en el último trimestre del año: 2009 -21,7% vs. 9M09 -25,2%. VOCENTO vuelve a registrar un mejor comportamiento en ventas de publicidad en prensa de pago (2009 -21,9% vs. 9M09 -25,0%), en suplementos (2009

-25,4% vs. 9M09 -33,3%), e Internet que el mercado según informe i2p realizado por Media Hot Line.

Las ventas de publicidad de Prensa Regional ralentizan ligeramente su tendencia (2009 -23,3% vs. 9M09 -25,8%) y ABC desacelera su caída (2009 -18,3% vs. 9M09 -22,9%), cifras que comparan con un mayor descenso del mercado del -26,5% en 2009 (vs. 9M09 -28%), mientras que la evolución de los suplementos de VOCENTO en 2009 del -25,4% compara con una desaceleración del mercado -34,3%.

En el área Audiovisual (2009 -21,2% vs. 9M09 -28,7%), la evolución de publicidad en 2009 en Radio del -16,0% es similar a la del mercado, -15,8%, pese al déficit actual de cobertura de Punto Radio. Por último, en Internet destaca el crecimiento de los ingresos de publicidad que se incrementan +21,0% en comparación con +3,1% del mercado.

- (iii) Descenso en Otros Ingresos del -13,6%, -31.805 miles de euros, y ex perímetro por salidas de Motor 16, La Trastienda Digital y Tecorp alcanza -24.141 miles de euros (-10,7%) debido principalmente a:
 - a. Audiovisual -16.225 miles de euros: menor actividad de las productoras en Contenidos.
 - b. Internet -10.763 miles de euros, -3.493 miles de euros ex perímetro por salida de La Trastienda Digital: menor actividad en el área de Clasificados, concretamente en el sector empleo, observándose cierta recuperación tanto en los sectores de motor como en el de inmobiliario en el último trimestre del año.

Gastos de explotación

Las medidas en reducción y optimización de costes, realizadas en todas las áreas, se traducen en una reducción de costes ex no recurrentes en 2009 de -111.483 miles de euros, -13,5%. Los costes no recurrentes ascienden a -65.276 miles de euros y están relacionados con medidas de reestructuración acometidas principalmente en ABC y en Prensa Regional. Este proceso de reestructuración ha permitido una reducción de los gastos de personal ex no recurrentes 2009 del -11,6% vs. 9M09 -10,1% por la aceleración del plan de salidas a partir del segundo trimestre del año.

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

- (i) Medios Impresos: estricto control de costes en Prensa Regional, ABC (mejora en gastos de explotación ex no recurrentes -4.834 miles de euros), Suplementos y Revistas (disminución de gastos de explotación ex no recurrentes -13.326 miles de euros, -19,4%), y Prensa Gratuita (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -17.240 miles de euros, -48,7%).
- (ii) Audiovisual: continúa la mejora de eficiencia con una reducción de gastos de explotación por las estrictas medidas de control de costes tanto en TDT Autonómica y Local (-10.795 miles de euros, -46,1%), como en Radio (-7.734 miles de euros, -25,9%).
- (iii) Estructura y Otros: la reducción de costes centrales y de administración tiene un impacto positivo en EBITDA ex no recurrentes de +4.536 miles de euros.

EBITDA

El EBITDA asciende a -28.396 miles de euros penalizado por costes no recurrentes vinculados a salida de personal. El EBITDA ex no recurrentes en 2009 asciende a 36.880 miles de euros, +7.607 miles de euros superior al de 2008 a pesar de la caída publicitaria. Este crecimiento del +26,0% y mejora del comportamiento se explica por diferentes razones:

- (i) Impacto de la actual crisis en la menor inversión publicitaria -76.307 miles de euros.

- (ii) Reducción de gastos de explotación ex no recurrentes del -13,5% derivado de las medidas de control y optimización de costes anteriormente mencionadas con una reducción en costes de -111.483 miles de euros, que más que compensa el impacto de la caída en ingresos.

Resultado por enajenación de inmovilizado

Se ha contabilizado la plusvalía neta generada en la segunda fase de la operación de venta de terrenos de ABC por 21.376 miles de euros (Hecho Relevante del 10 de julio de 2008).

Por otra parte se ha procedido a contabilizar un deterioro de inmovilizado por -6.034 miles de euros por los activos de impresión de ABC dada la externalización de la planta de impresión, y se ha contabilizado una amortización acelerada del catálogo de Tripictures de -2.033 miles de euros.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 2009 alcanza -60.768 miles de euros.

Las amortizaciones del periodo ascienden a -45.731 miles de euros, correspondientes principalmente a Contenidos -17.387 miles de euros, Medios Impresos -14.427 miles de euros, y en menor medida Impresión -5.591 miles de euros e Internet -3.490 miles de euros.

Saneamiento de fondo de comercio

Durante 2009 y teniendo en cuenta la evolución del mercado publicitario se ha procedido a ajustar el fondo de comercio de diferentes activos por un importe total de -18.037 miles de euros principalmente correspondiente al diario gratuito Qué! (-15.000 miles de euros).

Diferencial financiero

El diferencial financiero refleja, entre otros, el cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros el pasado 14 de mayo de 2009, y se sitúa en 4.753 miles de euros frente a -7.908 miles de euros en 2008.

Resultado neto en enajenación de activos no corrientes

La colocación del 5,1% de Telecinco (según comunicado a la CNMV en Hecho Relevante de 30 y 31 de julio de 2009) ha generado plusvalías antes de impuestos por importe de 70.140 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

La evolución en el resultado de explotación, y las deducciones por el dividendo y las plusvalías generadas por la venta de acciones de Telecinco, explican el ingreso por impuestos de 18.105 miles de euros.

Accionistas minoritarios

La variación en -6.882 miles de euros comparado con 2008 se corresponde principalmente con la evolución de resultados en Prensa Regional, TDT Nacional y Radio.

Beneficio neto atribuible a la sociedad dominante

El beneficio neto asciende a 9.143 miles de euros.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	701.167	766.806	(65.639)	(8,6%)
Activo Intangible	277.267	293.003	(15.736)	(5,4%)
Propiedad, planta y equipo	230.352	214.972	15.381	7,2%
Part.valoradas por el método de participación	20.019	19.116	903	4,7%
Otros activos no corrientes	173.529	239.716	(66.187)	(27,6%)
Activos Corrientes	349.339	347.033	2.306	0,7%
Efectivo y otros medios equivalentes	125.518	85.131	40.387	47,4%
Otros activos corrientes	220.130	254.519	(34.389)	(13,5%)
Activos mantenidos para la venta	3.691	7.383	(3.691)	(50,0%)
TOTAL ACTIVO	1.050.506	1.113.839	(63.333)	(5,7%)
Patrimonio neto de la Sociedad Dominante	424.115	484.836	(60.721)	(12,5%)
Deuda financiera	200.197	177.673	22.524	12,7%
Otros pasivos	426.194	451.330	(25.136)	(5,6%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	1.050.506	1.113.839	(63.333)	(5,7%)

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 adicionales al impacto de la actividad.

Activo intangible

Refleja el reconocimiento de un incremento del fondo de comercio por 51.436 miles de euros por aplicación anticipada de la NIIF 3 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.

Se ha registrado como activo intangible el valor de las licencias adquiridas de Onda Ramblas (ver Hecho Relevante del 25 de noviembre de 2009).

Por otro lado, se ha procedido a ajustar el fondo de comercio de diferentes activos por un importe total de 18.037 miles de euros siendo el más relevante el procedente de la adquisición del diario gratuito Qué! cuyo Fondo de Comercio al cierre de 2009 asciende a 19.146 miles de euros.

Otros activos no corrientes

La disminución en la cifra del epígrafe obedece principalmente a la desinversión de la participación del 5,1% de Telecinco, compensado parcialmente por la activación de créditos fiscales.

Otros activos corrientes

La menor actividad y la mejora en la gestión del circulante tiene su reflejo en una reducción del saldo de clientes y deudores (-32.612 miles de euros).

Patrimonio neto

La disminución en la cifra de patrimonio neto es reflejo del resultado del ejercicio.

Con fecha 14 de diciembre de 2009 VOCENTO ha adquirido 1.249.703 acciones que representan el 1% del capital social (ver Hecho Relevante 14 de diciembre de 2009) con un desembolso de 4.812 miles de euros. Tras esta operación, la posición de autocartera asciende al 2,79% del capital de la Compañía

(3.483.523 acciones) registrado en balance minorando fondos propios por un importe de 32.131 miles de euros.

Otros pasivos

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe a la reducción en la cuenta de impuestos diferidos derivado de la colocación de Telecinco, compensado parcialmente por el incremento de las cuentas a pagar consecuencia de la reestructuración llevada a cabo.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -74.679 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes por 125.518 miles de euros. La variación en el endeudamiento se debe a:

- (i) Entrada de caja en julio por la colocación del 5,1% de TL5 por 95.303 miles de euros.
- (ii) Cobro del dividendo de Telecinco por 10.837 miles de euros en mayo de 2009.
- (iii) Entrada de caja en enero por la segunda fase de la venta de terrenos de ABC (25.067 miles de euros).
- (iv) Incremento de deuda financiera y salidas de caja, correspondientes al plan de reestructuración.
- (v) Registro como deuda financiera de las indemnizaciones a pagar correspondientes a la reestructuración de ABC por 17.790 miles de euros (corto y largo plazo).
- (vi) Salidas de caja por 35.854 miles de euros: adquisición de red de emisoras de Cataluña (Onda Ramblas), compra de minoritarios en Las Provincias (ver Hecho Relevante de 30 de noviembre de 2009), y adquisición del 33% de 11870.com.
- (vii) El resto corresponde a salidas de caja por compra de autocartera y por la propia operativa del negocio donde se incluye inversiones en inmovilizado material e inmaterial con salida de caja por un total de 58.367 miles de euros.

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	54.784	36.088	18.696	51,8%
Endeudamiento financiero a l.p.	145.413	141.585	3.828	2,7%
Endeudamiento financiero bruto	200.197	177.673	22.524	12,7%
Efectivo y otros medios equivalentes	125.518	85.131	40.387	47,4%
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(74.679)	(92.542)	17.863	19,3%

El endeudamiento a c/p incluye deuda con entidades de crédito por 29.567 miles de euros, y otros pasivos corrientes con coste financiero por 25.217 miles de euros que incluyen planes de pensiones, indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC y pago pendiente por compra de minoritarios en Las Provincias.

El endeudamiento a l/p incluye deuda con entidades de crédito por 118.458 miles de euros, vinculadas a deuda leasing relacionada con las plantas de impresión, área de Contenidos, Qué! y ABC, y otros pasivos no corrientes con coste financiero por 26.955 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC (13.559 miles de euros).

Estado de flujo de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	9.143	34.605	(25.462)	(73,6%)
Ajustes resultado del ejercicio	(37.504)	(43.807)	6.303	14,4%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	(28.361)	(9.202)	(19.159)	(208,2%)
Variación capital circulante	28.982	1.286	27.696	n.r
Impuesto sobre las ganancias pagado	(3.143)	(13.366)	10.223	76,5%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	(2.522)	(21.282)	18.760	88,1%
Adiciones al inm. material e inmaterial	(58.365)	(31.695)	(26.670)	(84,1%)
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y empresas asociadas	76.402	75.558	844	1,1%
Dividendos e intereses cobrados	13.338	45.185	(31.847)	(70,5%)
Otros cobros y pagos (inversión)	19.466	32.345	(12.879)	(39,8%)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	50.841	121.393	(70.553)	(58,1%)
Dividendos e intereses pagados	(15.183)	(46.317)	31.134	67,2%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	5.083	(11.517)	16.600	(144,1%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(2.033)	(191)	(1.842)	(964,4%)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(12.133)	(58.025)	45.892	79,1%
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	36.186	42.086	(5.901)	(14,0%)
Efectivo y equivalentes aportado por las sociedades adquiridas	4.200	0	n.a	n.a
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	125.517	85.131	40.385	47,4%

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 -2.522 miles de euros debido principalmente: (i) al menor resultado operativo del periodo, (ii) a los ajustes al resultado del ejercicio (e.g. las plusvalías de la colocación de la participación en Telecinco están incluidas como flujos netos de las actividades de inversión), y (iii) a la mejora en circulante resultado de la recuperación de saldos con clientes y por los pagos pendientes vinculados a la salida de personal.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 50.841 miles de euros debido a: (i) entrada de caja en julio por la colocación del 5,1% de Telecinco por 95.303 miles de euros (ii) el dividendo cobrado de Telecinco de 10.837 miles de euros y (iii) la entrada de caja por la venta de terrenos de ABC por 25.067 miles de euros, compensado parcialmente por la mayor inversión en inmovilizado (salida de caja por 58.367 miles de euros relacionados con Capex), y por la inversión realizada en la compra de Onda Ramblas y de los minoritarios en Las Provincias.

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -12.133 miles de euros incluyendo principalmente la adquisición del 1% adicional de autocartera y los intereses y los dividendos pagados a minoritarios en las filiales.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

En 2009, destaca el incremento en las inversiones realizadas en:

- i) Área de Otros Negocios: nueva planta Rotomadrid que imprime a "full colour" el diario ABC y mejora en capacidad de color en la planta de impresión de Bepsa (El Correo).
- ii) Área Audiovisual: menores inversiones en la adquisición de derechos para la distribución de producciones cinematográficas.

	NIIF								
	2009			2008			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	2.441	3.918	6.360	3.553	7.667	11.220	(1.111)	(3.749)	(4.861)
Audiovisual	3.945	744	4.690	9.112	2.692	11.804	(5.167)	(1.948)	(7.115)
Internet	4.485	1.396	5.882	2.706	1.755	4.461	1.779	(359)	1.421
Otros Negocios	146	40.172	40.318	481	5.509	5.990	(335)	34.663	34.328
Estructura	603	3.340	3.943	624	1.265	1.889	(21)	2.075	2.054
TOTAL	11.622	49.571	61.193	16.477	18.888	35.365	(4.855)	30.683	25.828

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			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	512.958	582.141	(69.183)	(11,9%)
Audiovisual	111.435	133.382	(21.947)	(16,5%)
Internet	52.245	58.909	(6.664)	(11,3%)
Otros Negocios	215.932	218.609	(2.677)	(1,2%)
Estructura y Otros	(141.402)	(137.998)	(3.404)	(2,5%)
Total Ingresos de Explotación	751.167	855.043	(103.876)	(12,1%)
EBITDA				
Medios Impresos	(22.615)	5.217	(27.832)	(533,5%)
Audiovisual	8.914	(5.915)	14.828	250,7%
Internet	(4.460)	1.736	(6.196)	(357,0%)
Otros Negocios	9.319	14.893	(5.574)	(37,4%)
Estructura y Otros	(19.552)	(30.610)	11.058	36,1%
Total EBITDA	(28.396)	(14.679)	(13.716)	(93,4%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Medios Impresos	31.061	36.252	(5.191)	(14,3%)
Audiovisual	10.938	(3.489)	14.427	413,5%
Internet	(2.514)	1.852	(4.365)	(235,8%)
Otros Negocios	13.687	15.486	(1.799)	(11,6%)
Estructura y Otros	(16.293)	(20.829)	4.536	21,8%
Total EBITDA ex-no rec.	36.880	29.273	7.607	26,0%
Resultado Explotación				
Medios Impresos	(22.429)	19.603	(42.033)	(214,4%)
Audiovisual	(12.123)	(43.773)	31.651	72,3%
Internet	(7.949)	(1.117)	(6.832)	(611,9%)
Otros Negocios	3.099	6.410	(3.312)	(51,7%)
Estructura y Otros	(21.366)	(32.294)	10.929	33,8%
Total Resultado Explot.	(60.768)	(51.171)	(9.597)	(18,8%)

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 (3ª Ola ac. 2009) con 4,9 millones de lectores, más de medio millón de lectores por encima de su inmediato competidor.

Prensa Regional

VOCENTO, en el área de Prensa Regional, es el líder y referente en los mercados regionales en los que opera gracias al poder de prescripción de sus marcas. Aunque la difusión de los diarios de información general ha venido experimentando un retroceso en sus cifras de circulación, los periódicos regionales de VOCENTO mantienen su indiscutible liderazgo en 2009 alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 26,1% (OJD 2009), siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 14,1%. En este sentido, se produce una mejor evolución de su difusión en comparación con las caídas del mercado de prensa regional (-5,3% comparado con -5,7% según datos de OJD de 2009).

En audiencia, la Prensa Regional de VOCENTO alcanza 2.468 miles de lectores según datos de EGM (3ª Ola ac. 2009) más de un millón de lectores sobre el siguiente grupo de comunicación.

La estrategia de VOCENTO en este ejercicio se ha centrado en la transformación de un negocio de soportes a un negocio de marcas. Destaca la innovación continua del producto, que en el año 2009 culmina en el mes de noviembre con el rediseño simultáneo y mejora de la oferta editorial de los 12 periódicos regionales de VOCENTO, de forma que éstos evolucionan adaptándose a las necesidades actuales de sus lectores.

Ante los cambios en los hábitos de consumo y del ciclo publicitario, las cabeceras regionales han llevado a acabo una política activa de reducción y optimización de costes, una reestructuración de sus negocios y una búsqueda de sinergias. Estas medidas permiten cerrar 2009 con una estructura de costes ajustada ante el cambio de ciclo y orientada hacia Internet.

Por lo que respecta a la presencia online se avanza en la profundidad de los contenidos informativos que, complementados por el desarrollo de los contenidos de comunidad y participación, consiguen reforzar de forma significativa su posicionamiento online, lo que permite consolidar la posición de liderazgo de sus marcas, muchas de ellas centenarias y líderes en su mercado.

ABC

ABC, tercer diario nacional de España en número de ejemplares vendidos y máxima referencia en la historia de los siglos XX y XXI, se ha consolidado en 2009 como única cabecera que crece en difusión e Internet.

Como aspectos más relevantes en 2009 destacan cuatro hitos:

- i) La mejora en difusión de ABC consecuencia de la apuesta por el producto,
- ii) el desarrollo de ABC.es,
- iii) la ejecución del proceso de reestructuración y
- iv) la externalización de la actividad de impresión.

En la situación actual de crisis, ABC continúa siendo el único diario que incrementa su difusión (256.650 ejemplares, +2,0% en 2009, según OJD) e incrementa su diferencial respecto a la evolución del resto de la prensa nacional (-10,2% ex Público, La Gaceta y ABC a efectos comparables). Además, basa su crecimiento en venta ordinaria: 2009 +2,3% vs. 2008 comparado con caída del mercado -10,5%.

Según EGM, ABC alcanza una audiencia de 728 mil lectores (3ª Ola ac. 2009) y es el único diario nacional que incrementa su cifra de audiencia: +3,9% vs. 3ª Ola ac. 2008 comparado con mercado prensa nacional -5,9%.

Esta mejor evolución operativa es fruto de la apuesta estratégica realizada por ABC, a través de un gran esfuerzo editorial, con especial énfasis en el fin de semana (i.e. crecimiento de difusión en domingos del +9,3% que compara con un descenso del -12,3% del mercado de prensa nacional, según OJD 2009).

Durante 2009, se ha experimentado el mayor crecimiento en la red en la edición digital de ABC.es, apoyado por el lanzamiento de la Hemeroteca online (recoge más de 100 años de historia), la mejora de contenidos Web 2.0 y Web TV, y los pioneros nuevos servicios de movilidad como la aplicación iPhone.

Las medidas de reestructuración realizadas permiten ajustar la estructura de costes y facilitan el proceso de convergencia de redacciones offline y online.

Destacar que, desde el mes de noviembre la actividad de impresión de ABC se realiza en una nueva planta (Rotomadrid), con tecnología de última generación que comercialmente permite la impresión del diario en "full colour".

ABC ha continuado durante 2009 su intensa actividad social, cultural e institucional, como por ejemplo con la entrega Premios ABC Solidario o la XXI promoción del Máster de Periodismo ABC-Universidad Complutense de Madrid.

ABC afronta el futuro con una marcada tendencia de crecimiento en su cuota de mercado tanto de difusión como de publicidad combinada con una estructura de costes mas ajustada al ciclo actual.

Prensa Gratuita- Qué!

La prensa gratuita, como negocio complementario para VOCENTO, hace posible el acceso a nuevas audiencias que aportan una importante masa crítica. Qué! obtiene según 3ª Ola ac. EGM 2009 una audiencia de 1.698 miles de lectores.

Ante la salida de otros operadores durante 2009, Qué! ha aumentado sus esfuerzos en la reducción de costes (-48,7% ex no recurrentes) y ha centrado su presencia en los mercados más interesantes por ingresos publicitarios, alcanzado acuerdos comerciales con otros editores como respuesta al actual entorno publicitario.

Suplementos y Revistas

VOCENTO edita cada semana el suplemento dominical líder en audiencia en España, XL Semanal y el suplemento femenino también más leído, Mujer Hoy.

Los aspectos más destacables durante 2009 se centran en los siguientes tres hitos:

- i) Liderazgo en audiencias, lo que supone configurar una alternativa frente a la televisión en términos de audiencia y nicho de mercado diferencial,
- ii) el desarrollo de las marcas líderes en Internet y
- iii) la reestructuración del área de revistas.

Según datos de EGM, VOCENTO refuerza en 2009 su liderazgo en el sector de suplementos de información general (XL Semanal, Mujer Hoy, 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 6.522 mil lectores con un crecimiento de la audiencia de los Suplementos del +20,1% sobre 2008 (en 2008 no se incluyó en el estudio ni a Hoy Corazón ni a Pantalla Semanal), por encima de sus principales competidores y del mercado de suplementos (+4,2% 3ª ola acumulada EGM 2008/9).

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.

Ante la nueva situación del mercado donde RTVE ha dejado de comercializar publicidad, las marcas offline y online de los suplementos de VOCENTO se configuran como un soporte alternativo eficaz para el anunciante por su amplia cobertura y audiencias de nicho.

Finalmente, se ha revisado la cartera de revistas y procedido en su caso, a su salida bajo criterio de rentabilidad (i.e. Motor 16 y revistas corporativas de Tecorp).

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	316.306	361.334	(45.028)	(12,5%)
Prensa Nacional	158.983	155.856	3.127	2,0%
Suplementos y Revistas	60.934	78.325	(17.391)	(22,2%)
Prensa Gratuita	14.883	24.770	(9.887)	(39,9%)
Eliminaciones	(38.148)	(38.144)	(4)	(0,0%)
Total Ingresos de Explotación	512.958	582.141	(69.183)	(11,9%)
EBITDA				
Prensa Regional	35.994	54.190	(18.196)	(33,6%)
Prensa Nacional	(56.927)	(43.428)	(13.499)	(31,1%)
Suplementos y Revistas	3.068	6.444	(3.376)	(52,4%)
Prensa Gratuita	(4.749)	(11.988)	7.239	60,4%
Total EBITDA	(22.615)	5.217	(27.832)	(533,5%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Prensa Regional	53.584	69.725	(16.141)	(23,1%)
Prensa Nacional	(24.459)	(32.420)	7.961	24,6%
Suplementos y Revistas	5.530	9.595	(4.065)	(42,4%)
Prensa Gratuita	(3.594)	(10.649)	7.054	66,2%
Total EBITDA ex-no rec.	31.061	36.252	(5.191)	(14,3%)
Resultado Explotación				
Prensa Regional	28.955	46.975	(18.020)	(38,4%)
Prensa Nacional	(49.180)	(21.344)	(27.836)	(130,4%)
Suplementos y Revistas	2.701	6.103	(3.402)	(55,7%)
Prensa Gratuita	(4.905)	(12.131)	7.226	59,6%
Total Resultado Explot.	(22.429)	19.603	(42.033)	(214,4%)

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 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 512.958 miles de euros comparado con 582.141 miles de euros en el mismo periodo de 2008. La Prensa Regional aporta 316.306 miles de euros (-12,5%), ABC contribuye 158.983 miles de euros con un crecimiento del +2,0% respecto de 2008, Suplementos y Revistas con 60.934 miles de euros (-22,2%, -11,6% proforma por la salida de las compañías Motor 16 y revistas corporativas de Tecorp), mientras Prensa Gratuita aporta 14.883 miles de euros (-39,9%).

Ventas de Ejemplares: asciende a 230.135 miles de euros (+0,7%).

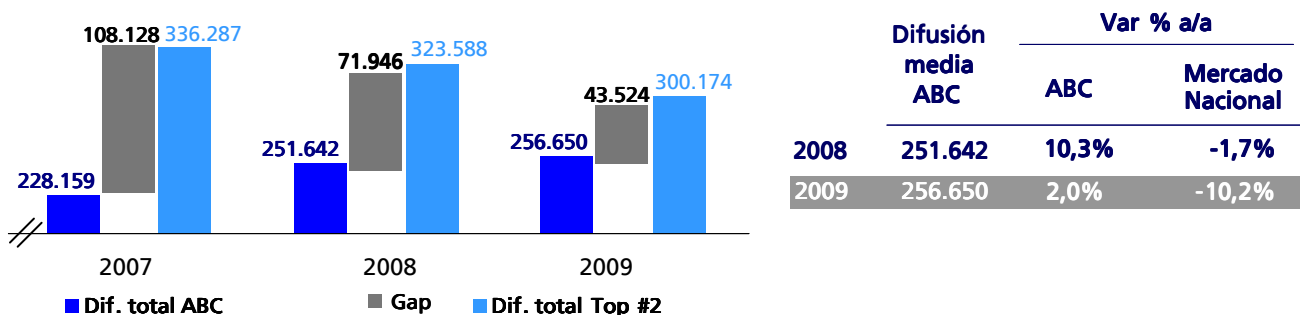
La Prensa Regional registra unas ventas de 145.288 miles de euros (-0,7%) reflejo de la variación en difusión y del incremento de los precios de cabecera de algunos diarios regionales.

ABC contribuye con 78.280 miles de euros (+12,1%) con impacto positivo tanto por el crecimiento de su difusión, como por efecto del incremento en el precio de cabecera.

El crecimiento de difusión de ABC en 2009 es de un +2,0%, que compara con una caída del mercado de prensa nacional del -10,2% ex ABC, Público y La Gaceta. Este crecimiento se apoya especialmente en la venta ordinaria (suscripciones individuales y ventas en kioscos +2,3% vs. mercado -10,5%) y es compatible con una mejora del margen negativo de promociones en 2009.

Esta mejora en difusión permite a ABC reducir a más de la mitad el diferencial con su inmediato competidor durante 2009: gap vs. #2 de 43.524 ejemplares en el 2009 vs. 108.128 ejemplares en 2007.

Evolución de la difusión de ABC vs. #2 y mercado de prensa nacional



Fuente: OJD. Datos en ejemplares 2009 no auditados. Datos de mercado nacional ex Público, La Gaceta y ABC a efectos comparativos.

Suplementos y Revistas aporta 34.258 miles de euros (-14,5%) debido al efecto en perímetro de consolidación por la desinversión en el negocio de revistas corporativas y en la revista Motor 16. El comportamiento del área de Suplementos mantiene su positiva evolución en ventas de ejemplares (+0,5%) en línea con el buen comportamiento de la difusión de ABC (ingresos por venta de ejemplares ajustados por perímetro +0,1%).

Ventas de Publicidad: asciende a 223.779 miles de euros comparado con 296.868 miles de euros en 2008. Destacar el mejor comportamiento en Prensa Regional, ABC y Suplementos de VOCENTO comparado con el mercado en 2009 según el estudio i2p realizado por Media Hot Line. Las ventas de publicidad de Prensa Regional han sido de 133.194 miles de euros, -23,3% vs. -26,5% del mercado, ABC 52.931 miles de euros, -18,3% vs. -26,5% del mercado, y Suplementos y Revistas 23.217 miles de euros (Suplementos 2009 -25,4% vs. mercado -34,3%). Asimismo se ha producido una ralentización en el ritmo de caída de la inversión publicitaria en el último trimestre del año: Prensa Regional 9M09 -25,8%, ABC 9M09 -22,9% y Suplementos 9M09 -33,3%. Prensa Gratuita aporta 14.575 miles de euros, -40,9%, reflejo del impacto de la crisis económica en la inversión publicitaria.

Otros Ingresos: asciende a 59.044 miles de euros (+4,1%). Los ingresos por promociones se mantienen estables en comparación al mismo periodo de 2008.

EBITDA ex no recurrentes: asciende a 31.061 miles de euros (EBITDA -22.615 miles de euros) que compara con 36.252 miles de euros en 2008. Los costes ex no recurrentes ascienden a -53.677 miles de euros debido al proceso de reestructuración llevado a cabo.

- (i) Prensa Regional: alcanza EBITDA ex no recurrentes de 53.584 miles de euros de (28.955 miles de euros de EBITDA) con costes no recurrentes de -17.591 miles de euros. Las medidas de control de costes se reflejan en una reducción de costes operativos ex no

recurrentes del -9,9% (disminución de costes en -29.021 miles del euros) mitigándose parcialmente el impacto de la caída de publicidad. Destaca la reducción de costes de personal mejorando la tendencia trimestre a trimestre (2009 -12,5% ex no recurrentes vs. -11,1% en 9M09), y la mejora en el margen de promociones en comparación con 2008. Dado el esfuerzo en reducción de costes y gracias al ahorro en prensa regional, 2009 cierra con un margen EBITDA ex no recurrentes del 16,9%.

- (ii) ABC: a pesar de la caída publicitaria del sector, ABC reduce el EBITDA negativo ex no recurrentes en +7.961 miles de euros gracias al crecimiento en difusión y los efectos de las medidas de reducción de costes (e.g. costes de personal ex no recurrentes -17,9% vs. 9M09 -14,0% y 1S09 -8,8%) y mejora del margen de promociones. Los costes no recurrentes (-32.468 miles de euros) se corresponden con la reestructuración llevada a cabo principalmente en el primer semestre de 2009.
- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza EBITDA ex no recurrentes de 5.530 miles de euros. Destacar la reducción de costes de explotación ajustados por perímetro ex no recurrentes por -5.135 miles de euros, que permite compensar parcialmente la caída en ingresos ex perímetro de -7.781 miles de euros.
- (iv) Prensa Gratuita: pese a la caída en publicidad se reduce el EBITDA negativo ex no recurrentes +7.054 miles de euros hasta -3.594 miles de euros (-4.749 miles de euros de EBITDA). En este área destacan las medidas de optimización de costes adoptadas como la reducción de costes de personal, el cierre de ediciones y delegaciones ó el ajuste de tiradas del diario (descenso de gastos de explotación ex no recurrentes de -17.241 miles de euros, -48,7%).

EBITDA EX NO RECURRENTE E INGRESOS PUBLICIDAD MEDIOS IMPRESOS			
	(Miles de Euros)		
	EBITDA ex no rec. 2009	Var abs EBITDA ex no rec.	Var abs publicidad
Prensa Regional	53.584	(16.141)	(40.391)
Prensa Nacional	(24.459)	7.961	(11.840)
Suplementos y Revistas	5.530	(4.065)	(11.104)
Prensa Gratuita	(3.594)	7.054	(10.106)
Eliminaciones			351
Medios impresos	31.061	(5.191)	(73.089)

Audiovisual

Las decisiones estratégicas del último año en esta área han permitido a VOCENTO posicionarse como un "jugador" más en el panorama audiovisual. VOCENTO opera de forma integrada en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de TDT, y diferentes licencias de TDT autonómica, una cadena generalista de radio, Punto Radio, así como con la participación en productoras de contenidos y en una distribuidora de películas.

• TDT- Televisión Digital Terrestre

VOCENTO compite con el respaldo de licencias en TDT nacional y TDT 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 producirá el apagón analógico.

Mercado Nacional (QUITAR EL BULLET DE 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.

Destacar el incremento progresivo tanto del consumo como de la penetración de la TDT. El consumo de TDT ya es mayoritario en el total de televisión según datos de TN Sofres del mes de diciembre con una cuota del 52,8% (+30,9 p.p. en comparación con diciembre 2008).

Además la TDT supera los 12 millones de hogares y una penetración que alcanza un máximo del 73,8% según 3ª ola EGM 2009 (+28,6 p.p. en comparación con 3ª ola EGM 2008). El Gobierno Español ha anunciado que el cese de las emisiones analógicas se producirá, previsiblemente, el 3 de abril de 2010.

Vocento comparte accionariado en NET TV con The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20%). Disney Channel alcanza en el mes de diciembre de 2009 una audiencia media acumulada de más de 4 millones de espectadores con una cuota en TDT del 3,1%, siendo líder dentro de los canales temáticos.

Mercado Autonómico

VOCENTO tiene una posición privilegiada al tener licencias en los mercados más relevantes desde el punto de vista publicitario: Madrid, Comunidad de Valencia, Andalucía y presencia en La Rioja y Murcia.

En el mes de junio se alcanzó un acuerdo estratégico con Viacom por el que los canales autonómicos de VOCENTO se nutrirán, para configurar su parrilla, 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.

• Radio

Punto Radio es una cadena radiofónica de ámbito nacional, que opera tanto a través de concesiones radiofónicas propias, como de terceros en régimen de asociación. Los hitos más relevantes del ejercicio 2009 se circunscriben a tres áreas:

- i) La ampliación de la cobertura del territorio con nuevas concesiones,
- ii) la evolución de la parrilla y
- iii) la reestructuración de las operaciones en respuesta a la crisis económica que afecta al sector.

En relación a la ampliación de cobertura, merece resaltar en primer lugar la adquisición de la red de emisoras en Cataluña (Onda Ramblas) por parte de Punto Radio y con ella la propiedad de la red de concesiones catalanas que hasta la fecha operaban en régimen de asociación; en segundo lugar destaca la obtención de un número importante de concesiones en las Comunidades Autónomas de

Madrid, Castilla La Mancha y Extremadura. Como resultado de estos acontecimientos la cadena ha ampliado su red con 17 nuevas emisoras, algunas en plazas tan estratégicas como Madrid y Barcelona.

El progresivo despliegue del referido plan en otras Comunidades, unido a los buenos resultados obtenidos por Punto Radio en aquéllas que ya han fallado sus respectivos concursos permite ser optimista respecto de futuras mejoras en la cobertura de la cadena.

En cuanto a las mejoras introducidas en la programación destacan la incorporación de Félix Madero a los primeras franjas horarias de la mañana dentro del programa "Protagonistas", durante el "prime time" de consumo radiofónico y la de María José Sastre por la tarde-noche en el programa "de Costa a Costa".

Como consecuencia de estas actuaciones, Punto Radio consolida su audiencia en 2009 por encima de 530.000 oyentes con un crecimiento del +3% comparado con el año anterior (según promedio de estudios EGM 2008/9).

Finalmente, y en relación a las medidas de contención de costes, especialmente relevante a la luz del actual entorno publicitario, se han centrado los esfuerzos en el ajuste de los costes de programación.

Por último merece una mención la situación de la radio digital. En este VOCENTO mantiene dos concesiones de radio digitales en Punto Radio, y en Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A.

• 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 (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia), Hill Valley (participación del 70%), y Videomedia (participación del 30%) y la distribuidora cinematográfica Tripictures.

Los objetivos de 2009 se resumen en dos aspectos: diversificación de clientes en las productoras y obtención de sinergias en costes. Las productoras de Vocento han cosechado éxitos durante esta temporada, con la producción de Grand Prix (emitido en España y Portugal), Guinness (emitido en Italia, Polonia y Grecia), Se llama Copla, A tu Vera, Un beso y una flor, 21 Días, La hora de José Mota, Hospital Central, Muchachada Nui o la producción de Miniserias para TV como El Pacto o Adolfo Suárez.

De cara al futuro, la aparición de nuevos canales de TDT tanto nacionales como autonómicos, 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			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TV Autónoma y Local	10.336	14.157	(3.821)	(27,0%)
TV Nacional	18.558	13.126	5.432	41,4%
Radio	16.773	20.062	(3.288)	(16,4%)
Contenidos	68.777	90.919	(22.142)	(24,4%)
Eliminaciones	(3.010)	(4.883)	1.872	38,3%
Total Ingresos de Explotación	111.435	133.382	(21.947)	(16,5%)
EBITDA				
TV Autónoma y Local	(2.905)	(10.049)	7.144	71,1%
TV Nacional	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(5.866)	(10.357)	4.491	43,4%
Contenidos	14.901	14.858	42	0,3%
Total EBITDA	8.914	(5.915)	14.828	250,7%
EBITDA ex-no recurrentes				
TV Autónoma y Local	(2.268)	(9.236)	6.968	75,4%
TV Nacional	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(5.218)	(9.767)	4.549	46,6%
Contenidos	15.640	15.882	(242)	(1,5%)
Total EBITDA ex-no rec.	10.938	(3.489)	14.427	413,5%
Resultado Explotación				
TV Autónoma y Local	(4.085)	(11.995)	7.910	65,9%
TV Nacional	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(6.298)	(11.233)	4.935	43,9%
Contenidos	(4.523)	(20.178)	15.655	77,6%
Total Resultado Explot.	(12.123)	(43.773)	31.651	72,3%

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 111.435 miles de euros, -16,5%, en 2009 principalmente debido a la menor actividad de Contenidos (-24,4%), descenso de publicidad en TDT Autónoma y Local y Radio, compensado por la positiva evolución de TDT Nacional.

Los ingresos de TDT Autónoma y Local alcanzan 10.336 miles de euros (-27,0%) impactados por el entorno publicitario.

En TDT Nacional tras la puesta en marcha del acuerdo estratégico con The Walt Disney Company se produce una mejora de los ingresos de +5.432 miles de euros, poniendo de manifiesto la viabilidad del modelo de la TDT Nacional.

En Radio se alcanzan unos ingresos de 16.773 miles de euros debido principalmente a los menores ingresos publicitarios, cuya evolución muestra una ralentización en su ritmo de caída: (2009 -16,0% vs. 9M09 -26,6%) y desciende en 2009 a una tasa similar a la del mercado (-15,8% según informe i2p realizado por Media Hot Line) pese al déficit de cobertura actual de Punto Radio.

La evolución en Contenidos, 68.777 miles de euros, se debe en parte a la menor actividad de las productoras.

EBITDA ex no recurrentes: progresiva eficiencia con una mejora en EBITDA ex costes no recurrentes de +14.427 miles de euros hasta 10.938 miles de euros (EBITDA 8.914 miles de euros), gracias al positivo impacto en reducción de costes:

- (i) TDT Autonómica y Local: las medidas de reducción de costes generalizadas (centradas en programación y producción) y las desinversiones selectivas en televisiones locales, minoran la base de costes prácticamente a la mitad, y permiten mejorar el EBITDA ex costes no recurrentes en +6.968 miles de euros en un entorno publicitario adverso.
- (ii) TDT Nacional: EBITDA positivo de 2.784 miles de euros y mejora de +3.151 miles de euros, poniendo de manifiesto la viabilidad del modelo de negocio en TDT y su rentabilidad de cara al próximo apagón analógico.
- (iii) Radio: mejora de EBITDA ex costes no recurrentes en +4.549 miles de euros que supone reducir prácticamente a la mitad el EBITDA negativo del pasado año, por la puesta en marcha del programa de reducción de costes y a pesar de la adversa evolución de la publicidad en gran parte del año.
- (iv) Contenidos: EBITDA ex costes no recurrentes 15.640 miles de euros, manteniendo el nivel de EBITDA de 2008 gracias a una mejora de rentabilidad (margen EBITDA 22,7%, +5,3 p.p.) consecuencia de 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 -12.123 miles de euros, que incluyen amortizaciones por -17.387 miles de euros del área de Contenidos.

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 análisis de Atos Consulting el 73% de los hogares españoles tendrán acceso de banda ancha en 2012.

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, ha reforzado su posicionamiento en Internet a través de: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto los portales locales, ABC.es y Que.es), Portales Verticales (finanzas.com y mujerhoy.com), Clasificados (infoempleo.com, pisos.com y Autocasion.com) y Directorios (11870.com).

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 nacionales de consumo local.

La relevante presencia de los portales de VOCENTO se traduce según análisis de 4 International Media & Newspapers, que sitúa a seis portales en el top10 (ABC.es, Que.es, y ediciones digitales de El Correo, El Diario Vasco, La Verdad y Diario Sur) y a sus 14 portales de noticias en el top20 de portales con mayor audiencia en España (no se incluyen portales ni deportivos ni económicos).

En 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. 11870.com alcanza 0,8 millones de usuarios únicos mes, +67%, según Nielsen Netview enero 2010 vs. enero 2009.

La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarenet, compañía que ofrece soluciones de conectividad a empresas.

En Ediciones Digitales de los medios regionales resulta relevante el rediseño de los portales con una clara apuesta tanto por la interactividad del usuario como por la cobertura de noticias y eventos locales y su ilustración con contenidos audiovisuales, lo que permite a los doce portales locales reforzar su liderazgo en sus respectivos ámbitos de influencia.

En ABC.es, que ha tenido un mejor comportamiento online vs. competencia (+58% enero vs. enero 2009 vs. categoría +8% ganando +6 p.p. de cuota de mercado entre top #3 hasta 23%) es significativo en el segundo semestre del año el lanzamiento de la Hemeroteca online, que contiene más de cinco millones de documentos de su publicación centenaria, nuevos contenidos Web 2.0, Web TV, así como la pionera aplicación en movilidad con smartphones (iPhone y sistema Android de Google).

Que.es por su parte ha creado la primera red social de noticias en España, alcanzando en un año 1,3 millones de u.u.m.

En Clasificados destacan las innovaciones en nuevos contenidos y los crecimientos registrados en 2009:

- i) pisos.com: alcanza en un año top #3 con crecimiento del +94% (enero 2010 vs. enero 2009) muy por encima de su categoría +15%. Mantiene un enfoque local con el apoyo del resto de medios de VOCENTO, y ofrece servicios de movilidad como la aplicación para iPhone del buscador de vivienda,
- ii) Infoempleo: desarrollo de una nueva plataforma para facilitar a los usuarios la creación de su propia página Web con la que gestionar su marca personal en la red, y
- iii) Autocasion.com: oferta de una amplia gama de servicios a los usuarios como contenidos editoriales, compra-venta de vehículos de ocasión y oferta de vehículos nuevos.

Por último y dentro de los Portales Verticales, Finanzas.com ha lanzado una nueva herramienta de cartera de valores con funciones avanzadas de análisis de riesgos y comparativa con los principales índices, mientras que, en mujerhoy.com, el valor diferencial del portal reside en su potente comunidad femenina online, dado que es el único site de mujer en el que los usuarios pueden elaborar artículos y columnas de opinión formando parte activa del portal.

Esta apuesta por Internet tiene su reflejo en la posición de VOCENTO como líder entre los medios de comunicación alcanzando según Netview en el mes de enero de 2010 más de diez millones de usuarios únicos al mes (+16,8% vs. enero de 2009).

Ranking audiencias Internet		enero 2010
	Usuarios únicos Mes (miles)	Ranking
Google	22.716	1
Microsoft	21.651	2
Facebook	13.589	3
Telefónica	11.547	4
Yahoo!	11.123	5
Wikimedia	10.599	6
Vocento	10.290	7
Unidad Editorial	9.934	8
Prisacom	9.788	9

En las distintas categorías⁴ clave, VOCENTO obtiene unos notables resultados tanto en sus portales de noticias (VOC #1), como en Clasificados (Infoempleo #2, Pisos.com #3 y Autocasión #6).

⁴ Fuente Nielsen Netview enero 2010

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	18.602	15.651	2.951	18,9%
Portales Verticales	4.152	4.021	131	3,2%
Clasificados	11.697	13.677	(1.979)	(14,5%)
B2B	19.919	27.426	(7.506)	(27,4%)
Eliminaciones	(2.126)	(1.865)	(261)	(14,0%)
Total Ingresos de Explotación	52.245	58.909	(6.664)	(11,3%)
EBITDA				
Ediciones Digitales	(2.821)	(188)	(2.633)	n.r.
Portales Verticales	(1.801)	(1.078)	(723)	(67,1%)
Clasificados	(3.519)	(669)	(2.850)	(426,2%)
B2B	3.681	3.671	10	0,3%
Total EBITDA	(4.460)	1.736	(6.196)	(357,0%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Ediciones Digitales	(1.851)	(159)	(1.691)	n.r.
Portales Verticales	(1.579)	(1.079)	(501)	(46,4%)
Clasificados	(3.110)	(598)	(2.511)	(419,6%)
B2B	4.026	3.688	338	9,2%
Total EBITDA ex-no rec.	(2.514)	1.852	(4.365)	(235,8%)
Resultado Explotación				
Ediciones Digitales	(3.611)	(681)	(2.930)	(430,2%)
Portales Verticales	(2.330)	(1.654)	(676)	(40,9%)
Clasificados	(4.706)	(1.394)	(3.312)	(237,6%)
B2B	2.699	2.612	86	3,3%
Total Resultado Explot.	(7.949)	(1.117)	(6.832)	(611,9%)

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 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 52.245 miles de euros (2009 -11,3% vs. 9M09 -13,6%) por el efecto de perímetro de consolidación tras la desinversión de La Trastienda Digital en B2B (7.270 miles de euros en ingresos 2009 y sin impacto material en EBITDA). Descontando el efecto de perímetro los ingresos del área habrían crecido +1,2%.

En términos proforma el notable crecimiento en publicidad del +21,0% compensa la menor actividad en los sectores de empleo, inmobiliario y motor, con un crecimiento de los ingresos de B2C (65,9% del total del área) del +3,3% sobre 2008.

Venta de Publicidad: incremento del +21,0% hasta 23.986 miles de euros, que ya suponen el 8,7% del total de ingresos publicitarios de VOCENTO (+3,1 p.p. vs. 2008). La mejora en usuarios únicos mensuales y la presencia relevante en los portales de noticias (nicho de mercado cada vez más valorado por el anunciante por su poder de prescripción sobre el usuario), tienen su reflejo en los ingresos de publicidad relacionados con B2C (+23,7%) que en el actual entorno publicitario compara con un crecimiento del mercado del +3,1%, según estimación del estudio i2p realizado por Media Hot Line.

En tasa de crecimiento y por segmento de negocio, los ingresos de publicidad crecen de la siguiente forma: Ediciones Digitales +25,3% y Clasificados +31,1% aunque existe una difícil coyuntura en sus mercados.

Otros Ingresos: alcanza 28.142 miles de euros un descenso del -27,7%, debido al citado efecto de perímetro de consolidación por la desinversión de La Trastienda Digital en B2B (otros ingresos proforma -11,0%) y al impacto de la actual crisis en el mercado laboral.

EBITDA ex no recurrentes: alcanza -2.514 miles de euros ex costes no recurrentes (EBITDA -4.460 miles de euros), como consecuencia de la apuesta estratégica por Clasificados y continuo desarrollo de las Ediciones Digitales.

Otros Negocios

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

Dentro de las principales actividades destaca Comeco Impresión y Distribuciones Comecosa cuyo negocio está vinculado al área 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 por otro realizar una actualización tecnológica de los equipos que mejore la calidad de impresión, así como las posibilidades de encartes y manipulados.

Dentro del citado proceso de segregación, destacar que desde el mes de noviembre de 2009 la impresión del diario ABC se produce en la nueva planta de Rotomadrid que comercialmente permite la impresión del diario en "full colour".

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

Miles de Euros	NIIF			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	172.714	173.992	(1.278)	(0,7%)
Impresión	31.974	32.024	(50)	(0,2%)
Otras Participadas	12.137	13.882	(1.745)	(12,6%)
Eliminaciones	(893)	(1.288)	395	30,7%
Total Ingresos de Explotación	215.932	218.609	(2.677)	(1,2%)
EBITDA				
Distribucion	3.032	3.173	(141)	(4,5%)
Impresión	8.693	11.313	(2.620)	(23,2%)
Otras Participadas	(2.406)	407	(2.813)	(691,2%)
Total EBITDA	9.319	14.893	(5.574)	(37,4%)
EBITDA ex-no recurrentes				
Distribucion	3.055	3.329	(274)	(8,2%)
Impresión	10.739	11.410	(672)	(5,9%)
Otras Participadas	(106)	747	(853)	(114,2%)
Total EBITDA ex-no rec.	13.687	15.486	(1.799)	(11,6%)
Resultado Explotación				
Distribucion	2.539	2.694	(155)	(5,8%)
Impresión	3.102	3.549	(447)	(12,6%)
Otras Participadas	(2.542)	167	(2.709)	n.r.
Total Resultado Explot.	3.099	6.410	(3.312)	(51,7%)

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 215.932 miles de euros, -1,2%, reflejo de la vinculación de Impresión y Distribución con el área de Medios Impresos.

EBITDA ex no recurrentes: asciende a 13.687 miles de euros. En el área de Impresión alcanza 10.739 miles de euros (EBITDA de la planta de Rotomadrid 761 miles de euros) y en Distribución 3.055 miles de euros ex costes no recurrentes compensándose la menor actividad en el área de Medios Impresos con un esfuerzo en costes y la diversificación en la distribución de productos de Distribución.

Principales datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	2009	2008	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	256.650	251.641	5.008	2,0%
Prensa Regional	453.928	79.104	(25.173)	(5,3%)

Fuente: OJD. Datos 2008 certificados

Audiencia ('000)	3ª Ola 09	3ª Ola 08	Var Abs	Var%
Prensa Nacional- ABC	728	701	27	3,9%
Prensa Regional	2.468	2.490	(22)	(0,9%)
Suplementos				
XL Semanal	3.493	3.312	181	5,5%
Mujer Hoy	2.176	2.049	127	6,2%
Mujer Hoy Corazón	308	n.a.	308	n.a.
Pantalla Semanal	459	n.a.	459	n.a.
Inversión y Finanzas	86	138	(52)	(37,7%)

Prensa Gratuita-Qué 1.698 2.255 (557) (24,7%)

Fuente: EGM Olas Acumuladas. Audiencia de Prensa Regional calculado como suma de audiencias de los 12 periódicos regionales

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	2009	2008	Var Abs
Penetración TDT en hogares (1)	73,8%	45,2%	28,6 p.p.
Cuota audiencia TDT(2)	52,8%	21,9%	30,9 p.p.
Cuota audiencia Disney Channel TDT (2)	3,1%	n/d	n/d

PUNTO RADIO	3ª Ola 09	3ª Ola 08	Var Abs
Oyentes (L-V) (3)	464.000	497.000	(33.000)

Fuentes:

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

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	dic-09	dic-08	Var Abs	Var%
Vocento	9.650	9.186	464	5,1%
	ene-10	ene-10	Var Abs	Var%
Vocento	10.290	8.810	1.480	+16,8%

Fuente: Nielsen Net View

Aviso Legal

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Sociedad o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Sociedad y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Analistas e inversores deberán tener en cuenta que tales intenciones, expectativas o estimaciones no implican ninguna garantía sobre cuál vaya a ser el comportamiento y resultados futuros de la Compañía, y asumen riesgos e incertidumbres sobre aspectos relevantes, por lo que los resultados y el comportamiento real futuro de la Sociedad podrá diferir sustancialmente del que se desprende de dichas previsiones y estimaciones.

Lo expuesto en la presente declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Sociedad y, en particular, por los analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Sociedad ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones.

Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases de cualquier tipo de documento o compromiso.

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91.339.98.09
Fax: 91.742.63.52
e-mail: ir@vocento.com



[Legal
Disclaimer](#)

This document contains statements that constitute forward looking statements in its general meaning and within the meaning of the Private Securities Litigation Reform Act of 1995. These statements appear in a number of places in this document and include statements regarding future growth in the different business lines and the global business, market share, financial results and other aspects of the activity and situation relating to the Company.

Analysts and investors should bear in mind that such estimates do not amount to any warranty as to the future behaviour or results of the Company, and they shall bear all risks and uncertainties with regard to relevant aspects, and thus, the real future results and behaviour of the Company might be substantially different from what is stated in the said predictions or estimates.

Analysts and investors are cautioned not to place undue reliance on those forward looking statements which speak only as of the date of this presentation. Vocento. S.A. undertakes no obligation to release publicly the results of any revisions to these forward looking statements which may be made to reflect events and circumstances after the date of this presentation, including, without limitation, changes in Vocento's business or acquisition strategy or to reflect the occurrence of unanticipated events. Analysts and investors are encouraged to consult the Company's Annual Report as well as periodic filings filed with the Spanish Market Regulator.

The financial information contained in this document has been prepared under International Financial Reporting Standards (IFRS). This financial information is unaudited and, therefore, is subject to potential future modifications.

This document is only provided for information purposes and does not constitute, nor may it be interpreted as, an offer to sell or exchange or acquire, or solicitation for offers to purchase any share in the Company.

[CONSOLIDATED BALANCE SHEETS](#)

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros	2009	2008	Var abs
ASSETS			
NON CURRENT ASSETS			
Intangible assets	277.267	293.003	(15.736)
Goodwill	189.839	208.007	(18.168)
Intangible assets	87.428	84.996	2.432
Tangible assets	229.540	214.143	15.397
Property, plant and equipment in use	217.622	213.369	4.253
Property, plant and equipment in the course of construction	11.918	774	11.144
Real Estate investments	812	829	(16)
Investments accounted for using the equity method	20.019	19.116	903
Financial assets	11.028	109.490	(98.462)
Non-current investment securities	9.823	108.273	(98.449)
Other non current financial assets	1.205	1.217	(12)
Other non current receivables	7.798	1.033	6.764
Deferred tax assets	154.703	129.193	25.510
CURRENT ASSETS			
Inventories	22.660	30.440	(7.779)
Trade and other receivables	179.542	212.154	(32.612)
Tax receivables	17.928	11.926	6.002
Cash and cash equivalents	125.518	85.131	40.387
□ Assets held for sale and discontinued operations	3.691	7.383	(3.691)
TOTAL ASSETS	1.050.506	1.113.839	(63.333)

Thousand of Euros	2009	2008	Var abs
EQUITY AND LIABILITIES			
EQUITY			
Of the Parent	424.115	484.836	(60.721)
Share capital	24.994	24.994	0
Reserves	421.830	457.532	(35.702)
Treasury shares	(32.131)	(32.296)	165
Net profit for the year	9.143	34.605	(25.462)
Interim dividend	0	0	0
Of minority interest	64.672	56.855	7.817
NON CURRENT LIABILITIES			
Deferred income	3.776	2.435	1.341
Provisions	16.684	21.293	(4.609)
Bank borrowings and other financial liabilities	145.413	141.585	3.828
Other non-current payables	51.143	80.873	(29.730)
Deferred tax liabilities	39.751	47.410	(7.658)
	256.767	293.596	(36.829)
CURRENT LIABILITIES			
Bank borrowings and other financial liabilities	54.784	36.088	18.696
Trade and other payables	227.499	220.347	7.152
Tax payables	22.669	22.117	552
	304.952	278.552	26.399
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	1.050.506	1.113.839	(63.333)

NET DEBT**VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**

Thousand of Euros	IFRS			
	2009	2008	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (short term)	54.784	36.088	18.696	51,8%
Bank borrowings and other financial liabilities (long term)	145.413	141.585	3.828	2,7%
Gross Debt	200.197	177.673	22.524	12,7%
Cash and cash equivalents	125.518	85.131	40.387	47,4%
Net cash position/ (net debt)	(74.679)	(92.542)	17.863	19,3%

CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros	IFRS				IFRS				IFRS				2009			
	1Q09	1Q08	Var Abs	Var %	1H09	1H08	Var Abs	Var %	9M09	9M08	Var Abs	Var %	2009	2008	Var Abs	Var %
Circulation revenues	69.538	67.530	2.008	3,0%	137.827	136.199	1.628	1,2%	206.592	203.748	2.844	1,4%	274.203	269.967	4.236	1,6%
Advertising revenues	65.480	91.300	(25.820)	(28,3%)	140.346	195.936	(55.591)	(28,4%)	194.328	259.808	(65.481)	(25,2%)	274.600	350.908	(76.307)	(21,7%)
Other revenues	49.351	57.781	(8.430)	(14,6%)	109.197	116.567	(7.370)	(6,3%)	152.674	173.503	(20.829)	(12,0%)	202.364	234.169	(31.805)	(13,6%)
Total Revenue	184.369	216.611	(32.242)	(14,9%)	387.370	448.702	(61.332)	(13,7%)	553.593	637.059	(83.466)	(13,1%)	751.167	855.043	(103.876)	(12,1%)
Staff costs	(71.885)	(74.563)	(2.679)	(3,6%)	(157.141)	(147.292)	9.849	6,7%	(220.958)	(219.115)	1.842	0,8%	(307.831)	(318.469)	(10.638)	(3,3%)
Procurements	(36.285)	(42.793)	(6.508)	(15,2%)	(71.884)	(85.970)	(14.086)	(16,4%)	(106.202)	(123.971)	(17.769)	(14,3%)	(143.098)	(163.265)	(20.167)	(12,4%)
External Services	(78.961)	(97.506)	(18.545)	(19,0%)	(166.468)	(196.314)	(29.845)	(15,2%)	(241.279)	(284.240)	(42.961)	(15,1%)	(323.221)	(381.830)	(58.609)	(15,3%)
Provisions	(702)	(505)	197	39,1%	(1.415)	(1.335)	81	6,0%	(2.301)	(2.299)	2	0,1%	(5.413)	(6.159)	(745)	(12,1%)
Operating Expenses (without D&A)	(187.833)	(215.367)	(27.534)	(12,8%)	(396.908)	(430.910)	(34.002)	(7,9%)	(570.739)	(629.625)	(58.886)	(9,4%)	(779.563)	(869.722)	(90.160)	(10,4%)
□EBITDA	(3.463)	1.244	(4.707)	(378,4%)	(9.538)	17.792	(27.330)	(153,6%)	(17.146)	7.434	(24.580)	(330,7%)	(28.396)	(14.679)	(13.716)	(93,4%)
Depreciation and amortization	(11.165)	(11.982)	(817)	(6,8%)	(22.379)	(24.562)	(2.183)	(8,9%)	(33.961)	(36.966)	(3.005)	(8,1%)	(45.731)	(51.908)	(6.177)	(11,9%)
Gains on disposal of tangible & intangible assets	21.339	14	21.325	n.r.	22.464	(67)	22.531	n.r.	22.242	29.934	(7.692)	(25,7%)	13.358	15.417	(2.058)	(13,4%)
EBIT	6.710	(10.724)	17.435	162,6%	(9.453)	(6.837)	(2.616)	(38,3%)	(28.864)	401	(29.266)	n.r.	(60.768)	(51.171)	(9.597)	(18,8%)
Impairment/reversal of other intangible assets	0	0	0	n.a.	0	(15.000)	(15.000)	(100,0%)	0	(85.000)	(85.000)	(100,0%)	(18.037)	(88.403)	(70.366)	(79,6%)
Profit of companies acc. equity method	329	10.631	(10.302)	(96,9%)	462	11.103	(10.642)	(95,8%)	914	11.527	(10.613)	(92,1%)	(1.914)	11.489	(13.404)	(116,7%)
Net financial income	(1.236)	(2.477)	1.241	50,1%	7.608	(3.629)	11.237	309,7%	6.085	(5.538)	11.623	209,9%	4.753	(7.908)	12.661	160,1%
Net gains on disposal of non- current assets	(14)	0	(14)	n.a.	(222)	49.799	(50.020)	(100,4%)	69.619	147.157	(77.538)	(52,7%)	69.645	147.595	(77.950)	(52,8%)
Profit Before Taxes	5.790	(2.570)	8.360	325,2%	(1.605)	35.436	(37.041)	(104,5%)	47.753	68.548	(20.794)	(30,3%)	(6.321)	11.602	(17.924)	(154,5%)
Corporation tax	(2.810)	2.978	(5.788)	(194,4%)	2.591	973	1.618	166,3%	(7)	8.613	(8.619)	(100,1%)	18.105	18.762	(656)	(3,5%)
Profit After Taxes	2.980	407	2.573	631,6%	986	36.409	(35.423)	(97,3%)	47.746	77.160	(29.414)	(38,1%)	11.784	30.364	(18.580)	(61,2%)
Net result of assets as maintained for sale	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Net profit for the year	2.980	407	2.573	631,7%	986	36.409	(35.423)	(97,3%)	47.746	77.160	(29.414)	(38,1%)	11.784	30.364	(18.580)	(61,2%)
Minority interests	(295)	(915)	620	67,7%	(855)	(3.728)	2.873	77,1%	(568)	(3.426)	2.858	83,4%	(2.641)	4.241	(6.882)	(162,3%)
Net profit attributable to the parent	2.685	(508)	3.193	628,4%	131	32.681	(32.550)	(99,6%)	47.179	73.734	(26.556)	(36,0%)	9.143	34.605	(25.462)	(73,6%)
Operating Expenses ex non recurring costs	(178.341)	(209.728)	(31.387)	(15,0%)	(365.218)	(421.014)	(55.796)	(13,3%)	(534.898)	(616.406)	(81.508)	(13,2%)	(714.287)	(825.771)	(111.483)	(13,5%)
Personnel costs ex non recurring costs	(62.393)	(68.924)	(6.531)	(9,5%)	(125.451)	(137.396)	(11.945)	(8,7%)	(185.116)	(205.896)	(20.780)	(10,1%)	(242.555)	(274.517)	(31.962)	(11,6%)
EBITDA ex non recurring costs	6.028	6.883	(855)	(12,4%)	22.152	27.688	(5.536)	(20,0%)	18.695	20.653	(1.957)	(9,5%)	36.880	29.273	7.607	26,0%

CASH FLOW STATEMENT

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros	IFRS			
	2009	2008	Var Abs	% Var
Net profit attributable to the parent	9.143	34.605	(25.462)	(73,6%)
Adjustments to net profit	(37.504)	(43.807)	6.303	14,4%
Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital	(28.361)	(9.202)	(19.159)	(208,2%)
Changes in working capital	28.982	1.286	27.696	n.r
Income tax paid	(3.143)	(13.366)	10.223	76,5%
Net cash flow from operating activities (I)	(2.522)	(21.282)	18.760	88,1%
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(58.365)	(31.695)	(26.670)	(84,1%)
Net proceed on disposal of financial assets	76.402	75.558	844	1,1%
Interests and dividends received	13.338	45.185	(31.847)	(70,5%)
Other receivables and payables	19.466	32.345	(12.879)	(39,8%)
Net cash flow from investing activities (II)	50.841	121.393	(70.553)	(58,1%)
Interests and dividends paid	(15.183)	(46.317)	31.134	67,2%
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings & other finan. liabilities	5.083	(11.517)	16.600	(144,1%)
Acquisition of treasury stock	(2.033)	(191)	(1.842)	(964,4%)
Net cash flows from financing activities (III)	(12.133)	(58.025)	45.892	79,1%
Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)	36.186	42.086	(5.901)	(14,0%)
Cash and cash equivalents provided by acquired companies	4.200	-	n.a	n.a
Cash and cash equivalents provided by discontinued operations				
Cash and cash equivalents at beginning of the year	85.131	43.045	42.086	97,8%
Cash and cash equivalents at end of year	125.517	85.131	40.385	47,4%

[CAPEX: \(Additions to PPE and intangible assets\)](#)

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros	IFRS								
	2009			2008			Var Abs		
	Intang.	Tang.	Total	Intang.	Tang.	Total	Intang.	Tang.	Total
Print Media	2.441	3.918	6.360	3.553	7.667	11.220	(1.111)	(3.749)	(4.861)
Audiovisual	3.945	744	4.690	9.112	2.692	11.804	(5.167)	(1.948)	(7.115)
Internet	4.485	1.396	5.882	2.706	1.755	4.461	1.779	(359)	1.421
Other Businesses	146	40.172	40.318	481	5.509	5.990	(335)	34.663	34.328
Corporate and Others	603	3.340	3.943	624	1.265	1.889	(21)	2.075	2.054
TOTAL	11.622	49.571	61.193	16.477	18.888	35.365	(4.855)	30.683	25.828

LINES OF ACTIVITY

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q09	1Q08	Var Abs	Var %	1H09	1H08	Var Abs	Var %	9M09	9M08	Var Abs	Var %	2009	2008	Var Abs	Var %
Circulation Revenues																
Print Media	59.144	57.328	1.816	3,2%	117.323	115.297	2.025	1,8%	174.288	172.147	2.141	1,2%	230.135	228.581	1.554	0,7%
Audiovisual	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Internet	35	53	(17)	(32,7%)	73	104	(31)	(30,2%)	90	143	(53)	(36,9%)	117	181	(64)	(35,4%)
Other Businesses	30.960	29.878	1.082	3,6%	60.549	60.115	435	0,7%	91.118	89.707	1.411	1,6%	122.931	119.774	3.157	2,6%
Corporate and Other	(20.601)	(19.729)	(872)	(4,4%)	(40.118)	(39.317)	(800)	(2,0%)	(58.905)	(58.250)	(655)	(1,1%)	(78.979)	(78.569)	(411)	(0,5%)
Total Circulation Revenues	69.538	67.530	2.008	3,0%	137.827	136.199	1.628	1,2%	206.592	203.748	2.844	1,4%	274.203	269.967	4.236	1,6%
Advertising Revenues																
Print Media	54.280	78.006	(23.727)	(30,4%)	116.044	166.530	(50.486)	(30,3%)	159.079	220.420	(61.341)	(27,8%)	223.779	296.868	(73.089)	(24,6%)
Audiovisual	5.099	7.669	(2.570)	(33,5%)	10.909	16.245	(5.336)	(32,8%)	14.684	20.587	(5.903)	(28,7%)	21.210	26.932	(5.722)	(21,2%)
Internet	5.414	4.371	1.043	23,9%	11.436	9.379	2.057	21,9%	16.814	13.366	3.448	25,8%	23.986	19.823	4.163	21,0%
Other Businesses	783	953	(170)	(17,8%)	2.261	3.009	(748)	(24,9%)	3.058	3.972	(914)	(23,0%)	4.564	5.873	(1.309)	(22,3%)
Corporate and Other	(96)	300	(397)	(132,1%)	(304)	773	(1.078)	(139,3%)	693	1.463	(770)	(52,6%)	1.062	1.412	(349)	(24,8%)
Total Advertising Revenues	65.480	91.300	(25.820)	(28,3%)	140.346	195.936	(55.591)	(28,4%)	194.328	259.808	(65.481)	(25,2%)	274.600	350.908	(76.307)	(21,7%)
Other Revenues																
Print Media	13.606	13.590	16	0,1%	31.139	30.269	869	2,9%	42.506	42.850	(344)	(0,8%)	59.044	56.693	2.352	4,1%
Audiovisual	21.196	24.985	(3.789)	(15,2%)	46.768	48.346	(1.578)	(3,3%)	67.323	77.408	(10.084)	(13,0%)	90.225	106.450	(16.225)	(15,2%)
Internet	7.480	10.828	(3.348)	(30,9%)	14.616	20.911	(6.296)	(30,1%)	21.200	30.578	(9.378)	(30,7%)	28.142	38.906	(10.763)	(27,7%)
Other Businesses	21.469	22.957	(1.488)	(6,5%)	43.761	48.225	(4.465)	(9,3%)	64.191	69.848	(5.657)	(8,1%)	88.437	92.962	(4.525)	(4,9%)
Corporate and Other	(14.401)	(14.580)	179	1,2%	(27.086)	(31.185)	4.099	13,1%	(42.546)	(47.180)	4.634	9,8%	(63.485)	(60.841)	(2.644)	(4,3%)
Total Other Revenues	49.351	57.781	(8.430)	(14,6%)	109.197	116.567	(7.370)	(6,3%)	152.674	173.503	(20.829)	(12,0%)	202.364	234.169	(31.805)	(13,6%)
Total Revenues																
Print Media	127.030	148.925	(21.895)	(14,7%)	264.505	312.097	(47.591)	(15,2%)	375.872	435.417	(59.545)	(13,7%)	512.958	582.141	(69.183)	(11,9%)
Audiovisual	26.295	32.654	(6.359)	(19,5%)	57.677	64.590	(6.913)	(10,7%)	82.007	97.994	(15.987)	(16,3%)	111.435	133.382	(21.947)	(16,5%)
Internet	12.930	15.252	(2.322)	(15,2%)	26.124	30.394	(4.270)	(14,0%)	38.105	44.087	(5.983)	(13,6%)	52.245	58.909	(6.664)	(11,3%)
Other Businesses	53.213	53.789	(576)	(1,1%)	106.571	111.349	(4.778)	(4,3%)	158.367	163.527	(5.160)	(3,2%)	215.932	218.609	(2.677)	(1,2%)
Corporate and Other	(35.098)	(34.009)	(1.089)	(3,2%)	(67.508)	(69.728)	2.221	3,2%	(100.758)	(103.967)	3.209	3,1%	(141.402)	(137.998)	(3.404)	(2,5%)
Total Revenues	184.369	216.611	(32.242)	(14,9%)	387.370	448.702	(61.332)	(13,7%)	553.593	637.059	(83.466)	(13,1%)	751.167	855.043	(103.876)	(12,1%)
EBITDA																
Print Media	(4.372)	9.460	(13.832)	(146,2%)	(12.532)	27.758	(40.290)	(145,1%)	(16.524)	20.132	(36.656)	(182,1%)	(22.615)	5.217	(27.832)	(533,5%)
Audiovisual	2.449	(1.860)	4.309	231,6%	5.324	(2.234)	7.558	338,4%	6.721	(2.335)	9.056	387,8%	8.914	(5.915)	14.828	250,7%
Internet	(765)	1.528	(2.293)	(150,1%)	(1.544)	2.332	(3.876)	(166,2%)	(3.536)	2.244	(5.780)	(257,5%)	(4.460)	1.736	(6.196)	(357,0%)
Other Businesses	2.888	3.534	(647)	(18,3%)	6.219	7.995	(1.776)	(22,2%)	8.564	11.146	(2.582)	(23,2%)	9.319	14.893	(5.574)	(37,4%)
Corporate and Other	(3.663)	(11.419)	7.756	67,9%	(7.005)	(18.059)	11.054	61,2%	(12.370)	(23.753)	11.382	47,9%	(19.552)	(30.610)	11.058	36,1%
Total EBITDA	(3.463)	1.244	(4.707)	(378,4%)	(9.538)	17.792	(27.330)	(153,6%)	(17.146)	7.434	(24.580)	(330,7%)	(28.396)	(14.679)	(13.716)	(93,4%)
EBITDA Margin																
Print Media	(3,4%)	6,4%	(9,8) p.p.		(4,7%)	8,9%	(13,6) p.p.		(4,4%)	4,6%	(9,0) p.p.		(4,4%)	0,9%	(5,3) p.p.	
Audiovisual	9,3%	(5,7%)	15,0 p.p.		9,2%	(3,5%)	12,7 p.p.		8,2%	(2,4%)	10,6 p.p.		8,0%	(4,4%)	12,4 p.p.	
Internet	(5,9%)	10,0%	(15,9) p.p.		(5,9%)	7,7%	(13,6) p.p.		(9,3%)	5,1%	(14,4) p.p.		(8,5%)	2,9%	(11,5) p.p.	
Other Businesses	5,4%	6,6%	(1,1) p.p.		5,8%	7,2%	(1,3) p.p.		5,4%	6,8%	(1,4) p.p.		4,3%	6,8%	(2,5) p.p.	
Corporate and Other	(10,4%)	(33,6%)	23,1 p.p.		(10,4%)	(25,9%)	15,5 p.p.		(12,3%)	(22,8%)	10,6 p.p.		(13,8%)	(22,2%)	8,4 p.p.	
Total EBITDA Margin	(1,9%)	0,6%	(2,5) p.p.		(2,5%)	4,0%	(6,4) p.p.		(3,1%)	1,2%	(4,3) p.p.		(3,8%)	(1,7%)	(2,1) p.p.	
EBIT																
Print Media	13.284	5.496	7.788	141,7%	1.483	19.995	(18.512)	(92,6%)	(6.265)	38.681	(44.946)	(116,2%)	(22.429)	19.603	(42.033)	(214,4%)
Audiovisual	(2.226)	(6.966)	4.741	68,0%	(2.970)	(13.050)	10.080	77,2%	(6.712)	(18.420)	11.708	63,6%	(12.123)	(43.773)	31.651	72,3%
Internet	(1.610)	970	(2.580)	(266,1%)	(3.324)	1.118	(4.441)	(397,4%)	(6.306)	270	(6.576)	n.r.	(7.949)	(1.117)	(6.832)	(611,9%)
Other Businesses	1.365	1.596	(231)	(14,5%)	3.221	3.973	(752)	(18,9%)	4.069	4.833	(764)	(15,8%)	3.099	6.410	(3.312)	(51,7%)
Corporate and Other	(4.103)	(11.820)	7.717	65,3%	(7.864)	(18.874)	11.010	58,3%	(13.650)	(24.961)	11.312	45,3%	(21.366)	(32.294)	10.929	33,8%
Total EBIT	6.710	(10.724)	17.435	162,6%	(9.453)	(6.837)	(2.616)	(38,3%)	(28.864)	401	(29.266)	n.r.	(60.768)	(51.171)	(9.597)	(18,8%)
EBIT Margin																
Print Media	10,5%	3,7%	6,8 p.p.		0,6%	6,4%	(5,8) p.p.		(1,7%)	8,9%	(10,6) p.p.		(4,4%)	3,4%	(7,7) p.p.	
Audiovisual	(8,5%)	(21,3%)	12,9 p.p.		(5,1%)	(20,2%)	15,1 p.p.		(8,2%)	(18,8%)	10,6 p.p.		(10,9%)	(32,8%)	21,9 p.p.	
Internet	(12,5%)	6,4%	(18,8) p.p.		(12,7%)	3,7%	(16,4) p.p.		(16,5%)	0,6%	(17,2) p.p.		(15,2%)	(1,9%)	(13,3) p.p.	
Other Businesses	2,6%	3,0%	(0,4) p.p.		3,0%	3,6%	(0,5) p.p.		2,6%	3,0%	(0,4) p.p.		1,4%	2,9%	(1,5) p.p.	
Corporate and Other	(11,7%)	(34,8%)	23,1 p.p.		(11,6%)	(27,1%)	15,4 p.p.		(13,5%)	(24,0%)	10,5 p.p.		(15,1%)	(23,4%)	8,3 p.p.	
Total EBIT Margin	3,6%	(5,0%)	8,6 p.p.		(2,4%)	(1,5%)	(0,9) p.p.		(5,2%)	0,1%	(5,3) p.p.		(8,1%)	(6,0%)	(2,1) p.p.	
EBITDA ex non recurring																
Print Media	4.947	10.864	(5.916)	(54,5%)	17.880	31.808	(13.929)	(43,8%)	16.236	26.291	(10.055)	(38,2%)	31.061	36.252	(5.191)	(14,3%)
Audiovisual	2.517	(1.525)	4.042	265,0%	5.730	(1.884)	7.613	404,2%	7.330	(1.924)	9.255	480,9%	10.938	(3.489)	14.427	413,5%
Internet	(633)	1.544	(2.177)	(141,0%)	(1.140)	2.377	(3.517)	(148,0%)	(2.702)	2.305	(5.007)	(217,2%)	(2.514)	1.852	(4.365)	(235,8%)
Other Businesses	2.889	3.562	(673)	(18,9%)	6.451	8.053	(1.602)	(19,9%)	9.455	11.308	(1.854)	(16,4%)	13.687	15.486	(1.799)	(11,6%)
Corporate and Other	(3.692)	(7.561)	3.869	51,2%	(6.768)	(12.666)	5.898	46,6%	(11.623)	(17.327)	5.703	32,9%	(16.293)	(20.829)	4.536	21,8%
Total EBITDA ex non recurring	6.028	6.883	(855)	(12,4%)	22.152	27.688	(5.536)	(20,0%)	18.695	20.653	(1.957)	(9,5%)	36.880	29.273	7.607	26,0%

[PRINT MEDIA](#)

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q09	1Q08	Var Abs	Var %	1H09	1H08	Var Abs	Var %	9M09	9M08	Var Abs	Var %	2009	2008	Var Abs	Var %
Circulation Revenues																
Regional Press	36.704	35.891	813	2,3%	73.123	71.899	1.224	1,7%	109.776	109.261	515	0,5%	145.288	146.262	(974)	(0,7%)
National Press	20.598	17.655	2.943	16,7%	40.447	35.924	4.523	12,6%	59.219	52.683	6.536	12,4%	78.280	69.846	8.434	12,1%
Supplements & Magazines	8.844	10.668	(1.824)	(17,1%)	17.850	21.324	(3.474)	(16,3%)	26.463	30.989	(4.526)	(14,6%)	34.258	40.068	(5.810)	(14,5%)
Free Press	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments Intersegment	(7.001)	(6.885)	(116)	(1,7%)	(14.097)	(13.850)	(247)	(1,8%)	(21.170)	(20.786)	(384)	(1,8%)	(27.691)	(27.595)	(96)	(0,3%)
Total Circulation Revenues	59.144	57.328	1.816	3,2%	117.323	115.297	2.025	1,8%	174.288	172.147	2.141	1,2%	230.135	228.581	1.554	0,7%
Advertising Revenues																
Regional Press	33.110	46.060	(12.951)	(28,1%)	69.288	96.020	(26.732)	(27,8%)	96.997	130.732	(33.735)	(25,8%)	133.194	173.585	(40.391)	(23,3%)
National Press	12.518	17.720	(5.202)	(29,4%)	27.258	37.163	(9.905)	(26,7%)	36.960	47.929	(10.969)	(22,9%)	52.931	64.772	(11.840)	(18,3%)
Supplements & Magazines	4.284	7.423	(3.138)	(42,3%)	10.654	18.841	(8.188)	(43,5%)	14.103	23.382	(9.279)	(39,7%)	23.217	34.321	(11.104)	(32,4%)
Free Press	4.473	7.028	(2.556)	(36,4%)	8.978	14.862	(5.884)	(39,6%)	11.151	18.769	(7.618)	(40,6%)	14.575	24.681	(10.106)	(40,9%)
Adjustments Intersegment	(104)	(225)	120	53,5%	(133)	(355)	222	62,6%	(133)	(392)	259	66,0%	(139)	(490)	351	71,7%
Total Advertising Revenues	54.280	78.006	(23.727)	(30,4%)	116.044	166.530	(50.486)	(30,3%)	159.079	220.420	(61.341)	(27,8%)	223.779	296.868	(73.089)	(24,6%)
Other Revenues																
Regional Press	8.570	9.273	(703)	(7,6%)	20.385	21.711	(1.327)	(6,1%)	28.472	30.507	(2.035)	(6,7%)	37.824	41.488	(3.663)	(8,8%)
National Press	6.475	5.841	633	10,8%	13.888	11.813	2.075	17,6%	19.000	17.459	1.541	8,8%	27.771	21.239	6.532	30,8%
Supplements & Magazines	1.064	1.068	(4)	(0,4%)	1.818	1.865	(47)	(2,5%)	2.400	2.416	(16)	(0,7%)	3.459	3.936	(477)	(12,1%)
Free Press	81	(1)	81	n.r.	196	13	184	n.r.	270	80	190	236,7%	308	89	219	246,2%
Adjustments Intersegment	(2.584)	(2.592)	8	0,3%	(5.148)	(5.133)	(15)	(0,3%)	(7.636)	(7.612)	(24)	(0,3%)	(10.318)	(10.059)	(259)	(2,6%)
Total Other Revenues	13.606	13.590	16	0,1%	31.139	30.269	869	2,9%	42.506	42.850	(344)	(0,8%)	59.044	56.693	2.352	4,1%
Total Revenues																
Regional Press	78.383	91.224	(12.841)	(14,1%)	162.795	189.630	(26.835)	(14,2%)	235.246	270.500	(35.255)	(13,0%)	316.306	361.334	(45.028)	(12,5%)
National Press	39.590	41.216	(1.626)	(3,9%)	81.593	84.901	(3.307)	(3,9%)	115.179	118.071	(2.892)	(2,4%)	158.983	155.856	3.127	2,0%
Supplements & Magazines	14.192	19.159	(4.966)	(25,9%)	30.321	42.031	(11.709)	(27,9%)	42.967	56.787	(13.820)	(24,3%)	60.934	78.325	(17.391)	(22,2%)
Free Press	4.553	7.028	(2.475)	(35,2%)	9.174	14.874	(5.701)	(38,3%)	11.421	18.849	(7.428)	(39,4%)	14.883	24.770	(9.887)	(39,9%)
Adjustments Intersegment	(9.689)	(9.702)	13	0,1%	(19.378)	(19.339)	(40)	(0,2%)	(28.940)	(28.791)	(149)	(0,5%)	(38.148)	(38.144)	(4)	(0,0%)
Total Revenues	127.030	148.925	(21.895)	(14,7%)	264.505	312.097	(47.591)	(15,2%)	375.872	435.417	(59.545)	(13,7%)	512.958	582.141	(69.183)	(11,9%)
EBITDA																
Regional Press	11.971	19.889	(7.917)	(39,8%)	24.855	42.665	(17.810)	(41,7%)	33.238	52.330	(19.092)	(36,5%)	35.994	54.190	(18.196)	(33,6%)
National Press	(14.750)	(7.639)	(7.110)	(93,1%)	(37.161)	(13.538)	(23.623)	(174,5%)	(46.883)	(26.960)	(19.923)	(73,9%)	(56.927)	(43.428)	(13.499)	(31,1%)
Supplements & Magazines	(221)	463	(685)	(147,7%)	1.698	4.856	(3.158)	(65,0%)	745	3.583	(2.838)	(79,2%)	3.068	6.444	(3.376)	(52,4%)
Free Press	(1.372)	(3.253)	1.881	57,8%	(1.924)	(6.225)	4.301	69,1%	(3.623)	(8.822)	5.198	58,9%	(4.749)	(11.988)	7.239	60,4%
Total EBITDA	(4.372)	9.460	(13.832)	(146,2%)	(12.532)	27.758	(40.290)	(145,1%)	(16.524)	20.132	(36.656)	(182,1%)	(22.615)	5.217	(27.832)	(533,5%)
EBITDA Margin																
Regional Press	15,3%	21,8%	(6,5) p.p.		15,3%	22,5%	(7,2) p.p.		14,1%	19,3%	(5,2) p.p.		11,4%	15,0%	(3,6) p.p.	
National Press	(37,3%)	(18,5%)	(18,7) p.p.		(45,5%)	(15,9%)	(29,6) p.p.		(40,7%)	(22,8%)	(17,9) p.p.		(35,8%)	(27,9%)	(7,9) p.p.	
Supplements & Magazines	(1,6%)	2,4%	(4,0) p.p.		5,6%	11,6%	(6,0) p.p.		1,7%	6,3%	(4,6) p.p.		5,0%	8,2%	(3,2) p.p.	
Free Press	(30,1%)	(46,3%)	16,1 p.p.		(21,0%)	(41,8%)	20,9 p.p.		(31,7%)	(46,8%)	15,1 p.p.		(31,9%)	(48,4%)	16,5 p.p.	
Total EBITDA Margin	(3,4%)	6,4%	(9,8) p.p.		(4,7%)	8,9%	(13,6) p.p.		(4,4%)	4,6%	(9,0) p.p.		(4,4%)	0,9%	(5,3) p.p.	
EBIT																
Regional Press	10.333	18.264	(7.931)	(43,4%)	21.588	39.418	(17.830)	(45,2%)	28.306	47.437	(19.131)	(40,3%)	28.955	46.975	(18.020)	(38,4%)
National Press	4.665	(9.638)	14.303	148,4%	(19.671)	(17.557)	(2.114)	(12,0%)	(31.241)	(2.900)	(28.340)	(977,1%)	(49.180)	(21.344)	(27.836)	(130,4%)
Supplements & Magazines	(343)	204	(546)	(268,2%)	1.485	4.506	(3.021)	(67,0%)	453	3.134	(2.680)	(85,5%)	2.701	6.103	(3.402)	(55,7%)
Free Press	(1.370)	(3.333)	1.962	58,9%	(1.919)	(6.372)	4.453	69,9%	(3.784)	(8.990)	5.206	57,9%	(4.905)	(12.131)	7.226	59,6%
Total EBIT	13.284	5.496	7.788	141,7%	1.483	19.995	(18.512)	(92,6%)	(6.265)	38.681	(44.946)	(116,2%)	(22.429)	19.603	(42.033)	(214,4%)
EBIT Margin																
Regional Press	13,2%	20,0%	(6,8) p.p.		13,3%	20,8%	(7,5) p.p.		12,0%	17,5%	(5,5) p.p.		9,2%	13,0%	(3,8) p.p.	
National Press	11,8%	(23,4%)	35,2 p.p.		(24,1%)	(20,7%)	(3,4) p.p.		(27,1%)	(2,5%)	(24,7) p.p.		(30,9%)	(13,7%)	(17,2) p.p.	
Supplements & Magazines	(2,4%)	1,1%	(3,5) p.p.		4,9%	10,7%	(5,8) p.p.		1,1%	5,5%	(4,5) p.p.		4,4%	7,8%	(3,4) p.p.	
Free Press	(30,1%)	(47,4%)	17,3 p.p.		(20,9%)	(42,8%)	21,9 p.p.		(33,1%)	(47,7%)	14,6 p.p.		(33,0%)	(49,0%)	16,0 p.p.	
Total EBIT Margin	10,5%	3,7%	6,8 p.p.		0,6%	6,4%	(5,8) p.p.		(1,7%)	8,9%	(10,6) p.p.		(4,4%)	3,4%	(7,7) p.p.	
EBITDA ex non recurring																
Regional Press	12.324	20.036	(7.712)	(38,5%)	28.650	43.143	(14.493)	(33,6%)	37.181	53.911	(16.730)	(31,0%)	53.584	69.725	(16.141)	(23,1%)
National Press	(6.018)	(6.437)	419	6,5%	(10.785)	(10.845)	59	0,5%	(19.507)	(23.724)	4.217	17,8%	(24.459)	(32.420)	7.961	24,6%
Supplements & Magazines	(221)	509	(730)	(143,4%)	1.708	5.316	(3.608)	(67,9%)	1.441	4.501	(3.060)	(68,0%)	5.530	9.595	(4.065)	(42,4%)
Free Press	(1.138)	(3.245)	2.107	64,9%	(1.693)	(5.806)	4.114	70,8%	(2.879)	(8.398)	5.519	65,7%	(3.594)	(10.649)	7.054	66,2%
Total	4.947	10.864	(5.916)	(54,5%)	17.880	31.808	(13.929)	(43,8%)	16.236	26.291	(10.055)	(38,2%)	31.061	36.252	(5.191)	(14,3%)

AUDIOVISUAL
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q09	1Q08	Var Abs	Var %	1H09	1H08	Var Abs	Var %	9M09	9M08	Var Abs	Var %	2009	2008	Var Abs	Var %
Advertising Revenues																
Local and Regional Television	1.458	2.292	(834)	(36,4%)	2.886	4.546	(1.660)	(36,5%)	3.810	6.015	(2.205)	(36,7%)	4.874	7.898	(3.024)	(38,3%)
National Television	77	58	18	31,3%	177	166	10	6,2%	271	202	69	34,2%	539	283	256	90,4%
Radio	3.565	5.319	(1.754)	(33,0%)	7.790	11.532	(3.742)	(32,4%)	10.547	14.370	(3.822)	(26,6%)	15.741	18.751	(3.009)	(16,0%)
Content	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments Intersegment	0	0	0	n.a.	56	0	56	n.a.	56	0	56	n.a.	56	0	56	n.a.
Total Advertising Revenues	5.099	7.669	(2.570)	(33,5%)	10.909	16.245	(5.336)	(32,8%)	14.684	20.587	(5.903)	(28,7%)	21.210	26.932	(5.722)	(21,2%)
Other Revenues																
Local and Regional Television	1.407	1.610	(203)	(12,6%)	2.984	2.974	9	0,3%	4.175	4.580	(406)	(8,9%)	5.463	6.259	(797)	(12,7%)
National Television	4.183	1.106	3.077	278,2%	8.694	4.507	4.187	92,9%	13.290	8.566	4.724	55,1%	18.019	12.843	5.176	40,3%
Radio	282	130	152	116,6%	701	783	(83)	(10,5%)	1.070	978	92	9,4%	1.032	1.311	(279)	(21,3%)
Content	16.061	23.834	(7.773)	(32,6%)	35.923	43.163	(7.241)	(16,8%)	51.015	67.157	(16.141)	(24,0%)	68.777	90.919	(22.142)	(24,4%)
Adjustments Intersegment	(738)	(1.695)	958	56,5%	(1.533)	(3.082)	1.549	50,3%	(2.227)	(3.874)	1.647	42,5%	(3.066)	(4.883)	1.817	37,2%
Total Other Revenues	21.196	24.985	(3.789)	(15,2%)	46.768	48.346	(1.578)	(3,3%)	67.323	77.408	(10.084)	(13,0%)	90.225	106.450	(16.225)	(15,2%)
Total Revenues																
Local and Regional Television	2.865	3.902	(1.037)	(26,6%)	5.870	7.520	(1.651)	(21,9%)	7.984	10.595	(2.611)	(24,6%)	10.336	14.157	(3.821)	(27,0%)
National Television	4.260	1.164	3.096	265,8%	8.871	4.673	4.198	89,8%	13.561	8.768	4.793	54,7%	18.558	13.126	5.432	41,4%
Radio	3.847	5.449	(1.602)	(29,4%)	8.491	12.316	(3.825)	(31,1%)	11.617	15.348	(3.731)	(24,3%)	16.773	20.062	(3.288)	(16,4%)
Content	16.061	23.834	(7.773)	(32,6%)	35.923	43.163	(7.241)	(16,8%)	51.015	67.157	(16.141)	(24,0%)	68.777	90.919	(22.142)	(24,4%)
Adjustments Intersegment	(738)	(1.695)	958	56,5%	(1.478)	(3.082)	1.605	52,1%	(2.172)	(3.874)	1.703	43,9%	(3.010)	(4.883)	1.872	38,3%
Total Revenues	26.295	32.654	(6.359)	(19,5%)	57.677	64.590	(6.913)	(10,7%)	82.007	97.994	(15.987)	(16,3%)	111.435	133.382	(21.947)	(16,5%)
EBITDA																
Local and Regional Television	(656)	(3.041)	2.384	78,4%	(1.423)	(5.293)	3.870	73,1%	(2.136)	(7.093)	4.957	69,9%	(2.905)	(10.049)	7.144	71,1%
National Television	512	(1.512)	2.024	133,9%	1.229	(1.199)	2.429	202,5%	1.882	(882)	2.765	313,3%	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(1.864)	(2.469)	605	24,5%	(2.888)	(3.993)	1.105	27,7%	(4.804)	(7.888)	3.084	39,1%	(5.866)	(10.357)	4.491	43,4%
Content	4.457	5.162	(705)	(13,7%)	8.406	8.252	154	1,9%	11.779	13.528	(1.749)	(12,9%)	14.901	14.858	42	0,3%
Total EBITDA	2.449	(1.860)	4.309	231,6%	5.324	(2.234)	7.558	338,4%	6.721	(2.335)	9.056	387,8%	8.914	(5.915)	14.828	250,7%
EBITDA Margin																
Local and Regional Television	(22,9%)	(77,9%)	55,0 p.p.		(24,2%)	(70,4%)	46,1 p.p.		(26,8%)	(66,9%)	40,2 p.p.		(28,1%)	(71,0%)	42,9 p.p.	
National Television	12,0%	(129,9%)	141,9 p.p.		13,9%	(25,7%)	39,5 p.p.		13,9%	(10,1%)	23,9 p.p.		15,0%	(2,8%)	17,8 p.p.	
Radio	(48,5%)	(45,3%)	(3,1) p.p.		(34,0%)	(32,4%)	(1,6) p.p.		(41,4%)	(51,4%)	10,0 p.p.		(35,0%)	(51,6%)	16,7 p.p.	
Content	27,7%	21,7%	6,1 p.p.		23,4%	19,1%	4,3 p.p.		23,1%	20,1%	2,9 p.p.		21,7%	16,3%	5,3 p.p.	
Total EBITDA Margin	9,3%	(5,7%)	15,0 p.p.		9,2%	(3,5%)	12,7 p.p.		8,2%	(2,4%)	10,6 p.p.		8,0%	(4,4%)	12,4 p.p.	
EBIT																
Local and Regional Television	(1.051)	(3.515)	2.464	70,1%	(1.920)	(6.309)	4.389	69,6%	(2.998)	(8.557)	5.559	65,0%	(4.085)	(11.995)	7.910	65,9%
National Television	512	(1.512)	2.024	133,9%	1.229	(1.199)	2.429	202,5%	1.882	(882)	2.765	313,3%	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(2.084)	(2.679)	595	22,2%	(2.511)	(4.423)	1.912	43,2%	(4.639)	(8.541)	3.902	45,7%	(6.298)	(11.233)	4.935	43,9%
Content	397	741	(344)	(46,4%)	232	(1.119)	1.351	120,7%	(958)	(440)	(518)	(117,7%)	(4.523)	(20.178)	15.655	77,6%
Total EBIT	(2.226)	(6.966)	4.741	68,0%	(2.970)	(13.050)	10.080	77,2%	(6.712)	(18.420)	11.708	63,6%	(12.123)	(43.773)	31.651	72,3%
EBIT Margin																
Local and Regional Television	(36,7%)	(90,1%)	53,4 p.p.		(32,7%)	(83,9%)	51,2 p.p.		(37,5%)	(80,8%)	43,2 p.p.		(39,5%)	(84,7%)	45,2 p.p.	
National Television	12,0%	(129,9%)	141,9 p.p.		13,9%	(25,7%)	39,5 p.p.		13,9%	(10,1%)	23,9 p.p.		15,0%	(2,8%)	17,8 p.p.	
Radio	(54,2%)	(49,2%)	(5,0) p.p.		(29,6%)	(35,9%)	6,3 p.p.		(39,9%)	(55,6%)	15,7 p.p.		(37,5%)	(56,0%)	18,4 p.p.	
Content	2,5%	3,1%	(0,6) p.p.		0,6%	(2,6%)	3,2 p.p.		(1,9%)	(0,7%)	(1,2) p.p.		(6,6%)	(22,2%)	15,6 p.p.	
Total EBIT Margin	(8,5%)	(21,3%)	12,9 p.p.		(5,1%)	(20,2%)	15,1 p.p.		(8,2%)	(18,8%)	10,6 p.p.		(10,9%)	(32,8%)	21,9 p.p.	
EBITDA ex non recurring																
Local and Regional Television	(624)	(3.008)	2.384	79,3%	(1.127)	(5.250)	4.123	78,5%	(1.749)	(7.043)	5.294	75,2%	(2.268)	(9.236)	6.968	75,4%
National Television	512	(1.512)	2.024	133,9%	1.229	(1.199)	2.429	202,5%	1.882	(882)	2.765	313,3%	2.784	(367)	3.151	858,5%
Radio	(1.859)	(2.465)	606	24,6%	(2.881)	(3.987)	1.106	27,7%	(4.769)	(7.882)	3.113	39,5%	(5.218)	(9.767)	4.549	46,6%
Content	4.487	5.460	(972)	(17,8%)	8.508	8.552	(44)	(0,5%)	11.966	13.883	(1.917)	(13,8%)	15.640	15.882	(242)	(1,5%)
Total	2.517	(1.525)	4.042	265,0%	5.730	(1.884)	7.613	404,2%	7.330	(1.924)	9.255	480,9%	10.938	(3.489)	14.427	413,5%

INTERNET

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q09	1Q08	Var Abs	Var %	1H09	1H08	Var Abs	Var %	9M09	9M08	Var Abs	Var %	2009	2008	Var Abs	Var %
Circulation Revenues																
Digital Editions	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Vertical Portals & Others	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Classified	35	53	(17)	(32,7%)	73	104	(31)	(30,2%)	90	143	(53)	(36,9%)	117	181	(64)	(35,4%)
B2B	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments Intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Circulation Revenues	35	53	(17)	(32,7%)	73	104	(31)	(30,2%)	90	143	(53)	(36,9%)	117	181	(64)	(35,4%)
Advertising Revenues																
Digital Editions	3.539	2.842	697	24,5%	7.782	6.250	1.533	24,5%	11.433	9.118	2.315	25,4%	16.529	13.187	3.342	25,3%
Vertical Portals & Others	412	388	24	6,2%	874	866	8	1,0%	1.173	1.135	38	3,3%	1.494	1.677	(183)	(10,9%)
Classified	1.528	1.150	378	32,8%	2.980	2.273	708	31,1%	4.540	3.135	1.405	44,8%	6.465	4.929	1.535	31,1%
B2B	12	26	(15)	(55,8%)	23	60	(37)	(61,9%)	37	81	(44)	(54,1%)	50	102	(52)	(50,9%)
Adjustments Intersegment	(76)	(35)	(41)	(118,3%)	(224)	(69)	(154)	(222,4%)	(369)	(103)	(266)	(259,0%)	(552)	(73)	(479)	(658,5%)
Total Advertising Revenues	5.414	4.371	1.043	23,9%	11.436	9.379	2.057	21,9%	16.814	13.366	3.448	25,8%	23.986	19.823	4.163	21,0%
Other Revenues																
Digital Editions	508	678	(170)	(25,1%)	964	1.285	(321)	(25,0%)	1.573	1.863	(290)	(15,5%)	2.073	2.463	(390)	(15,8%)
Vertical Portals & Others	561	552	9	1,6%	1.223	1.128	95	8,5%	1.831	1.908	(77)	(4,0%)	2.658	2.344	314	13,4%
Classified	1.491	2.939	(1.447)	(49,2%)	2.887	5.596	(2.709)	(48,4%)	3.938	7.561	(3.623)	(47,9%)	5.116	8.567	(3.451)	(40,3%)
B2B	5.237	7.183	(1.946)	(27,1%)	10.230	13.821	(3.591)	(26,0%)	14.941	20.565	(5.624)	(27,3%)	19.869	27.323	(7.454)	(27,3%)
Adjustments Intersegment	(316)	(523)	207	39,5%	(688)	(918)	230	25,0%	(1.083)	(1.319)	235	17,8%	(1.574)	(1.792)	218	12,2%
Total Other Revenues	7.480	10.828	(3.348)	(30,9%)	14.616	20.911	(6.296)	(30,1%)	21.200	30.578	(9.378)	(30,7%)	28.142	38.906	(10.763)	(27,7%)
Total Revenues																
Digital Editions	4.047	3.520	527	15,0%	8.746	7.534	1.212	16,1%	13.007	10.981	2.026	18,4%	18.602	15.651	2.951	18,9%
Vertical Portals & Others	973	940	33	3,5%	2.097	1.993	104	5,2%	3.004	3.043	(39)	(1,3%)	4.152	4.021	131	3,2%
Classified	3.055	4.142	(1.087)	(26,2%)	5.940	7.973	(2.033)	(25,5%)	8.568	10.839	(2.271)	(21,0%)	11.697	13.677	(1.979)	(14,5%)
B2B	5.248	7.209	(1.961)	(27,2%)	10.253	13.881	(3.628)	(26,1%)	14.978	20.646	(5.668)	(27,5%)	19.919	27.426	(7.506)	(27,4%)
Adjustments Intersegment	(393)	(558)	166	29,7%	(912)	(987)	75	7,6%	(1.453)	(1.421)	(31)	(2,2%)	(2.126)	(1.865)	(261)	(14,0%)
Total Revenues	12.930	15.252	(2.322)	(15,2%)	26.124	30.394	(4.270)	(14,0%)	38.105	44.087	(5.983)	(13,6%)	52.245	58.909	(6.664)	(11,3%)
EBITDA																
Digital Editions	(753)	(55)	(698)	n.r.	(1.252)	191	(1.443)	(756,1%)	(2.500)	(210)	(2.290)	n.r.	(2.821)	(188)	(2.633)	n.r.
Vertical Portals & Others	(316)	(250)	(67)	(26,7%)	(588)	(441)	(148)	(33,5%)	(1.120)	(765)	(355)	(46,3%)	(1.801)	(1.078)	(723)	(67,1%)
Classified	(844)	746	(1.590)	(213,2%)	(1.848)	590	(2.437)	(413,3%)	(2.967)	242	(3.208)	n.r.	(3.519)	(669)	(2.850)	(426,2%)
B2B	1.149	1.087	62	5,7%	2.144	1.992	152	7,6%	3.051	2.978	73	2,4%	3.681	3.671	10	0,3%
Total EBITDA	(765)	1.528	(2.293)	(150,1%)	(1.544)	2.332	(3.876)	(166,2%)	(3.536)	2.244	(5.780)	(257,5%)	(4.460)	1.736	(6.196)	(357,0%)
EBITDA Margin																
Digital Editions	(18,6%)	(1,6%)	(17,0) p.p.		(14,3%)	2,5%	(16,8) p.p.		(19,2%)	(1,9%)	(17,3) p.p.		(15,2%)	(1,2%)	(14,0) p.p.	
Vertical Portals & Others	(32,5%)	(26,5%)	(6,0) p.p.		(28,0%)	(22,1%)	(5,9) p.p.		(37,3%)	(25,1%)	(12,1) p.p.		(43,4%)	(26,8%)	(16,6) p.p.	
Classified	(27,6%)	18,0%	(45,7) p.p.		(31,1%)	7,4%	(38,5) p.p.		(34,6%)	2,2%	(36,9) p.p.		(30,1%)	(4,9%)	(25,2) p.p.	
B2B	21,9%	15,1%	6,8 p.p.		20,9%	14,4%	6,6 p.p.		20,4%	14,4%	5,9 p.p.		18,5%	13,4%	5,1 p.p.	
Total EBITDA Margin	(5,9%)	10,0%	(15,9) p.p.		(5,9%)	7,7%	(13,6) p.p.		(9,3%)	5,1%	(14,4) p.p.		(8,5%)	2,9%	(11,5) p.p.	
EBIT																
Digital Editions	(939)	(126)	(812)	(643,8%)	(1.630)	38	(1.668)	n.r.	(3.074)	(502)	(2.572)	(512,1%)	(3.611)	(681)	(2.930)	(430,2%)
Vertical Portals & Others	(437)	(379)	(58)	(15,2%)	(834)	(720)	(115)	-0,1592766	(1.501)	(1.202)	(299)	(24,9%)	(2.330)	(1.654)	(676)	(40,9%)
Classified	(1.134)	660	(1.794)	(271,9%)	(2.503)	351	(2.854)	-8,1277262	(4.036)	(202)	(3.834)	n.r.	(4.706)	(1.394)	(3.312)	(237,6%)
B2B	900	815	84	10,3%	1.644	1.449	196	0,13500602	2.305	2.175	130	6,0%	2.699	2.612	86	3,3%
Total EBIT	(1.610)	970	(2.580)	(266,1%)	(3.324)	1.118	(4.441)	(397,4%)	(6.306)	270	(6.576)	n.r.	(7.949)	(1.117)	(6.832)	(611,9%)
EBIT Margin																
Digital Editions	(23,2%)	(3,6%)	(19,6) p.p.		(18,6%)	0,5%	(19,1) p.p.		(23,6%)	(4,6%)	(19,1) p.p.		(19,4%)	(4,4%)	(15,1) p.p.	
Vertical Portals & Others	(44,9%)	(40,3%)	(4,6) p.p.		(39,8%)	(36,1%)	(3,7) p.p.		(50,0%)	(39,5%)	(10,5) p.p.		(56,1%)	(41,1%)	(15,0) p.p.	
Classified	(37,1%)	15,9%	(53,0) p.p.		(42,1%)	4,4%	(46,5) p.p.		(47,1%)	(1,9%)	(45,2) p.p.		(40,2%)	(10,2%)	(30,0) p.p.	
B2B	17,1%	11,3%	5,8 p.p.		16,0%	10,4%	5,6 p.p.		15,4%	10,5%	4,9 p.p.		13,5%	9,5%	4,0 p.p.	
Total EBIT Margin	(12,5%)	6,4%	(18,8) p.p.		(12,7%)	3,7%	(16,4) p.p.		(16,5%)	0,6%	(17,2) p.p.		(15,2%)	(1,9%)	(13,3) p.p.	
EBITDA ex non recurring																
Digital Editions	(750)	(53)	(697)	n.r.	(1.129)	198	(1.327)	(669,2%)	(2.109)	(200)	(1.909)	(952,4%)	(1.851)	(159)	(1.691)	n.r.
Vertical Portals & Others	(316)	(257)	(60)	(23,3%)	(588)	(448)	(140)	(31,4%)	(1.119)	(772)	(347)	(45,0%)	(1.579)	(1.079)	(501)	(46,4%)
Classified	(733)	766	(1.500)	(195,7%)	(1.647)	634	(2.281)	(359,9%)	(2.668)	298	(2.966)	(995,4%)	(3.110)	(598)	(2.511)	(419,6%)
B2B	1.167	1.087	80	7,3%	2.224	1.992	232	11,6%	3.195	2.980	215	7,2%	4.026	3.688	338	9,2%
Total	(633)	1.544	(2.177)	(141,0%)	(1.140)	2.377	(3.517)	(148,0%)	(2.702)	2.305	(5.007)	(217,2%)	(2.514)	1.852	(4.365)	(235,8%)

OTHER BUSINESS
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand of Euros

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q09	1Q08	Var Abs	Var %	1H09	1H08	Var Abs	Var %	9M09	9M08	Var Abs	Var %	2009	2008	Var Abs	Var %
Circulation Revenues																
Distribution	30.703	29.624	1.079	3,6%	60.032	59.570	462	0,8%	90.351	88.909	1.442	1,6%	121.909	118.717	3.192	2,7%
Printing	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Others	257	254	3	1,2%	518	545	(27)	(5,0%)	767	799	(31)	(3,9%)	1.022	1.057	(34)	(3,2%)
Adjustments Intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Circulation Revenues	30.960	29.878	1.082	3,6%	60.549	60.115	435	0,7%	91.118	89.707	1.411	1,6%	122.931	119.774	3.157	2,6%
Advertising Revenues																
Distribution	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Printing	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Others	783	953	(170)	(17,8%)	2.261	3.009	(748)	(24,9%)	3.058	3.972	(914)	(23,0%)	4.564	5.873	(1.309)	(22,3%)
Adjustments Intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Advertising Revenues	783	953	(170)	(17,8%)	2.261	3.009	(748)	(24,9%)	3.058	3.972	(914)	(23,0%)	4.564	5.873	(1.309)	(22,3%)
Other Revenues																
Distribution	12.805	13.955	(1.150)	(8,2%)	25.948	29.407	(3.459)	(11,8%)	37.894	42.031	(4.137)	(9,8%)	50.805	55.275	(4.469)	(8,1%)
Printing	7.477	7.649	(172)	(2,3%)	14.982	15.974	(992)	(6,2%)	22.102	23.580	(1.478)	(6,3%)	31.974	32.024	(50)	(0,2%)
Others	1.449	1.723	(274)	(15,9%)	3.314	3.619	(305)	(8,4%)	4.869	5.247	(379)	(7,2%)	6.551	6.952	(401)	(5,8%)
Adjustments Intersegment	(262)	(370)	108	29,1%	(484)	(774)	291	37,5%	(674)	(1.011)	337	33,3%	(893)	(1.288)	395	30,7%
Total Other Revenues	21.469	22.957	(1.488)	(6,5%)	43.761	48.225	(4.465)	(9,3%)	64.191	69.848	(5.657)	(8,1%)	88.437	92.962	(4.525)	(4,9%)
Total Revenues																
Distribution	43.508	43.579	(71)	(0,2%)	85.980	88.977	(2.997)	(3,4%)	128.245	130.940	(2.695)	(2,1%)	172.714	173.992	(1.278)	(0,7%)
Printing	7.477	7.649	(172)	(2,3%)	14.982	15.974	(992)	(6,2%)	22.102	23.580	(1.478)	(6,3%)	31.974	32.024	(50)	(0,2%)
Others	2.490	2.931	(440)	(15,0%)	6.093	7.173	(1.080)	(15,1%)	8.694	10.018	(1.324)	(13,2%)	12.137	13.882	(1.745)	(12,6%)
Adjustments Intersegment	(262)	(370)	108	29,1%	(484)	(774)	291	37,5%	(674)	(1.011)	337	33,3%	(893)	(1.288)	395	30,7%
Total Revenues	53.213	53.789	(576)	(1,1%)	106.571	111.349	(4.778)	(4,3%)	158.367	163.527	(5.160)	(3,2%)	215.932	218.609	(2.677)	(1,2%)
EBITDA																
Distribution	638	819	(181)	(22,1%)	1.383	1.612	(228)	(14,2%)	2.258	2.406	(148)	(6,1%)	3.032	3.173	(141)	(4,5%)
Printing	2.465	2.789	(323)	(11,6%)	4.777	5.868	(1.091)	(18,6%)	6.511	8.356	(1.845)	(22,1%)	8.693	11.313	(2.620)	(23,2%)
Others	(216)	(73)	(142)	(195,0%)	59	515	(457)	(88,6%)	(206)	384	(589)	(153,6%)	(2.406)	407	(2.813)	(691,2%)
Total EBITDA	2.888	3.534	(647)	(18,3%)	6.219	7.995	(1.776)	(22,2%)	8.564	11.146	(2.582)	(23,2%)	9.319	14.893	(5.574)	(37,4%)
EBITDA Margin																
Distribution	1,5%	1,9%	(0,4) p.p.		1,6%	1,8%	(0,2) p.p.		1,8%	1,8%	(0,1) p.p.		1,8%	1,8%	(0,1) p.p.	
Printing	33,0%	36,5%	(3,5) p.p.		31,9%	36,7%	(4,9) p.p.		29,5%	35,4%	(6,0) p.p.		27,2%	35,3%	(8,1) p.p.	
Others	(8,7%)	(2,5%)	(6,2) p.p.		1,0%	7,2%	(6,2) p.p.		(2,4%)	3,8%	(6,2) p.p.		(19,8%)	2,9%	(22,8) p.p.	
Total EBITDA Margin	5,4%	6,6%	(1,1) p.p.		5,8%	7,2%	(1,3) p.p.		5,4%	6,8%	(1,4) p.p.		4,3%	6,8%	(2,5) p.p.	
EBIT																
Distribution	514	710	(196)	(27,6%)	1.147	1.386	(239)	(17,3%)	1.894	2.055	(161)	(7,8%)	2.539	2.694	(155)	(5,8%)
Printing	1.100	996	104	10,5%	2.085	2.195	(109)	(5,0%)	2.483	2.600	(117)	(4,5%)	3.102	3.549	(447)	(12,6%)
Others	(249)	(111)	(139)	(125,7%)	(11)	392	(404)	(102,9%)	(308)	178	(486)	(272,8%)	(2.542)	167	(2.709)	n.r.
Total EBIT	1.365	1.596	(231)	(14,5%)	3.221	3.973	(752)	(18,9%)	4.069	4.833	(764)	(15,8%)	3.099	6.410	(3.312)	(51,7%)
EBIT Margin																
Distribution	1,2%	1,6%	(0,4) p.p.		1,3%	1,6%	(0,2) p.p.		1,5%	1,6%	(0,1) p.p.		1,5%	1,5%	(0,1) p.p.	
Printing	14,7%	13,0%	1,7 p.p.		13,9%	13,7%	0,2 p.p.		11,2%	11,0%	0,2 p.p.		9,7%	11,1%	(1,4) p.p.	
Others	(10,0%)	(3,8%)	(6,2) p.p.		(0,2%)	5,5%	(5,7) p.p.		(3,5%)	1,8%	(5,3) p.p.		(20,9%)	1,2%	(22,1) p.p.	
Total EBIT Margin	2,6%	3,0%	(0,4) p.p.		3,0%	3,6%	(0,5) p.p.		2,6%	3,0%	(0,4) p.p.		1,4%	2,9%	(1,5) p.p.	
EBITDA ex non recurring																
Printing	639	826	(187)	(22,6%)	1.392	1.626	(234)	(14,4%)	2.276	2.421	(145)	(6,0%)	3.055	3.329	(274)	(8,2%)
Distribution	2.465	2.786	(321)	(11,5%)	4.994	5.865	(872)	(14,9%)	7.285	8.353	(1.068)	(12,8%)	10.739	11.410	(672)	(5,9%)
Others	(216)	(50)	(166)	(334,3%)	65	562	(496)	(88,4%)	(106)	534	(640)	(119,9%)	(106)	747	(853)	(114,2%)
Total	2.889	3.562	(673)	(18,9%)	6.451	8.053	(1.602)	(19,9%)	9.455	11.308	(1.854)	(16,4%)	13.687	15.486	(1.799)	(11,6%)