

VÉRTICE 360
“Servicios y Contenidos”

VI Seminario de Media de Banesto Bolsa
20 de Enero de 2009

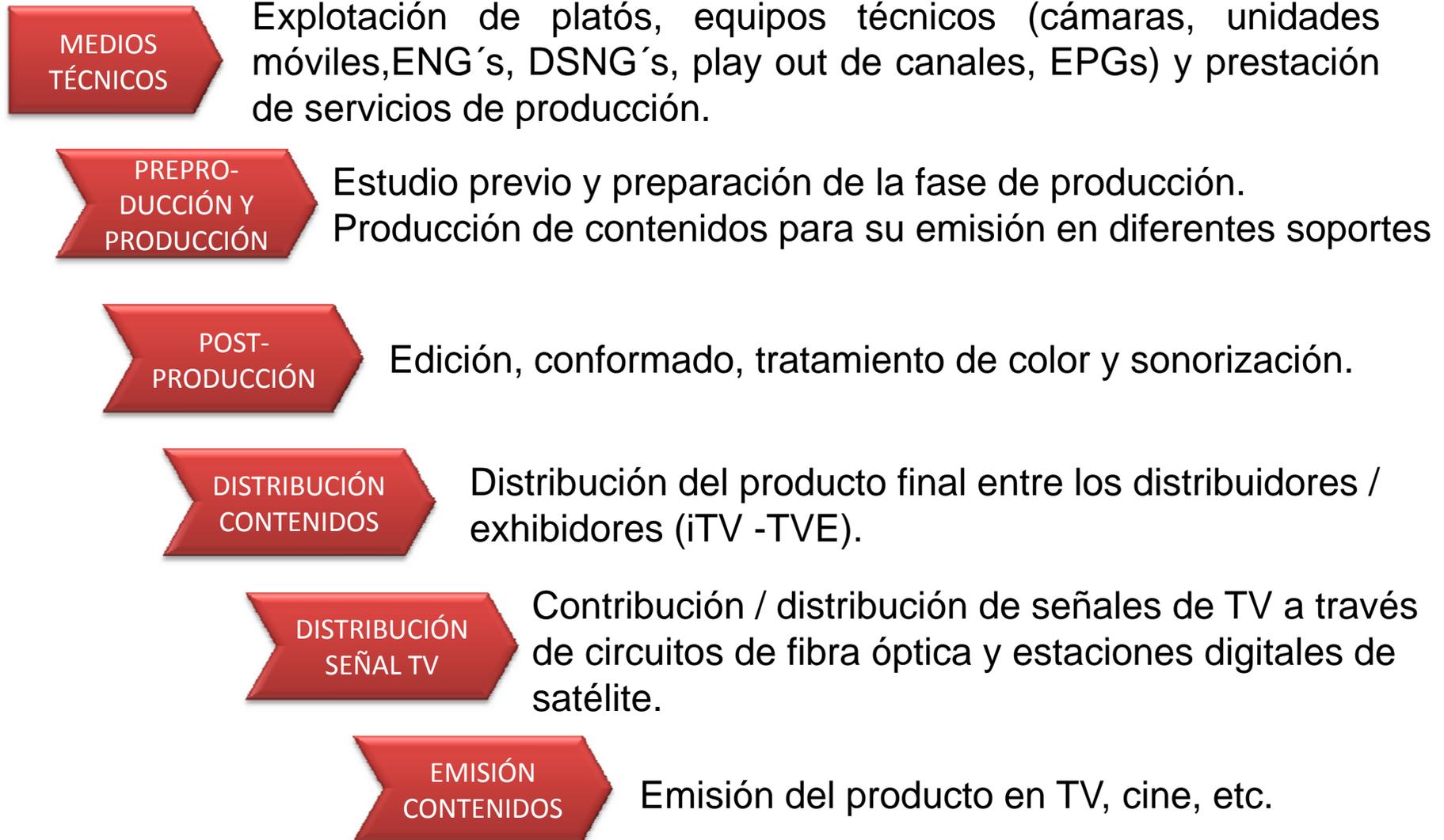
Durante 2008...

- Las 6 cadenas nacionales de televisión emitieron más de 30.000 horas de contenidos (1/3 de producción propia, 1/3 de producción independiente y 1/3 de ficción ajena).
- Las cadenas autonómicas emitieron más de 65.000 horas de contenidos.
- La penetración de la Televisión Digital Terrestre alcanzó el 43%
→ 3 millones de hogares multiplicaron por 4 los contenidos a su disposición.
- El consumo de televisión siguió creciendo un año más: 227 minutos diarios por espectador (+2%).

OBJETIVO DE VÉRTICE 360

“Cubrir de forma integral la totalidad de servicios y contenidos que demanda el sector audiovisual”

Estrategia: Integración de la Cadena de Valor



Estrategia: Integración de la Cadena de Valor



POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL INTEGRAL

Organización por actividades



Servicios Audiovisuales

- 100% **Telson**
- 100% **Grupo Videoreport**
- 100% **Classic & New**
- 100% **Apuntolapospo**
- 74% **REZ Estudio**
- 51% **Logística de sonido y luces (LSL)**

Cine

- 100% **Mangafilms**
- 100% **Telespan**
- 100% **Notrofilms**

Televisión

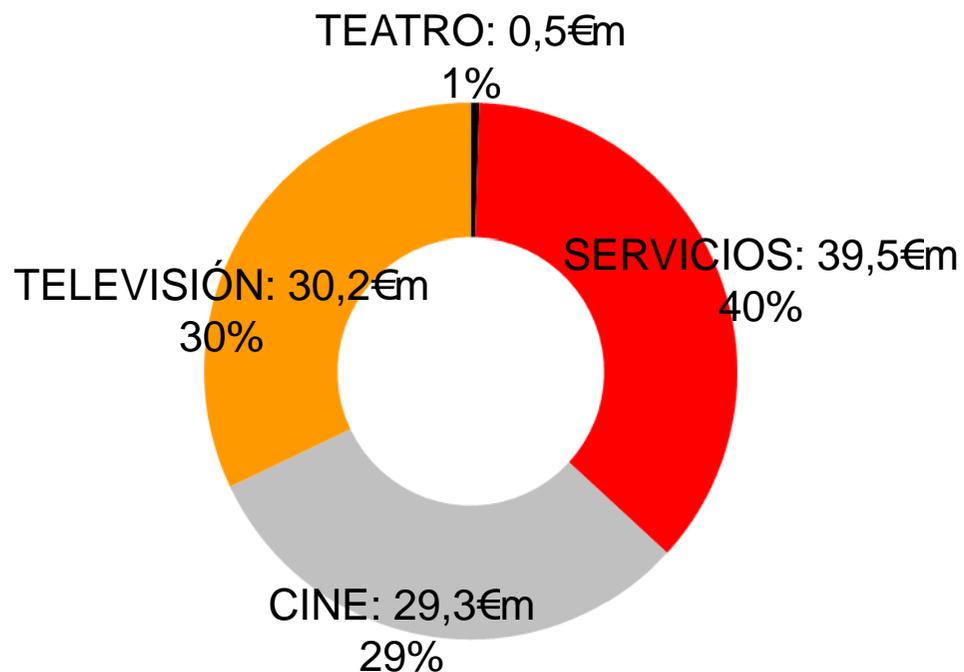
- 100% **Notro TV**
- 100% **Simple Bloc**
- 49,5% **CIN TV**

Teatro

- 40% **Butaca Stage**
- 100% **Notro Stage**

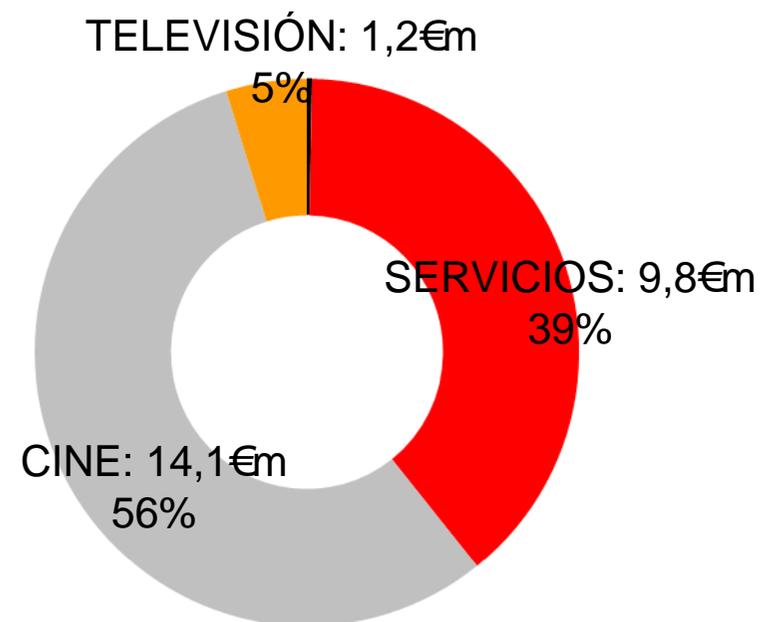
Magnitudes por Áreas (9 meses 2008)

INGRESOS⁽¹⁾: 94,1€m



(1): Incluye -5,3€m de ajustes de consolidación

EBITDA⁽²⁾: 22,6€m



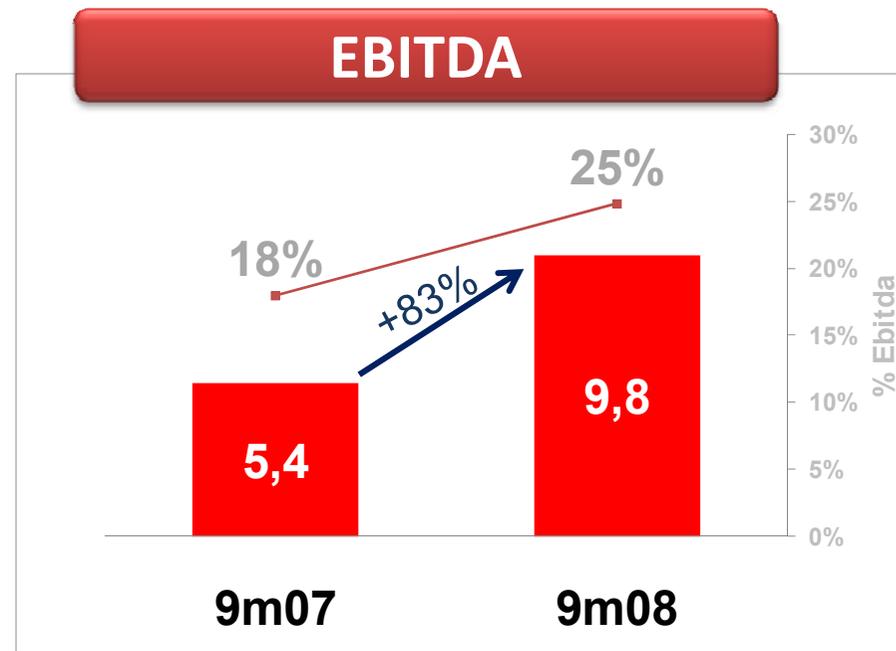
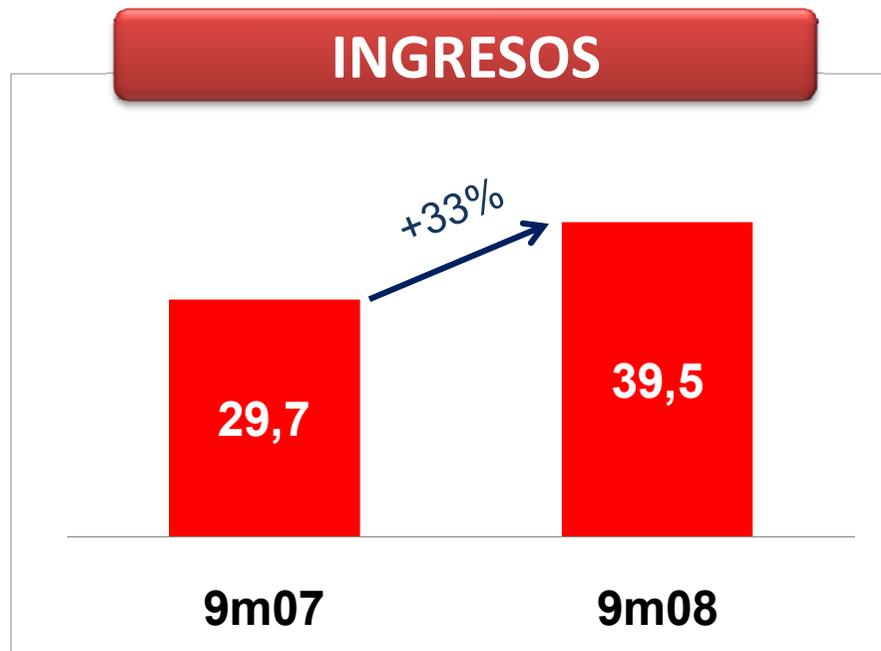
(2): Incluye 2,5€m de gastos corporativos

SERVICIOS AUDIOVISUALES

“Valor y Fortaleza”

Un negocio consolidado y en crecimiento

- Durante 2008, el área ha aumentado su dimensión y mejorado sustancialmente su rentabilidad



Claves del crecimiento en 2008

SÓLIDO POSICIONAMIENTO

mix de negocios compuesto por generadores de caja y oportunidades reales de crecimiento.

INCREMENTO BASE DE CLIENTES

- Postproducción: Telefónica, Sogecable, ONCE, Heineken, L'Oreal, Cajamadrid, Repsol.
- Canales: FOX (5 canales), National Geographic, Universal, Turner, ampliando contrato Disney.

SERVICIOS PARA FICCIÓN

- Ampliando cartera de clientes en alquiler de medios para producción de Ficción.
- Aprovechando sinergias con Área de TV.

PROCESO DE OUTSOURCING EN TELEVISIONES

- Televisión Canaria, Aragón TV, IB3, A3.
- Otras en estudio.

Estrategia 2009

NEGOCIOS RECURRENTE

- Mantener nivel de inversión.
- Optimizar platós y unidades móviles.
- Aprovechar crecimiento del área de TV.

NEGOCIOS EMERGENTES

- Desarrollo en HD, Dolby E, Folley, estereoscopía, digitalización de archivos, GECOM, Televisión IP, TDT.

OUTSORCING TELEVISIONES

- Aprovechar posicionamiento en servicios para asumir papel de liderazgo en procesos de outsourcing → negocios de gran volumen y bajo riesgo.

NUEVAS ACTIVIDADES

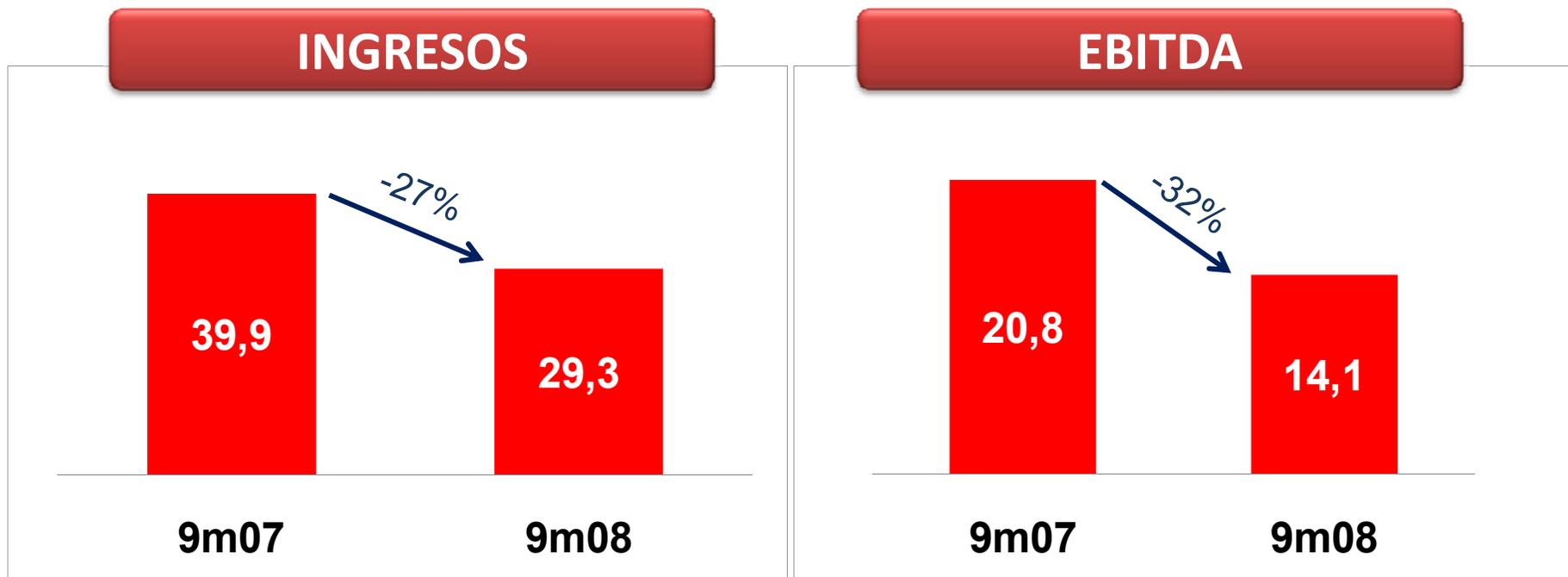
- Aumentar presencia en cadena de valor mediante desarrollo de área de Eventos (constituida en Enero 2009).

CINE

“Nueva Dimensión”

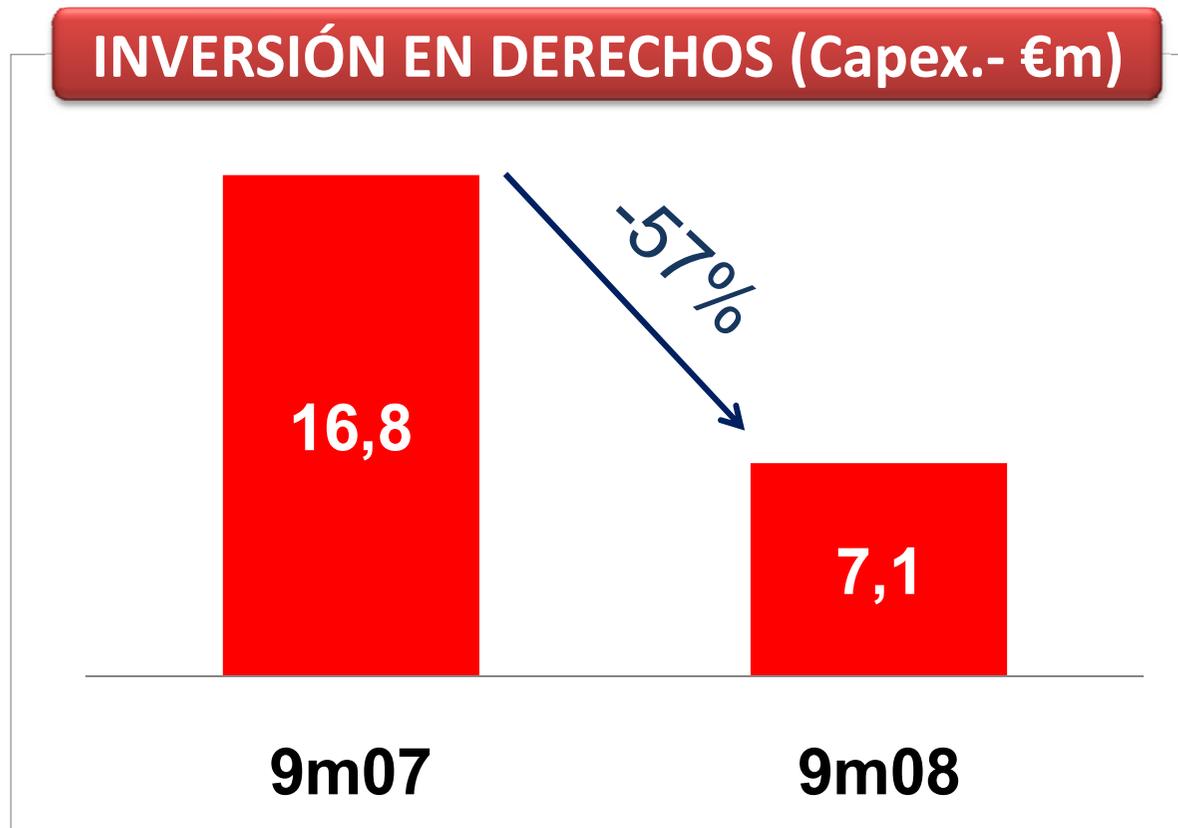
Reequilibrando el negocio

- En 2008 se ha reequilibrado el mix de negocios del grupo, reduciendo sensiblemente el peso del cine.
- Actualmente, en proceso de reestructuración y reposicionamiento.



Redimensionando la actividad

- La reducción de la inversión en derechos responde a la misma estrategia de reducir el peso de un negocio muy intensivo en capital y largos pay-backs.



Plan Estratégico

OPTIMIZACIÓN DE LA ESTRUCTURA

- Racionalización del organigrama.
- Eliminación de áreas duplicadas o deficitarias.
- Outsourcing de funciones auxiliares.
- Plan de ahorro de gastos de estructura → objetivo 2009: reducción 15%.

DIMENSIONAMIENTO DEL NEGOCIO

- Definición de volúmenes de inversión/financiación óptimos.
- Reestructuración de fuentes de capital.

REPOSICIONAMIENTO DE PRODUCTO

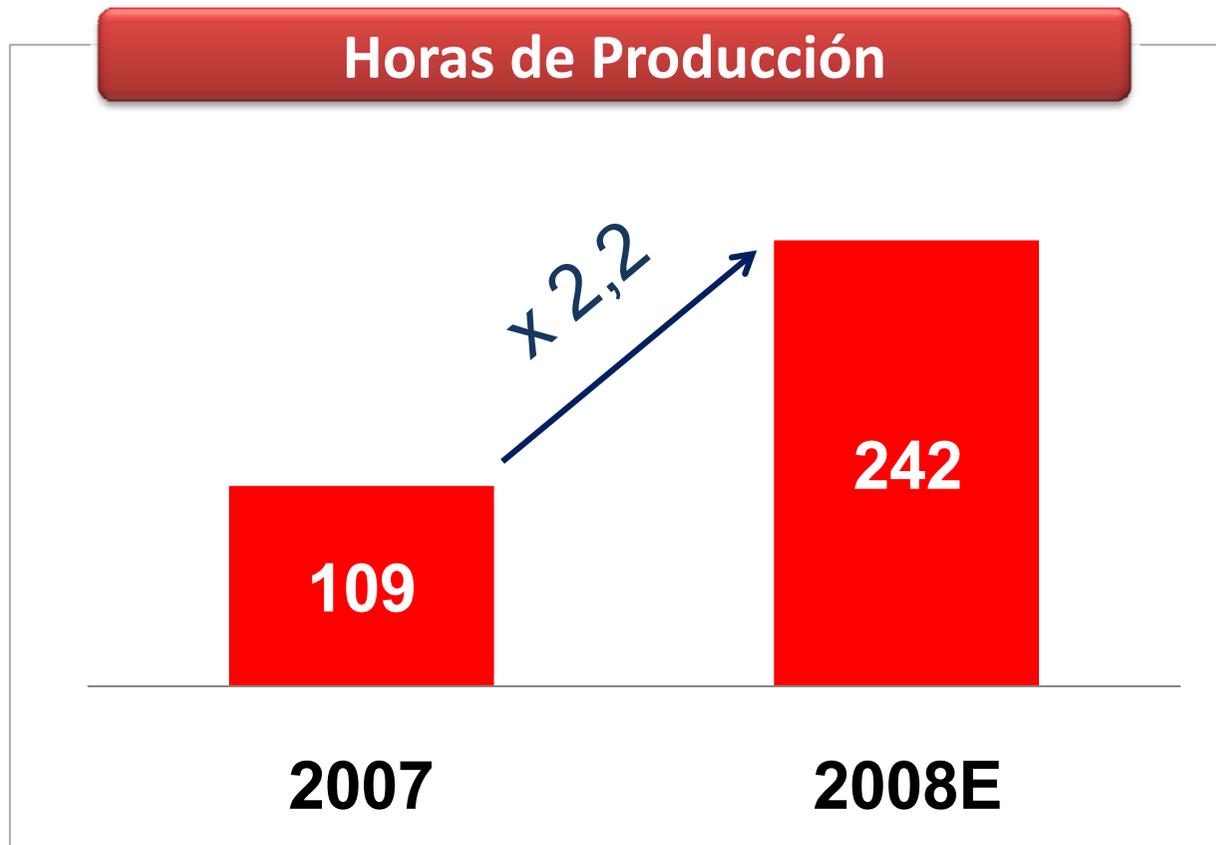
- Menos estrenos pero más comerciales.
- Explotación intensiva del catálogo (más de 3.000 títulos)
- Producir vs. Comprar → aprovechamiento de incentivos y utilización de recursos internos.

TELEVISIÓN

“Crecimiento”

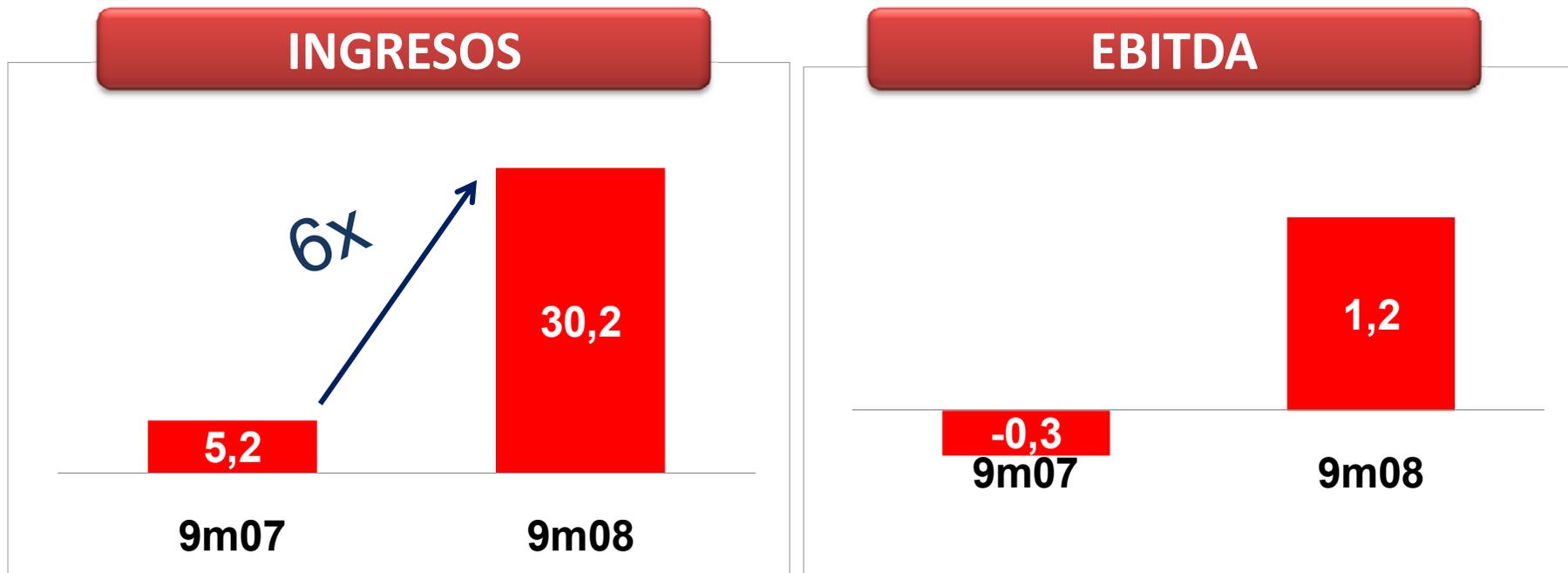
Salto cuántico de actividad

- Ficción: 6 series en 2008 (frente a 2 en 2007).
- Entretenimiento: 10 programas 2008 (6 para cadenas nacionales) vs. 6 programas en 2007 (2 para cadenas nacionales).



Fuerte penetración comercial

- Gran esfuerzo de posicionamiento comercial → en un año, proveedor de referencia en las principales cadenas nacionales (Antena 3, TVE, Cuatro, Telemadrid, TV3).
- Desarrollo de la curva de experiencia: Negocio aún no optimizado.



DESARROLLO OPERATIVO

- Mejora de márgenes
- Reducción de periodos de preproducción
- Optimización de procesos de producción

DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

- Reequilibrio hacia el entretenimiento
- Incremento de base de clientes

GRUPO VÉRTICE 360

Objetivos Estratégicos 2009

RENTABILIDAD

INTEGRACIÓN ORGANIZATIVA

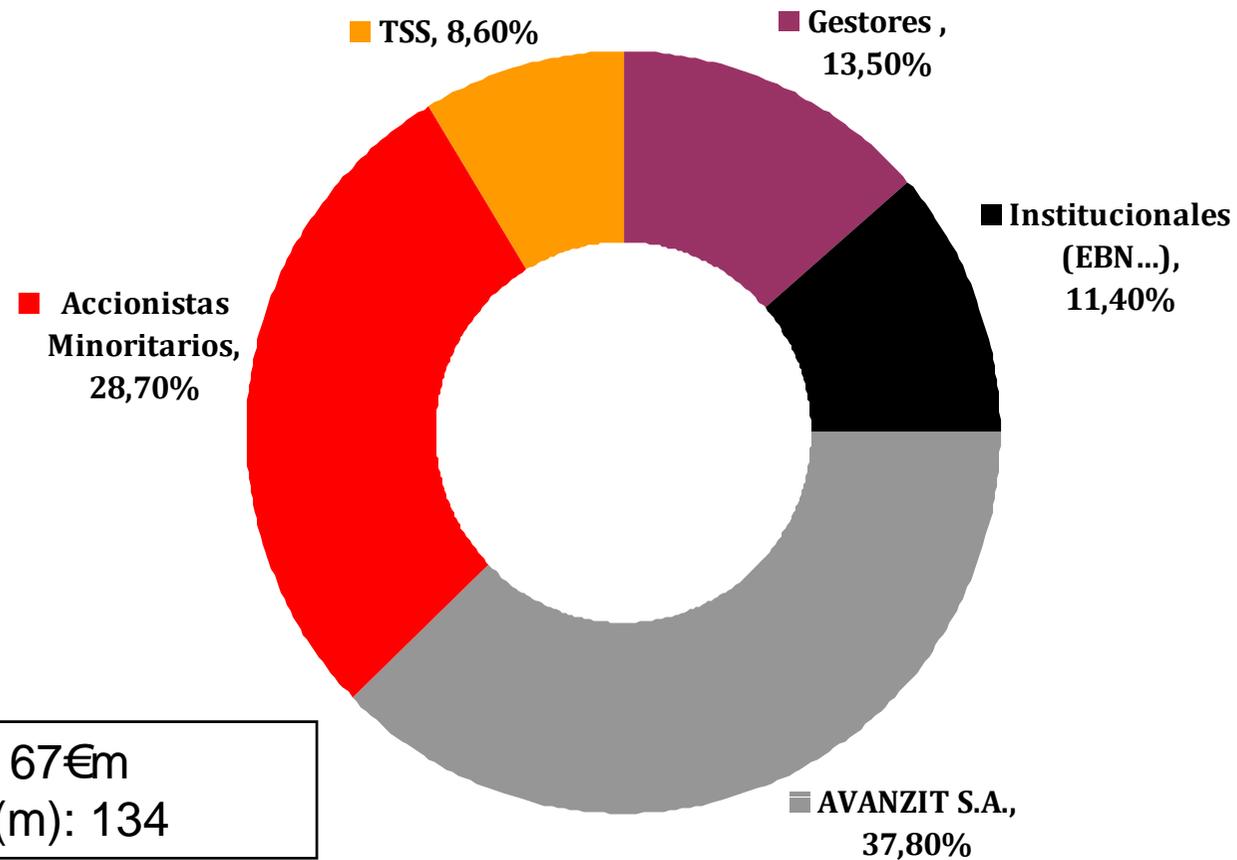
**EQUILIBRIO DEL PORTFOLIO DE
NEGOCIOS**

**CRECIMIENTO ORGÁNICO:
NUEVOS NEGOCIOS**

FINANCIACIÓN DEL CRECIMIENTO

Accionariado

- Diciembre 2008: Ampliación de capital por 8,7€m que da entrada en accionariado a TSS (fondo participado por Nomura).



Sobre Vértice 360°

Vértice 360°, que se constituye el 18 de octubre de 2006, es uno de los grupos de referencia del sector audiovisual español. La compañía cubre la práctica totalidad de las actividades del sector. Su división de servicios audiovisuales se dedica a la postproducción y al alquiler de medios técnicos bajo el paraguas de marcas como Telson, Videoreport, PlayRec Sonido (antes denominada Classic & New Madrid), REZ Estudio o Apuntolapospo. La división de cine, además de realizar tareas de producción y distribución de largometrajes, cuenta con uno de los catálogos de películas más extensos (alrededor de 3.500 títulos) y prestigiosos entre las distribuidoras independientes del mercado español. La división de televisión produce contenidos para las principales cadenas, entre los que se incluyen series de ficción, documentales, programas de entretenimiento, etc. La Familia Mata, Cuestión de Sexo, Doctor Mateo, HKM, Nada x Aquí o Brainiac son algunos de los productos salidos de la factoría de Vértice 360°.

Anexos

GRUPO VÉRTICE 360

Principales Magnitudes Consolidadas

	Sept. 2008	Sept. 2007	Δ 07/08 (%)
Ingresos de Explotación	94.074	75.234	25,0%
Ebitda	22.588	24.000	-5,9%
% Ebitda	24%	32%	
Ebit	-1.285	-542	
% Ebit	-1%	-1%	
BDI	-1.269	-1.233	
<i>Deuda Bancaria Neta</i>	35.229	14.795	
<i>Deuda / Patrimonio Neto</i>	26%	11%	
<i>Deuda / Ebitda (nº de veces)</i>	1.2	0,5%	

Cifras en miles de euros

SERVICIOS AUDIOVISUALES

Cuenta de Resultados

	Sept. 2008	Sept. 2007	Δ 07/08 (%)
Ingresos de Explotación	39.455	29.746	32,6%
Ebitda	9.806	5.352	83,2%
% Ebitda	25%	18%	
Ebit	5.186	2.155	140,6%
% Ebit	13%	7%	

Cifras en miles de euros

CINE

Cuenta de Resultados

	Sept. 2008	Sept. 2007	Δ 07/08 (%)
Ingresos de Explotación	29.268	39.941	-26%
Ebitda	14.092	20.773	-32,2%
% Ebitda	48%	52%	
Ebit	-4.972	-330	
% Ebit	-17%	-1%	

Cifras en miles de euros

TELEVISIÓN

Cuenta de Resultados

	Sept. 2008	Sept. 2007	Δ 07/08 (%)
Ingresos de Explotación	30.164	5.215	478%
Ebitda	1.210	-283	
% Ebitda	4%	-5%	
Ebit	1.029	-302	
% Ebit	3%	-6%	

Cifras en miles de euros