



informe **anual**
annual **report**

vocento ver, escuchar, leer y sentir.

Índice

4	Carta del Presidente
6	Carta del Consejero Delegado
8	Consejo de Administración
9	Comité Ejecutivo
10	Vocento, la fuerza de sus marcas
12	Medios impresos
14	ABC
26	Prensa regional
38	Qué!
40	Suplementos y Revistas
50	Internet
66	Audiovisual
68	Televisión
72	Punto Radio
75	Veralia
82	Otros negocios: impresión y distribución
86	Recursos Humanos
94	Vocento y su compromiso social
102	Directorio

4	Message from the Chairman
6	Message from the Chief Executive Officer
8	Board of Directors
9	Management Team
10	Vocento, the strength of its Brands
12	Print media
14	ABC
26	Regional press
38	Qué!
40	Supplements and magazines
50	Internet
66	Audiovisual
68	Television
72	Punto Radio
75	Veralia
82	Other businesses: printing and distribución
86	Human Resources
94	Vocento and its social commitment
102	Addresses

Index



Carta del Presidente

Este nuevo ejercicio ha puesto a prueba nuestra confianza, pero creemos que sigue siendo válido el mensaje de esperanza del año anterior. Vocento es una empresa que hace sus deberes, los hace a tiempo y, por tanto, puede afrontar el cambio de ciclo con esperanza.

Aunque cerramos 2009 con la certeza de que había sido el peor año en la historia de la prensa, lo cierto es que 2010 ha superado las peores previsiones. La dureza de la crisis económica, con más de 4 millones y medio de desempleados y un significativo retroceso del consumo en todos los ámbitos, está impactando de forma especialmente intensa en el sector de medios de comunicación. Además, el nuevo paradigma digital que está transformando en profundidad la actividad de los medios y de la comunicación se va haciendo parte sustancial de la vida del sector y empieza a vislumbrarse el modelo económico.

La caída de la inversión publicitaria y el descenso de la difusión están afectando a todos los grupos de comunicación que, para afrontar la situación, se están viendo obligados a realizar importantes ajustes en sus estructuras. De la misma manera, el imparable crecimiento de los medios online, todavía mayoritariamente gratuitos, ha supuesto mayores replanteamientos.

El horizonte de futuro es complicado y, en algunos aspectos, difuso. Pero crisis significa cambio y todo cambio supone una oportunidad para evolucionar y mejorar. Vocento nunca ha sido pesimista y ha afrontado con solvencia la situación.

En 2010 Vocento mantuvo las ventas de ejemplares en prensa, la más castigada por la crisis. Así, frente a las severas caídas de la difusión, ABC fue el único de los grandes diarios que conservó sus cifras y los periódicos regionales fueron capaces de mantener el tipo.

A su vez, hemos seguido creciendo en Internet y Audiovisual, los sectores con mayor potencial de futuro, demostrando que estamos preparados para afrontar el cambio de modelo en el sector, invirtiendo en nuevos proyectos y creando sinergias.

Como ejemplo, en 2010 hemos refundado ABC en sus dos ediciones, la impresa y la digital, lo que supone un paso hacia adelante en la evolución histórica del diario, cuyo éxito y pervivencia a lo largo de más de un siglo radica fundamentalmente en que

ha sabido adaptarse a los cambios en la sociedad y en el sector.

Igualmente, en prensa regional, se han impulsado las ediciones digitales de las 12 cabeceras del grupo, apoyadas en la fortaleza de unas marcas que, en sus respectivos ámbitos de actuación, son un claro referente social y mantienen la clara ventaja que han consolidado en papel. Esto ha permitido diversificar la oferta de contenidos y, por lo tanto, captar nuevas audiencias y anunciantes, reforzando el liderazgo de Vocento en esta área.

Además, hemos consolidado nuestra presencia en la TDT con un proyecto propio, La 10, una cadena generalista de información y entretenimiento que apuesta por una programación de calidad cercana al ciudadano y que fomenta la participación del telespectador.

Como grupo de comunicación líder en España y referentes del periodismo, nuestra labor no se limita a la puramente empresarial. Tenemos desde nuestros orígenes un compromiso con la sociedad; es un compromiso de información, de formación y de difusión de la cultura. Por eso, este año hemos puesto en marcha una iniciativa sin precedentes en nuestro país: el Museo ABC del Dibujo y la Ilustración, un nuevo centro artístico en Madrid que nace con vocación de convertirse en un referente no solo en España, sino en Europa. Solo Vocento, con el bagaje de los ilustradores del centenario diario ABC, testigo activo de nuestra historia, podía llevar a cabo este proyecto, que nos prestigia y refuerza nuestro posicionamiento social.

En el ámbito financiero, Vocento puede hacer gala, un año más, de ser el grupo de comunicación con las finanzas más saneadas. La sólida posición financiera neta, junto con el posicionamiento que hemos alcanzado en Internet y Audiovisual, sientan las bases para captar el crecimiento de futuro. Estamos, sin duda, en una posición privilegiada para seguir creciendo una vez que la economía inicie su recuperación.

Nos quedan todavía algunos obstáculos en el camino, pero con el empeño y el compromiso de todos los que formamos parte del proyecto de Vocento conseguiremos sortear las dificultades y encauzar de nuevo la senda de la estabilidad y el crecimiento. A todos los que colaboran en el proyecto quiero agradecerles su colaboración y su muy generoso esfuerzo.

Although in this year our optimism has been tested, we continue to believe in the message of confidence that we expressed in our previous annual report. Vocento is a company that is able to implement what it needs to do, in the right time and in the right conditions, and is in a strong position for facing the change in cycle with confidence.

At the end of 2009, we were certain that we had just experienced the worst year in the history of the press. But 2010 has been worse than even the most pessimistic forecasts. The depth of this recession, with over 4 and a half million people unemployed, and with a significant decline in consumption in all areas, has had an especially hard impact on the media sector. In addition, new digital technologies are transforming the media business and already account for much of the activity of the sector, as new business models begin to be designed and implemented.

The fall in advertising spend, and the decline in circulation, is affecting all media companies, and is requiring major changes in their corporate structures from them. Meanwhile, the relentless growth of online media, most of which remains free to access, has posed significant questions for the sector.

The future outlook is difficult, and can be hard to make out. But a crisis also brings opportunity, opportunity to evolve, and opportunity to improve. And Vocento has never been pessimistic, and is facing up to this situation from a position of strength.

In 2010, Vocento maintained its circulation sales in the press, which has been the hardest hit sector. And, in contrast to sharp falls in circulation elsewhere, ABC was the only major newspaper to conserve its figures, while the regional newspapers were able to weather the storm.

In addition, we have continued to grow on the Internet and in the Audiovisual market, which are the two sectors with the greatest potential for the future. This demonstrates how prepared we are for the change in business models in the sector, as we invest in new projects and in generating synergies across our businesses.

For example, in 2010 we relaunched the print and online editions of ABC. This has been another major step forward in the development of the newspaper, whose success for over one hundred years has been based on its ability to adapt to changes the media sector and to Spanish society as a whole.

Likewise, in the regional press, the focus has been on the development of the online editions of our 12 titles, supported by the strength of brands which enjoy high visibility in their regions, and whose leadership in the press is now being transferred to the online market. Vocento's strategy has enabled a more diversified supply of content, which has attracted new audiences and new advertisers, reinforcing our leadership position in this area.

In addition, we have consolidated our presence in DTT, thanks to the launch of La 10, our new television channel for general information and entertainment. La 10 is committed to providing high quality programming, to being in close contact with citizens, and to encouraging viewer participation.

And as the leading company in Spain's media sector, Vocento's work is not restricted just to the world of business. Since we were founded, the company has been characterized by its commitment to society; its commitment to supply information, to encourage personal development, and to disseminate culture. In 2010, we opened the doors to a pioneering initiative in Spain: the ABC Museum of Drawing and Illustration, a new artistic space in Madrid that aims to become a leading institution, not only in Spain, but also in Europe. Only Vocento, supported by the contributions of one hundred years of illustrations to ABC, as the newspaper stood as witness to our country's history, could be capable of implementing such a project, which has strengthened our reputation and our standing in the country.

In the financial area, Vocento is proud that for one more year it is the Spanish media group with the healthiest finances. Our solid net financial position, combined with the positioning that we have achieved in the Internet and Audiovisual areas, will serve as the foundations for capturing future growth. We are clearly in a privileged position to continue to grow when the economy begins to recover.

There are still some bumps in the road ahead, but, with the effort and commitment of everyone who forms part of Vocento, I am sure that we will be able to surmount any difficulties and continue on our way to stability and growth. And I would like to thank all of you who are joining us on this journey for your cooperation and all of your hard work.



Message from the Chairman

Diego del Alcázar Silvela



Carta del Consejero Delegado

2010 no se lo ha puesto fácil a nadie. Aún menos, al sector de la comunicación. Sin embargo, el mismo estado general de parálisis, incertidumbre y desánimo ha vuelto a resaltar la solvencia financiera de Vocento, su disciplinada gestión y su satisfactoria capacidad de respuesta frente a coyunturas adversas. Nuestra compañía ha sorteado otro año harto complejo, y lo ha hecho no solo sin retroceder posiciones: ha seguido avanzando de forma decidida y notoria en su firme determinación por liderar el futuro.

La eficiencia y la austeridad, junto al estímulo del talento y el premio a las ideas, han sido las máximas a las que el grupo ha confiado el ejercicio. Gracias a ellas, hemos cerrado 2010 con unos resultados merecedores de una prudente pero fundada satisfacción para el contexto en el que se adscriben. Venciendo la prolongada inercia regresiva de la economía española, las cuentas arrojan un EBITDA, descontando gastos no recurrentes, de 60,2 millones de euros, un 63,4% superior al de 2009.

Vocento mantiene sus cuentas saneadas, pero también se ha esforzado por poner al día las estructuras, organización y administración de cada uno de sus activos mediante una serie de medidas que han supuesto un ahorro de costes de 164 millones de euros desde el inicio de la crisis para compensar la merma de ingresos publicitarios, pero sobre todo para adaptar con premura su modelo de negocio a la realidad social, tecnológica y financiera que se atisba al final del túnel. La mayor depresión económica de los últimos ochenta años no puede enmascarar la magnitud de un cambio estructural del sector igualmente hiperbólico y del que solo se saldrá al entrar en una nueva era de la comunicación.

Para esta reconversión, confiamos en el ímpetu, preparación y perspectivas de los jóvenes, saludamos las nuevas herramientas digitales, buscamos la inspiración en la audiencia y la excelencia con obsesión. Ello nos ha obligado a afrontar cambios tan profundos y a menudo dolorosos, como responsables e impostergables para una compañía decidida a ganar la batalla en todos los soporres y que no contempla otra condición que la de líder. Lo hemos vuelto a ser en 2010, al merecer la confianza de los más de 29 millones de ciudadanos que se informan, entretienen, aprenden, divierten, conviven y confían en alguna de las marcas que conforman Vocento.

Los medios impresos constituyen su columna vertebral, desde la que se articula la estrategia multimedia de la compañía. Todos los medios del grupo han afrontado a lo largo de 2010 un valiente proceso de implementación tecnológica, de unificación y racionalización de las redacciones impresa y on line, así como de renovación de perfiles profesionales. Se ha actualizado y diversificado la oferta informativa y lúdica de acuerdo con las renovadas expectativas de un lector cualificado y sobre la base del rigor y la calidad como garantías ajenas al paso del tiempo.

ABC ha cerrado el curso 2010 siendo el diario con mejor comportamiento tanto en difusión como en publicidad y sin descuidar la responsabilidad social de una cabecera que hace tiempo trascendió su condición exclusiva de periódico para asumir también la de institución. El Museo ABC, inaugurado por los Reyes en noviembre, constituye un precioso regalo a todos los ciudadanos y un tributo a la cultura con el que Vocento comparte el privilegio de haber sido testigo directo y también parte de la historia del siglo XX a través de sus manchetras. El Correo ha celebrado en 2010 su centenario acompañado de una amplia y diversa sociedad vasca que no ha dudado en reconocer el valiente papel desempeñado por el periódico en la derrota del terrorismo, la salvaguarda de la unidad de España y el aliento del acervo cultural local.

El año del definitivo apagón analógico ha sido también el de La 10. Vocento ha estrenado su televisión nacional y ha tomado posiciones en el nuevo escenario de la TDT. No es la culminación de una larga aspiración del grupo; es el comienzo de un decidido proyecto audiovisual que, pese a la inflación de canales y su todavía corta vida, empieza a definir y defender ya su espacio propio: el la calidad y el buen gusto, el de la información independiente y el entretenimiento constructivo.

Las barreras geográficas se han pulverizado en la era de Internet, y Vocento rompe también su propio techo con más de 10 millones de usuarios únicos en sus portales digitales. Este nuevo record concede todavía mayor holgura al liderazgo que ostenta en la red frente al resto de grupos de comunicación.

Tal tendencia, claramente alcista, viene a confirmar a Internet como línea de futuro y continuidad para las ediciones impresas de nuestras marcas. Habrá de serlo sobre la base de una estrategia de negocio moderna, unificada, cohesionada y transversal que fluirán en todas direcciones e impulsará el grupo con la energía que desprenden sus unidades de negocio.

Quiero resaltar un último resultado para la esperanza y la satisfacción. En 2010 hemos vuelto a poner en valor nuestra independencia y nuestro compromiso insobornable con el servicio a los españoles y al conjunto de la nación; hemos clamado también por la necesaria y urgente revalorización de los principios morales y éticos de una clase política devaluada y una sociedad desmotivada. Y lo hemos hecho porque estamos convencidos de que son estas las verdaderas razones por las que Vocento mantiene y afianza día a día, año a año, su crédito como empresa, y como primer grupo de comunicación español.

2010 was not an easy year for anybody, and especially for the media sector. However, Vocento has stood out in this general environment of uncertainty, doubt and hesitation, thanks to its healthy financial position, its disciplined management, and its strong capacity to respond to difficult conditions. Our company has successfully navigated another year of stormy waters, and has continued to make steady and solid progress as it leads the way into the future.

Vocento has faced the year with a strategy that is based on efficiency and austerity, but combined with the need to reward ideas and stimulate talent. As a result, we have ended the year with results that are the cause of some cautious satisfaction, in light of the context in which they were achieved. Despite the continued inertia of the Spanish economy, we were able to record EBITDA, excluding non-recurring items, of 60.2 million euros, 63.4% higher than in 2009.

Vocento's finances are healthy, and the company has also been upgrading the structures, organisation and administration of all of its corporate assets, based on a series of measures that have delivered cost savings of 164 million euros since the start of the recession. These cost savings have offset the decline in advertising revenues, and in addition, and more importantly, have allowed us to adapt our business model to the new social, technological and financial realities that await us at the end of the tunnel. The deepest recession of the last eighty years should not hide the fact that the media sector is facing a structural change of a similar magnitude, and needs to construct a new era of communication if it is to survive.

As we embark on the challenge of this transformation, we are able to rely on the energy, skills and optimism of the young of today, and on the new digital technologies that we are incorporating. But above all we are inspired by the need to serve our audience, and by our obsession with excellence. We feel that it is our duty to implement these radical and sometimes painful changes, and that they are essential for a company which shoulders the responsibility of leadership in its sector and which is committed to maintaining that leadership across all types of media. In 2010, we enjoyed the trust of more than 29 million citizens, who depends on the brands that compose Vocento for their information, entertainment, learning, fun and sense of community.

The print media form the backbone of our company, and the basis for our multimedia strategy. Over the course of 2010, all of the group's media have implemented a process of radical technological change, unifying and rationalizing the print and online editorial teams, and upgrading and renewing the requirements from our journalists. As a result, costs have fallen significantly, and the level of content amortization has

improved, but without weakening the end product. In fact, the information and leisure content of the publications has been improved, meeting the new expectations of our readers, while continuing to reflect Vocento's enduring guarantee of accuracy and clarity.

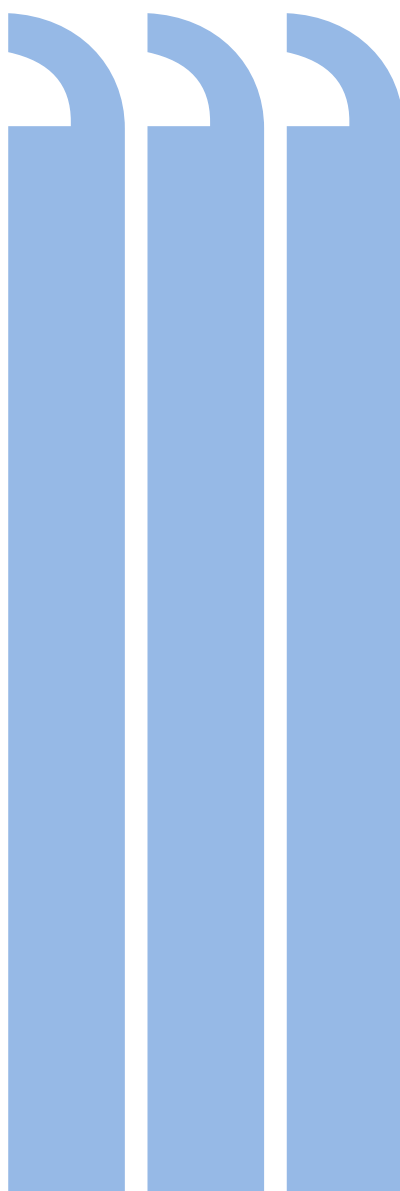
ABC has ended the year as the best performing newspaper in both circulation and advertising, while remaining committed to the social responsibility that comes with being not just a newspaper, but also a social and cultural institution. The ABC Museum, inaugurated by the King and Queen in November, is a valuable gift to the citizens of Spain and a tribute to the newspaper whose headlines have been an eyewitness to the history of the 20th century and have formed part of that history. Meanwhile, in 2010 El Correo celebrated its centenary, accompanied by a wide ranging section of Basque society, which has warmly recognised the courageous role that the newspaper has played in defeating terrorism, standing up for the unity of Spain, and encouraging local culture.

And this, the year of the analogue switch-off, was also the year of the emergence of La 10, Vocento's new national television channel, positioning the group in the DTT landscape. La 10 does not represent the culmination of a long held aspiration at the group; rather, it marks the beginning of an audiovisual project that, in a crowded market, has already begun to carve out its own space, based on quality, good taste, independence, and constructive entertainment.

In this Internet age, geographical barriers have disintegrated, and Vocento has broken its own records, with over 10 million unique users of its portals. This new record serves to increase the company's online leadership position compared to other media groups in Spain.

This trend also confirms that it is the Internet that will largely determine the future continuity of our print brands. And our online presence is based on a modern, coherent and unified business strategy, leveraging the energy and vision of our business units to drive the group forwards.

Finally, I would like to highlight here one further reason for satisfaction and for optimism. In 2010, we have once again demonstrated our independence and our unwavering commitment to Spain and to the people of Spain. We have campaigned for the urgent need to rethink the values and ethics of a political class that has lost credibility and of a society that has lost its motivation. And in doing so, we have been true to the values and ideals that, day after day and year after year, have been the real reason for Vocento's continued leadership of the media sector in Spain.



Message from the Chief Executive Officer

José Manuel Vargas

Consejo de Administración

Presidente de Honor | Honorary Chairman

D. Santiago de Ybarra y Churruca

Presidente | Chairman

D. Diego del Alcázar Silvela*

Consejero Delegado | Chief Executive Officer

D. José Manuel Vargas Gómez*

Vicepresidente Primero | First Vice Chairman

D. José María Bergareche Busquet

Vicepresidentes | Vice Chairmen

Dña. Catalina Luca de Tena García-Conde

D. Enrique Ybarra e Ybarra

Consejeros | Directors

D. Claudio Aguirre Pemán

Dña. María Soledad Luca de Tena García-Conde*

D. Gonzalo Soto Aguirre

D. Víctor Urrutia y Vallejo*

D. Álvaro Ybarra y Zubiría*

BYCOMELS PRENSA, S.L.*

Representada por / Represented by

D. Santiago Bergareche Busquet

EOLO MEDIA, S.L.U.

Representada por / Represented by

D. Fernando de Yarza López Madrazo

LIMA, S.L.U.

Representada por / Represented by

D. Juan Ramón Urrutia Ybarra

MEZOUNA, S.L.*

Representada por / Represented by

D. Ignacio Ybarra Aznar

ONCHENA, S.L.

Representada por / Represented by

D. José Manuel Alsedo Solis

Board of Directors

* Pertenece a la Comisión Delegada.

* On the Executive Committee.

Comité Ejecutivo

Consejero Delegado
Chief Executive Officer

José Manuel Vargas Gómez

Áreas corporativas | [Corporate areas](#)

Directora General Financiera
Chief Financial Officer

Beatriz Puente Ferreras

Director General Comercial
Director General of Sales

José Luis Hazas Guerra

Director General de Estrategia Digital
Director General of Digital Strategy

Juan Luis Moreno Ballesteros

Director General de Recursos
General Director of Resources

Ignacio Bernabéu de Yeste y Sala

Áreas de Negocio | [Business areas](#)

Director General de Medios Regionales
General Director of Regional Media

Iñaki Arechabaleta Torrónategui

Director General de Medios Nacionales Impresos
Director General of National Print Media

Rafael Bravo García

Director General Audiovisual
Director General of Audiovisual

José María Martín Guirado

Management Team

Medios impresos

ABC **Qué!**
—www.abc.es—

EL CORREO EL DIARIO VASCO LA VERDAD EL DIARIO
MONTAÑÉS

El Norte de Castilla LAS PROVINCIAS IDEAL SUR

EL COMERCIO HOY LA RIOJA LA VOZ DE CÁDIZ Colpisa

XLSemanal mujer hoy Hoy Corazón Pantalla SEMANAL INVERSIÓN

Print media

Audiovisual

NET TV

10

Disney
CHANNEL

M
MUSIC TELEVISION

intereconomía|tv

veralia

EUROTV
producciones

BOCA } BOCA
PRODUCCIONES

hillvalley

VIDEOMEDIA

TRIPICURES

PUNTO RADIO

Audiovisual

Internet



elcorreo.com  **diariovasco.com** **laverdad.es** **eldiariomontanes.es**

nortecastilla.es **lasprovincias.es** **ideal.es** **SUR.es**

elcomerciodigital.com **HOY.es** **larioja.com** **lavozdigital.es**  **SARENET**

 **finanzas.com** **mujerhoy.com** **hoyCinema.com**

pisos.com **infoempleo.com** **AUTOCASION.com** **11870.COM** **tusanuncios.com**

Internet

Otros negocios



cmvocento

Other businesses



Medios impresos

Print media

ABC se ha consolidado como el diario nacional con mejor comportamiento tanto en difusión como en publicidad y, por tanto, en 2010 mejora su posición competitiva frente al resto de grandes diarios. De esta manera, ratifica una vez más su condición de decano de la prensa española, referente indispensable en la vida política, económica, social y cultural del segmento liberal-conservador en España.

ABC

ABC has consolidated its position as the best performing national newspaper in terms of both circulation and advertising, and as a result improved its competitive position in 2010 against its main rivals. It has been yet another year in which the newspaper has confirmed that it has been able to consolidate its position as the historic standard bearer of the Spanish press, and as an essential cornerstone of the political, economic, social and cultural life of the liberal/conservative segment in Spain.

ABC

ABC refuerza la potencia de su marca defendiendo los valores cristianos, el rico acervo cultural, la unidad nacional y la Monarquía parlamentaria y constitucional a la vez que se transforma con el día a día gracias a la constante incorporación de nuevas herramientas y soportes que le permiten realizar con éxito la transición hacia el mundo digital.

ABC has strengthened its brand, defending Christian values, cultural heritage, national unity, and constitutional, parliamentary Monarchy, while at the same time transforming itself with the constant incorporation of new technologies and vehicles that enable its successful transition to the digital era.





ABC cierra 2010 siendo la única cabecera nacional que gana cuota de mercado, alcanzando una difusión media de 249.540¹ ejemplares y una cuota de audiencia en Internet del 24,5%².

La mejora operativa ha sido acompañada de una mejora continua en resultados. Destaca el mejor comportamiento en términos publicitarios que sus competidores, tanto en la edición impresa (ABC -3,6% vs. -4,0% del mercado de prensa según i2p) como en la digital, con un incremento del +25,0%.

En 2010 ABC acometió, por primera vez en España para un medio de información general nacional, un relanzamiento simultáneo de todos sus soportes: papel, online y plataformas móviles, adaptando cada uno de ellos a las demandas y necesidades de las distintas audiencias.

En junio de 2010 ABC cambió no solo su imagen en papel, web y en las versiones para

ABC cerró 2010
con la segunda
posición en difusión
en domingo, siendo
además el único
gran diario nacional
que ganó lectores
en el total del año.

móviles y tabletas, sino que además estrenó una nueva forma de trabajar. Un cambio profundo que comenzó con la integración de sus redacciones en un mismo espacio físico en busca de la ansiada integración, el proceso se inició con el rediseño y siendo dinámico, aún continúa con la progresiva fusión de sus equipos humanos.

ABC, the only national daily to increase its market share in 2010, with average circulation of 249,540¹ copies and audience share of 24.5%² on the Internet.

This operating improvement has been combined with the continuous improvement of results. In particular, in advertising terms it has outperformed its competitors in both print (ABC -3.6% vs. 4.0% for the press market, according to i2P) and online, where advertising rose by +25.0%.

In 2010, ABC was the first national general media institution in Spain to relaunch on all forms of media: print, online, and mobile platforms, adapting to the demands and needs of all the different audiences.

In June 2010, ABC changed not only its print, web, mobile, and tablet versions, but also implemented a new form of working. This radical change began with the redesign and with the integration of its editorial teams

¹ OJD (Enero-Diciembre 2010).

² Datos de Nielsen NetView Diciembre 2010.

¹ OJD (January-December 2010)

² Data from Nielsen Netview December 2010.



- 01** Izquierda. Presentación de la II Edición del Festival Internacional de Cortos ABC.es en la Escuela de Cine (Ecam).
02 Centro. El columnista de ABC, Ignacio Camacho, recibe el Premio Mariano de Cavia de manos de S.M. El Rey.
03 Derecha. Intervención de D. José Sócrates, Primer Ministro de Portugal, en el Foro ABC.

Left. Presentation of the II Edition of the ABC.es International Short Film Festival at the Cinema School (Ecam).
Centre. The ABC columnist Ignacio Camacho, receiving the Premio Mariano de Cavia from HM the King.
Right. Speech by José Sócrates, Prime Minister of Portugal, at the Foro ABC.

Fruto de esta renovación, el diario recuperó en el último trimestre de 2010 la segunda posición en difusión en domingo³, siendo además el único gran diario nacional que ganó lectores en el total del año, 28.000 lectores más a diario y 141.000 lectores más en domingo⁴. De esta forma se confirma el éxito de la decidida y permanente apuesta de ABC por los contenidos de calidad. Por su parte, ABC.es obtiene un incremento de más del 30% en usuarios únicos mensuales gracias a la cobertura de la actualidad, los contenidos editoriales, la innovación y la participación de sus seguidores.

La **oferta editorial ABC** abarca contenidos de diverso tipo con el fin de conseguir una mayor cercanía con sus lectores y una cobertura temática de interés, como es el caso de sus contenidos de ocio y fin de semana que incluyen publicaciones como *Pantalla Semanal* y *Madrid 360* (Edición Madrid), que permite a los lectores de ABC planificar su tiempo libre de acuerdo a sus gustos e inquietudes. *ABC Cultural*, paradigma de la actualidad y las tendencias culturales. Por su parte, las mujeres cuentan con la información más completa en sus tópicos de interés en las revistas *Mujer Hoy* y *Hoy Corazón*, así como información de

ABC closed 2010
in second position
in Sunday circulation,
and was also the only
major nationwide
daily to expand its
readership in the year.

in one physical space, in order to achieve an integrated editorial business, and this process is continuing with the gradual merger of the human resources of the team.

As a result of this effort, in the second half of 2010 the newspaper recovered its number two position in Sunday circulation³, and was also the only major nationwide daily to expand its readership in the year, with 28,000 more readers on weekdays and 141,000 more on Sundays⁴. This confirms the success of the permanent commitment of ABC to

high quality content. Elsewhere, ABC.es obtained an increase of over 30% in unique monthly users, thanks to its coverage of current affairs, and to its editorial content, innovation, and user participation.

The **editorial offer of ABC** includes content of various types, with the aim of moving closer to readers, with coverage of themes that interest readers, such as the leisure and weekend content, which include publications such as *Pantalla Semanal* and *Madrid 360* (Madrid Edition), allowing ABC readers to plan their free time according to their tastes and concerns. Meanwhile, the fullest information of interest to women can be found in the magazines *Mujer Hoy* and *Hoy Corazón*, while information on the latest fashion trends can be found in the Style section. The Sunday magazine *XL Semanal* provides in depth features on all the most topical current affairs issues.

Each month, ABC also distributes thematic supplements, covering areas including Automotive, Sailing, travelling (Viajar) and ecology, sustainability and the environment (Natural).

³ OJD papel: dato total difusión domingo (Octubre 2010-Diciembre 2010).

⁴ EGM papel: Dato 3ª ola 2010 vs. 3ª ola 2009.

³ OJD print press: Data for Total Sunday Circulation (July 2010 -December 2010).

⁴ EGM print press: Data 3rd survey 2010 vs. 3rd survey 2009.



Arriba. Numerosas autoridades como la presidenta de la Fundación Colección ABC, Soledad Luca de Tena; la ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde; la presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre; el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón; el comisario de la exposición, Juan Manuel Bonet y la directora del Museo ABC, Inmaculada Corcho, estuvieron presentes en la inauguración del Museo ABC en noviembre.

Abajo. El ex ministro de Asuntos Exteriores, Miguel Ángel Moratinos, participó en el Foro ABC.

Top. Leading authorities including the chairwoman of the ABC Foundation, Soledad Luca de Tena; the Minister of Culture, Ángeles González-Sinde; the President of the Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre; the Mayor of Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón; the Curator of the exhibition, Juan Manuel Bonet and the director of the Museo ABC, Inmaculada Corcho, were present at the inauguration of the Museo ABC in November.

Bottom. The former Minister of Foreign Affairs, Miguel Ángel Moratinos, participated in the Foro ABC.



Some of the best names in Spanish journalism contribute to these supplements, including columnists such as Carlos Herrera, Antonio Burgos, Juan Manuel de Prada, José María Carrascal, Tomás Cuesta and Ignacio Camacho; cartoonists Antonio Mingote and Máximo; photographers such as Álvaro Ybarra, and bloggers such as Carlos Maribona, among other well known Spanish and international opinion makers.

las últimas tendencias, en la sección de Estilo. La revista dominical *XL Semanal* nos acerca en grandes reportajes a todos los temas de la actualidad más candente.

También distribuye mensualmente los suplementos temáticos sobre el mundo del Motor; de la Vela; del mundo de los viajes (Viajar); Salud; y de la ecología, la sostenibilidad y el medio ambiente (Natural).

Una oferta de revistas y suplementos a la que se le suman las mejores firmas del periodismo español con columnistas como Carlos Herrera, Antonio Burgos, Juan Manuel de Prada, José María Carrascal, Tomás Cuesta o Ignacio Camacho; ilustradores como Antonio Mingote o Máximo; fotógrafos como Álvaro Ybarra, y bloggers como Carlos Maribona, entre otras reputadas firmas del pensamiento nacional e internacional.

ABC.es was the most innovative online newspaper in 2010. The redesign of June led to a major visual and functional improvement, and has consolidated ABC in its position as a leader in the national press. The effort that went into this redesign reflects our commitment to offering users a an optimal browsing experience, with all the technological tools now available in the best possible web site. The new design of ABC.es has created a clean space, where users can find what they are looking for more easily and more quickly.

06 Izquierda. El historiador Fernando García de Cortázar en el acto de clausura del Máster de Periodismo de ABC.
07 Derecha. El Ministro de Industria, Miguel Sebastián y Catalina Luca de Tena entregan el Premio del Coche del Año al Vicepresidente de Opel, Alain Visser.

Left. The historian Fernando García de Cortázar at the graduation ceremony for the ABC Masters in Journalism.
Right. The Industry Minister, Miguel Sebastián, and Catalina Luca de Tena present the Car of the Year award to the Vice Chairman of Opel, Alain Visser.



ABC.es fue el diario digital más innovador en 2010. El rediseño llevado a cabo en el mes de junio supuso un avance visual y funcional sin precedentes, y ha consolidado a ABC como referencia en la prensa nacional. El esfuerzo de este profundo rediseño se corresponde con el deseo de ofrecer al usuario una experiencia óptima de navegación, ofreciéndole para ello todas las herramientas disponibles en el mejor entorno posible. El nuevo diseño de ABC.es hace de la web un espacio limpio donde el usuario encuentra más fácil y rápido lo que busca.

Editorialmente 2010 fue un año clave en el que se han creado y consolidado nuevas secciones, que han resultado un éxito para ABC.es. Las temáticas más tradicionales se han revitalizado al entrar en juego la participación del usuario, y otras más recientes como Medios y Redes, Tecnología, Ciencia, o Medio Ambiente, han confirmado a ABC.es como un referente también en nuevas temáticas. Además, en temas propios o especiales como la información taurina o el mundial de Fórmula1, ABC.es sigue consolidando su posición predominante en nuestro país, mejorando en posicionamiento y audiencia año tras año.

Se ha apostado por el contenido regional con una nueva zona de información local exclusiva

Editorially, 2010 was a key year, with new sections created and now well established on the site, and it has been very successful for ABC.es. The more traditional areas have been revitalised by the arrival of user participation, and more recent areas such as Media and Networks, Technology, Science and the Environment, have confirmed ABC.es as a leader in these issues. In addition, in special sections such as bullfighting and Formula 1, ABC.es continues to consolidate its leading position in Spain, improving its positioning and its audience year after year.

Special mention should also be made of regional content, with a new local information zone exclusively for each of the Autonomous Communities, especially in Andalusia and Madrid, with one single strategy: to offer users the information that is most important to them, on their usual newspaper.

A significant effort has also been made in multimedia development. A basic policy of ABC.es is to provide images, audio and visual content to accompany the main story, making available to users all the tools needed to participate and to have an optimal browsing experience.

Social networks should also be highlighted this year. In 2010, ABC.es went through its

Editorialmente, 2010 ha sido un año clave en el que se han creado y consolidado nuevas secciones, que han resultado un éxito para ABC.es, tales como Medios y Redes, Tecnología, Ciencia, o Medio Ambiente.

greatest development in this space, with both the brand, and the journalists who support the brand, informing, updating, and engaging in dialogue with their audiences using these new channels. As a result, the content becomes the brand, regardless of the channel where it is accessed, and Facebook and Twitter have become standard channels for distributing our messages, with ABC content shared and commented on all around the world.

ABC.es is also available on any mobile device, and our native applications enable it to be accessed from a mobile phone or tablet with just one click. The new iPhone and iPad versions, and the efforts made to transfer our print offer to new vehicles, were highlights of the year. ABC.es is responding to the radical change of the sector and providing information across these new devices. The latest news and comments, provided almost by the minute, mean that users can access content when, how, and



08 Arriba. Esperanza Aguirre entrega el XI Premio ABC de Arte a Juan López Díez.
09 Abajo. José Manuel Vargas conversa con Mariano Rajoy en la entrega de los Premios Mariano de Cavia.

Top. Esperanza Aguirre presents the XI ABC Art Prize to Juan López Díez.

Bottom. José Manuel Vargas talks to Mariano Rajoy at the ceremony for the Mariano de Cavia Awards.



Editorially, 2010 was a key year, with new sections created and now well established on the site, and it has been very successful for ABC.es, such as Media and Networks, Technology, Science and the Environment

para cada una de las Comunidades Autónomas, con especial presencia en Andalucía y Madrid pero una sola estrategia, ofrecer al usuario la información que le es más cercana en su diario de siempre.

Otro gran apartado es el esfuerzo realizado en el desarrollo multimedia. Acompañando al contenido o como tema propio, imágenes, audio y video son pilares básicos de la oferta editorial de ABC.es y para ello, se ha puesto a disposición del usuario todas las herramientas necesarias para que participe y su experiencia sea óptima en este sentido.

Las redes sociales merecen un capítulo aparte. ABC.es ha vivido en 2010 el mayor desarrollo

en este sentido. Tanto la marca como los periodistas que la hacen posible, informan, actualizan y dialogan con sus públicos a través de estos nuevos canales. De esta manera, el contenido se convierte en la marca con independencia del canal por donde circule y Facebook o Twitter son cauces informativos habituales por donde circulan nuestros mensajes, haciendo que el contenido de ABC.es se extienda y sea compartido y comentado por todo el mundo.

ABC.es también está en móvil, en cualquier soporte. Nuestras aplicaciones nativas permiten acceder al diario desde móvil o tablet a un solo clic. Destacan las nuevas versiones iPhone e iPad, y los desarrollos encaminados a trasladar

where they want, so that they can participate and find on their network the most relevant ABC content for them.

In 2010, ABC has also continued to engage in major initiatives that reflect its leadership in the political, economic and social areas, as well as in journalism, culture, education, and social responsibility, where the newspaper has strengthened its position.

This role in Spanish life was reflected in the response to the death of Don Guillermo Luca de Tena on 6 April. Not only did ABC enter a period of mourning, but all of Spanish society united in a heartfelt tribute, highlighting the extraordinary role he played as an editor and



10 Izquierda. Mariano Rajoy en el Foro ABC.
11 Derecha. Esperanza Aguirre hace entrega del III Premio Taurino ABC a Enrique Ponce.

Left. Mariano Rajoy at the Foro ABC.

Right. Esperanza Aguirre presents the III Premio Taurino ABC to Enrique Ponce.



la oferta impresa a los nuevos soportes. ABC.es ha asumido la enorme evolución del sector actuando en ellos como un emisor informativo más. Noticias actualizadas y enriquecidas casi al minuto para que el usuario disponga del contenido cómo y dónde quiera, para que participe y comparta con su red lo que le es relevante de ABC.

En 2010, ABC ha visto de nuevo, a través de diversas iniciativas de enorme calado, cómo su liderazgo en los ámbitos político, económico y social; periodístico; cultural; educativo, y de responsabilidad social, se han visto fortalecidos.

Este calado en la vida española se puso de manifiesto con el triste motivo de la muerte de Don Guillermo Luca de Tena el 6 de abril. No solo la Casa de ABC se llenó de luto, sino que la sociedad entera se volcó en homenaje cariñoso a su persona, destacando

La sociedad entera se volcó en homenaje cariñoso a Don Guillermo Luca de Tena, destacando su extraordinario papel como editor y periodista.

as a journalist. The King attended the burial, and the funeral service in the church of La Concepción de Madrid was a moving display of grief from all sectors of society.

The ABC Art Prize in 2010 was awarded to Juan López Díaz for his piece "Numerosis". The prize was awarded at a dinner attended by the leading personalities from the world of the arts, culture, and politics, and the winners displayed their pieces in the International Art Fair ARCO 2010. Winning pieces entered the ABC collection.

Meanwhile, ABC.es held the II Edition of the Ibero American Short Film Festival, in which over 600 short films from more than 15 countries participated. In the months of the presentation, the web site www.abc.es/fibabc received over 200,000 visits. The Jury prize for the Best Short at the Festival went to the

- 12 Izquierda. Foro ABC por "La libertad de ir a los toros" en el Liceo de Barcelona.
13 Centro. Raphael Martos, María Zurita Borbón y Natalia Figueroa en la entrega de los Premios Mariano de Cavia.
14 Derecha. Exposición ABC en la inauguración de la calle Serrano.

Left. Foro ABC debating "The freedom to watch bullfighting" in the Liceo de Barcelona.
Centre. Raphael Martos, María Zurita Borbón and Natalia Figueroa at the ceremony for the Mariano de Cavia Awards.
Right. The ABC exhibition at the inauguration in calle Serrano in Madrid.



su extraordinario papel como editor y periodista. El Rey presidió su entierro y su funeral en la iglesia de La Concepción de Madrid fue una impresionante manifestación de duelo de todos los sectores de la sociedad.

El Premio ABC de Arte del año 2010 lo ganó el artista Juan López Díaz por su obra "Numerosis". El premio se entregó en el transcurso de una cena a la que asistieron numerosas personalidades del mundo de las artes, la cultura y la política. Los ganadores expusieron sus obras en la Feria Internacional de Arte ARCO 2010. Las obras premiadas han pasado a formar parte de la colección ABC.

Por su parte, ABC.es desarrolló en 2010 la II Edición del Festival Iberoamericano de Cortometrajes, un certamen donde han participado más de 600 cortos procedentes de más de 15 países. Durante los meses de presentación de candidaturas, la web www.abc.es/fibabc recibió más de 200.000 visitas de internautas. El premio del Jurado al Mejor Corto del Festival recayó sobre la pieza de animación "El Empleo", mientras que en el Certamen de i-Cortos, la sección paralela abierta también a los realizadores aficionados, se otorgó el premio del Jurado, a "Luciérnaga".

En el Museo ABC se hizo entrega de los premios Mariano de Cavia, Luca de Tena y Mingote, presidido por Sus Majestades los Reyes que este año han recaído en el ex director y columnista de ABC Ignacio Camacho, en el cronista y escritor Manuel Leguineche, y en el fotógrafo Marcos Moreno, respectivamente.

De igual manera, Alberto García Reyes, fue distinguido con el XI Premio Joaquín Romero Murube de Periodismo, que otorga ABC por su artículo "Poemas del oprobio", publicado el 12 de octubre de 2009 en ABC Sevilla.

Por su parte, Catalina Luca de Tena, presidenta de ABC y mecenas de la Cátedra de Piano, recibió de manos de Su Majestad la Reina una de las medallas de honor de la Escuela Superior de Música Reina Sofía por sus más de diez años de apoyo a la música. Como expresó Paloma O'Shea, presidenta de la Fundación Albéniz, a una incuestionable "contribución para hacer de España un centro de referencia de la enseñanza musical".

El año cerró con la gala taurina del Premio Taurino ABC otorgado a Enrique Ponce, galardonado por el acontecimiento excepcional de haber cumplido en esta temporada

animated piece "El Empleo", while in the parallel i-Short section for amateur film markets, the Jury prize went to "Luciérnaga".

The Mariano de Cavia, Luca de Tena and Mingote prizes were awarded in the Museo ABC by the King and Queen, and this year went to the former editor and columnist of ABC, Ignacio Camacho, the journalist and writer Manuel Leguineche, and the photographer Marcos Moreno, respectively.

All of Spanish society united in a heartfelt tribute to Don Guillermo Luca de Tena, highlighting the extraordinary role he played as an editor and as a journalist.

EN LA CEREMONIA DE ENTREGA DE LOS PREMIOS MARIANO DE CAVIA, LUCA DE TENA Y MINGOTE, DON JUAN CARLOS ENSALZÓ EL “MÉRITO, EL ÉXITO Y LA ALTAURA PROFESIONAL DE LOS PREMIADOS” ASÍ COMO LA RELEVANCIA DE LAS DISTINCIONES QUE ENTREGA CADA AÑO ABC QUE “ALIENTAN LA EXPRESIÓN LIBRE DE PENSAMIENTOS, IDEAS U OPINIONES, QUE FORTALECEN GLOBALMENTE EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD, AUTÉNTICA RAÍZ VITAL DE NUESTRA CONVIVENCIA DEMOCRÁTICA”. EN EL DISCURSO DE SU MAJESTAD EL REY NO FALTARON PALABRAS DE AFECTO Y AGRADECIMIENTO A LA FIGURA DE DON GUILLERMO LUCA DE TENA.



IN THE AWARD CEREMONY FOR THE MARIANO DE CAVIA, LUCA DE TENA AND MINGOTE PRIZES, HIS MAJESTY JUAN CARLOS PRAISED THE “MERIT, SUCCESS AND PROFESSIONAL STANDING OF THE WINNERS” AND THE IMPORTANCE OF THE AWARDS THAT ABC MAKES EACH YEAR, “ENCOURAGING THE FREE EXPRESSION OF THOUGHTS, IDEAS AND OPINIONS, WHICH REINFORCES THE EXERCISE OF FREEDOM, THE REAL FOUNDATION FOR OUR DEMOCRATIC COMMUNITY”. IN HIS SPEECH, HIS MAJESTY ALSO SPOKE WARMLY AND GRATEFULLY ABOUT THE LATE DON GUILLERMO LUCA DE TENA.

Likewise, Alberto García Reyes was awarded the **XI Joaquín Romero Murube Prize for Journalism**, in recognition from ABC for his article “Poems of opprobrium”, published on 12 October 2009 in ABC Seville.

Meanwhile, Catalina Luca de Tena, editing chairman of ABC and a supporter of the Cátedra de Piano, received from Her Majesty the Queen one of the medals of honour of the **Queen Sofia Higher School of Music**, in recognition of more than ten years of support to music. In the words of Paloma O’Shea, chairwoman of the Albéniz Foundation, the award recognises her “contribution towards making Spain a leader in musical education”.

The year ended with the bullfighting gala of the **ABC Bullfighting Prize**, awarded to the discipline’s leading figure, Enrique Ponce, in recognition of having in 2010 participated in a total of two thousand bullfights.

Reflecting its social function, in 2010 the **Foro ABC** continued to hold economic, political and social debates, with the participation of leading figures such as José Montilla, José Sócrates, Miguel Ángel Moratinos and Mariano Rajoy.

Now in its thirty-eight edition, the **ABC Prize for the Best Car of the Year**, the most prestigious in the sector, was awarded to the Opel Astra, with the participation of 50 specialist journalists, from specialist automotive publications and the general press.

In the area of social responsibility, the sixth **ABC Solidarity Prize**, recognising the social contribution of the action of young Spaniards, and supported by the sponsorship of Banco Santander and Telefónica, awards were made to the Infant Oncology Association of Madrid (ASION) for its project of self-help for young people with the disease, including a photography workshop for



15 El jurado y los ganadores de la VI Edición de los Premios ABC Solidario.

The jury and winners of the VI Edition of the ABC Solidario Awards.

2010 las dos mil corridas como máxima figura del toreo.

Ligado a la relevancia de su función social, durante 2010 el **Foro ABC** continuó con la puesta en marcha de debates del orden económico, político y social, con la participación de figuras de la talla de José Montilla, José Sócrates, Miguel Ángel Moratinos o Mariano Rajoy.

En su trigésimo octava edición, se concedió el **Premio ABC al Mejor Coche del Año**, el más codiciado del sector, al Opel Astra, gracias a la participación de más de 50 periodistas especializados en el sector motor, tanto de publicaciones temáticas como de información general.

En el ámbito de la responsabilidad social, en la sexta edición del **Premio ABC Solidario**, premio que reconoce la aportación social de las acciones de los jóvenes españoles, y que cuenta con el patrocinio del Banco Santander y Telefónica, se premió a la Asociación Infantil Oncológica de la Comunidad de Madrid (ASION) por un proyecto de autoayuda entre jóvenes afectados: taller de fotografía para

adolescentes enfermos de cáncer impartido por chicos que han superado la enfermedad y posterior publicación de un libro con las fotografías realizadas. El accésit al mejor Proyecto Solidario recayó en la asociación Aliento, que organiza un servicio de guardería en el asentamiento chabolista "El Vacie" de Sevilla que permite a los padres formación y búsqueda de trabajo. En la modalidad de Entidad Solidaria fueron premiadas la Fundación Red de Apoyo a la Integración Sociolaboral (RAIS) y la Fundación Theodora; en la modalidad de Investigación Solidaria Javier Bajo Pérez fue galardonado por su trabajo "DIAMI, director basado en inteligencia ambiental para músicos invidentes".

Gracias al patrocinio de Telefónica, Canal de Isabel II, Consejería de Educación de la Comunidad Valenciana y Fundación Arcyl se ha desarrollado la propuesta educativa **ABCNCLASE**, el suplemento de ABC dedicado a jóvenes que están en colegios e institutos. Con un lenguaje cercano y directo, intenta explicar los riesgos de la vida así como otras noticias de interés general y particular dirigida a los estudiantes. ■

young people with cancer, where lessons are provided by youth who have overcome the disease, with a book of photographs then published. The consolation prize for best project went to the Aliento association, which organises a crèche service in the shanty town "El Vacie" in Seville, enabling parents to look for training and work. The prizes to institutions went to the Foundation for the Support Network for Social and Labour Integration and to the Theodora Foundation, while in the research category, Javier Bajo Pérez was awarded for this work "DIAMI, distributed intelligent environment for visually impaired musicians".

Thanks to the support of Telefónica, Canal de Isabel II, the Education Ministry of the Comunidad Valenciana and the Arcyl Foundation, the education project **ABCNCLASE** has been made possible, providing an ABC supplement for young people in schools and institutes. With a colloquial, direct language, the supplement aims to explain the risks of life, as well as providing other general interest news and news of particular interest to students. ■

Museo ABC de Dibujo e Ilustración



En el ámbito cultural, 2010 trajo un nuevo hito a la historia de ABC, la inauguración en Madrid del **Museo ABC de Dibujo e Ilustración**. Desde 1891, trazo a trazo, dibujantes, ilustradores y pintores han alimentado la Colección ABC, el germen, alimento y fondo artístico del Museo ABC. Un legado único, un siglo de arte gráfico que se ha nutrido con la obra de más de 1.500 artistas de todos los estilos, técnicas y tendencias del dibujo y la ilustración hasta alcanzar las casi 200.000 dibujos originales de que hoy dispone. Un incalculable tesoro que se presenta ante los ojos actuales en perfecto estado de revista y de conservación, virtudes que permitirán el estudio y la difusión de sus fondos de manera directa y generosa. Un conjunto histórico pero decididamente contemporáneo. Histórico, por el excepcional y selecto material que aporta al patrimonio artístico; contemporánea por su carácter inmediato, activo y comunicador, íntima e intensamente relacionado con otras vertientes de la ilustración como el diseño gráfico, el cómic, la animación, la creación digital...

Este ambicioso proyecto, avalado por ABC y Vocento, está impulsado por la Fundación Colección ABC, una institución sin ánimo de lucro, y cuenta con el apoyo de la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid, además de la colaboración de las Fundaciones Santander y Mutua Madrileña, Caser, Prosegur y Schindler. ■

Un siglo de arte gráfico
con la obra de más de
1.500 artistas de todos
los estilos, técnicas y
tendencias del dibujo
y la ilustración.

One century of graphical
art, including the work
of over 1,500 artists
representing every style,
technique, and trend in
drawing and illustration.

In the cultural space, 2010 saw another landmark in the history of ABC, with the inauguration in Madrid of the **ABC Museum of Design and Illustration**. Since 1891, cartoonists, illustrators and painters have been supplying the ABC Collection, which is the source of the content of the ABC Museum. This is a unique legacy, one century of graphical art, including the work of over 1,500 artists representing every style, technique, and trend in drawing and illustration, with almost 200,000 original drawings now included in the collection, a treasure of incalculable value and in a perfect state of conservation, enabling the direct study and distribution of the contents of this collection. This is a historic, but also very contemporary space, combining exceptional material from the artistic heritage of the past, with an immediate, intimate and powerful impact, and with close connections to other areas of illustration such as graphic design, comics, animation, digital creation, and others.

This ambitious project, supported by ABC and Vocento, is made possible by the ABC Collection Foundation, a not for profit institution, and is also supported by the Community and Municipality of Madrid, as well as by the Santander and Mutua Madrileña, Caser, Prosegur and Schindler Foundations. ■

ABC Museum of Drawing and Illustration

ABC

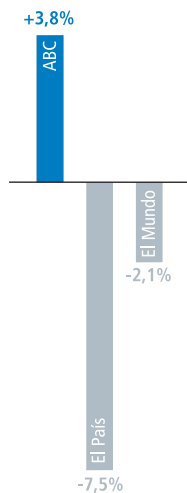
— www.abc.es —

AUDIENCIA*
AUDIENCE
756.000 lectores
readers

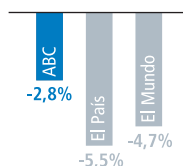
DIFUSIÓN**
CIRCULATION
249.540 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS***
UNIQUE USERS
4.330.000 usuarios
audience

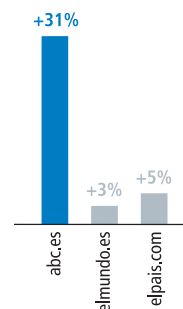
EVOLUCION DE LA AUDIENCIA*
EVOLUTION OF THE AUDIENCE



EVOLUCION DE LA DIFUSIÓN*
EVOLUTION OF THE CIRCULATION



EVOLUCION DE LOS USUARIOS ÚNICOS***
EVOLUTION OF THE UNIQUE USERS



* Audiencia. Fuente: EGM: 3º Año Móvil 2010.

** OJD (Enero-Diciembre 2010). Julio-Diciembre pendiente de certificar.

*** Datos de Nielsen Online Netview. Diciembre 2010.

* Audience. Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.

** OJD (January 2010-December 2010). July-December pending certification.

*** Nielsen Online Netview. December 2010.

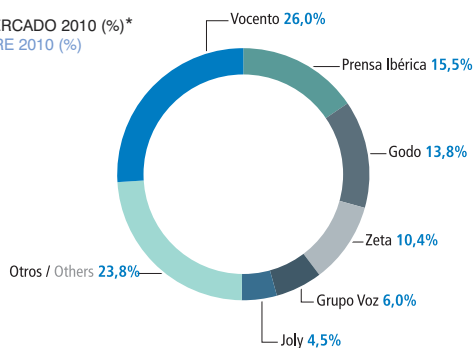
Prensa regional

Vocento ha consolidado en 2010 su liderazgo en la prensa regional, tanto en diarios escritos como en Internet. Los 12 periódicos y sus portales han mantenido y fortalecido su posición dominante, tanto en difusión como en el mercado publicitario de sus respectivos ámbitos geográficos.

In 2010, Vocento consolidated its leadership of the regional press, in terms of both print and online. The 12 newspapers and their portals have maintained and reinforced their dominant position in circulation and in the advertising market in their respective regions.

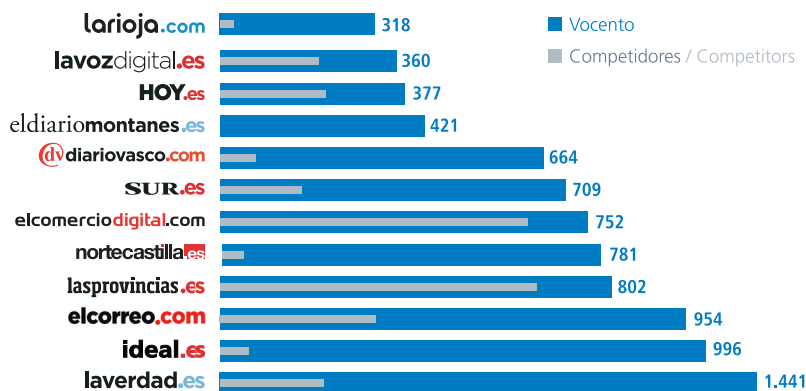
Regional press

CUOTA DE MERCADO 2010 (%)*
MARKET SHARE 2010 (%)



El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Rioja, El Comercio, El Norte de Castilla, Las Provincias, La Verdad, Hoy, Ideal, Sur y La Voz de Cádiz han alcanzado una difusión superior a los cuatrocientos mil ejemplares diarios, con una audiencia de 2,23 millones de lectores, a lo que hay que sumar más de cinco millones de usuarios únicos diarios de sus webs.

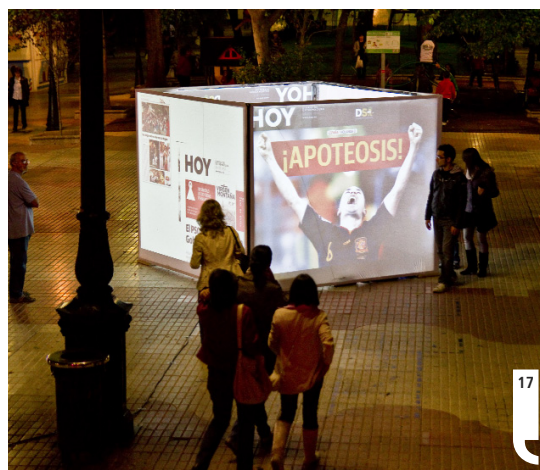
LIDERAZGO EDICIONES DIGITALES REGIONALES**
DICIEMBRE 2010 (MILES U.U.M.)
REGIONAL EDITIONS LEADERSHIP.
DECEMBER 2010 (THOUSAND U.M.U.)



El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Rioja, El Comercio, El Norte de Castilla, Las Provincias, La Verdad, Hoy, Ideal, Sur and La Voz de Cádiz have obtained circulation of over four hundred thousand daily copies, with a readership of 2.23 million, in addition to over five million unique daily users on their web sites.

* Fuente: OJD (datos no auditados).
** Fuente: Nielsen NetView.

* Source: OJD (unaudited data).
** Source: Nielsen NetView.



16 **Izquierda.** El Diario La Rioja organizó una degustación de productos típicos en el "Taller del gusto".
17 **Derecha.** El Diario Hoy participó en el festival "Urban Screens". En la imagen, el "Cubo del tiempo HOY", donde aparecían portadas recreando el paso del tiempo.

Left. The newspaper Diario La Rioja organised a tasting of typical foods in its "Taste Workshop".
Right. Diario Hoy participated in the "Urban Screens" festival. In the photograph, the "HOY Time Cube", where front pages recreate the passing of time.

Todo ello convierte a Vocento en el primer grupo de prensa de España y líder absoluto y referente en los mercados regionales gracias al poder de prescripción de sus marcas, con una cuota de mercado en prensa regional del 26,0%** (OJD) reforzado por mayores audiencias en Internet que sus competidores.

En 2010 las cabeceras regionales iniciaron un profundo proceso de renovación y reorganización de las redacciones para adaptarse a las exigencias de un sector en plena transformación, como es el de los medios de comunicación, que también vive inmerso, como todos, en la crisis económica más importante de las últimas décadas. Formar para innovar en procesos de trabajo que permitan ofrecer los productos demandados por los usuarios y anunciantes es el objetivo de un ambicioso plan en pleno desarrollo. El proyecto parte de la necesidad de liderar un cambio cultural en la redacciones que permita a los periodistas y al resto de departamentos de cada periódico dar respuesta a las necesidades informativas de los ciudadanos en el soporte que elijan (papel, internet, móviles, *tablets*, etc.), manteniendo los niveles de calidad, en un entorno cada vez más competitivo.

En 2010 las cabeceras regionales iniciaron un profundo proceso de renovación y reorganización de las redacciones para adaptarse a las exigencias de un sector en plena transformación.

Al igual que en 2009, cuando se llevó a cabo el rediseño y cambio de modelo editorial para modernizar de todos los diarios en papel, con el hito que supuso hacerlo efectivo el mismo día en las 12 cabeceras, en 2010 se puso en marcha un plan de redacciones únicas con el objetivo de integrar la producción y la edición

As a result, Vocento is the leading press group in Spain and the absolute leader in the regional markets where it operates, thanks to the power and visibility of its brands, with market share in regional press of 26.0%** (OJD), supported by online audiences that are higher than those of its competitors.

In 2010, the regional titles embarked on a major process of editorial renewal and reorganisation, to adapt to the demands of a media sector that is going through a radical transformation and that is feeling the effects of the deepest recession of recent times. This ambitious scheme is focused on training and innovation in processes that allow us to offer the products that are now being demanded by users and by advertisers. The project reflects the need to carry out a cultural change, that will enable journalists and the other departments of each newspaper to respond to the demands of users for information in the form that they choose to receive it (paper, Internet, mobile phones, tablets, etc.), while maintaining high levels of quality, in today's increasingly competitive market.

Just as in 2009, when the editorial side of the print media was redesigned and restructured



18 El Diario Vasco organizó el Triatlón que se desarrolló en Zarautz (Guipúzcoa).

Diario Vasco organised the Triathlon that took place in Zarautz (Guipúzcoa).

del periódico en papel y los portales de Internet. Este plan de integración supuso redefinir los procesos de trabajo y diseñar los nuevos perfiles de los periodistas. Para fortalecer las nuevas estructuras ha sido preciso redefinir los organigramas de las redacciones y los roles profesionales.

El modelo de redacciones únicas se diseñó por la Dirección Editorial de Medios Regionales con la implantación previa como proyecto piloto en Las Provincias y en Colpisa-Redacción Central. Una vez probado y en desarrollo, comenzó su aplicación en el resto de cabeceras, con un programa paralelo de formación especializada en cada uno de los diarios, así como la organización de jornadas de trabajo específicas con directores, jefes de la redacción, editores y periodistas. Un equipo integrado por periodistas de Vocento, especializados en el modelo de integración, se desplazó a cada uno de los diarios para analizar las carencias y fortalecer de cada diario y establecer un plan de formación de los periodistas, centrado especialmente en los estilos narrativos de los

In 2010, the regional titles embarked on a major process of editorial renewal and reorganisation, to adapt to the demands of a media sector that is going through a radical transformation

in order to modernise all of the print newspapers, effective on the same day for all 12 titles, in 2010 the Single Editorial Team was implemented across the area, integrated the production and content of the print newspapers and their Internet portals.

This integration plan involved a complete redefinition of working processes, a new profile for our journalists, a new organizational structure for the editorial teams and the redefinition of each professional role.

The single editorial model was designed by the Editorial Management of Regional Media, following a pilot project that was

implemented at Las Provincias and at Colpisa-Editorial Centre. Once the model had been tested, it was applied in the other titles, accompanied by a specialist training programme at each newspaper, and by specific events for managers, editorial directors, editors and journalists. A team of Vocento journalists with experience in the integrated model was sent to each newspaper, to analyse the needs and strong points of each title and to establish a training programme for journalists, focusing in particular on the different styles needed for the different vehicles, on multimedia tools, and on social networks. The implementation of this plan will continue in 2011, including



nuevos soportes, en las herramientas multimedia y en el entorno de las redes sociales. Este plan de redacciones únicas continuará durante 2011 tanto en el ajuste de los procesos de trabajo como en la formación, clave para el éxito de este proyecto.

Paralelamente a esta transformación, todas las cabeceras regionales de Vocento terminaron de definir el rediseño que se presentó a los lectores el 27 de noviembre de 2009 para adaptarlo con pequeños retoques a las especificidades de cada diario. Estos cambios han permitido afianzar y fortalecer las imbricaciones de cada medio en la sociedad en la viven y el valor prescriptor y la capilaridad de nuestras marcas y medios.

La ampliación de los productos audiovisuales ha sido otra de las grandes apuestas de las cabeceras regionales de Vocento para mejorar la oferta de sus webs. En este sentido ha sido decisiva la implicación de las redacciones y la modernización de los equipos. La formación de fotógrafos y periodistas de las diferentes cabeceras ha permitido aumentar

La ampliación
de los productos
audiovisuales ha sido
otra de las grandes
apuestas de las
cabeceras regionales
de Vocento para
mejorar la oferta de
sus webs.

further adjustment of working processes and further training, which is the key to the success of this project.

In parallel with this process of transformation, all of the regional titles of Vocento have concluded the redesign programme, that was presented to readers on 27 November 2009, by carrying out small specific changes for each newspaper. These changes have enabled each title to strengthen its roots in the social context of the region where it operates, hence reinforcing the reach and influence of our brands and our media.

The increase in the use of audiovisual content has been another key tactic that the regional titles of Vocento are using to improve their web sites. The commitment of the editorial teams and their modernization process have been essential. The training of photographers and journalists at the different titles has enabled an increase in audiovisual content on the portals, with the supply of information being adapted to the rise in demand for audiovisual content.

The increase in the use of audiovisual content has been another key tactic that the regional titles of Vocento are using to improve their web sites.



la producción audiovisual de los portales y adaptar la oferta informativa a una demanda cada vez más audiovisual.

La reorganización y redefinición de Colpisa como agencia y redacción central de los medios regionales de Vocento en Madrid ha supuesto un paso importante en su estructura. Desde una única redacción se elaboran y editan contenidos generales de Política, Actualidad, Mundo, Economía, Cultura, Sociedad, Deportes y Opinión, que se distribuyen a los periódicos ya editados en página para los diarios de papel así como contenidos audiovisuales propios para los portales de internet. Además, se coordina el suplemento económico Dinero y Empleo, se elaboran los contenidos y suplementos especiales de carácter informativo y comercial y se coordina el marketing editorial para el fomento de otros productos editoriales y promocionales.



19 Izquierda. Entrega de los premios "Un alma solidaria" organizados por el Diario La Rioja, donde se destacó la importancia de la divulgación y la concienciación social.
20 Derecha. Participantes del XIX torneo "DV de Pelota" que se celebró en la localidad de Baños del Río Tobía.

Left. The award ceremony for "A spirit of solidarity", organised by Diario La Rioja and focusing on the importance of raising attention and awareness.

Right. Participants in the XIXth "DV de Pelota" tournament, which was held at Baños del Río Tobía.

The restructuring of Colpisa into the central editorial team and agency in Madrid for the regional media of Vocento has represented a significant step forward. The one single team now prepares and produces general content for Politics, Current Affairs, World News, Economy, Culture, Society, Sports and Opinion, which are distributed to the newspapers already on the page, in addition to providing audiovisual content for the Internet portals. The area also prepares the financial supple-

ment Dinero y Empleo, as well as special advertising supplements, and coordinates the marketing for other editorial and promotional products.

In response to the demand to access information on new media vehicles, and reflecting our commitment to being leaders in the digital space, in 2010 Vocento began to roll out an iPad application for each of its portals, just as it did in 2009 with the iPhone.



21



22

21 **Arriba.** Su Alteza Real el Príncipe de Asturias presidió el almuerzo de celebración del centenario de El Correo, que tuvo lugar en el Museo Guggenheim de Bilbao.

22 **Abajo.** El Monasterio de la Victoria acogió la VI edición de los "Premios La Voz". El presidente del Consorcio del Bicentenario, Luis Pizarro, hizo entrega del nuevo galardón: "La Pepa".

Top. His Royal Highness the Prince of Asturias presided over the lunch to celebrate the hundred years of El Correo, in the Guggenheim Museum in Bilbao.

Bottom. The Monasterio de la Victoria hosted the VI "La Voz Awards". The chairman of the Consorcio del Bicentenario, Luis Pizarro, awarded the newest prize: "La Pepa".

Para dar respuesta a la demanda de información en nuevos soportes, con el convencimiento de la importancia de estar en la vanguardia digital, Vocento comenzó a desarrollar en 2010, como hizo en 2009 con el iPhone, una aplicación de cada uno de los portales digitales para el iPad.

De esta forma, los medios regionales de Vocento, con la responsabilidad de su posición

de liderazgo y para dar respuesta a las nuevas inquietudes y necesidades de sus lectores y clientes, han iniciado una importante renovación para adaptarse a la aparición de nuevos soportes, a los constantes avances tecnológicos y a los nuevos restos de un sector y una sociedad en constantes transformación. ■

As a result, in 2010 the regional media of Vocento, with all the responsibility of their leadership position, have implemented a major process of renewal, responding to the new concerns and needs of their readers and clients, while adapting to the emergence of new media vehicles, technological developments, and the challenges of a sector and a society that are undergoing continuous transformation. ■

EL CORREO



AUDIENCIA*
AUDIENCE

475.000 lectores
readers

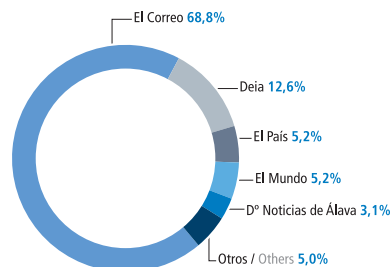
CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE

69,4%

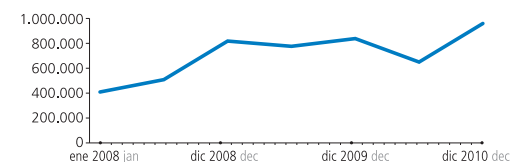
DIFUSIÓN**
CIRCULATION

102.379 ejemplares
copies

DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS



EL DIARIO VASCO



AUDIENCIA*
AUDIENCE

265.000 lectores
readers

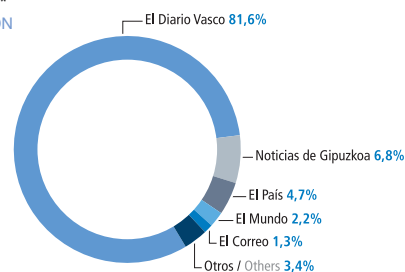
CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE

79,2%

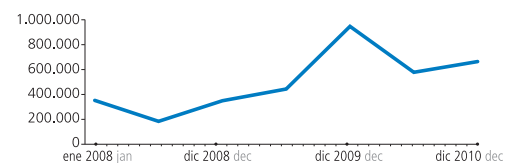
DIFUSIÓN**
CIRCULATION

71.942 ejemplares
copies

DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS



* Audiencia. Fuente: EGM: 3º Año Móvil 2010.
** OJD (Enero-Diciembre 2010). Julio-Diciembre pendiente de certificar.
*** Fuente: OJD (Enero 2009-Diciembre 2009).
**** Datos de Nielsen Online Netview. Diciembre 2010.
***** Datos de Nielsen Online Netview. Enero 2008-Diciembre 2010.
El Correo: Álava y Vizcaya.
El Diario Vasco: Guipúzcoa.

* Audience. Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.
** OJD (January 2010-December 2010). July-December pending certification.
*** Source: OJD (January 2009-December 2009).
**** Nielsen Online Netview. December 2010.
***** Nielsen Online Netview. January 2008-December 2010.
El Correo: Álava and Vizcaya.
El Diario Vasco: Guipúzcoa.

LA VERDAD



AUDIENCIA*
AUDIENCE

235.000 lectores
readers

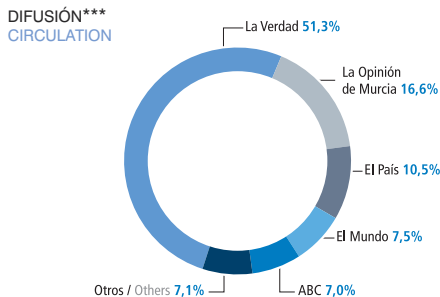
CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE

59,9%

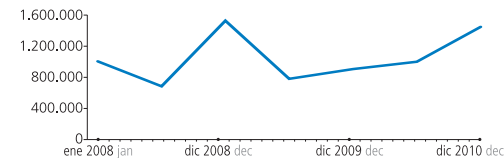
DIFUSIÓN**
CIRCULATION

32.600 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS
1.441.000 usuarios
audience



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



EL DIARIO
MONTAÑÉS



AUDIENCIA*
AUDIENCE

174.000 lectores
readers

CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE

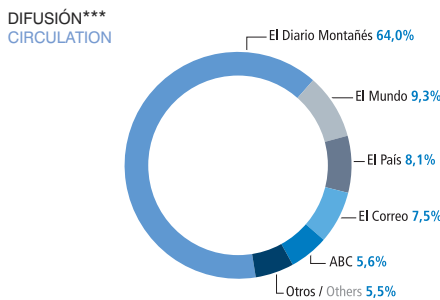
71,7%

DIFUSIÓN**
CIRCULATION

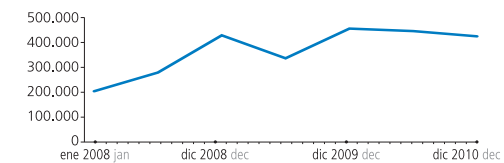
32.324 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS

421.000 usuarios
audience



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



* Audiencia. Fuente: EGM: 3^{er} Año Móvil 2010.

** OJD (Enero-Diciembre 2010). Julio-Diciembre pendiente de certificar.

*** Fuente: OJD (Enero 2009-Diciembre 2009).

**** Datos de Nielsen Online Netview. Diciembre 2010.

***** Datos de Nielsen Online Netview. Enero 2008-Diciembre 2010.

La Verdad: Región de Murcia.

El Diario Montañés: Cantabria.

* Audience. Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.

** OJD (January 2010-December 2010). July-December pending certification.

*** Source: OJD (January 2009-December 2009).

**** Nielsen Online Netview. December 2010.

***** Nielsen Online Netview. January 2008-December 2010.

La Verdad: Región de Murcia.

El Diario Montañés: Cantabria

El Norte de Castilla



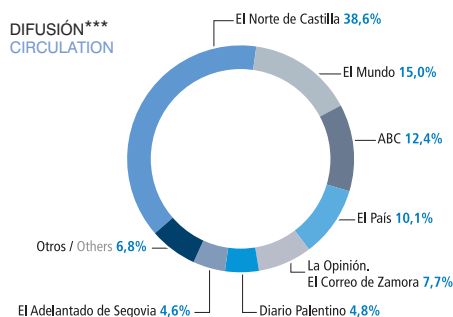
AUDIENCIA*
AUDIENCE
208.000 lectores
readers

CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE
45,5%

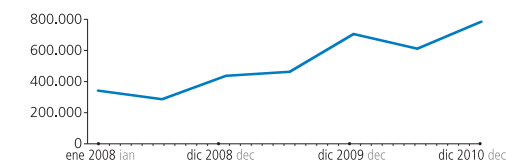
DIFUSIÓN**
CIRCULATION
31.472 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS
781.000 usuarios
audience

DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



LAS PROVINCIAS



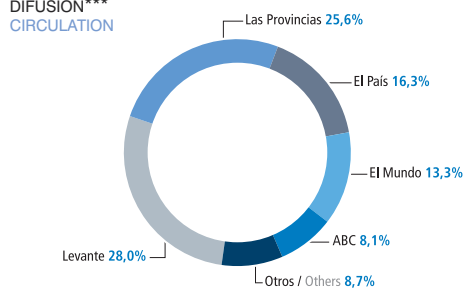
AUDIENCIA*
AUDIENCE
157.000 lectores
readers

CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE
22,0%

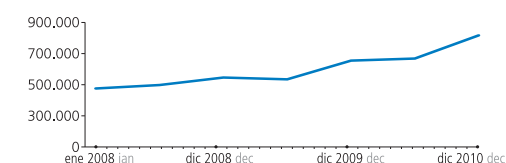
DIFUSIÓN**
CIRCULATION
30.802 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS
802.000 usuarios
audience

DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



* Audiencia. Fuente: EGM: 3º Año Móvil 2010.
** OJD (Enero-Diciembre 2010). Julio-Diciembre pendiente de certificar.
*** Fuente: OJD (Enero 2009-Diciembre 2009).
**** Datos de Nielsen Online Netview. Diciembre 2010.
***** Datos de Nielsen Online Netview. Enero 2008-Diciembre 2010.
El Norte de Castilla: Palencia, Segovia, Valladolid y Zamora.
Las Provincias: Valencia.

* Audience. Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.
** OJD (January 2010-December 2010). July-December pending certification.
*** Source: OJD (January 2009-December 2009).
**** Nielsen Online Netview. December 2010.
***** Nielsen Online Netview. January 2008-December 2010.
El Norte de Castilla: Palencia, Segovia, Valladolid and Zamora.
Las Provincias: Valencia.

IDEAL



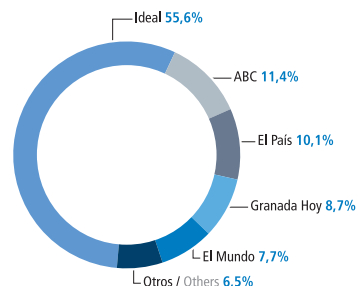
AUDIENCIA*
AUDIENCE
171.000 lectores
readers

CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE
70,4%

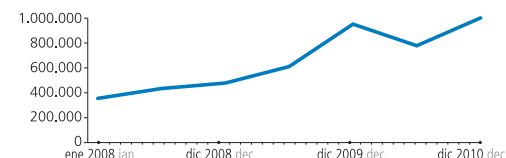
DIFUSIÓN**
CIRCULATION
29.069 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS
996.000 usuarios
audience

DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



SUR



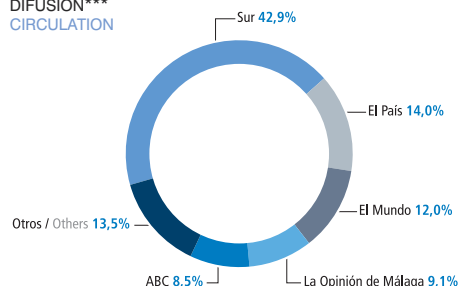
AUDIENCIA*
AUDIENCE
164.000 lectores
readers

CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE
50,5%

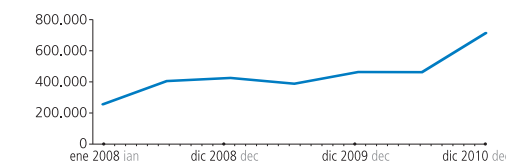
DIFUSIÓN**
CIRCULATION
27.050 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS
709.000 usuarios
audience

DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



* Audiencia. Fuente: EGM: 3^{er} Año Móvil 2010.
** OJD (Enero-Diciembre 2010). Julio-Diciembre pendiente de certificar.
*** Fuente: OJD (Enero 2009-Diciembre 2009).
**** Datos de Nielsen Online Netview. Diciembre 2010.
***** Datos de Nielsen Online Netview. Enero 2008-Diciembre 2010.
Ideal: Granada.
Sur: Málaga.

* Audience. Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.
** OJD (January 2010-December 2010). July-December pending certification.
*** Source: OJD (January 2009-December 2009).
**** Nielsen Online Netview. December 2010.
***** Nielsen Online Netview. January 2008-December 2010.
Ideal: Granada.
Sur: Málaga.

LA RIOJA

[illegible]

AUDIENCIA*
AUDIENCE

90.000 lectores
readers

CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE

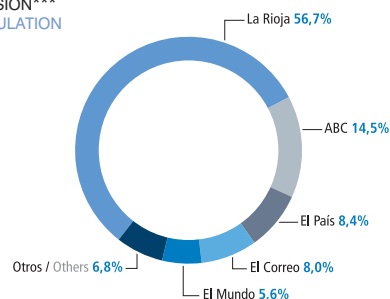
63,1%

DIFUSIÓN**
CIRCULATION

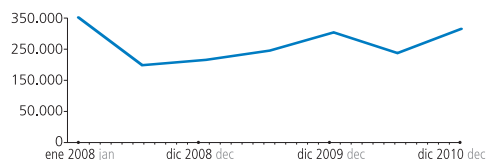
14.357 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS
318.000 usuarios
audience

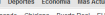
DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



LA VOZ
DE CÁDIZ



[Estilo](#)
[Cádiz](#)
[Jerez](#)
[C. Gibraltar](#)

[Estilo](#)
[Cádiz](#)
[Jerez](#)
[C. Gibraltar](#)

[Inicio](#)
[Ayuda](#)
[Regístrate](#)

[Portada](#)
[Local](#)
[Deportes](#)
[Economía](#)
[Más Actualidad](#)
[Gente](#)
[TV](#)
[Ocio](#)
[Participa](#)
[Blog](#)
[Servicios](#)
[Hemeroteca](#)

[Cádiz](#)
[San Fernando](#)
[Cádiz](#)
[Puerto Real](#)
[El Puerto](#)
[Janda](#)
[Sierra](#)
[C. Nívores](#)
[Opinión](#)
[Fotos](#)
[Videos](#)

Estilo en: [Cádiz](#) - [La Voz Digital](#) - [Noticias](#) [Portada](#)



DE LUNES A DOMINGO, UNA LÁMINA CON
8 CROMOS POR SÓLO 0,10€





Enero suma 4.621 paradas más en Cádiz

El año tuvo un 100.930 paradas, hasta los 4,2 millones, en Cádiz

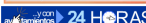
W2 2 Comentarios

- La Seguridad Social prevé 223.146 afiliados en enero
- Salgado: «Este año se crearán entre 50.000 y 100.000 empleos»



TRATAMIENTO DE SOBREPESO CON BALÓN INTRAABDOMINAL

CLÍNICA DE ESTÉTICA





China compite con Nanvinta

tecnología

El gobernador del Gobierno de Hainan y el terror de los siete países que conforman la OIC China

W1 Cuarenta notas rotas

- FOTOS: Galería de imágenes
- Nalgaité, un indígena del Caribe que da nombre al barco
- La construcción de los BNA comienza a final de año



El folleto misterioso

El asaltante que robó el dinero de la protagonista

La policía investiga una serie de delitos de la provincia que apunta a los sospechosos de que se los guardaron de millones de euros

W4 Comentarios



SUICIDIO: Cada día que me levanto aparece un problema nuevo

LA UNICIÓN

Cuando el psicólogo inventó en la España del franquismo el diagnóstico, el asaltante explica los problemas con Camacho y Rivera. Su hijo está en el hospital que se centra en el suicidio

W2 2 Comentarios



AUDIENCIA*
AUDIENCE

17.000 lectores
readers

CUOTA DE MERCADO*
MARKET SHARE

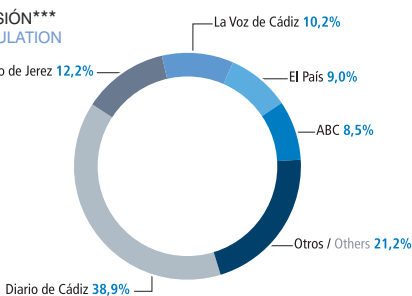
5,8%

DIFUSIÓN**
CIRCULATION

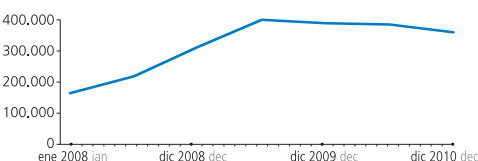
5.843 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS****
UNIQUE USERS
360.000 usuarios
audience

DIFUSIÓN***
CIRCULATION



USUARIOS ÚNICOS*****
UNIQUE USERS



* Audiencia. Fuente: EGM: 3er Año Móvil 2010.

** OJD (Enero-Diciembre 2010). Julio-Diciembre pendiente de certificar.

*** Fuente: OJD (Enero 2009-Diciembre 2009).

**** Datos de Nielsen Online Netview. Diciembre 2010.

***** Datos de Nielsen Online Netview. Enero 2008-Diciembre 2010.

La Rioja: La Rioja

La Voz de Cádiz: Cádiz.

* Audience. Source: EGM: 3rd 2010 Moving year

**** OJD (January 2010-December 2010). July-December pending certification.**

*** Source: OJD (January 2009-December 2009).

**** Nielsen Online Netview. December 2010.

***** Nielsen Online Netview. January 2008-December 2010.

La Rioja: La Rioja

La Voz de Cádiz: Cádiz.

Qué!

El diario gratuito Qué! contribuye al liderazgo de Vocento tanto en difusión como en número de lectores y usuarios únicos, desde la perspectiva de una marca nacional que ofrece una masa crítica compuesta por una audiencia cambiante con el paso del tiempo y complementaria para la compañía.



The free daily newspaper Qué! supports Vocento's leadership in circulation, readership and unique users, as a national brand that provides a critical mass of a dynamic range of consumers which is highly complementary for the company.

Qué!

Qué! cuenta con una tirada diaria de 619.129 ejemplares y 1.496.000 lectores que lo consolidan como el segundo diario gratuito de España. Está presente en más de 12 ciudades: Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao, Valencia, Gijón, Oviedo, Zaragoza, Huesca, Málaga, La Rioja y Castellón.

El gratuito destaca por una oferta informativa basada en la cercanía a sus lectores manteniendo equipos de redacción y publicidad propios en cada provincia. Está apoyado en una cuidada distribución con repartidores a primera hora de la mañana y con una red de expositores en puntos destacados durante todo el día.

La apuesta de Qué! por estar más cerca de su audiencia ha hecho converger papel e Internet, integrando los equipos de redacción. Qué.es completa la oferta informativa con una web que abarca nuevos contenidos y servicios prestando especial atención a la participación. Se ha consolidado en poco más de dos años entre las webs de periódicos más importantes de España, siendo además la web de diarios gratuitos que más porcentaje de crecimiento tiene en usuarios únicos frente al 2009.

Además, cuenta con su propia comunidad online. En ella, los usuarios de "Gente Qué!" se informan y relacionan con sus amigos a través de la actualidad del día.

Qué! has a daily print run of 619,129 copies and its 1,496,000 readers make it the second most popular free daily in Spain. It is present in over 12 cities: Madrid, Barcelona, Seville, Bilbao, Valencia, Gijón, Oviedo, Zaragoza, Huesca, Málaga, La Rioja and Castellón.

The newspaper is characterised by content that is based on a close relationship to its readers, with separate editorial and advertising teams for each province. The business is supported by a careful distribution network that operates in the morning rush hour, with distributors at key points all day long.

Qué! is committed to being closer to its readership, and this is reflected in the integration of its print and online editorial teams. Qué.es completes the supply of information, with a web site that includes new content and services, with a particular focus on user participation. In little more than two years, the site is one of the most read newspaper web sites in Spain, and was the free newspaper web site



that experienced the fastest growth in unique users from 2009.

In addition, it has its own online community, in which the users of "Gente Qué!" can access information and maintain social relationships with their friends, based around the current affairs of the day.



23 En la imagen, un evento promocional del diario Qué!

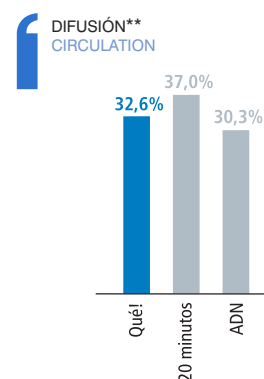
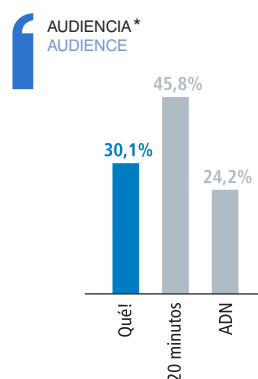
The picture shows a promotional event for the newspaper Qué!

Qué!

AUDIENCIA*
AUDIENCE
1.496.000 lectores
readers

TIRADA**
PRINT RUN
619.129 ejemplares
copies

USUARIOS ÚNICOS***
UNIQUE USERS
1.366.000 usuarios
audience



* Fuente: EGM: 3^{er} Año Móvil 2010.
** Fuente: PGD (Enero-Diciembre).
*** Datos de Nielsen Online Netview. Diciembre 2010.

* Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.
** Source: PGD (January 2010-December 2010).
*** Nielsen Online Netview. December 2010.

Vocento es líder en la publicación semanal de suplementos de información general y en revistas especializadas.

Taller de Editores S.A. (TESA) edita XLSemanal, Pantalla, Mujer Hoy y Hoy Corazón, suplementos semanales todos líderes en sus respectivos sectores y que se sitúan entre las cuatro revistas más leídas en nuestro país.

Suplementos y revistas

Además, Taller de Editores a través de su participación mayoritaria en Inversor Ediciones, S.L, edita la revista **Inversión y Finanzas**, única revista semanal en su sector, líder de audiencia y especializada en contenidos financieros y de gestión de patrimonio.

Supplements and magazines

Vocento is the leader in the publication of weekly general supplements and specialist magazines.

Taller de Editores S.A. (TESA) publishes XLSemanal, Pantalla, Mujer Hoy and Hoy Corazón, weekly supplements that are leaders in their segments and that are among the four most widely read magazines in the country.

In addition, Taller de Editores, based on its majority stake in Inversor Ediciones, S.L, publishes the magazine **Inversión y Finanzas**, the readership leader and the only weekly magazine in the segment of financial information and wealth management.





Las revistas y suplementos de Vocento alcanzan según EGM una audiencia de 5.683.000 lectores con un claro liderazgo de XLSemanal y Mujerhoy sobre sus competidores y con Hoy Corazón, que abre el abanico a la crónica social, y presenta su cifra récord de audiencia desde su lanzamiento en 2009 con más de 407.000 lectores.

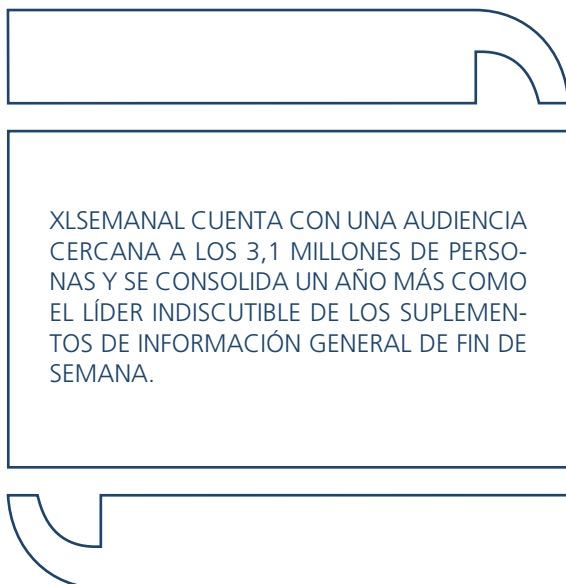
En la evolución hacia nuevos soportes, Vocento aprovecha el conocimiento y la experiencia en el sector de la comunicación y hace valer las sinergias de los medios *on-line* y *off-line* para ofrecer el mejor producto a sus clientes. El proceso de migración *on-line* es estratégico, donde destaca el posicionamiento en audiencia de los portales Mujerhoy (lanzamiento del nuevo portal en octubre de 2010) y hoyCinema (líder en su categoría) entre los más destacados en sus respectivas categorías temáticas según Nielsen Netview. ■

According to EGM, the magazines and supplements of Vocento have a readership of 5,683,000 readers, with XLSemanal and Mujerhoy well ahead of their competitors, while celebrity magazine Hoy Corazón, has achieved its highest readership since its launch in 2009, with over 407,000 readers.

In the development of new media, Vocento is leveraging its know-how and experience in the sector, and making the most of synergies between online and offline media, to offer our clients the best possible product. The *on-line* migration process is strategic for the Group, and highlights include the positioning in terms of audience of the portals Mujerhoy (new portal launched in October 2010) and hoyCinema (the leader in its category), which according to Nielsen Netview are among the leaders of their segments. ■

Las revistas y suplementos alcanzan una audiencia de 5.683.000 lectores.

The magazines and supplements of Vocento have a readership of 5,683,000 readers.



XLSEMANAL CUENTA CON UNA AUDIENCIA CERCANA A LOS 3,1 MILLONES DE PERSONAS Y SE CONSOLIDA UN AÑO MÁS COMO EL LÍDER INDISCUTIBLE DE LOS SUPLEMENTOS DE INFORMACIÓN GENERAL DE FIN DE SEMANA.



XL Semanal

XLSEMANAL ES LA REVISTA DE DOMINGO MÁS LEÍDA EN ESPAÑA

XL Semanal llega todos los fines de semana a todos los rincones de España a través de 21 diarios.

XL Semanal se distribuye con todos los periódicos del grupo (ABC, El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Verdad, Ideal, Hoy, Sur, La Voz de Cádiz, La Rioja, El Norte de Castilla, El Comercio y Las Provincias) y otros regionales líderes en su ámbito geográfico (La Voz de Galicia, Heraldo de Aragón, Diario de Navarra, Diario de Tarragona, Diario de Burgos, Diario de León, Diario de Avisos, Diario de Menorca y Diario de Ávila).

De esta forma, más de cuatro de cada diez personas que adquieren un dominical, se decantan por el de Vocento que cuenta, entre otros atractivos, con un importante elenco de firmas como Carlos Herrera, Arturo Pérez-Reverte, Juan Manuel de Prada, Eduardo Punset, Mingote o Carmen Posadas. ■



XLSemanal

XL SEMANAL IS THE MOST
WIDELY READ SUNDAY
SUPPLEMENT IN SPAIN

Every weekend XLSemanal reaches every corner of Spain, thanks to its distribution with 21 newspapers.

XLSemanal is distributed with all the newspapers of the group (ABC, El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Verdad, Ideal, Hoy, Sur, La Voz de Cádiz, La Rioja, El Norte de Castilla, El Comercio, and Las Provincias) and other newspapers that are leaders in their regions (La Voz de Galicia, Heraldo de Aragón, Diario de Navarra, Diario de Tarragona, Diario de Burgos, Diario de León, Diario de Avisos, Diario de Menorca and Diario de Ávila).

As a result, more than four out of every ten people who take a Sunday supplement chose the Vocento product, which, among its other appeals, includes well known contributors such as Carlos Herrera, Arturo Pérez-Reverte, Juan Manuel de Prada, Eduardo Punset, Mingote and Carmen Posadas. ■

XLSEMANAL HAS A READERSHIP OF CLOSE TO 3.1 MILLION PEOPLE, AND FOR YET ANOTHER YEAR HAS CONSOLIDATED ITS POSITION AS THE UNDISPUTED LEADER OF GENERAL WEEKEND SUPPLEMENTS.

Pantalla

LA ÚNICA REVISTA SEMANAL
DE CINE Y TELEVISIÓN

Pantalla es un referente en la información semanal que trata en profundidad la parrilla de televisión, los estrenos de cine y todos los contenidos de ocio a los que puedes acceder desde cualquier pantalla: televisión, cine y videojuegos.

Desde las páginas de este suplemento semanal, los lectores encuentran la información más completa de la programación nacional, autonómica y local, con información semanal destacada de toda la TDT. ■

PANTALLA IS THE MOST READ MAGAZINE IN ITS SECTOR, WITH 176,000 READERS AND A 25.7% SHARE OF THE TELEVISION MAGAZINE MARKET.



PANTALLA ES LA REVISTA MÁS LEÍDA DE SU SECTOR CON 176.000 LECTORES CON UNA CUOTA DEL 25,7% EN EL MERCADO DE REVISTAS DE TELEVISIÓN.

Pantalla

THE ONLY WEEKLY CINEMA
AND TELEVISION MAGAZINE

Pantalla is a leader in the provision of in depth information about television, new cinema releases, and all the leisure content that can be accessed from a screen-television, movies, and video games.

In the pages of this magazine, readers find the most complete information about national, regional and local programming, and full weekly coverage of all DTT. ■

Mujer Hoy

EL SUPLEMENTO FEMENINO MÁS LEÍDO EN ESPAÑA

Mujer Hoy ha seguido con su proceso de rediseño de la revista mediante un importante cambio estético y de modernización de contenidos para adaptarse mejor a las demandas de la mujer actual. Destaca la celebración de la Segunda Edición de los Premios Mujer Hoy, que este año ha sido otorgado por nuestras lectoras a la empresaria Doña Rosalía Mera, cofundadora de Inditex y Presidenta de la Fundación Paideia Galiza.

Mujer Hoy es la revista para público femenino más leída entre las mujeres que se distribuye con los periódicos de Vocento y con otros diarios regionales líderes, durante el fin de semana.

En 2010, y dentro del proceso estratégico de migración online, se produce el lanzamiento en octubre del nuevo portal de Mujerhoy.com ■

WITH OVER 1.9 MILLION READERS, MUJER HOY IS A LEADER IN ITS SEGMENT, PROVIDING INFORMATION ABOUT CURRENT AFFAIRS, HEALTH AND BEAUTY, AND DECORATION.



LOS DATOS DE AUDIENCIA DE 1,9 MILLONES DE LECTORES SITUAN A MUJER HOY COMO UNA DE LAS PUBLICACIONES DE REFERENCIA DENTRO DE ESTE SEGMENTO Y EN SUS PÁGINAS SE PUEDEN ENCONTRAR NOTICIAS SOBRE ACTUALIDAD, MODA Y BELLEZA, DECORACIÓN Y SALUD.

Mujer Hoy

THE MOST READ WOMEN'S SUPPLEMENT IN SPAIN

Mujer Hoy has continued the process of re-designing the magazine, with a major change in look and a modernisation of content, reflecting the demands of women of today. A highlight in the year was the Second Mujer Hoy Awards, which this year went to the businesswoman and co-founder of Inditex, Ms. Rosalía Mera, who is also the Chairwoman of the Paideia Galiza Foundation.

Mujer Hoy is the most read magazine for the female segment, and is distributed with Vocento newspapers and other leading regional newspapers at weekends.

In October 2010, as part of the strategic process of online migration, the new Mujerhoy.com portal was launched. ■

Hoy Corazón

EL ÚNICO SUPLEMENTO
DE FAMOSOS, VIDA SOCIAL
Y ENTRETENIMIENTO

Taller de Editores completa su oferta editorial con Hoy Corazón, revista dedicada a la actualidad de los famosos caracterizada por un tratamiento de la información dinámico, respetuoso y optimista. Desde su lanzamiento, en octubre del año 2006, acompaña la oferta editorial de los sábados y domingos con los diarios de Vocento, siendo muy bien valorada por su lectores.

Durante el año 2010 Hoy Corazón comenzó a distribuirse conjuntamente y con precio opcional muy competitivo y alcanzó una tirada de cerca de 500.000 ejemplares semanales, de esta manera se convierte en la segunda publicación española con mayor tirada en el segmento de famosos, vida social y entretenimiento. ■

THE SUPPLEMENT HAS NO COMPETITION IN THE WEEKEND SUPPLEMENT MARKET, AND IN 2010 CELEBRATED ITS FOURTH YEAR.



SIN COMPETENCIA EN EL MERCADO DE SUPLEMENTOS DE FIN DE SEMANA, HOY CORAZÓN CUMPLIÓ EN 2010 CUATRO AÑOS DE VIDA.

Hoy Corazón

THE ONLY SUPPLEMENT
COVERING CELEBRITIES, SOCIAL
LIFE, AND ENTERTAINMENT

Taller de Editores completes its editorial content with Hoy Corazón, a magazine that covers celebrity news from a fast moving, respectful and up-beat perspective. Since its launch in October 2006 it has been available on Saturdays and Sundays with Vocento newspapers, and has been very well received by its readers.

In 2010, Hoy Corazón began to be distributed with a very competitive optional price, with a print run of 500,000 weekly copies, becoming the number two magazine in Spain in the celebrity segment. ■

Inversión y Finanzas

EL SEMANARIO ECONÓMICO
LÍDER EN ESPAÑA

En las páginas de esta revista de kiosk, cada semana el lector puede encontrar análisis bursátiles y económicos en los que la independencia, el rigor y la seriedad son las características más importantes. Inversión y Finanzas ha conseguido fidelizar a la audiencia gracias a sus contenidos y opinión diferenciados.

Esta revista organiza las dos Ferias de referencia en el sector económico, Bolsalia (Madrid) y Borsadiner (Barcelona) y numerosos premios como los mejores Productos Financieros y la mejor Obra Social de las Cajas de Ahorros.

Finanzas.com, portal financiero, completa la estrategia online de la revista ofreciendo contenido económico y bursátil de actualidad, minuto a minuto.



INVERSIÓN Y FINANZAS ES LA ÚNICA REVISTA SEMANAL DE CONTENIDOS ECONÓMICOS EN EL KIOSKO. SU AUDIENCIA ES DE MÁS DE 83.000 LECTORES. FINANZAS.COM ES EL PORTAL ONLINE DE CONTENIDO BURSÁTIL Y COMPLEMENTARIO.

Inversión y Finanzas

SPAIN'S LEADING FINANCIAL WEEKLY

The pages of this magazine, available in kiosks, provide readers with stock market analysis and financial news, and are characterised above all by independence and accuracy. Inversión y Finanzas has obtained a loyal readership thanks to its differentiated content and opinions.

The magazine also organises the two leading fairs in the finance and investment sector, Bolsalia (Madrid) and Borsadiner (Barcelona) and awards Prizes for the best financial products and the best Social Work of the Cajas de Ahorros.

Finanzas.com, the financial portal, completes the online strategy of the magazine by providing continuously updated financial and stock market information



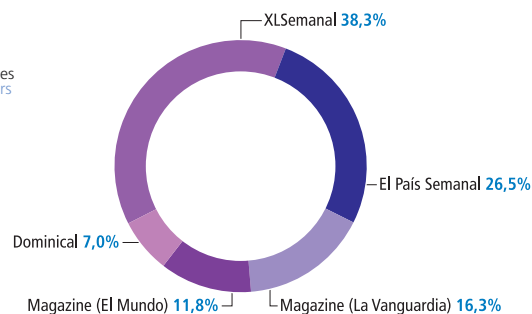
INVERSIÓN Y FINANZAS IS THE ONLY WEEKLY FINANCIAL MAGAZINE AVAILABLE AT THE KIOSK, WITH READERSHIP OF MORE THAN 83,000 READERS ACCORDING TO EGM. FINANZAS.COM IS THE ONLINE PORTAL FOR STOCK MARKET AND FINANCIAL INFORMATION.

XL Semanal



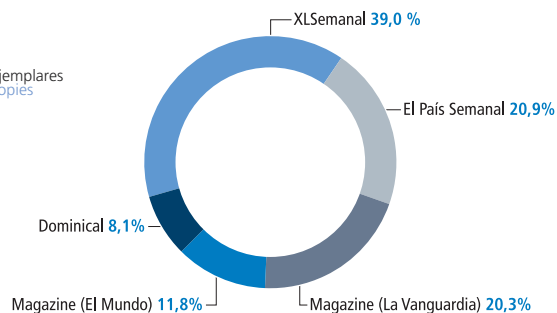
AUDIENCIA*
AUDIENCE

3.087.000 lectores
readers



DIFUSIÓN**
CIRCULATION

1.131.992 ejemplares
copies



Hoy Corazón



AUDIENCIA*
AUDIENCE

407.000 lectores
readers

Pantalla SEMANAL



AUDIENCIA*
AUDIENCE

176.000 lectores
readers

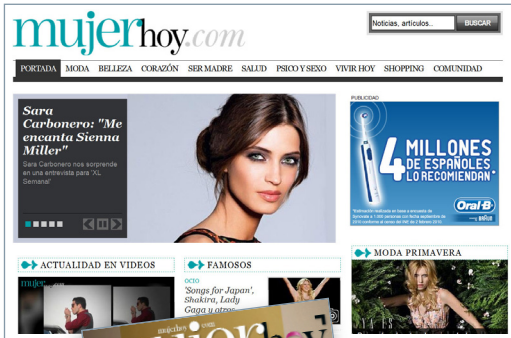
DIFUSIÓN**
CIRCULATION

696.816 ejemplares
copies

* Fuente: EGM: 3^{er} Año Móvil 2010.
** Fuente: OJD (Enero-Diciembre 2009).

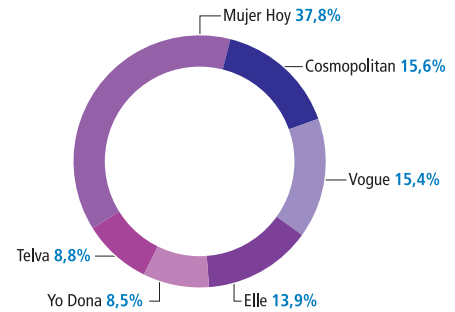
* Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.
** Source: OJD (January-December 2009).

Mujer hoy⁷



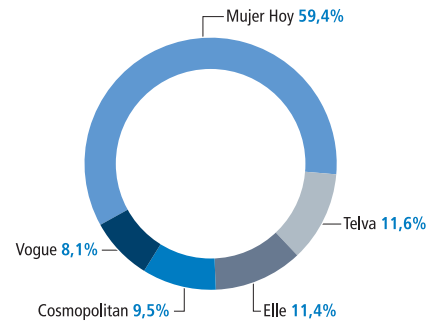
AUDIENCIA*
AUDIENCE

1.930.000 lectores
readers



DIFUSIÓN**
CIRCULATION

892.784 ejemplares
copies



finanzas INVERSIÓN



AUDIENCIA*
AUDIENCE

83.000 lectores
readers

DIFUSIÓN**
CIRCULATION

10.337 ejemplares
copies

* Fuente: EGM: 3^{er} Año Móvil 2010.
** Fuente: OJD (Enero-Diciembre 2009).

* Source: EGM: 3rd 2010 Moving year.
** Source: OJD (January-December 2009).



Internet

Internet

Internet

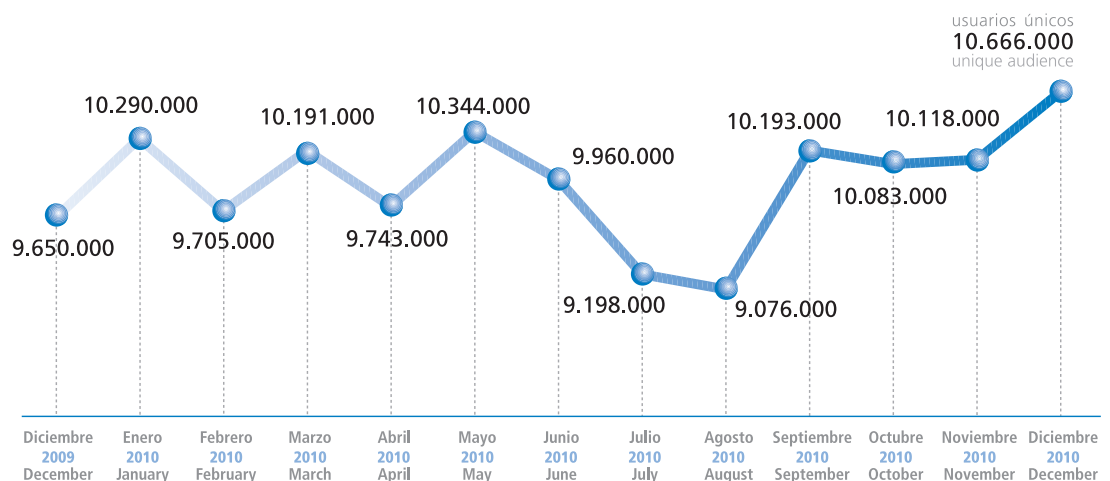
Vocento, ha sido el grupo de comunicación líder en el 2010 ocupando la 7ª posición en el ranking global de compañías en internet, según Nielsen Netview. Ha cerrado el año con más de 10,6 millones de usuarios y un crecimiento del 10,5% con respecto al año anterior.

Vocento was the leading media group in Spain in 2010, and was in the 7th position in the overall ranking of companies on the Internet, according to Nielsen Netview. It ended the year with over 10.6 million users, and growth of 10.5% from the previous year.

El selectivo ranking de Nielsen Netview Online es la única herramienta que mide todo el mercado de Internet en términos de audiencia. Es decir, es el único sistema de medición que permite conocer la audiencia de todos los portales de Internet que visitan los españoles, incluidos los grandes jugadores del mercado: Google, Microsoft, Facebook, Yahoo! y Telefónica/Terra, entre otros.

The Nielsen Netview Online ranking is the only instrument that measure the entire Internet market in terms of readership, providing audience numbers for all the Internet portals visited in Spain, including the large players in the market: Google, Microsoft, Facebook, Yahoo!, Telefónica/Terra, and others.

Internet



Todas las cifras de audiencia de usuarios son de Fuente: Nielsen Netview
All audience figures are Source: Nielsen Netview

RANKING DE GRUPOS EN INTERNET*
RANKING OF GROUPS ON THE INTERNET

1		Google
2		Microsoft
3		Facebook
4		Telefónica / Terra
5		Yahoo!
6		Wikimedia Foundation
7		Vocento
8		Grupo Prisa
9		Unidad Editorial

Vocento continues to improve its online content, including its classified advertising network, new online channels, and audiovisual content for new devices.

Vocento ha alcanzado esta posición gracias al liderazgo de sus marcas y a la relación creada con sus lectores y usuarios, apostando por desarrollar en el nuevo entorno digital los valores y cualidades de cada una de sus marcas, su prestigio, credibilidad, rigor, independencia y, sobre todo, a la cercanía y confianza que genera en sus audiencias.

Vocento concibe su estrategia como una estrategia de marcas y no de soportes.

El posicionamiento de Vocento en Internet se sitúa a la vanguardia y responde a la nueva sociedad de la información en tres niveles: mejora los contenidos online, incluyendo formatos audiovisuales, impulsa la red de clasificados y nuevos canales y, por último, permite el uso de nuevos dispositivos en una era de convergencia.

Vocento apuesta por mejorar los contenidos online, impulsar la red de clasificados y nuevos canales y el uso de nuevos dispositivos.

Vocento has achieved this position thanks to the leadership of its brands and to the relationship that it has created with its readers and users, reflecting its commitment to transfer to the new online world the values and qualities of each of its brands, with their reputation credibility, accuracy, independence, and above all their proximity to readers and the trust that they have with their audiences.

Vocento conceives of its strategy as a strategy of brands, not of different media vehicles.

Vocento's positioning on the Internet means that it is in a position of technological leadership and that it is responding to the new information society on three levels: improving online content, including audiovisual formats, developing the classifieds network and other new channels, and finally enabling the use of new devices in this era of convergence.

Ediciones Digitales

Los diarios digitales del grupo han sido líderes en la categoría de noticias en 2010. Han cerrado el año con más de 8,5 millones de usuarios únicos al mes, en su conjunto. Gracias al impulso del grupo, las ediciones digitales han llevado a cabo durante 2010 mejoras del producto, incorporando en sus portales nuevos contenidos y secciones locales, servicios y utilidades para poder ofrecer a sus lectores un canal donde no solo informarse, sino participar, interactuar, visualizar videos y participar en comunidades.

Portales Nacionales

www.abc.es

ABC.es ha sido el diario digital más innovador en 2010, año en el que presentó un rediseño que supuso un avance visual y funcional sin precedentes enfocado a ofrecer al usuario una experiencia óptima de navegación.

Se ha apostado, entre otras cosas, por el desarrollo multimedia. Así, al contenido tradicional

24 La versión digital de ABC ha sido la más innovadora en 2010.

2010 was a year of innovation for the digital version of ABC.

ABC
—www.abc.es—



Elige tu dominio.es

LA REVUELTA ÁRABE El presidente de Yemen renuncia a perpetuarse en el poder. Sigue en directo las últimas noticias

ECONOMÍA

La cola del paro suma 130.930 desempleados más en enero

Una cifra ligeramente superior a la del mismo periodo de 2010. Los servicios públicos de empleo registran 4,2 millones de parados. La seguridad social perdió 223.143 afiliados en enero

► 57 COMENTARIOS

- El paro escaló al 20,3% en 2010, según la EPA
- Salgado reconoce que la subida del paro es «un mal dato»

ECONOMÍA

El INEM y el Fogasa arrastran a la Seguridad Social al déficit

YOLANDA GÓMEZ / MADRID. Los números rojos ascenderán a 2.000 millones, frente al excedente previsto

► 12 COMENTARIOS

- El superávit de la Seguridad Social se esfuma en dos años
- El 90% de la «hucha de las pensiones» está en deuda española
- La herida de la reforma laboral vela la foto de Zapatero



Así se contó la caída de Ben Ali

L DE VEGA. Una productora española mostró la revuelta en Túnez a todo el mundo

► 2 COMENTARIOS

Deportes



El tráfico en...



ABC.es ha sido el diario digital más innovador en 2010, año en el que presentó un rediseño que supuso un avance visual y funcional sin precedentes.

Online Editions

The online dailies of the group were leaders in the news category in 2010. They ended the year with over 8.5 million unique monthly users. Thanks to the drive of the group, the online editions implemented product improvements in the year, in order to incorporate on the portals new content and local sections, as well as services and capabilities that allow them to offer readers not just news, but also interaction, viewing videos, and participating in communities.



25 Especial de ABC.es, "Irak empieza de nuevo".

The special ABC.es section, "Iraq starts over".

se han incorporado multitud de imágenes, audio y video —de producción propia y ajena— así como un incremento de la participación de los comunicadores de ABC que se han sumado a este desarrollo a través de *videoblogs*. Para todo esto, se han puesto a disposición del usuario todas las herramientas necesarias para que participe y su experiencia sea óptima en este sentido.

ABC.es ha vivido, este año, el mayor desarrollo de las redes sociales. Tanto la marca, ABC, como los periodistas que la hacen posible, informan, actualizan y dialogan con sus públicos a través de estos nuevos canales. De esta manera, el contenido se convierte en la marca con independencia del canal por donde circule y Facebook o Twitter son cauces informativos habituales por donde circulan nuestros mensajes, haciendo que el contenido de ABC.es se extienda y sea compartido y comentado por todo el mundo.

El objetivo de acercar la información rigurosa y de calidad dónde, cuándo y cómo el lector quiera tiene su recompensa en un crecimiento del tráfico, según Nielsen Netview, del 30,6% lo que le permite ganar cuota entre sus competidores (del 20,6% en diciembre de 2009 al 24,5% en diciembre de 2010).

Además, ABC ha sido el primer Diario Nacional que ha estado disponible en el iPad con una aplicación adaptada a las posibilidades de navegación en este dispositivo. ABC ha aprovechado las prestaciones del iPad, para la lectura de periódicos, junto con las ventajas que proporciona el dispositivo en sus versiones 3G y Wifi; actualización de la última hora al minuto y visualización de los contenidos audiovisuales. ABC ha optado por desarrollar una aplicación específica para el iPad, al igual que se han desarrollado para los iPhone, ya que son las

ABC.es was the most innovative digital newspaper in 2010, a year in which its complete redesign led to a major visual and functional improvement.

National Portals

www.abc.es

ABC.es was the most innovative digital newspaper in 2010, a year in which its complete redesign led to a major visual and functional improvement, focused on providing users with an optimised browsing experience.

One of the main areas of improvement has been in the development of multimedia on the site. Traditional content has been joined by countless images, audio, and in-house and third party video content, as well as by increased participation from ABC journalists, using videoblogs. To achieve this, all the necessary technology has been placed at the service of our users, to deliver them with an optimal experience.

In the course of the year, ABC.es has experienced the increased development of social networks. Both the ABC brand, and the journalists who work on it, are informing their readers, keeping them updated, and

26 ABC ha sido el primer diario nacional que ha estado disponible en el iPad.

ABC was the first national newspaper to be available on the iPad.



26

que mejor rendimiento sacan a las características de estos dispositivos.

Las principales ventajas de la aplicación de ABC para iPad son:

- Accesible desde cualquier sitio y lugar.
- Destacado de noticias de última hora en tiempo real.
- Contenido multimedia: vídeos y galerías de imágenes en cada noticia.
- Participación y Redes Sociales: comentar artículos, enviarlos a redes sociales.
- Navegación cómoda entre artículos mediante "paso de página" y el visionado completo del artículo con solo girar el iPad.
- Navegación rápida entre secciones.

Con este nuevo lanzamiento ABC amplió su oferta mutidispositivo, siendo accesible por sus lectores desde cualquier sitio y en cualquier momento, a través del dispositivo que prefieran.

Además, ABC ha seguido mejorando sus aplicaciones para móviles con la incorporación de nuevos servicios de notificaciones e integrando servicios de participación y redes sociales tanto

communicating with them using these new channels. In this way, the content becomes the brand, regardless of where it is accessed, and Facebook and Twitter have become standard means for distributing our content, so that ABC.es content can be accessed, shared and commented on by everybody.

This aim of providing readers with accurate, high quality information, where, when and how they want it, has been reflected in the growth of traffic to the site, which rose by 30.6%, according to Nielsen Netview, enabling it to win market share from its competitors (from 20.6% in December 2009 to 24.5% in December 2010).

In addition, ABC has been the first National Newspaper to be available on the iPad, with an application that is adapted for all the browsing capabilities of the device. ABC has made the most of the possibilities of the iPad for reading newspapers, combined with the advantages of the 3G and WiFi versions of the device, such as updating by the minute, and the visualisation of audiovisual content. ABC has decided to develop a specific application

for the iPad, just as it did for the iPhone, as these can best leverage the characteristics of these devices.

The main advantages of the ABC application for the iPad are:

- Accessible from any place.
- Highlighting the latest news, in real time.
- Multimedia content: videos and image galleries for each news story.
- Participation and Social Networks: comments on articles that can be sent to social networks.
- Easy browsing between articles using "page turning" and the complete view of the article, just by turning the iPad.
- Easy browsing between sections.

With this latest product launch, ABC has increased its multi-device offering and is now accessible for readers from any place and at any time, using the device they prefer.

In addition, ABC has continued to improve its applications for mobile phones, with the incorporation of new services for notifications,

27 Izquierda. La audiencia online de elcorreo.com supera ya los 954.000 usuarios únicos.
28 Derecha. Que.es ha logrado incrementar su audiencia un 6,4% en 2010.

Left. The online audience of elcorreo.com is now over 954,000 unique users.

Right. Que.es increased its readership by 6.4% in 2010.

elcorreo.com
Edición: Vizcaya | Ir a Edición Álava | Personalizar

Portada Local Deportes Economía Más Actualidad Gente y TV Ocio Participa Blogs Servicios Hemeroteca

Lo más visto Especiales Tráfico GPS Agenda Restaurantes en Bilbao Videojuegos Tus fotos Bizkaia La Mirilla Esquelas

Estás en: Vizcaya - El Correo.com > Noticias Portada Actualizado: 16:25

GPO Estrenos de cine

En un mundo mejor
Un drama familiar de emoción y dolor

Invasión a la Tierra: Batalla...
Marcianos y héroes salvadores

¿Para qué sirve un oso?
Entrevista con Javier Cámara

La vida de los peces
Una metáfora de las relaciones humanas

Últimos Días ADSL GRATIS primer mes Resto de cuotas 19,95€/mes SÓLO ONLINE Jazztel

PRIMER ACTO DEL PSE TRAS EL ANUNCIO
López: "Queremos a Zapatero y estamos orgullosos de lo que ha hecho por este país"

J. M. REVIRIEGO | GALDAKAO
El líder del PSE censura al PP por designar a sus candidatos "a dedo" y acusa a los populares de "querer deshacer el camino andado en España"

36 Comentarios

El PSE apuesta por un congreso en otoño | Los promotores de la 'operación Rubalcaba' quieren primarias tras las Municipales

ZAPATERO EN MURCIA
«Ahora el PP va a tener que trabajar en vez de atacarme»

Encuesta
EL PRESIDENTE RENUNCIA A LA REELECCIÓN
¿Quién crees que debe ser el sucesor de Zapatero en el PSOE?

Chacón 39.6%
Rubalcaba 60.4%

Votar 27

en su aplicación iPhone como Android, el software para móviles de Google.

www.que.es

Que.es, el diario gratuito, ha superado los 1,3 millones de usuarios, incrementando su audiencia un 6,4% en el último año. Ha conseguido consolidar su modelo de red social de noticias, abierto a la participación de los usuarios. Que.es permite que la voz y opinión de los usuarios en los temas sobre los que conversan con sus amigos y familia en el hogar, trabajo o en la calle tenga una visibilidad nunca antes vista en un periódico. Lo más destacable es la posibilidad, para los comentarios más valorados, de aparecer en la portada del portal online o incluso en la edición en papel del periódico Qué! A la comunidad Gente Qué! se puede acceder con el ID de Facebook, Windows Live o Yahoo!

Portales Locales

Los portales locales de Vocento son referentes en sus respectivos ámbitos de influencia gracias a una apuesta firme por la información y la cobertura de noticias y eventos locales.

Los doce portales del grupo (elcorreo.com, diariavasco.com, eldiariomontanes.es, laverdad.es, ideal.es, hoy.es, diariour.es, larioja.com, nortecastilla.es, elcomerciodigital.com, lavozdigital.es y las provincias.es), han fortalecido de forma significativa sus comunidades locales y la oferta de servicios que ya ofrecían a sus usuarios.

En su apuesta por la innovación, los portales locales del grupo han mejorado sus aplicaciones móviles para iPhone y Android con nuevos servicios y han potenciado la incorporación del video en las noticias tanto en las aplicaciones específicas como en sus portales

Qué!

Portada Noticias Deportes Economía Más Actualidad Gente y TV Ocio Participa Blogs Servicios Hemeroteca

Lo más visto Especiales Tráfico GPS Agenda Restaurantes en Bilbao Videojuegos Tus fotos Bizkaia La Mirilla Esquelas

Estás en: Vizcaya - El Correo.com > Noticias Portada Actualizado: 16:25

GPO Estrenos de cine

En un mundo mejor
Un drama familiar de emoción y dolor

Invasión a la Tierra: Batalla...
Marcianos y héroes salvadores

¿Para qué sirve un oso?
Entrevista con Javier Cámara

La vida de los peces
Una metáfora de las relaciones humanas

Últimos Días ADSL GRATIS primer mes Resto de cuotas 19,95€/mes SÓLO ONLINE Jazztel

PRIMER ACTO DEL PSE TRAS EL ANUNCIO
López: "Queremos a Zapatero y estamos orgullosos de lo que ha hecho por este país"

J. M. REVIRIEGO | GALDAKAO
El líder del PSE censura al PP por designar a sus candidatos "a dedo" y acusa a los populares de "querer deshacer el camino andado en España"

36 Comentarios

El PSE apuesta por un congreso en otoño | Los promotores de la 'operación Rubalcaba' quieren primarias tras las Municipales

ZAPATERO EN MURCIA
«Ahora el PP va a tener que trabajar en vez de atacarme»

Encuesta
EL PRESIDENTE RENUNCIA A LA REELECCIÓN
¿Quién crees que debe ser el sucesor de Zapatero en el PSOE?

Chacón 39.6%
Rubalcaba 60.4%

Votar 27



as well as services for user participation and social networks, on both the iPhone application and on Android, the Google software for mobile phones.

www.que.es

Que.es, the free newspaper now reaches over 1.3 million users, increasing its readership by 6.4% in the last year. It has consolidated its social network, based on news and on being open to user participation. Que.es provides greater visibility than ever before in a newspaper to the opinions of users that they express to their friends and family in the home, workplace, or outside. The main feature is that the best rated comments can appear on the front page of the portal or even in the print edition of Qué!. Users can access the Gente Qué! community using their Facebook, Windows Live or Yahoo! ID.



La fuerza de los diarios regionales de Vocento, también en la red.
Vocento's regional newspapers have established strong positions on the Internet.

móviles. El Diario Vasco ha lanzado la primera red social local en el móvil accesible tanto para iPhone como para Android.

También se han lanzado aplicaciones para Android de los canales deportivos de los principales equipos de las cabeceras locales del grupo. Estas aplicaciones permiten acceder a toda la actualidad de los equipos y representan una de las primeras experiencias de pago por descarga del grupo.

Portales Verticales

Los portales verticales de Vocento ofrecen contenido especializado a sus usuarios sobre temáticas de gran interés como son las finanzas (finanzas.com), mujer (mujerhoy.com) y cine y televisión (hoycinema.com). Su contenido complementa la información de los diarios digitales del grupo, ofreciendo a sus usuarios una amplia oferta de información temática y entretenimiento.

En su conjunto han experimentado un fuerte crecimiento en el último año, gracias a la ampliación de secciones y contenido, unido a la incorporación de nuevos servicios a sus usuarios.

Local Portals

The local portals of Vocento are leaders in their respective areas of influence, thanks to their strong commitment to information and to the coverage of news and local events.

The twelve portals of the group (elcorreo.com, diariavasco.com, eldiariomontanes.es, laverdad.es, ideal.es, hoy.es, diariour.es, larioja.com, nortecastilla.es, elcomercio digital.com, lavozdigital.es and lasprovincias.es), have strengthened their local communities and the offer of services to their users.

In their commitment to innovation, the local portals of the group have improved their mobile application for the iPhone and for Android, providing new services, and they have increased the incorporation of video content, in specific applications and on their general mobile portals. El Diario Vasco launched the first local social network that is accessible on both the iPhone and on Android.

Applications have also been launched for Android for the main sports teams of the

local titles of the group, providing all current news about the team, and representing one of the group's first forays into paid downloads.

Vertical Portals

The vertical portals of Vocento provide users with in depth information on high interest areas, such as finance (finanzas.com), women's issues (mujerhoy.com) and cinema and television (hoycinema.com). Their content complements the online newspapers of the group, offering users with wide ranging information and with leisure content.

Overall, the portals have experienced high growth in the last year, thanks to the increase in sections and in content, and to the addition of new services for users.

Mujerhoy.com

Mujerhoy.com, the online edition of the leading women's magazine in Spain, modernised its image and redesigned its web site at the end of the year. The new Mujerhoy.com

mujerhoy.com

PORTADA MODA BELLEZA CORAZÓN SERMADRE SALUD PSICOYSEXO VIVIR HOY SHOPPING COMUNIDAD

Famosos VIP Realeza Paparazzi Hoy Corazón Blog Party Time Boda de Kate Middleton & Guillermo



32 Mujerhoy.com mejora su apuesta audiovisual y la amplitud de sus contenidos.

Mujerhoy.com has broadened its content and included more audiovisual material.

Mujerhoy.com

Mujerhoy.com, la edición online de la revista de mujeres líder en España, ha renovado su imagen y estrenado nuevo diseño de su web a finales de este año. Mujerhoy.com ha renacido con una clara vocación de informar, ayudar y entretener. Así mismo ha puesto un especial foco en el área de opinión, incorporando más de 14 firmas de autor que abordarán temas como la educación de los niños, los problemas de pareja, lo último en cine y televisión...

Durante el año 2010 ha consolidado su audiencia basando su estrategia en tres pilares: la comunidad, el contenido femenino y los servicios.

Finanzas.com

El portal económico y financiero del grupo, Finanzas.com, es la web especializada en in-

formación financiera y económica. Ofrece la información actualizada al minuto sobre las cotizaciones y principales índices bursátiles, dispone de servicios útiles para sus usuarios así como una de las más completas secciones de finanzas personales y consumo en Internet. El gran atractivo del portal reside en la participación de los propios usuarios, que pueden colaborar en la elaboración de la información, aportar su opinión sobre los valores que consideren que van a subir o bajar, votar sus noticias favoritas, realizar comparativas de productos o crear sus propios blogs.

Finanzas.com ha desarrollado la primera aplicación móvil de cajeros y entidades bancarias para el mercado español, ofreciendo a sus usuarios geolocalizar los servicios bancarios más cercanos al lugar donde se encuentren.

Este año ha superado los 560.000 usuarios mensuales, incrementando su audiencia más de un 12% en el último año.

Mujerhoy.com ha renovado su imagen y estrenado nuevo diseño, con una clara vocación de informar, ayudar y entretener.

mujerhoy.com

has the clear vocation to inform, assist, and educated. In addition, it has a special focus on the opinion area, with over 14 writers contributing articles on topics such as educating children, relationship problems, and cinema and television news.

In 2010, the web site consolidated its audience, with a strategy based on three elements: community, female content, and services.

Finanzas.com

The financial and economic portal of the Group, Finanzas.com, is a web site that specialises in financial and economic information. It provides information that is updated every minute, about share prices and indices, and it offers readers a range of useful services, such as one of the most complete online consumer and personal finance sections on the Internet. The main appeal of

- 33 Izquierda. El portal económico, Finanzas.com, ofrece la posibilidad de colaboración por parte de los usuarios
34 en temas financieros y económicos.
Derecha. Hoycinema.com mantiene en 2010 la primera posición entre las webs de su categoría.

Left. The financial portal, Finanzas.com, enables users to participate in financial and economic topics.
Right. In 2010, Hoycinema.com remained the leading web site in its category.



HoyCinema.com

Hoycinema.com, el portal especializado en cine y televisión del grupo, ha mantenido su primera posición entre las webs de su categoría durante 2010, superando los 1,2 millones de usuarios únicos mensuales.

La cobertura de la actualidad cinematográfica y los eventos del sector, su amplio contenido audiovisual y su completa cartelera siguen siendo los pilares sobre los que asienta la comunidad de usuarios de hoycinema.com.

Mujerhoy.com has been redesigned with a new image, reflecting its vocation to inform, support, and entertain.

the portal is the participation of users, who can help in preparing the information, as well as providing their opinion on the future direction of share prices, vote for their favourite news items, compare products, or create their own blogs.

Finanzas.com has implemented the first mobile application for ATMs and banks in the Spanish market, enabling users to find the closest banking services to where they are.

This year the site has increased its audience by over 12% to 560,000 unique monthly users.

HoyCinema.com

Hoycinema.com, the group's specialist cinema and television portal, maintained its

leading position in its category in 2010, with over 1.2 million unique monthly users.

Coverage of movie news and events, extensive audiovisual content, and complete listings, continue to be the basis for the user community of hoycinema.com.

Classifieds and Directories

Vocento's strategy in the development of online classifieds is based on three key markets: real estate, employment and automotive, and has enabled the company to locate its portals as leaders in their categories.

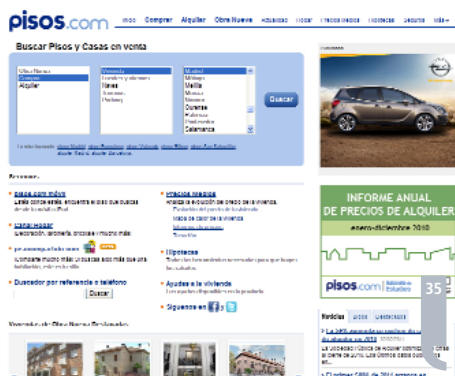
Clasificados y Directorios

La apuesta de Vocento por el desarrollo de clasificados online en los tres mercados clave: vivienda, empleo y motor, ha permitido a la compañía situar a estos portales como canales de referencia en sus categorías con una importante contribución al liderazgo del grupo.

Pisos.com

Ha cerrado el año con más de 1 millón de usuarios y ocupa la tercera posición en su categoría, según Nielsen Netview.

El portal ha crecido en el último año un 24%, gracias a las mejoras continuas del portal, siendo la web de encuentro entre compradores y vendedores de inmuebles, en venta o alquiler. Destacan en 2010 la participación activa en generación de informes sectoriales, que han tenido una gran acogida entre usuarios y profesionales; y la sólida integración en los portales locales del grupo que ha permitido ampliar la oferta local de inmuebles.



Infoempleo.com

Infoempleo.com es el segundo portal de empleo más visitado en España y cuenta con más de 840.000 usuarios únicos al mes gracias a su constante innovación para ofrecer el mejor servicio a los candidatos.

Durante 2010 el portal ha impulsado fuertemente la nueva plataforma que permite a los usuarios la creación de su propia página web con la que gestionar su marca personal en la red, lanzada a finales del año anterior, y que se ha ido conformando con nuevos servicios y prestaciones que facilitan la búsqueda a las empresas y aumentan las posibilidades de éxito de los candidatos.

Autocasion.com

Es el portal dedicado a los anuncios clasificados de motor, siendo el portal de encuentro entre compradores y vendedores de vehículos. Además este año ha integrado dos servicios nuevos, uno de oferta de motos



Pisos.com

The site ended the year with more than 1 million users and holds the number three position in its category, according to Nielsen Netview.

The portal grew by 24% in the year, thanks to continuous improvements of the portal, which joins buyers and sellers of real estate, and also landlords and tenants. Highlights in 2010 were the active participation of the web site in preparing sector reports, which have been warmly received by users and professionals, and also the integration of the site in the local portals of the group, which has led to a wider local offer of real estate.

Infoempleo.com

Infoempleo.com is the number two most visited employment site in Spain, with over 840,00 unique monthly users, thanks to its constant innovation in improving services for job candidates.

In 2010, the portal was focused on the strong development of its new platform, which allows users to create their own web page and

pisos.com

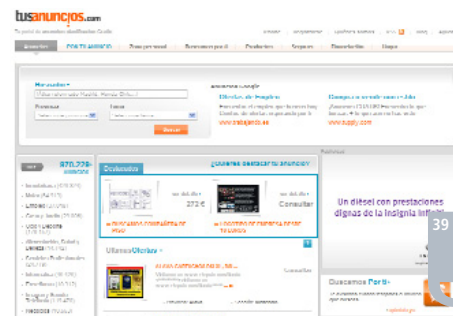
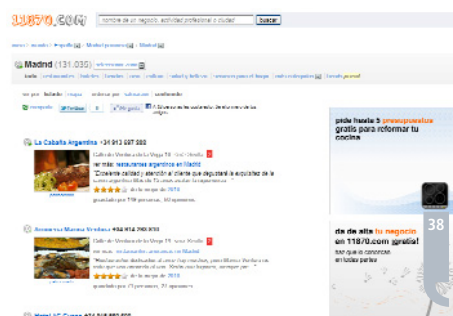
infoempleo.com

35 Izquierda. Pisos.com ha cerrado 2010 con más de un millón de usuarios, según Nielsen Netview.
36 Derecha. Infoempleo.com es el segundo portal de empleo más visitado en España.

Left. Pisos.com ended 2010 with over one million users, according to Nielsen Netview.
Right. Infoempleo.com is the second most visited employment portal in Spain.

11870.COM

tusanuncios.com



37 En las imágenes, Autocasión.com, 11870.com y Tusanuncios.com, portales que completan la oferta de
38 Clasificados y Directorios.
39

The pictures show Autocasión.com, 11870.com and Tusanuncios.com, portals which complete our offer in Classifieds and Directories.

de ocasión y otro de maquinaria industrial, donde igualmente compradores y vendedores puedan realizar sus transacciones de una manera fácil y cómoda.

El incremento de servicios, unido a las mejoras tecnológicas del portal, han contribuido a que el portal haya crecido más de un 12% en el último año.

11870.com

El portal 11870.com, la más innovadora red social para descubrir sitios y servicios, ha superado el millón de usuarios, creciendo un 23% en el último año.

Este año ha lanzado una aplicación específica para móviles que utilizan Android, el software de Google que permite un acceso rápido y directo a los servicios del portal. También han incorporado la opción de reservar habitación de hotel directamente desde la web de 11870.com. En diciembre 11870.com cerró un acuerdo con Facebook para lanzar Facebook Places (Facebook Lugares). Se trata de un servicio que permite a los miembros de esta red social compartir

manage their online brand, which was launched at the end of the previous year, and which has incorporated new services that make it easier to search companies and for candidates to have success.

Autocasion.com

This is the portal that is dedicated to the classified advertising of vehicles and the meeting of buyers and sellers of vehicles. This year it integrated two new services, one for offering used cars and another for industrial equipment, enabling buyers and sellers to make their transactions easily and conveniently.

This increase in services, combined with technological improvements to the portal, have contributed to a 12% increase in traffic at the portal in the year.

11870.com

The portal 11870.com, the most innovative social network for discovering sites and services, has achieved over one million users, growing 23% in the year.

Tusanuncios.com

Tusanuncios.com is the general classified advertising portal of the group, on which users can sell, buy and publish any type of advert. Its categories include advertisements in various areas, including real estate, home and garden, leisure and sport, computing, education, and business.

In the last year, it had over 360,000 unique monthly users.

El portal 11870.com, la más innovadora red social para descubrir sitios y servicios, ha superado el millón de usuarios, creciendo un 23% en el último año.

- 40 Punto Radio, la primera cadena de radio española que apuesta por una aplicación tanto para iPhone como iPad.
- Punto Radio was the first Spanish radio station to develop an application for both the iPhone and the iPad.

The portal
11870.com, the
most innovative
social network for
discovering sites
and services, has
achieved over one
million users,
growing 23%
in the year.



información sobre dónde se encuentran en un momento concreto.

Tusanuncios.com

Tusanuncios.com es el portal de clasificados generalista del grupo donde los usuarios pueden vender, comprar o publicar cualquier tipo de anuncio. Entre sus categorías es posible encontrar anuncios en distintas categorías temáticas como: inmobiliarias, hogar y jardín, ocio y deporte, informática, enseñanza o negocios.

En el último año ha superado los 360.000 usuarios únicos mensuales.

Portales Audiovisuales

Punto Radio

Durante 2010 Punto Radio ha mejorado su web apostando por la innovación. Ha sido la primera cadena de radio española en lanzar una aplicación universal (válida tanto para iPhone como para iPad) que además integra un servidor de publicidad, de manera que los anunciantes de la cadena podrán estar también presentes en estas nuevas aplicaciones.

La 10

Coincidiendo con su lanzamiento como nueva televisión generalista nacional, La 10 ha presentado su web con todas las novedades de la cadena, apostando por la confianza y la fidelidad de una audiencia de calidad.

This year, it launched a specific application for mobile phones that use Android, Google's operating system, enabling rapid and direct access to the services of the portal. It has also incorporated the option of reserving hotel rooms directly from 11870.com. In December, 11870.com reached an agreement with Facebook to launch Facebook Places, a service that enables members of the social network to share information on where they are at any given time.

Audiovisual portals

Punto Radio

In 2010, Punto Radio improved its web site, and made a strong commitment to innovation. It was the first Spanish radio station to launch a universal application (for both the iPhone and the iPad) that also integrates and

Sorpresas, compromiso crítico, profundidad, innovación, profesionalidad, diversidad; una mirada a la actualidad desde otra perspectiva tan desapasionada como apasionante y una propuesta de entretenimiento inteligente y constructiva.

dalealplay com



Dalealplay.com

Es el portal de participación española que se dedica exclusivamente a la subida y descarga de videos generados por los usuarios. Además este año se han incluido videos de contenido profesional, gracias a los acuerdos alcanzados con Chelo Multicanal, Canal Cocina, Tele5-becari@s, FHM, Deporte Extremo, etc., que han tenido una gran aceptación por parte de los usuarios.

La web ha superado los 750.000 usuarios únicos al mes y que ven más de 30 millones de videos mensualmente.



41 Izquierda. Dalealplay.com ha superado los 750.00 usuarios únicos al mes en 2010.
42 Derecha. La 10 lanza su página web con todas las novedades en la cadena.

Left. Dalealplay.com had over 750,000 unique monthly users in 2010.

Right. La 10 has launched a web site which contains all the latest news about the station.

advertising server, so that the radio station's advertisers can also be present in these new applications.

La 10

Coinciding with the launch of this new nationwide general television station, La 10 presented a web site that includes all the news about the channel, and based on a relationship of trust and loyalty to a high quality audience. It is characterised by surprises, critical perspectives, depth, innovation, professionalism and diversity, and provides both

a passionate and analytical perspective on current affairs, as well as intelligent and constructive entertainment.

Dalealplay.com

This is the Spanish user participation portal that is dedicated to uploading and downloading user generated videos. This year it has included professional videos, thanks to agreements with Chelo Multicanal, Canal Cocina, Tele5-becari@s, FHM, Deporte Extremo, etc. which have all been very well received by users.

43 Vocento apuesta por la innovación para acercar sus contenidos a sus diferentes audiencias.

Vocento is leveraging innovation to bring its content to all its different audiences.



Movilidad

Vocento ha realizado una gran apuesta por la innovación, que le está permitiendo estar cada vez más cerca de sus lectores, de manera que estos puedan acceder a sus cabeceras y contenidos desde cualquier sitio, y desde el dispositivo que más cómodo le resulte en cada momento.

En resumen, la apuesta de Vocento por ofrecer a sus lectores la oferta editorial de cada una de sus cabeceras en cualquier soporte móvil se ha traducido en los siguientes hitos relevantes:

- Primer grupo de comunicación español en lanzar web móvil multidispositivo incorporando videos y participación (ABC+PPLL).
- Primer grupo de comunicación europea en lanzar una App en Android (ABC).
- Primer grupo de comunicación español en lanzar servicio de notificaciones para iPhone e integrar redes sociales en sus Apps (ABC).

- Primer grupo de comunicación español en lanzar una aplicación iPad en USA (ABC).
- Primer grupo de comunicación española en lanzar una aplicación universal (iPhone +iPad) con adserver publicidad integrado para una radio (Punto Radio).
- Primer portal de empleo en lanzar un site móvil para gestionar y buscar empleo desde el móvil (Infoempleo).
- Desarrollo de la primera App de cajeros y entidades bancarias para el mercado español (Finanzas).
- Lanzamiento de la primera red social local en móvil (Android+iPhone) para El Diario Vasco (Gigo).

Lo que ha supuesto:

- Más de 50.000 descargas de ABC en iPad.
- Más de 85.000 descargas en iPhone (del conjunto de medios).
- Más de 25.000 descargas en Android (Smartphones).

The web site had over 750,000 unique monthly users, watching over 30 million videos per month.

Mobility

Vocento has made a major commitment to innovation, and this is enabling the group to get increasingly close to its readers, so that they can access its titles and content from any place, and on the device that is most convenient for them, at any moment.

In short, Vocento's commitment to offering its readers the editorial content of each and every one of its titles, on any mobile terminal, has resulted in the following milestones:

- The first Spanish media group to launch a multi-device mobile web site incorporating videos and user participation (ABC+PPLL).
- The first European media group to launch an Android App (ABC).
- The first Spanish media group to launch a notification service for the iPhone and integrate social networks in its Apps (ABC).
- The first Spanish media group to launch an iPad application in the US (ABC).
- The first Spanish media group to launch a universal application (iPhone+iPad) with an integrated ad server for radio (Punto Radio).
- First employment portal to launch a mobile web site for managing job searches from mobile telephones (Infoempleo).
- Development of the first App for ATMs and banks in the Spanish market (Finanzas).
- Launch of the first local social network for mobile telephones (Android+iPhone), for El Diario Vasco (Gigo).

Which has resulted in:

- More than 50,000 downloads of ABC on the iPad.
- More than 85,000 downloads on the iPhone (for all the media).
- More than 25,000 downloads for Android (Smartphones).



Audiovisual

Audiovisual

Audiovisual



Televisión

2010 ha sido un año especialmente convulso para el mercado audiovisual, con la implantación definitiva de la TDT, la nueva regulación que impide la publicidad en los canales públicos de ámbito nacional y el surgimiento de nuevos canales de difusión nacional y autonómica. Vocento, con el lanzamiento de “La 10” compite como un jugador audiovisual clave con cuatro canales, posicionándose ante la creciente fragmentación de audiencias.

2010 was a particularly dramatic year in the audiovisual market, with the definitive implementation of DTT, new regulations ending advertising on publicly owned nationwide channels and the emergence of new national and regional channels. With the launch of La 10, Vocento is competing as a major audiovisual player with four channels, positioning itself for the increasing fragmentation of audiences

Television



Para Vocento, este cambio supone una oportunidad para ser un jugador audiovisual y acceder al mercado publicitario de la televisión. A partir de septiembre de 2010, a través de la sociedad concesionaria **Net TV**, Vocento completó su múltiplex de televisión con la incorporación de dos nuevos canales: La 10, una nueva oferta de televisión generalista y familiar y MTV, una de las cadenas dirigidas al público juvenil más seguidas en todo el mundo, que emite en abierto por primera vez en España.

El 20 de septiembre, comenzó a emitir para toda España **La 10**. Un proyecto de largo recorrido con el que Vocento se reafirma en su vocación de expansión multimedia y toma posiciones en el nuevo escenario audiovisual. La 10 ha empezado a hacer realidad un modelo de cadena nacional comprometida con la calidad, decidida a alimentar el debate y el análisis crítico sobre la base de la información independiente y contrastada en la que jamás se pierde de vista el deseo de entretener al espectador desde el buen gusto.

Reconocidas figuras del periodismo español se han sumado desde su inicio a La 10, entusiasmadas por formar parte de una cadena que tiene por lema "La televisión que da la cara".

For Vocento, this change provides us with an opportunity to be a major player in the audiovisual sector and to access the television advertising market. From September 2010, via the license-holding company **Net TV**, Vocento has completed its television multiplex with two new channels: La 10, a new general television channel, and MTV, one of the most popular youth channels in the world, which is now available on free-to-air television in Spain for the first time.

La 10 began to broadcast across Spain on 20 September. This project reflects the realisation of a long ambition of Vocento, which is now affirming its vocation to expand in multimedia and to assume a position in the new audiovisual landscape. La 10 has turned into a reality the business model of a national television station that is committed to quality and to supplying debate and critical analysis, using independent, accurate information, and above all never losing sight of the need to entertain audiences with good taste.

Leading figures from Spanish journalism have joined La 10 from the beginning, inspired by the opportunity to form part of a television station with the mission of "speaking out for you".

En septiembre comenzó La 10, un proyecto de largo recorrido con el que Vocento se reafirma en su vocación multimedia y toma posiciones en el nuevo escenario audiovisual.



"LA 10"

En un escenario de fragmentación de audiencias, es importante destacar que Net TV, gracias a la agregación de audiencias complementarias de sus cuatro canales, alcanza ya un 4% de cuota de audiencia.

In a context of audience fragmentation, it should be noted that Net TV, thanks to the aggregation of the complementary audiences of its four channels, already has a 4% share of the audience.



PLAY



44 "Shake it up", programa musical de gran éxito en Disney Channel.

"Shake it up", a highly successful musical show from Disney Channel.

▶ Películas que han hecho historia, estrenos de cine y televisión, series de probado éxito, espacios de humor o dibujos animados confirman a La 10 como una iniciativa incipiente, pero con una marca ya sólida en el mercado por el acento puesto en su comunicación. Sobre esos resortes, La 10 afronta 2011 con muchos argumentos para fidelizar y ganar audiencia. Y para mantener su lugar en el mando a distancia. En el número 10.

Por su parte, el 16 de septiembre MTV comenzó sus emisiones en abierto gracias al acuerdo estratégico de Vocento con Viacom (propietaria de MTV, Nickelodeon, Paramount Comedy, VH1, Comedy Central y Spike).

Classic movies and new films and television releases, successful series, comedy shows and cartoons, have all made La 10, which is only just starting out on its journey, a brand that is already well known in the market and that is now characterised by the quality of its output. Based on this, La 10 is heading into 2011 with a strong case for winning a loyal audience.

Meanwhile, on 16 September, MTV began its free-to-air broadcasts following the strategic agreement between Vocento and Viacom (the owner of MTV, Nickelodeon, Paramount Comedy, VH1, Comedy Central and Spike).

For 10 years, MTV has been setting the pace for young people in Spain with its media output and its events, based on programming that is committed to youth entertainment, broadcasting exclusive series and in-house programmes with the characteristic ground breaking and upbeat tone of the channel, as well as providing music and broadcasts of the international events of MTV.

The Net TV multiplex is completed by the Disney Channel and Intereconomía TV.

Disney Channel, the leading children's channel in Spain, which has been broadcasting free-to-air since the summer of 2008,

September saw the launch of La 10, a long standing project of Vocento, which confirms its multimedia vocation and provides it with a position in the new audiovisual market.



45 La serie norteamericana "South Park", creada por Trey Parker y Matt Stone, se emite en el canal MTV.

The US series "South Park" created by Trey Parker and Matt Stone and broadcast on MTV.

MTV lleva 10 años marcando el ritmo de la juventud en España a través de sus medios y eventos, y cuenta con una programación que apuesta por el entretenimiento juvenil, con la combinación de series exclusivas, programas que cuentan con el sello trasgresor, optimista, y humorístico característico de la cadena, producción propia, así como la música y la emisión de los eventos internacionales del canal.

El múltiplex de **Net TV** se complementa con las ofertas de Disney Channel e Intereconomía TV.

Disney Channel, el canal infantil líder en España, que emite en abierto desde el verano de 2008 ofreciendo una programación adecuada para los niños y sus familias. Su atractiva propuesta televisiva está exenta de contenidos violentos o inadecuados para niños y se caracteriza por transmitir y potenciar valores positivos entre su audiencia.

Intereconomía TV es una cadena generalista nacida en marzo de 2008 que tiene como misión ser consultora del espectador, ofreciéndole contenidos de entretenimiento e información. ■

provides programming that is appropriate for children and families. Its attractive output contains no violent or inappropriate content, and is characterised by its broadcasting of positive values to its audience.

Intereconomía TV is a general television station that was launched in March 2008, and aims to serve as a consultant to viewers, providing them with entertainment and information. ■

Punto Radio

En el año 2010 Punto Radio ha cumplido su sexto aniversario en antena y ha acogido la celebración del 40 aniversario de Protagonistas, el magazine decano de las ondas, que más allá de modas y circunstancias sigue escribiendo páginas de éxito en la radio española.

In 2010, Punto Radio celebrated its sixth anniversary, and hosted the 40th anniversary of Protagonistas, the oldest magazine show on Spanish radio, which continues to thrive throughout all the changes that have occurred over this period.

Punto Radio

La cadena sigue comprometida con los principios que inspiraron su creación: rigor y veracidad; respeto hacia las voces discrepantes y búsqueda de pluralidad; y por último, la preocupación por estar cerca de los oyentes, cercanía que se concreta en un esfuerzo por facilitar y promover su participación.

La nueva programación, presentada en septiembre, respondió de nuevo a esta vocación de servicio a la sociedad; aquella que día a día nos mueve a conocer e interpretar mejor el entorno para contárselo al oyente. En estos momentos de especial dificultad, exige

The station remains committed to the principles that continue to form its foundations: respect for different opinions, the search for plurality, and above all a desire to be close to the concerns of its listeners, which is reflected in its efforts to encourage user participation.

The new programming, presented in September, responds to this vocation of serving society, as on an everyday basis it aims to provide the most helpful and useful interpretation of current affairs for listeners. In these especially difficult times, the programming is

"PROTAGONISTAS"

Félix Madero & Luis del Olmo



PLAY ▶



"DE COSTA A COSTA"

Rafael Martínez Simancas & Pepa Sastre



PLAY ▶



también la búsqueda de soluciones y explicaciones y, por esa misma razón, demanda también espacios de entretenimiento novedosos y de calidad.

La séptima temporada se presentó así con la consolidación del binomio Luis del Olmo-Félix Madero en *Protagonistas*. Y una apuesta "diferente" para la franja vespertina: Albert Castillón llega a Punto Radio para revolucionar las tardes y dar que hablar a propios y extraños. Entretenimiento de calidad apoyado en los mejores colaboradores y una audiencia cómplice que se siente parte del programa.

Otra de las novedades importantes ha sido la incorporación de Rafael Martínez Simancas al frente de la tertulia de *De costa a costa* con la colaboración de destacados analistas y contertulios.

En el apartado de la cobertura, durante este año Punto Radio ha ampliado la red de emisoras gracias a la obtención de una frecuencia en Gijón que ha permitido afianzar y mejorar la cobertura de nuestra cadena. Por otro lado, se está a la espera de la resolución de otros concursos ya convocados en las comunidades de Andalucía, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Canarias y Cantabria y Galicia.

A nivel publicitario Punto Radio ha contado con el apoyo de los principales clientes que han suscrito además su apoyo a una nueva edición del "Taller del Gusto, Protagonistas de la Gastronomía", la Liga BBVA o la conmemoración del 40 Aniversario de *Protagonistas*.

Además se ha atendido de nuevo a la llamada de la Solidaridad a través de una nueva campaña de colaboración con la Fundación

focused on looking for answers and solutions, while also providing innovative, high quality entertainment.

The seventh season has included the continued success of Luis del Olmo and Félix Madero presenting *Protagonistas*, while in the evening Albert Castillón has joined Punto Radio, on a provocative and challenging show. High quality entertainment, supported by the best journalists, and by a participatory audience that feels part of the programming, remains the hallmark of the station.

Another major piece of news has been the incorporation of Rafael Martínez Simancas as presenter of the debate show *De costa a costa*, which includes prestigious analysts and participants.



"QUEREMOS HABLAR"

Albert Castellón



PLAY ▶



Vicente Ferrer que se ha ocupado tanto de informar sobre la organización y sus retos, como de apoyar la campaña de apadrinamientos.

2010 también ha sido un año especialmente dedicado a la mejora de nuestras herramientas y oferta en Internet. La página web ha seguido articulando fórmulas de participación en todos los programas y actualmente ofrece los contenidos más demandados y notorios para una escucha a medida del usuario. Además se ha potenciado la presencia de Punto Radio en las redes sociales más populares. Y, por último, el empeño en proporcionar el mejor acceso en movilidad a la escucha, a través de los últimos soportes tecnológicos hizo posible el desarrollo de la primera y más novedosa aplicación multiplataforma entre las cadenas de radio para todos los dispositivos Apple (iPad, iPhone e iPod Touch). ■

In terms of coverage, this year Punto Radio has increased its network of broadcasters, thanks to the frequency awarded in Gijón, improving the station's coverage. Elsewhere, the results of tenders are expected in Andalusia, Murcia, Comunidad Valenciana, the Canary Islands, Cantabria and Galicia.

In the advertising market, Punto Radio has enjoyed the support of major clients for the new edition of its "Taste Workshop, Protagonistas and Gastronomy", for the Liga BBVA and for the celebration of the 40th anniversary of *Protagonistas*.

In addition, charity has continued to play an important part at the station, with another campaign on behalf of the Vicente Ferrer Foundation, focused on providing information about this charitable organisation and its

challenges, as well as supporting its child sponsorship campaign.

2010 was also focused on improving our Internet offer and capabilities. The web site has continued to provide new ways of participating in our programming, and offers the most requested content so that users can listen as and when they want. Punto Radio has also increased its presence on the most popular social networks. Finally, in order to provide better mobile access on new technological platforms, Punto Radio developed the first and most innovative multi-platform application of any radio station in Spain, designed for use on all Apple devices (iPad, iPhone and iPod Touch). ■

Programas & Comunicadores

Protagonistas: Luis del Olmo & Félix Madero

Primera plana: José Miguel Azpiroz

Queremos hablar: Albert Castellón

De costa a costa: Pepa Sastre & Rafa Martínez Simancas

El Mirador: Agustín Castellote

Juego Limpio: David Guerra

Cinco Lunas: Rosa García Caro

Luces en la oscuridad: Pedro Riba

A día de hoy: Jaume Segalés

La trilla: Juan Quintana

Protagonistas Fin de semana: Ramón García

La Rebotica: Enrique Beotas

El Mirador de la Liga: Alberto Vargas

Salimos de caza & Salimos de pesca: Marcelo Verdeja

La buena vida: Elena Markínez

Punteros: Fernando Martínez

Programmes & Presenters

Veralia

En un año de profundos cambios en el sector audiovisual en un periodo marcado por la crisis, Veralia, en el que se integran las productoras Europroducciones TV, Hill Valley, BocaBoca Producciones, Grupo Videomedia y la distribuidora cinematográfica Tripictures, ha conseguido incrementar su peso específico en el sector con nuevos lanzamientos y formatos de éxito.

In a year of major changes in the audiovisual sector, and during a recessionary period, Veralia, which groups the production companies Europroducciones TV, Hill Valley, BocaBoca Producciones, Grupo Videomedia and the film distributor Tripictures, has been able to increase its weight in the sector, with new launches and successful formats.

Veralia

Si 2009 se cerraba para el conjunto de productoras ligadas a Veralia con un acumulado de 1.150 horas anuales, en 2010 se avanza hasta las 1.870 –situando en más de 150 horas el promedio mensual de actividad de las compañías– lo que implica un crecimiento de más del 60% con respecto a 2009.

After producing a total of 1,150 hours of production in 2009, in 2010 Veralia was able to produce 1,870 hours of content, more than 150 hours on average per month, which represents growth of 60% from the levels of 2009.

BocaBoca

BocaBoca es referente en el mercado nacional de los *docureality*. Tras el éxito de “21 días” (Cuatro), confirmado como uno de los formatos revelación del año que culminó con la obtención de un Premio Ondas por “21 días en la mina”, BocaBoca afrontó 2010 sumando récords para las nuevas entregas del programa presentado por la periodista

BocaBoca

BocaBoca is the leader of the national docu-reality show market. After the success of “21 días” (Cuatro), one of the most successful new formats of the year, which was awarded a Premio Ondas for the “21 días en la mina” episode, BocaBoca continued to achieve new records in 2010 for subsequent episodes presented by Samanta Villar, with shows that again had a major social impact.

"21 DÍAS"

PLAY



Samanta Villar, quien tras el éxito de la primera etapa volvió a sorprender con experiencias al límite de distinto calado, algunas de ellas de gran impacto social. En septiembre, la periodista Adela Úcar tomó el relevo de Villar como rostro del formato, mientras que Samanta se enfrentó al reto de adentrarse en la conducción de un nuevo formato: **"Conexión Samanta"**.

Junto a este estreno, BocaBoca produce otras nuevas propuestas en esta línea que se granjean el apoyo de la audiencia caso de **"Malas pulgas"** (Cuatro), formato que ahonda en el adiestramiento de mascotas de la mano del experto en conducta animal Borja Capponi o la producción de **"Vidas de lujo"**, *docureality* que embarcará a celebrities, empresarios, presentadores y a un sinfín de las caras más habituales de la prensa de sociedad rumbo a algunos de los lugares más exóticos del planeta y que se emitirá a lo largo de 2011 en Cuatro.

La división de entretenimiento de la compañía puso además en marcha en el último ejercicio **"La Hora de José Mota"** para el primer canal autonómico; **"Manu y mono"**, una producción de alto contenido ecológico que aúna imagen real y animación, el *talk show* **"Gente que cuenta"**, el estreno para Neox de **"Hablar de sexo con mamá y papá"**, las

46
47

Izquierda. Borja Capponi enseña en el programa **"Malas Pulgas"** cómo criar y educar a las mascotas caninas. **Derecha.** Samanta Villar protagonizó el reportaje **"Conexión Samanta: Fran Rivera"** en el que la periodista pudo conocer de primera mano la vida del popular torero.

Left. Learn how to train and raise dogs with Borja Capponi in **"Malas Pulgas"**.

Right. Samanta Villar presented the feature **"Conexión Samanta: Fran Rivera"**, in which the journalist got up close and personal with the popular bullfighter.



46



47

In September, Adela Úcar took over from Villar, while Samanta started to present a new format: **"Conexión Samanta"**.

In addition to this new format, BocaBoca has produced other similar shows that have won the support of audiences, such as **"Malas pulgas"** (Cuatro), a pet training show presented by animal expert Borja Capponi, and **"Vidas de lujo"**, a docu-reality show that will cover celebrities, business people, presenters and other familiar faces from the ce-

lebrity press, as they travel to the most exotic places in the world. The show will be broadcast throughout 2011 on Cuatro.

The entertainment division of the company also produced in the year **"La Hora de José Mota"** for the leading regional station; **"Manu y mono"**, an ecological show which combines real world visuals and animation, the talk show **"Gente que cuenta"**, the new show for Neox, **"Hablar de sexo con mamá y papá"**, as well as **"Eres tú"** and the

"RAPHAEL"

Raphael, *tv movie* de gran éxito que descubrió a este gran personaje.

Raphael, a highly successful television movie that told the story of this popular figure.



PLAY

píldoras "Eres tú" así como las segundas temporadas para Disney Channel del formato "My Camp Rock".

En paralelo, BocaBoca continuó desarrollando en 2010, en el apartado de ficción, productos con la factura de calidad sello habitual de la compañía. En el último ejercicio, renovó dos nuevas temporadas de la ficción "Llagrimas de Sang", emitida en el horario estelar de Ib3, la autonómica balear y firmó para Antena 3 dos *tv movies*. En abril se estrenó "La Piel Azul" en la que el cineasta Gonzalo López Gallego dirigió a algunas de las promesas más firmes del panorama nacional como Manuela Vellés o Miguel Ángel Muñoz. En septiembre, a las órdenes de Manuel Ríos, debutó uno de los estrenos más esperados de la temporada televisiva "Raphael", una *tv movie* que en forma de *biopic* profundiza en el lado más humano y desconocido del gran cantante.

El buen rendimiento de las ficciones producidas por BocaBoca, así como su atractiva factura, hacen que la compañía termine el año inmersa en la producción de nuevos productos que verán la luz a lo largo de 2011, caso de la ficción sobre el asesinato de Carrero Blanco. Una coproducción para TVE1 y ETB.

En el terreno de las ventas internacionales, el éxito de "21 días" se extiende más allá de

nuestras fronteras con la venta de opciones para producirlo en países tan dispares como Estados Unidos, Holanda, Francia o Italia. En último extremo, México se hace con los derechos de emisión de las dos *tv movies* producidas en 2010 por la compañía.

Europroducciones

2010 confirma a Europroducciones como una de las compañías con mayor experiencia en producciones de entretenimiento de gran formato. A la exitosa "Se llama copla", *talent show* emitido por Canal Sur que vuelve a demostrar un año más la fuerza de un formato líder, se unen nuevos productos que exploran en clave de *reality* el universo musical como las nuevas ediciones de "A tu vera" (CMT y 7RM), programa de búsqueda de talentos de la copla entre manchegos y murcianos. Además, siguiendo también la tendencia coplera, debutó con un enorme respaldo de la audiencia primero en la Comunidad Valenciana para después abrir franquicia en Castilla La Mancha, el concurso "Un beso y una flor".

La compañía se atrevió también con el género pop como *leit motiv* de "Generación de estrellas", un nuevo *talent show* musical que emiten simultáneamente Canal Sur, Aragón TV,

second season for Disney Channel of "My Camp Rock".

In parallel to this, BocaBoca continued to develop drama productions with its characteristic high quality. Last year, two new series of "Llagrimas de Sang" were produced for the prime time slot of Balearic station Ib3, as well as two television movies for Antena 3. April saw the release of the mini-series "La Piel Azul" in which Gonzalo López Gallego directed leading young actors such as Manuela Vellés and Miguel Ángel Muñoz. In September, the long awaited television movie "Raphael", directed by Manuel Ríos, hit the screens, exploring the unknown, human side of this legendary Spanish singer.

The success of the drama productions of BocaBoca has inspired the company to produce new products that will be seen in 2011, including a drama about the assassination of Carrero Blanco, a coproduction for TVE1 and ETB.

In the area of international sales, the "21 días" format has been successful well beyond Spain, with the sale of options for production in countries as different as the US, Netherlands, France and Italy. Finally, Mexico has acquired the rights to broadcast the two television movies that the company produced in 2010.

Izquierda. Juan Ribó, Cecilia Gómez, Félix Gómez y Diana Pazón protagonizaron la serie "Raphael".
Derecha. Fotograma de la serie "Piel Azul" protagonizada por el actor Miguel Ángel Muñoz.

Left. Juan Ribó, Cecilia Gómez, Félix Gómez and Diana Pazón starred in the series "Raphael".
Right. Still from the series "Piel Azul" starring Miguel Ángel Muñoz.



Telemadrid, Canal 9, 7 Región de Murcia y Castilla La Mancha Televisión.

El salto nacional para esta tendencia musical de éxito no tardó en llegar y lo hace de la mano de Antena 3 quien encargó a Jorge Fernández, uno de sus presentadores estrellas, la conducción de "Quiero Cantar" formato original de Europroducciones que se instaló en el *prime time* de primavera de la cadena.

Europroducciones

2010 has confirmed Europroducciones as one of the most experienced companies in producing large format entertainment shows. The success of "Se llama copla", a talent show broadcast by Canal Sur, which has had another year of continuing leadership, has been joined by new products that use the reality show format to explore the world of music, such as the new editions of

"A tu vera" (CMT and 7RM), a talent show for traditional singers in La Mancha and Murcia. In addition, also in this field, there has been a tremendous audience reaction, first in the Comunidad Valenciana and then in its franchise in Castilla La Mancha, to the talent show "Un beso y una flor".

The company has also produced a pop-based talent show, "Generación de estrellas", which is broadcast simultaneously on Canal Sur, Aragón TV, Telemadrid, Canal 9, 7 Región de Murcia and Castilla La Mancha Televisión.

And, presented on Antena 3 by Jorge Fernández, one of the station's leading stars, the company has taken these musical successes nationwide with "Quiero Cantar" an original Europroducciones format that has been given a prime time slot in the Spring schedules of the station.

In addition, Europroducciones continues to maintain a very varied portfolio of products, ranging from game shows such as "Gana tu suerte" –broadcast in prime time in Murcia– to current affairs and debate shows such as "Curri y compañía", "Noche 10" or "En boca de todos", as well as chat shows such as "El día es nuestro" and "Hoy en Día", both of which are broadcast in Extremadura.

"LO SHOW DEI RECORD"

Lo Show dei Record, programa de gran éxito de Europroducciones en Canal 5 (Italia).

Lo Show dei Record, a smash hit for Europroducciones on Canale 5 (Italy).



"ENJUTO MOJAMUTO"



Junto a lo anterior, el grupo Europroducciones continúa apostando por la variedad de su cartera de productos y sigue produciendo desde concursos como **"Gana tu suerte"**, emitido en el access *prime time* de la autonómica murciana, hasta tertulias de análisis y actualidad política como **"Curri y compañía"**, **"Noche 10"** o **"En boca de todos"** pasando por magazines como **"El día es nuestro"** u **"Hoy en Día"**, estos dos emitidos en el primer canal autonómico extremeño.

Fuera de nuestras fronteras, el grupo consolidó su posición gracias a su filial italiana, Europroduzione, que proporcionó a la compañía multitud de éxitos internacionales como el espacio **"Lo show dei record"**, que cosechó un gran éxito en el Canale 5 italiano abriendo así la oportunidad de ampliar mercado con la realización de especiales del programa Guinness en Polonia y Grecia.

Otros éxitos de Europroduzione han sido la distribución del novedoso concurso **"La stangata"**, formato original de Europroducciones para Canale 5 y la producción de **"DNA"** para el canal alemán WDR cuyo éxito propició ventas en Indonesia y la India.

Por último, Europroducciones TV continúa, a través de IDD Publicidad, con las labores de representación de artistas como Dani Mateo,

Terelu Campos o Tania Llasera –uno de los rostros revelación del 2010–, entre otros muchos, así como dando servicio a terceros ofreciendo sus medios técnicos y platós.

Hill Valley

En el último año, la compañía dirigida por Enrique Pérez Vergara, más conocido como Flipy, continúa asentándose como uno de los principales exponentes del humor nacional de nuevo cuño. En 2010, de la mano de Hill Valley, el espíritu chanante saltó por primera vez a la televisión privada tras concluir en primavera, con gran éxito, su recorrido por La 2 de TVE con la emisión de la cuarta temporada de la multipremiada **"Muchachada Nui"**. El trío de Albacete se embarca entonces en un nuevo proyecto para Neox (Grupo Antena 3) con el desarrollo de **"Museo Coconut"**, una *sitcom* trasgresora, gamberra y disfuncional, grabada con público en directo, que cuenta con cameos de impacto y está encabezada por el elenco de Muchachada, cuyos rostros se están convirtiendo en primeras filas del cine nacional.

En el último trimestre del año la productora, inmersa en la preparación de una nueva tanda de capítulos de **"Museo Coconut"**, apuesta además decididamente por el desarrollo de

Outside Spain, the group consolidated its position thanks to its Italian subsidiary, Europroduzione, which provided the company with a range of international successes, including **"Lo show dei record"**, which was highly successful for Canale 5, leading to new market opportunities with special Guinness record shows in Poland and Greece.

Other successes of Europroduzione included the distribution of the innovative game show **"La stangata"**, an original Europroducciones format for Canale 5, and the production of **"DNA"** for the German station WDR, which led to sales in Indonesia and India.

Finally, Europroducciones TV continues, via IDD Publicidad, to represent artists such as Dani Mateo, Terelu Campos and Tania Llasera –one of the new stars of 2010– among others, as well as offering technical services and sets to third parties.

Hill Valley

Last year, the company headed by Enrique Pérez Vergara, better known as Flipy, continued to be one of the leaders in the new style of Spanish comedy. In 2010, for the first time private television broadcast the multi award winning **"Muchachada Nui"**, with



- 50 Izquierda. Escena de la película "Acantilado Rojo" estrenada por Tripictures en 2010.
51 Centro. Una escena de la película "Adele y el Misterio de la Momia", protagonizada por la actriz francesa Louise Bourgoïn en el papel de Adele Blanc-Sec.
52 Derecha. Los chicos de "Museo Coconut", serie producida por Hill Valley y emitida por Antena 3 Neox.

Left. A scene from the film "Red Cliff" released by Tripictures in 2010.

Centre. A scene from the film "The Extraordinary Adventures of Adele Blanc-Sec" starring French actress Louise Bourgoïn.

Right. The kids of "Museo Coconut", a series produced by Hill Valley and broadcast by Antena 3 Neox.

nuevos proyectos como "Involución", un sorprendente *game show* que se estrenará el próximo otoño. El formato que será emitido por Neox, ha sido creado por Flipy y toma como punto de partida la evolución del ser humano desde la creación hasta el día de hoy.

Videomedia

Videomedia ha vuelto a situarse en 2010 como una de las principales abanderadas de la ficción nacional gracias a la producción de nuevas temporadas de "Hospital Central" (Telecinco). La serie celebra su primera década en pantalla con la emisión de su décima novena temporada, consolidándose además como la producción de ficción más longeva y con mayor número de capítulos emitidos – más de 260– de la esfera nacional.

Alejada de la temática juvenil pero también acogida con entusiasmo por la audiencia, la productora estrenó en septiembre de 2010 la *tv movie* "Alfonso de Borbón, el príncipe maldito" que profundiza en la vida del malogrado Duque de Cádiz.

the fourth season moving away from La 2 of TVE after the spring season. The Albacete locals then produced a new project for Neox (Grupo Antena 3) with the development of "Museo Coconut", a transgressive, street-wise and dysfunctional sitcom, recorded live with a studio audience, and which includes high impact cameo appearances, as well as the cast of Muchachada, who have become some of the most recognisable figures in national cinema.

In the last quarter of the year, the production company, in the middle of preparing a new series of "Museo Coconut" shows, also made a commitment to developing new projects such as "Involución", an innovative game show that will be broadcast in the autumn. The format will be broadcast on Neox, was created by Flipy, and is based on the evolution of human beings from their creation to today.

Videomedia

In 2010, Videomedia continued to be one of the leading producers of national drama,

thanks to the production of new seasons of "Hospital Central" (Telecinco). The series celebrated its first decade on the screens, with its nineteenth season, consolidating itself as the longest lasting drama series in Spain, with the highest number of episodes broadcast, now over 260.

Away from the youth market, the production company also released in September the well received television movie "Alfonso de Borbón, el príncipe maldito" exploring the unhappy life of the Duke of Cádiz.

Tripictures

Tripictures is the leading independent film distributor in Spain. Its activity is centred on the acquisition of rights to US and European films, for distribution across all the different windows of the life cycle of the film. In 2010, audience successes included "Ghosts of Girlfriends Past", "Red Cliff", "The Private Lives of Pippa Lee" and "The Extraordinary Adventures of Adèle Blanc-Sec".

"CARTAS A JULIETA"



53 La actriz Amanda Seyfried en la película "Cartas a Julieta".

The actress Amanda Seyfried in the film "Letters to Julie".

Tripictures

Tripictures es la primera distribuidora cinematográfica independiente de España. Centra su actividad en la compra de derechos de películas americanas y europeas para distribuir las a lo largo de todo el ciclo de explotación en las diferentes ventanas de difusión. 2010 ha sido un año donde se ha producido un catálogo de películas de gran calidad. Ha estado lleno de éxitos de taquilla con estrenos como "Los Fantasma de mis exnovias", "Acantilado Rojo", "La Vida privada de Pippa Lee" o "Adele y el misterio de la Momia".

Otra de las películas más taquilleras de 2010 ha sido "Cartas a Julieta", comedia romántica estadounidense que ha conseguido unir en su reparto a Amanda Seyfried, Vanessa Redgrave, Gael García Bernal, Franco Nero o Chris Egan bajo las manos del director Gary Winick, director de otras películas como "La telaraña de Carlota" o "Guerra de novias". ■



Another blockbuster movie in 2010 was "Letters to Juliet", a romantic comedy with a cast that includes Amanda Seyfried, Vanessa Redgrave, Gael García Bernal, Franco Nero and Chris Egan, directed by Gary Winick, the director of films such as "Charlotte's Web" and "Bride Wars". ■



Otros negocios

Other businesses

A large, solid blue graphic of the number '3' is positioned on the left side of the page. The number is stylized with a thick stroke. The top horizontal bar of the '3' contains the text 'Other businesses' in white, bold, sans-serif font.

**Otros
negocios**

**Other
businesses**

Impresión

Comeco Impresión es el holding que agrupa las participaciones de Vocento en el área de impresión. La actividad del área de impresión se basa en la reproducción de los periódicos, los encartes comerciales o editoriales que los acompañan, junto con la paquetería propia, para que el producto pueda ser distribuido posteriormente de forma ordenada.

Durante el año 2010 se han producido dos hitos significativos.

Por un lado la conclusión de la inversión en Rotomadrid, planta participada mayoritariamente por Comeco Impresión, que imprime ABC y Qué!

Por otra parte Bilbao Editorial Producciones con sede en el País Vasco, participada íntegramente por Comeco Impresión, ha puesto

Printing

Comeco Impresión is the holding company which groups the stakes of Vocento in the printing area. The main activity of this area is to print the newspapers, their editorial and advertising supplements, and their packaging, to allow for the orderly distribution of the products.

There were two major events in 2010.

First, the completion of the investment in Rotomadrid, the print plant, majority owned by Comeco Impresión, that prints ABC and Qué!

In addition, Bilbao Editorial Producciones, based in the Basque Country, fully owned by Comeco Impresión, has started up two new presses with the capacity to each produce 128 pages in full colour of publications such as El Correo. Furthermore, the company has

54 Sala de expedición y rotativa de Bilbao Editorial Producciones S.L.U.

Mailroom and printing press of Bilbao Editorial Producciones S.L.U.



en marcha dos nuevas rotativas con capacidad para la producción de 128 páginas a todo color por cada una de ellas que permite la impresión de entre otros de El Correo. Adicionalmente, esta sociedad ha dotado de todo color a otra de las máquinas existentes, con lo que a partir del verano de 2011 estará en disposición de imprimir periódicos de 128 páginas a todo color por tres líneas de producción.

El resto de compañías filiales de Comeco Impresión son: Sociedad Vascongada de Producciones, ubicada en Guipúzcoa y participada al 100% por la matriz, así como Printolid, que presta sus servicios en el ámbito de la Comunidad de Castilla y León.

En la Comunidad Valenciana, Localprint, participada al 50% por Comeco Impresión junto con el Grupo Prensa Ibérica ofrece servicios de impresión para el mercado de Murcia y Levante.

Distribución

Esta área centra sus esfuerzos en la entrega diaria del periódico a través de la red de ventas, o bien en el propio domicilio del suscriptor de forma puntual. Adicionalmente interviene en la puesta a disposición en los puntos de venta de otros productos como revistas, productos comerciales, etc.

Distribuciones Comecosa es la compañía matriz que integra las participaciones en las diferentes distribuidoras que operan en todo el territorio nacional. Participa mayoritariamente en Beralán, distribuidora regional que centra sus esfuerzos en el País Vasco y provincias limítrofes y con carácter minoritario en otras distribuidoras regionales que operan en sus respectivas áreas donde existe presencia de medios escritos de Vocento. Entre estas distribuidoras regionales con participación minoritaria se encuentran Papiro, Cirpress, Val Disme, Distrimedios, etc. ■

upgraded other existing equipment to full colour, so that from the summer of 2011, a total of three production lines will be able to each print 128 pages of newspaper in full colour.

The other subsidiaries of Comeco Impresión are: Sociedad Vascongada de Producciones, located in Guipúzcoa, and 100% owned by the parent company, and Printolid which provides services in the Region of Castilla y León.

In the Region of Valencia, Localprint, in which Comeco Impresión and Grupo Prensa Ibérica both have 50% stakes, provides printing services in the markets of Murcia and Levante.

Distribution

This business area is focused on enabling the daily delivery of the newspapers using either the sales network, or direct and regular delivery to the subscriber's residence. It also uses the points of sale to sell other items such as magazines and other commercial products.

Distribuciones Comecosa is the parent company, which holds stakes in various distribution companies across Spain. It has a majority stake in Beralán, which focuses on the Basque Country and neighbouring provinces, and has minority stakes in other regional distribution companies that operate where Vocento print media has a presence. These regional distribution companies include Papiro, Cirpress, Val Disme, Distrimedios, etc. ■



Recursos Humanos

Human Resources

2010 ha sido un año de importantes proyectos para Vocento: en este periodo se han rediseñado los periódicos del grupo, se han renovado las revistas y suplementos, se ha lanzado el primer proyecto audiovisual nacional propio, La 10, y se han integrado las redacciones de papel e Internet, dentro de un intenso proceso de transformación de las redacciones, que tienden a ser multisupoite.

Human Resources

Recursos Humanos

2010 was a year full of major projects for Vocento, including the redesign of the newspapers of the Group, the renovation of the magazines and supplements, the launch of our first nationwide audiovisual channel, La 10, and the integration of the online and print teams, reflecting the general process of the transformation of the editorial business into a multi-media area.

Esto ha supuesto un importantísimo esfuerzo de comunicación y de formación interna, englobado dentro de una profunda evolución cultural que se lleva acometiendo en los últimos años.

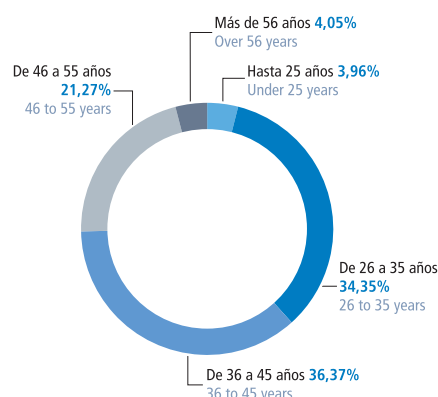
El talento de nuestros profesionales y la función social que desempeñan es más importante que nunca, dado el contexto complejo en el que se encuentran los medios, en el que el modelo de negocio y la situación del mercado han cambiado a un ritmo vertiginoso: ha evolucionado la forma de acceso a

These have all required a major effort in internal communication and training, as part of the cultural transformation of the Group over the course of the last few years.

The talent of our professionals, and the social role that they perform, is more important than ever before, given the rapid changes of the business model for media, which has been transformed by the new forms of accessing information and entertainment and of communicating. At Vocento we face the huge challenge of adapting our organisation,



Plantilla por edad Staff according to age

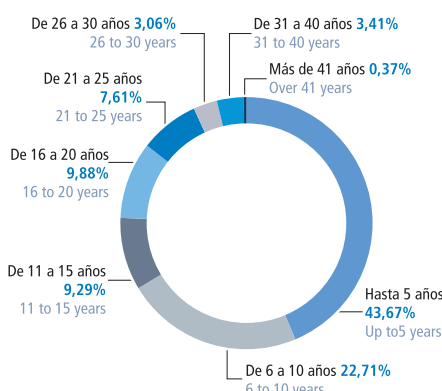


la información, la comunicación y el entretenimiento, y en Vocento tenemos el enorme reto de adaptar nuestra organización desde las señas de identidad que representamos. En Vocento estamos convencidos de que lo que diferenciará a los medios no será solo la agilidad para reconvertirse y adaptarse a las nuevas circunstancias sino, sobre todo, su capacidad para hacerlo manteniendo su calidad y rigor informativo.

La política de Recursos Humanos que se está realizando propicia, desde varios ámbitos, esta evolución cultural. En 2010 se ha creado la función de Organización que, en dependencia de la Dirección General de Recursos, tiene como misión detectar mejoras operativas destinadas a incrementar la eficiencia y el ahorro de tiempos y costes, favorecer el trabajo colaborativo y proponer iniciativas orientadas a mejorar la calidad de todos nuestros procesos.

Otra de las manifestaciones de este cambio cultural es el Proyecto Cantera. Durante 2010 se han llevado a cabo la mayoría de las fases de esta iniciativa pionera en el sector de medios de comunicación, que es una muestra del compromiso del grupo con las personas que lo integran. El Proyecto Cantera es un proyecto abierto a todos los periodistas que trabajan en Vocento y constituye una

Plantilla por antigüedad Staff according to length of service



oportunidad inigualable para nuestros profesionales. Surgió con la vocación de identificar y desarrollar, de entre los profesionales del área de Redacción, a aquellos que muestren interés y competencias para afrontar el futuro más allá de la función que actualmente desempeñan. En el pasado ejercicio se ha realizado la fase de selección, mediante la metodología del Assessment Center y entrevistas de detección de competencias. Las personas seleccionadas contarán con un Plan de Desarrollo Individual que incluirá acciones formativas, prácticas en otros medios, participación en proyectos estratégicos, etc., en función de las necesidades y perfil de cada persona seleccionada.

Asimismo, en este año se ha dado continuidad a los encuentros y jornadas entre los profesionales del grupo, que constituyen un lugar fundamental para la convivencia, el intercambio de experiencias y el reforzamiento de la cohesión del grupo. Bajo el lema "Ser mejores, ser los mejores" se reunieron comunicadores de las catorce cabeceras de Vocento, de los suplementos y las revistas semanales, de Punto Radio, de Colpisa y de la recién estrenada La 10. Durante la jornada de convivencia y reflexión se puso sobre la mesa una pequeña muestra de los proyectos más punteros que realizan diversos medios

while maintaining our characteristic features, and we are convinced that what will differentiate us from other media will not only be our ability to adapt to new circumstances, but also our capacity to adapt while continuing to provide high quality and accurate content.

The Human Resources policy of the company is supporting this cultural transformation in various areas. In 2010, the Organisation function was established, reporting to Human Resources and dedicated to identifying operational improvements that will increase efficiency and cost and time savings, encourage collaborative work, and develop projects that improve the quality of all our processes.

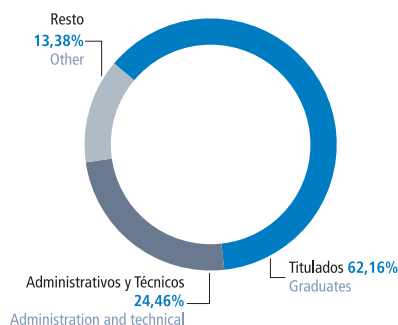
Another reflection of this cultural change is our development programme, Project Cantera. In 2010, most of the phases of this pioneering initiative in the media sector were implemented, showing the commitment of the group to its people. Project Cantera is open to all journalists who work in Vocento, and is an unbeatable opportunity for our professionals. The project aims to identify and develop those people on the Editorial side who show the most interest and the greatest skills for a future away from their current function. The selection process took place over the course of the year, using Assessment Center methodology and interviews that identified competences. The selected people will each have an Individual Development Plan including training, practice in other media, participation in strategic projects, etc., depending on the needs of each of the selected profiles.

In addition, this year we continued with our special day events for group professionals, which were all essential spaces for exchanging experiences and strengthening the cohesion of the group. Under the slogan "Being the best", journalists from fourteen



Distribución por grupos profesionales

Breakdown according to professional group



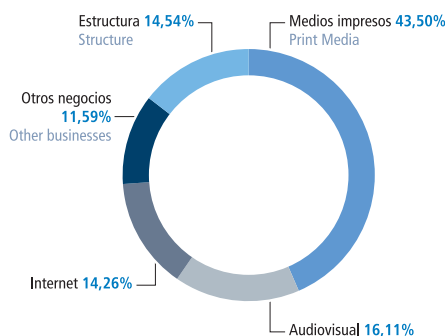
Titulados: Licenciados, Titulados de Grado Superior, Diplomados, Titulados de Grado Medio y equivalentes. Administrativos y Técnicos: FP, Técnico Superior y equivalentes. Qualified personnel: Graduates with a Higher Degree, Certified, Graduates with a Primary Degree (3 year) and equivalent. Office workers and Technicians: FP, Senior Technician and equivalent.

del grupo, y se reconoció con los II Premios Vocento de Comunicación la labor de los profesionales de la empresa, los mejores trabajos informativos, las iniciativas más innovadoras y el talento de los más jóvenes. El objetivo de estos premios es fomentar el buen periodismo a través de la designación de referentes profesionales dentro del grupo, con el fin de premiar el talento, promover la excelencia y estimular la superación permanente en el desempeño de todas las facetas del periodismo. También se realizó en 2010 el encuentro de los profesionales de Internet, en el que se debatieron las claves y nuevas tendencias del negocio, tanto desde el punto de vista de los contenidos como de la comercialización, con un especial protagonismo del enfoque audiovisual creciente de todas nuestras webs.

Durante el año 2010 también se ha profundizado en el proceso de desarrollo continuo del colectivo de directivos, especialmente en lo referente a las competencias de liderazgo y comunicación. Los ámbitos de Estilos de Dirección, Clima generado en los respectivos equipos de trabajo y Competencias, han sido

Distribución de plantilla media por áreas de actividad

Breakdown of average staff according to business activity



been assessed by the managers themselves and the team members. This formed part of a process of coaching and a self-development programme. In addition, the remuneration policy, and the performance management system for managers, have continued to be an effective means of helping the group implement its strategy.

Also in 2010, the people who make up Vocento continued to be characterised by their youth and their level of education: the average age remains under 45 (74.68%), with graduates composing the majority of the staff.

The average workforce of Vocento was 4,003 employees. Temporary staff represented on average 13% of the total group workforce.

Training

In 2010, training was focused mainly on technology and on innovation:

Vocento has agreements with prestigious universities in Spain to provide young people with their first contact with the world of work. In addition, it provides the ABC and El Correo Masters in Journalism, in which, supported by the highest level teaching in the journalism and media sector, students work in a real working environment, enabling them to develop the bases for their future professional development.

ABC-Universidad Complutense de Madrid Master's in Journalism

Following the XXI year of the Master's of Journalism, the course has now educated 375 postgraduates, who have taken classes at ABC, closely combining theory and practice, university and companies, ideas and experience. 15.2% of the students come from Latin America, and 85.6% of those who completed the course hold degrees in Media and Communications.

evaluados tanto por los propios directivos como por sus colaboradores y jefe. Esto se ha englobado dentro de un proceso de coaching y un programa de autodesarrollo. Asimismo, la política retributiva y el sistema de gestión del desempeño de los directivos ha seguido desarrollándose con objeto de que continúe siendo una eficaz herramienta de consecución de la estrategia del grupo.

También en 2010 las personas que conforman Vocento destacan por su juventud y nivel formativo: en su mayor parte no supera los 45 años (74,68%) y el personal titulado compone la mayoría de su plantilla.

La plantilla media de Vocento ha sido de 4.003 empleados. El personal temporal ha supuesto de media el 13% de la plantilla total del grupo.

Formación

Durante 2010, las acciones formativas se ha orientado fundamentalmente hacia contenidos tecnológicos y de innovación:

Vocento mantiene convenios de prácticas con prestigiosas universidades de España para facilitar a los jóvenes su primer contacto con el mundo laboral. Asimismo, imparte los Máster de Periodismo de ABC y El Correo en los que, con la ayuda de un profesorado del más alto nivel del sector periodístico y de comunicación, los alumnos se desenvuelven en un ambiente laboral real, que les permite adquirir las bases de su futuro desarrollo profesional.

Máster de Periodismo ABC-Universidad Complutense de Madrid

Con la XXI promoción del Máster de Periodismo son ya 375 los posgraduados en Magister Universitario que han pasado por el aula de ABC, un terreno donde la teoría y la práctica, la universidad y la empresa, las ideas y el trabajo práctico van estrechamente

Distribución de plantilla al cierre del ejercicio por áreas funcionales

Distribution of the workforce by function at year end

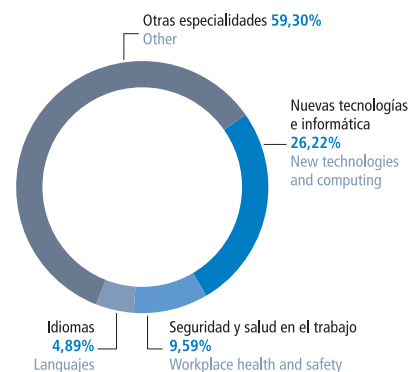


unidos. El 15,2% de los titulados proceden de América Latina, y casi el 85,6% de los que terminaron el curso poseían licenciaturas de Comunicación.

A lo largo del curso, los alumnos compaginan la formación académica con la realización de prácticas en el aula del máster. El extraordinario cambio generado en el mundo de la prensa escrita exige que la nueva redacción de ABC aspire a ser un verdadero fanal de noticias, que irradie información en todo tipo de soportes. El periodista debe dotarse del equipaje literario, ético y tecnológico para ejercer una profesión que vive una época de cambios apasionantes: se han incluido materias como Minería digital, Herramientas narrativas de la web, Ciberperiodismo, Redes sociales o Videoperiodismo. El alumno, desde el primer día de curso, inicia sus prácticas en contacto directo con los jefes de redacción del periódico. Cada alumno cierra diariamente una página de periódico y elabora notas para la web en las condiciones que dicte la actualidad y con los mismos medios técnicos e informáticos que utilizan los profesionales de ABC, en sesiones de trabajo dirigidas por un director técnico nombrado por

Actividades formativas

Training activities



During the course, students combine academic training with practical experiences. The extraordinary changes that are being experienced in the print press sector means that the new editorial team of ABC must serve as a beacon that provides news across all forms of technology. Today's journalists must have the literary, ethical and technological competences to be able to thrive in this era of change, and the course has includes topics such as Digital mining, narrative tools for the web, cyber journalism, social networks, and video journalism. From the first day of the course, students have direct contact with the heads of editorial of each newspaper. Each student closes a page of the newspaper every day, and prepares notes for the web site, in the conditions demanded by the news of the day, and using the same technologies and methods as the journalists of ABC, in working sessions that are overseen by a technical director appointed by the editorial team. The work of the student is carried out in a multi-media print medium, so that the students acquire the skills that guarantee the professional experience demanded by the new labour market. The renewal of the newspaper, and its continuous improvement,



55

Alumnos de la XXI promoción del Máster de Periodismo ABC-Universidad Complutense de Madrid.

Students from the XXI year of the ABC- Universidad Complutense de Madrid Master's in Journalism.

la redacción. La labor que se encomienda al alumno en el máster es la que realiza un periodista en un medio escrito multisoporte, de forma que al acabar sus prácticas se garantiza la experiencia profesional que se exige en el nuevo mercado de trabajo que está fraguando. La renovación del diario y su constante mejora tiene en este máster una verdadera escuela de talento. Este proceso docente culmina con prácticas plenas en la redacción de ABC, con el método de trabajo de los grandes diarios de referencia de la prensa de calidad.

En el curso actual, comenzado en el pasado mes de octubre, se han matriculado 15 alumnos. Además, las plazas de la Escuela de Prácticas de Periodismo, que se celebra durante los meses de verano, ascendieron a 26, dentro de los convenios suscritos con diversas universidades. En el último año académico, dentro de las actividades incluidas en el plan de estudios, los alumnos visitaron la sede del Parlamento y de la Comisión Europea en Bruselas, entre otros eventos. En el marco del convenio firmado con la Universidad Complutense, la dirección del máster está a cargo de Alfonso Armada (dirección técnica) y de la catedrática María Jesús Casals (directora académica), directora del departamento de Periodismo I de la Facultad de Ciencias de la Información.

En la actualidad, casi sesenta periodistas pertenecientes a veintiuna promociones distintas del máster están vinculados profesionalmente con la redacción de ABC y otros medios de Vocento.



55

is supported by the school of young talent provided by this Masters. The teaching process is concluded with practice sessions at ABC, following the working methods of the major newspapers of the quality press market.

In the current course, which began in October, 15 students are enrolled. In addition, there are 26 participants in the Practical School for Journalism, which is held in the summer months as a result of agreements with universities. In the last academic year, the study plan included visits to the European Commission and Parliament in Brussels. As part of the agreement with the Universidad Complutense, the Masters is run by Alfonso Armada (technical management) and by the academic María Jesús Casals (academic management), the head of the journalism department of the Faculty of Information Sciences.

Currently, almost sixty journalists from twenty one different years of the Masters, are working for ABC and other media of Vocento.

El Correo and University of the Basque Country Master's in Journalism

The twenty-third year of the Master's in Multimedia Journalism of El Correo and the University began in 2010, the oldest such course in Spain. Over 700 students from Spain, Europe and the Americas have now been students on the course.

The main novelty in this year has been the confirmation by the accreditation body ANECA of the course's verification as an official degree, allowing it to be integrated into the new European Space for Higher Education, the only professional master's course to be accredited by the agency in this discipline.

56 Alumnos de la vigésimo tercera promoción del Máster de Periodismo de El Correo y la Universidad del País Vasco.

Students from the twenty third year of the El Correo y la Universidad del País Vasco Master's in Journalism.



El Máster de Periodismo de El Correo y la Universidad del País Vasco

El pasado año 2010 comenzó su andadura la vigésimo tercera promoción del Máster de Periodismo Multimedia El Correo-UPV/EHU, segundo posgrado más antiguo de España en este área de conocimiento. Por sus aulas han pasado ya más de 700 alumnos, procedentes tanto de nuestro país como de Europa y América.

La gran novedad con respecto a este curso fue la confirmación por parte de ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación) de la verificación como título oficial, lo que permite la homologación e integración de nuestro máster en el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), siendo el único máster de carácter profesional de la disciplina acreditado por dicha agen-

cia. Esto nos ha obligado a cambiar una parte del plan de estudios mediante la adaptación al nuevo sistema de créditos (ECTS), para garantizar la adquisición por parte de nuestros alumnos de las destrezas y capacidades óptimas para su preparación de posgrado.

Nuestro máster, como su propia denominación indica, se centra en especializar a graduados de cualquier rama del conocimiento en actividades profesionales del periodismo, aplicado a todo tipo de medios y soportes, algo fundamental en el mundo de la información siempre en constantes cambios, tanto tecnológicos como de contenidos. En este contexto, la formación del alumno es integral, favoreciendo no solo los aspectos meramente informativos de su trabajo, sino su formación en la organización y dirección de equipos dentro de la complejidad de las empresas multimedia. ■

This has required us to change part of the study plan, by adapting to the new system of credits (ECTS), guaranteeing that our students acquire the skills and abilities for the postgraduate level.

The Master's, as its name indicates, is focused on providing specialist training to graduates from any area in the professional activities of journalism, in any media and in any vehicle, which is essential in this information era of constant technological change and changes in communication. In this context, the training of the student is extensive, and covers not only the skills of providing information, but also training in the organisation and management of working teams in the complex universe of the multimedia business. ■



**Vocento y su
compromiso social**

Vocento and its social commitment

Vocento y su compromiso social

Vocento es un grupo con vocación de servicio a sus audiencias y al conjunto de la sociedad, que asume su compromiso social a través de la labor editorial y profesional de sus medios.

Vocento is a group which has a vocation to serve its audiences and society as a whole, and which carries out its social commitment based on the editorial hard work and professional commitment of all of its different media.

Vocento and its social commitment

El grupo finaliza la primera década del siglo XXI situándose como uno de los grandes grupos españoles de comunicación en un entorno en el que es necesario combinar la estrategia del negocio con la acción social y cultural.

Nuestros lectores, oyentes, internautas y telespectadores demandan empresas de calidad, transparentes y comprometidas con las comunidades en las que operan. Proveedores, periodistas, accionistas, inversores y colaboradores que encuentran en Vocento liderazgo, capacidad y gestión de virtudes comunicativas.

The Group has ended the first decade of the twenty first century as one of the leading Spanish media groups, in an environment in which combining business strategy with social and cultural action has become essential.

Our readers, listeners, Internet users and television watchers require high quality companies which are transparent and which are committed to the communities in which they work. Suppliers, journalists, shareholders, investors and employees all encounter at Vocento leadership, capacity and strong values of communication.



Vocento promueve valores que han acompañado a las cabeceras desde su nacimiento, con iniciativas orientadas a fortalecer la cultura y los valores humanos en las zonas que opera. El grupo busca, con acciones enfocadas al ámbito social y cultural, sentar las bases de esa sociedad a la que sirve en su quehacer diario. Una sociedad en plena transformación tecnológica que abre nuevas líneas de negocio.

Como consecuencia de este pensamiento estratégico, por séptimo año consecutivo Vocento ha renovado su compromiso con el **Pacto Mundial**, consciente de que la función social de los medios de comunicación debe trascender el mero negocio editorial, para alcanzar nuevos retos en coherencia con su propia vocación de ser arte y parte de la sociedad. Temas tan relevantes como el respeto y la defensa de los Derechos Humanos, de la infancia y el honor, de la intimidad y el buen nombre, la equidad de género, el cuidado del medio ambiente y la lucha anticorrupción están presentes en cada una de las acciones

Vocento
ha renovado
su compromiso con
el Pacto Mundial
para alcanzar nuevos
retos en coherencia
con su propia
vocación de ser arte y
parte de la sociedad.

de la compañía y en cada una de las empresas que la constituyen.

Durante 2010 se ha llevado a cabo el Proyecto **Operación Cantera**, que nace de la necesidad de identificar y desarrollar a los mejores profesionales dentro del área de Redacción

Vocento promotes and supports the values that its titles uphold, through a range of initiatives that aim to reinforce culture and human values in the regions where it operates. The Group pursues actions in the social and cultural sphere that help to secure the foundations of the society that it operates in and that it serves on a daily basis. In today's technological world, this society is leading our business into new, more inclusive, and more sophisticated lines of work.

As a result of this strategic line of thinking, for the seventh consecutive year, Vocento has renewed its strong commitment to the **Global Compact**, reflecting its awareness that the social function of the media has to go beyond just the editorial business, and aspire to new challenges, reflecting the media's vocation to be a key part of society and culture. Such important areas as the respect and defence of Human Rights, of childhood and of dignity, privacy and reputation, gender equality, the preservation of the environment, and the fight against corruption, are





57 Izquierda. Equipo de enviados especiales de Punto Radio en Anantapur, en apoyo a la Fundación Vicente Ferrer.



58 Derecha. Ana Santiago recibió el Premio Solidarios "El Norte de Castilla" en la gala de Aspaym que se celebró en noviembre de 2010.

Left. A team of special correspondents from Punto Radio in Anantapur, in support of the Vicente Ferrer Foundation.

Right. Ana Santiago received the "El Norte de Castilla" Solidarity Award at the Aspaym event in November 2010.

con el objetivo de estar preparados para el futuro más allá de la función actual de la redacción. Está dirigido a todos los profesionales de Vocento que quieran apostar por su desarrollo y crecimiento, personal y profesional.

En 2010 se celebraron los II Premios Vocento de Comunicación, dirigidos a resaltar el quehacer de los medios y profesionales del grupo que sobresalgan por su calidad, innovación, trascendencia, ejemplaridad o utilidad de sus iniciativas, proyectos y trabajos periodísticos. El objetivo de estos premios es fomentar el buen periodismo a través de la designación de referentes profesionales dentro del grupo.

Así, con el fin de premiar el talento, promover la excelencia y estimular la superación permanente en el desempeño del periodismo, se establecen tres categorías: Premio Vocento de Comunicación al Trabajo Periodístico del Año en prensa escrita o periodismo gráfico, Internet, radio y televisión destinado a reconocer informaciones de cualquier género y medio del grupo que, durante el periodo objeto de la convocatoria, hayan destacado por su calidad, oportunidad, interés, repercusión y/o aportación a la comunidad.

El Premio Vocento de Comunicación a la Innovación Editorial para aquel proyecto innovador que haya despuntado por su creatividad, por

Vocento has renewed its strong commitment to the Global Compact, reflecting its awareness that the social function of the media has to go beyond just the editorial business.

present in every action taken by the group and by the companies that compose it.

In this year, the Operación Cantera Project was implemented, in order to identify and help develop the best journalists of the Editorial area, preparing them for a future beyond their current editorial responsibilities. It is aimed at all Vocento professionals who would like to make a commitment to their

development and their personal and professional growth.

In 2010, the second **Vocento Communication Prizes** were awarded, recognising the media and professionals of the group who have stood out due to the high quality, innovation, inspiration or usefulness of their journalistic projects and initiatives. The aim of these prizes is to reward good journalism and encourage it, by highlighting leading professionals within the group.

And to reward talent, encourage excellence, and inspire continued ambition in the journalism area, three categories have been established: the Vocento Communication Prize for the Journalism of the Year in written or graphic press, Internet, radio, and television, which recognises the information provided in any genre and in any media of the group that in the period has most stood out for its quality, high interest, impact and/or its contribution to the community.

The Vocento Communication Prize for Editorial Innovation is an award for an innovative project that is recognised for its creativity, for the incorporation and development of new technologies or new ways of communicating, or for the application of a pioneering idea in improving the product and our service to the public.



59 **Arriba.** Los amantes de la fotografía se congregaron en el concurso celebrado por el Diario La Rioja "Maratón fotográfico".
Abajo. Con motivo de su centenario, El Correo invitó a los ciudadanos de Bilbao a una fiesta multitudinaria en la que se repartieron casi 4.000 pasteles.

Top. Lovers of photography participated in the competition organised by Diario La Rioja, the "Photo Marathon".

Bottom. To celebrate its centenary, El Correo invited the citizens of Bilbao to a huge party in which 4,000 pastries were handed out.



60 The Vocento Communication Prize for New Values goes to a journalist under 35 who has stood out in the period, in the written press, in graphic journalism, radio, television or the Internet.

Finally, a Special Category is the Vocento Prize for Professional Experience. This is an award for those journalists who have enjoyed an extensive and successful career at any Vocento media, and goes to the professional who in the year has been the source for most pride and satisfaction at the group.

Each year, Vocento also recognises excellence in journalism, with the award of the **Mariano de Cavia**, **Luca de Tena** and **Mingote** prizes, awarded by ABC, and the **El Correo Español-El Pueblo Vasco Journalism Prize**, awarded by El Correo.

ABC has also carried out other social and cultural activities that are aimed at reinforcing values of social responsibility, such as the **ABC Solidario Prize** and the **Values for Youth Congress**, an event that is designed to reinforce the values of solidarity among today's young people.

In addition, Vocento continues to invest in the training of new journalism talent, with the **ABC-Universidad Complutense de Madrid**

la incorporación y desarrollo de nuevas tecnologías o nuevos lenguajes de comunicación o por aportar alguna idea pionera y útil para la mejora del producto y del servicio al público.

El Premio Vocento de Comunicación a Nuevos Valores para aquel periodista menor de 35 años que haya destacado durante el periodo objeto de la convocatoria, ya sea en prensa escrita o periodismo gráfico, radio, televisión o Internet.

Por último, como Categoría Especial está el Premio Vocento a la Trayectoria Profesional.

Se trata de un galardón que se otorgará a aquellos comunicadores con una dilatada y destacada carrera profesional en cualquiera de los medios de comunicación de Vocento. En definitiva, se premiará aquel ejercicio profesional que sea motivo de orgullo y satisfacción para el grupo.

Asimismo, ABC reconoce cada año la excelencia en el ejercicio del periodismo con los **Premios Mariano de Cavia**, **Luca de Tena** y **Mingote**, que concede el diario ABC, y con el **Premio de Periodismo El Correo Español-El Pueblo Vasco**, del diario El Correo.



61 **Arriba. Izquierda.** Los jóvenes riojanos pudieron presentar sus iniciativas en el concurso 2010 Año de los jóvenes. En la fotografía, la premiada por su proyecto "Blog & Roll".

Top. Left. The young people of Rioja presented their initiatives in the 2010 Youth Year competition. The photograph shows the award winner for "Blog & Roll".



ABC ha desarrollado otro tipo de actividades en una línea social y cultural encaminadas a fomentar los valores responsables como el **Premio ABC Solidario** y el **Congreso Jóvenes con Valores**, un encuentro para fomentar valores solidarios en la juventud

Por otra parte, ABC apuesta por la formación periodística de nuevos talentos con su **Máster de Periodismo ABC-Universidad Complutense de Madrid**. Tras dos décadas de experiencia impartiendo este posgrado –desde 1989–, las instituciones ABC y UCM han transformado y adaptado el Máster a un nuevo concepto de formación donde el periodismo tradicional y el multimedia gozan del mismo peso.

Lo mismo ocurre con el **Máster de Periodismo de El Correo y la Universidad del País Vasco** que, con 23 promociones, ha formado durante las últimas décadas a cientos de periodistas que han dado sus primeros pasos profesionales en distintos medios del grupo.

Además, en materia medioambiental, Vocento ha comenzado a exigir a sus proveedores de papel que el 80% del producto sea reciclado.



62 **Arriba. Derecha.** Un grupo de trabajadores del diario Qué! reciben de manos de la Reina el Premio Reina Sofía contra las Drogas de la Fundación CREFAT por su campaña "Que no te enganchen".
63 **Abajo.** La ciudad de Gijón pudo disfrutar de la Feria de abril organizada por El Comercio.

Top. Right. A group of workers from the daily Qué! receive from the Queen the Reina Sofía Award against Drugs from the CREFAT Foundation, for the campaign "Don't get Hooked".

Bottom. The city of Gijón enjoyed the traditional April fair organised by El Comercio.

Master's in Journalism. After two decades of experience in this post graduation course, which started in 1989, ABC and the UCM have transformed the Master's programme, adapting it to a new concept in which traditional journalism and multimedia journalism have the same weight.

The same process has occurred at the prestigious **El Correo and Universidad del País Vasco Master's in Journalism**, which, for 23 years, has trained hundreds of journalists who have taken their first professional steps in the various media of the Group.

Elsewhere, in the environmental area, Vocento has begun to require from its paper suppliers that 80% of the product is recyclable. This is a very significant move forward in the Group's purchasing policy, and demonstrates the commitment of the Group to the sustainability of environmental resources. The heads of each productive process at every Vocento company understand the legal recycling requirements of the region in which they operate and follow these requirements strictly. This action has been complemented by other activities that are continuously carried out by our brands, such as **Protagonistas en Verde**, on **Punto**

64 Vocento entregó los "Premios Leones de Cannes" y "Premios Genio" a la publicidad más creativa. En la imagen aparecen los ganadores.

Vocento awarded "The Leones Awards from Cannes" and the "Genio Awards" for the most creative advertising. The photograph shows the winners.



Este es un avance de vital importancia en la política de compras, que demuestra el compromiso del grupo con la sostenibilidad de los recursos medioambientales. Los responsables de cada línea de producción en cada empresa están en conocimiento de las políticas de reciclaje vigentes para la comunidad autónoma en la que operan y se ciñen a su correcta gestión. Esta acción se complementa con otras que ejecutan sus marcas de forma continuada como **Protagonistas en Verde**, de **Punto Radio**, o el suplemento **Nuestra Tierra** del diario **La Verdad**.

La Fundación Vocento mantiene una intensa actividad con diversas universidades, entre las que destacan los **Cursos de Verano de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo** y de la **Universidad de Cádiz**; y el patrocinio de los **Cursos de Verano de la Universidad de Cantabria**, en Laredo.

Nuestra vocación cultural se hace evidente en las actividades que se desarrollan conjuntamente con **patronato de la Fundación Guggenheim**, de la **ABAO (Asociación Bilbaína de Amigos de la Ópera)**, en el **Museo Picasso de Málaga** y con su presencia activa en **ARCO**, la Feria Internacional de Arte Contemporáneo o el **Premio Ideas Arte 2.0**.

De igual manera, la **Fundación Vocento**, presidida por Enrique Ybarra, impulsa desde hace más de cuatro lustros las **Aulas de Cultura**, un amplio programa anual de conferencias en las que participan activamente académicos, expertos e intelectuales de todo el mundo, con el objetivo de contribuir a la difusión de acontecimientos, la excelencia periodística, actitudes y valores humanos que permitan a los ciudadanos desarrollar un juicio crítico sobre los problemas de su tiempo. ■

Radio, or the **Nuestra Tierra** supplement of the daily newspaper **La Verdad**.

The Vocento Foundation is continuing with its intense activity in various universities, including the **Summer Courses of the Universidad Internacional Menéndez Pelayo** and of the **Universidad de Cádiz**; and the sponsorship of the **Summer Courses of the Universidad de Cantabria**, in Laredo.

Our cultural vocation is reflected in the activities that we carry out jointly with the board of trustees of the **Guggenheim Foundation**, with the **ABAO (Bilbao Association of Friends of the Opera)**, and the **Picasso Museum of Málaga**, as well as our active presence in **ARCO**, the International Contemporary Art Fair, and the **Ideas Arte 2.0 Prize**.

In addition, the **Vocento Foundation**, chaired by Enrique Ybarra, has for over twenty years held its **Cultural Conferences**, a wide ranging yearly programme, with the active participation of academics, experts and intellectuals from across the world, with the aim of contributing to spread information about events, excellence in journalism and human values, helping enable citizens to develop a critical perspective about the problems of our time. ■



Directorio

Addresses

VOCENTO

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91 743 81 04
Fax: 91 320 39 95
www.vocento.com

Presidente de Honor | Honorary Chairman. Santiago de Ybarra y Churruca

Presidente | Chairman. Diego del Alcázar Silvela

Consejero Delegado | Chief Executive Officer. José Manuel Vargas Gómez

Vicepresidente Primero | Senior Vice Chairman. José María Bergareche Busquet

Vicepresidente | Vice Chairman. Enrique Ybarra e Ybarra

Vicepresidenta | Vice Chairwoman. Catalina Luca de Tena García-Conde

Secretario del Consejo | Board Secretary. Emilio de Palacios Caro

Directora General Financiera | Chief Financial Officer. Beatriz Puente Ferreras

Director General Comercial | Director General of Sales. José Luis Hazas Guerra

Director General de Estrategia Digital | Director General of Digital Strategy. Juan Luis Moreno Ballesteros

Director General de Recursos | Director General of Resources. Ignacio Bernabéu de Yeste y Sala

Director General de Medios Regionales | General Manager of Regional Media. Iñaki Arechabaleta Torrónategui

Director General de Medios Nacionales Impresos | Director General of National Print Media. Rafael Bravo García

Director General Audiovisual | Director General of Audiovisual. José María Martín Guirado

Director de Auditoría Interna | Internal Audit Manager. Enrique Marzal López

Directora de Relación con Inversores y Accionistas | Director of Investor Relations. Loles Mendoza

Directora de Comunicación | Director of Communications. Luisa Alli Turrillas

Directora de Relaciones Externas | External Relations Manager. María Vega de Seoane

ABC

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91 339 90 00
Fax: 91 320 39 95
www.abc.es

EL DIARIO VASCO

Camino de Portuete, 2
20018 San Sebastián
www.diariovasco.com

LA RIOJA

c/ Vara del Rey, 74
26002 Logroño
Tel.: 941 27 91 07
Fax: 941 27 91 06
www.larioja.com

ABC SEVILLA

Albert Einstein, 10
41092 Isla de la Cartuja-Sevilla
Tel.: 95 448 86 00
Fax: 95 448 86 01
www.abcdesevilla.es

LA VERDAD

Camino Viejo de Monteagudo, s/n
30160 Murcia
Tel.: 968 36 91 00
Fax: 968 36 91 47
www.laverdad.es

LA VOZ DE CÁDIZ

Edificio Glorieta, 4º planta
C/ Glorieta Zona Franca s/n
11011 Cádiz
Tel.: 956 24 09 00
Fax: 956 25 32 16
www.lavozdigital.es

QUÉ!

Juan Ignacio Luca de Tena, 6
Planta Baja
28027 Madrid
Tel.: 91 572 62 00
Fax: 91 571 00 85
www.que.es

HOY

Carretera de Madrid-Lisboa, 22
06008 Badajoz
Tel.: 924 21 43 00
Fax: 942 24 08 83
www.hoy.es

EL DIARIO MONTAÑÉS

Calle de la Prensa s/n-La Albericia
39012 Santander
Tel.: 942 35 40 00
Fax: 942 34 10 07
www.eldiariomontanes.es

IDEAL

Polígono Asegra
c/ Huelva, 2
18210 Peligros (Granada)
Tel.: 958 80 98 09
Fax: 958 40 24 20
www.ideal.es

LAS PROVINCIAS

Polígono Industrial Vara de Quart
c/ Gremis, 1
46014 Valencia
Tel.: 96 350 22 11
Fax: 96 359 01 88
www.lasprovincias.es

CMVOCENTO

Juan Ignacio Luca de Tena, 6
28027 Madrid
Tel.: 91 327 83 00
Fax: 91 327 83 01
www.cmvocento.com

EL COMERCIO

Calle del Diario El Comercio, 1
33207 Gijón
Tel.: 985 17 98 00
Fax: 985 34 09 55
www.elcomerciodigital.com

EL NORTE DE CASTILLA

Polígono Argales
c/ Vázquez de Menchaca, 10
47008 Valladolid
Tel.: 983 41 21 00
Fax: 983 41 21 32
www.nortecastilla.es

COLPISA

Juan Ignacio Luca, 7
28027 Madrid
Tel.: 91 743 81 04
Fax: 91 742 63 52
www.colpisa.com

SUR

Avenida Doctor Marañón, 48
29009 Málaga
Tel.: 95 264 96 00
Fax: 95 264 96 73
www.diariosur.es

EL CORREO

Pintor Losada, 7
48004 Bilbao
Tel.: 94 487 01 00
Fax: 94 487 01 11
www.elcorreo.com

BOCABOCA PRODUCCIONES

Virgilio, 2B
Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid
Tel.: 91 566 15 00
Fax: 91 566 15 15
www.bocaboca.com

TALLER DE EDITORES

Juan Ignacio Luca de Tena, 6
28027 Madrid
Tel.: 91 327 83 00
Fax: 91 327 83 01
www.tallerdeeditores.com

HILL VALLEY

Santa Catalina, 8-1º
28014 Madrid
Tel.: 91 521 02 49
Fax: 91 360 15 94
www.hillvalley.es

PUNTO RADIO

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91 339 95 35
Fax: 91 320 29 73
www.puntoradio.com

GRUPO EUROPRODUCCIONES

Virgilio, 5
Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid
Tel.: 91 512 98 00
Fax: 91 512 98 20
www.europroducciones.com

VIDEOMEDIA

José Isbert, 2
Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid
Tel.: 91 512 80 00
Fax: 91 512 80 00
www.videomedia.es

LA 10

Virgilio, 5
Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid
Tel.: 91 512 98 00
Fax: 91 393 15 69

TRIPICTURES

Enrique Jardiel Poncela, 4
28016 Madrid
Tel.: 91 400 99 20
Fax: 91 574 90 05
www.tripictures.com

VERALIA

Virgilio, 2
Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid
Tel.: 91 512 31 49
Fax: 91 512 31 64

INFOEMPLEO

Paseo de la Castellana, 70. 1ª planta
28046 Madrid
Tel.: 91 782 38 40
Fax: 91 564 53 45
www.infoempleo.es

DESARROLLO DE CLASIFICADOS, S.L.

Juan Ignacio Luca de Tena, 6
28027 Madrid
Tel.: 91 327 83 00
Fax: 91 514 19 15

NET TV

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91 512 31 55
Fax: 91 512 31 57
www.nettv.es

ALIANZAS Y NUEVOS NEGOCIOS, S.L.

Juan Ignacio Luca de Tena, 6
28027 Madrid
Tel.: 91 327 83 00
Fax: 91 327 83 01/02/03
www.hoymotor.com
www.finanzas.com

SARENET

Parque Tecnológico Edif.103
48170 Zamudio - Vizcaya
Tel.: 94 420 94 70
Fax: 420 94 65
www.sarenet.es

PRINTOLID, S.L.U.

Vázquez de Menchaca, 10
47008 Valladolid
Tel.: 94 452 37 21
Fax: 94 452 20 68

COMECO IMPRESIÓN S.L.

Polígono Industrial Torrelarragoiti, 6 B1
48170 Zamudio (Vizcaya)
Tel.: 94 452 34 00
Fax: 94 452 01 71

SOCIEDAD VASCONGADA DE PRODUCCIONES, S.L.

Camino de Portuetxe, 2
20018 San Sebastián
Tel.: 943 41 07 00
Fax: 943 41 08 07

MÁSTER EN PERIODISMO EL CORREO / UPV

Pintor Losada, 7
48007 Bilbao
Tel.: 94 487 01 00
Fax: 94 473 33 20

EL NOTICIERO DE LAS IDEAS

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Tel.: 91 743 81 04
Fax: 91 320 39 95

FUNDACIÓN VOCENTO

Pintor Losada, 7
48004 Bilbao
Tel.: 94 487 01 00
Fax: 94 411 83 54

BILBAO EDITORIAL PRODUCCIONES, S.L.

Polígono Industrial Torrelarragoiti, P6 B1
48170 Zamudio (Vizcaya)
Tel.: 94 452 34 00
Fax: 94 452 01 71

BERALÁN

Polígono Industrial Igarategi, 58
20130 Urnieta (Guipúzcoa)
Tel.: 943 30 04 32
Fax: 943 59 01 51

SECTOR MD

C/ Kareaga, 55
48903 Barakaldo (Vizcaya)
Tel.: 94 490 06 11
Fax: 94 490 19 99

