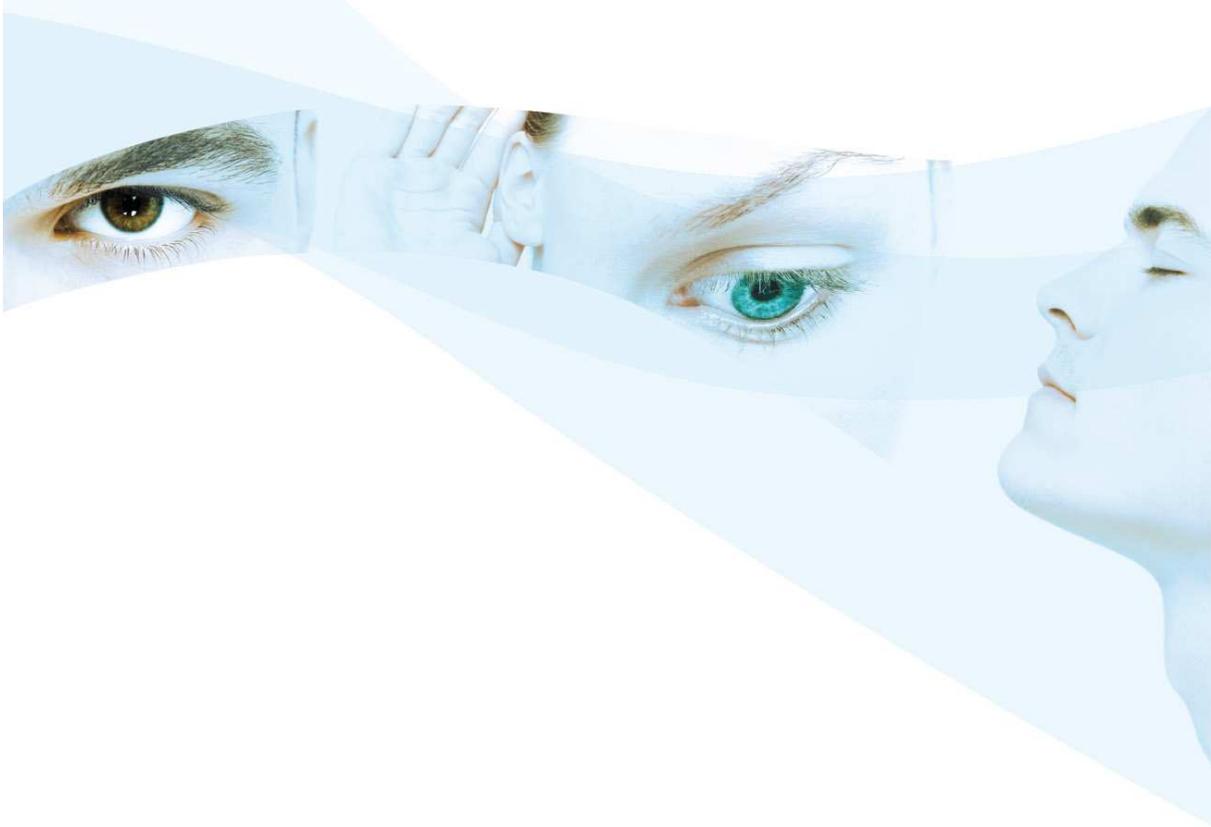


# vocento



**Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes**

**Resultados Enero-Septiembre 2014**

**13 de noviembre de 2014**

## Detalle de las líneas de actividad de VOCENTO

PERIODICOS			
REGIONALES		ABC	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Correo</li> <li>▪ La Verdad</li> <li>▪ El Diario Vasco</li> <li>▪ El Norte de Castilla</li> <li>▪ El Diario Montañés</li> <li>▪ Ideal</li> <li>▪ Sur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las Provincias</li> <li>▪ El Comercio</li> <li>▪ Hoy</li> <li>▪ La Rioja</li> <li>▪ Imprentas locales</li> <li>▪ Comercializadoras locales</li> <li>▪ Otras participadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ABC</li> <li>▪ Imprentas nacionales</li> <li>▪ Comercializadora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ XL Semanal</li> <li>▪ Mujer Hoy</li> <li>▪ Hoy Corazón</li> <li>▪ Inversión y Finanzas</li> <li>▪ Mujerhoy.com</li> <li>▪ Finanzas.com</li> </ul>
AUDIOVISUAL			
TELEVISION DIGITAL TERRESTRE		RADIO	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TDT Nacional - Net TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TDT Regional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Licencias de radio analógica</li> <li>▪ Licencias de radio digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veralia</li> </ul> Producción: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, Europroduzione y Hill Valley)</li> </ul> Distribución: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veralia Cine</li> </ul>
CLASIFICADOS		OTROS	
Clasificados: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pisos.com</li> <li>▪ Infoempleo</li> <li>▪ Autocasión</li> </ul>	Directorios: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 11870 (35%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sarenet</li> </ul>	

### NOTA IMPORTANTE

Para facilitar el análisis de la información y poder apreciar la evolución orgánica de la Compañía, a lo largo del informe se explica siempre cuando los gastos de explotación, el EBITDA, el EBIT y el Resultado Neto, están afectados por diferentes impactos no recurrentes o extraordinarios. Los impactos más relevantes se resumen en dos grupos: 1) costes de reestructuración y medidas de ajustes 2) impactos derivados de decisiones estratégicas de negocio (i.e. Radio, distribución de cine).

## Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

**Mejora del entorno publicitario: ingresos por publicidad totales de VOC 3T14 +4,6%**

**Los negocios digitales alcanzan el 25% de los ingresos publicitarios a 9M14**

**EBITDA comp. 9M14 +37,0%, €+7,0m por ahorro y control de costes**

**Generación de caja operativa positiva del negocio ordinario 9M14: €+5,9m**

### ▪ Mejora de la tendencia publicitaria en 3T14

- (i) Al crecimiento publicitario de 3T14 contribuyen todos los negocios: negocio de prensa escrita +0,2%, publicidad online de las ediciones digitales +16,6% y Clasificados +9,6%.
- (ii) Los ingresos publicitarios provenientes de internet y los nuevos negocios digitales aportan el 25,0% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce de VOC en 9M14 (+2,6 p.p. vs 9M13).
- (iii) Mejor evolución publicitaria de Suplementos y Revistas (9M14 -0,8%, 3T14 +8,8%) que mercado (9M14 -6,9%<sup>1</sup>), especialmente del suplemento Mujer Hoy (ingresos publicitarios 9M14 +21,3%).
- (iv) Se mantiene el incremento de cuota de mercado publicitaria a 9M14, a pesar de no tener prensa deportiva: los ingresos publicitarios de los periódicos de VOC en offline descienden a 9M14 -2,5% vs -3,5%<sup>1</sup> del mercado, mientras que los ingresos online crecen 10,9% vs 3,1%<sup>1</sup> del mercado.

### ▪ El EBITDA comparable 9M14 aumenta en +7.022<sup>2</sup> miles de euros, +37,0%: puesta en valor del apalancamiento operativo por estabilización de la publicidad y ahorro de costes

- (i) Las principales áreas de negocio registran crecimiento en EBITDA: ahorro de costes comparables 9M14 de -8,6% y de gastos de personal de -5,7%, que excluyen medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 miles euros.
- (ii) Periódicos: EBITDA comparable 9M14 aumenta +2.188 miles de euros, por mantener el foco en costes y por la positiva aportación de digital.
- (iii) Audiovisual: EBITDA comparable 9M14 +1.208 miles de euros. El cese de dos canales de TV se compensa con el impacto positivo del acuerdo estratégico en radio con COPE y del cambio de modelo de negocio en distribución de Contenidos.

NIIF Miles de Euros	EBITDA comparable			Publicidad
	9M14	9M13	Var Abs	Var Abs
Periódicos	24.869	22.681	2.188	(389)
Audiovisual	7.762	6.554	1.208	(297)
Clasificados	(547)	(1.762)	1.215	680
Otros	2.222	2.530	(308)	(94)
Estructura	(8.292)	(11.012)	2.719	58
<b>Total</b>	<b>26.014</b>	<b>18.992</b>	<b>7.022</b>	<b>(42)</b>

### ▪ EBIT 9M positivo por primera desde 2008: EBIT 9M14 positivo de 2.562 miles de euros, un incremento de 6.198 miles de euros vs 9M13 por mejora de EBITDA y menores amortizaciones en Contenidos

### ▪ Reducción de deuda financiera neta hasta 146.932 miles de euros vs 149.277 miles de euros en 2013

- (i) Generación de caja operativa positiva del negocio ordinario: +5.903 miles de euros
- (ii) Entrada de caja extraordinaria por venta de la participación indirecta del 0,36% en el operador de cable ONO por 9.214 miles de euros y salida de caja no recurrente de -12.766 miles de euros vinculadas a indemnizaciones, préstamo sindicado y otros.
- (iii) Mejora del ratio Deuda Neta/EBITDA comparable desde 4,0x a cierre de 2013 hasta 3,3x (LTM<sup>3</sup>)

<sup>1</sup> Fuente: i2p 9M14.

<sup>2</sup> Excluye medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 miles euros.

<sup>3</sup> LTM son "últimos doce meses" traducido del inglés "Last twelve months".

## Principales datos financieros

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	155.415	162.490	(7.075)	(4,4%)
Ventas de publicidad	110.248	110.291	(42)	(0,0%)
Otros ingresos	95.847	113.334	(17.487)	(15,4%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>361.510</b>	<b>386.115</b>	<b>(24.605)</b>	<b>(6,4%)</b>
Personal	(123.606)	(126.285)	(2.678)	(2,1%)
Aprovisionamientos	(64.784)	(67.935)	(3.151)	(4,6%)
Servicios exteriores	(150.162)	(171.093)	(20.930)	(12,2%)
Provisiones	(2.210)	(2.548)	(338)	(13,3%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(340.762)	(367.860)	(27.098)	(7,4%)
<b>EBITDA</b>	<b>20.748</b>	<b>18.255</b>	<b>2.493</b>	<b>13,7%</b>
Amortizaciones	(18.204)	(22.114)	(3.909)	(17,7%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	18	223	(205)	(92,0%)
<b>EBIT</b>	<b>2.562</b>	<b>(3.636)</b>	<b>6.198</b>	<b>170,4%</b>
Resultado sociedades método de participación	8	131	(123)	(93,8%)
Diferencial financiero y otros	(7.363)	(7.537)	174	2,3%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(305)	356	(661)	(185,7%)
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>(5.099)</b>	<b>(10.685)</b>	<b>5.587</b>	<b>52,3%</b>
Impuesto sobre sociedades	(966)	(1.068)	103	9,6%
<b>Resultado neto antes de minoritarios</b>	<b>(6.064)</b>	<b>(11.754)</b>	<b>5.690</b>	<b>48,4%</b>
Accionistas minoritarios	(3.043)	(3.560)	516	14,5%
<b>Resultado atribuible Sociedad Dominante</b>	<b>(9.108)</b>	<b>(15.314)</b>	<b>6.206</b>	<b>40,5%</b>
Gastos de personal comparables <sup>1</sup>	(118.341)	(125.548)	(7.207)	(5,7%)
Gastos explotación sin amort. comparables <sup>1</sup>	(335.496)	(367.123)	(31.627)	(8,6%)
EBITDA comparable <sup>1</sup>	26.014	18.992	7.022	37,0%
EBIT comparable <sup>1 2</sup>	7.809	(3.122)	10.931	350,1%

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

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

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 miles euros.

<sup>2</sup> EBIT comparable excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M14 18 miles de euros y 9M13 223 miles de euros.

### Ingresos de explotación

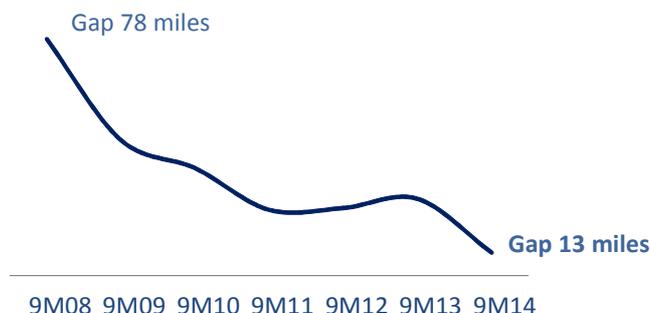
Los ingresos totales en 9M14 alcanzan 361.510 miles de euros, -6,4% comparado con 9M13. Los principales motivos de dicho comportamiento se detallan a continuación:

**Ventas de ejemplares:** caída del -4,4%, explicado principalmente por el descenso de los ingresos en Regionales del -5,5% (periódicos regionales -5,0%) y del -1,6% en ABC. La evolución de la difusión ha sido del -8,3% en ABC y del -6,9% en Prensa Regional.

Según datos oficiales de OJD a 9M14, ABC se sitúa a 12,8<sup>4</sup> mil ejemplares de la segunda posición en prensa nacional generalista en España. De forma paulatina, el gap se ha ido reduciendo desde los 77,9 mil ejemplares que había a 9M08.

### Evolución del "gap" en difusión ordinaria de ABC vs El Mundo<sup>1</sup>

Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales 9M14/08 (datos en miles)

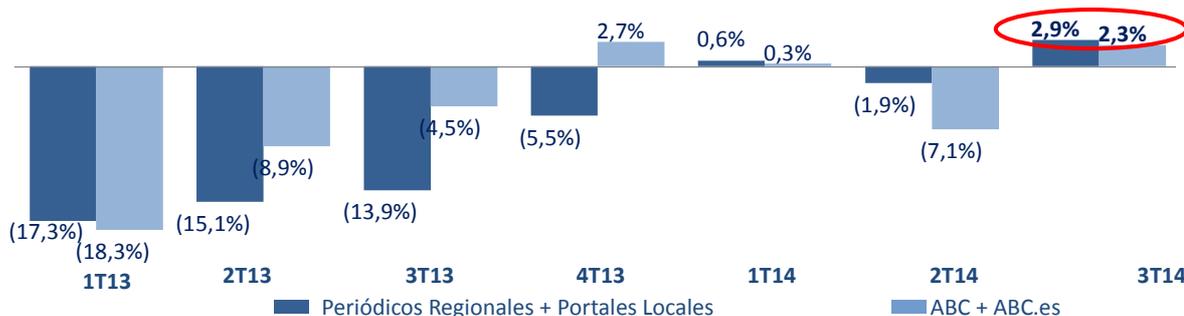


Nota 1: fuente OJD. Datos 9M14 no certificados.

Los ingresos por venta de publicidad se mantienen planos a 9M14, con un crecimiento del +0,3% si se ajusta por perímetro (acuerdo estratégico en Radio con COPE a partir del 2T13 y desinversión del diario gratuito online que.es en 2013).

Se observa una mejora en la tendencia de las ventas de publicidad totales de VOC que a 3T14 crecen 4,6%. Dicho crecimiento está especialmente apoyado en la publicidad digital, donde las ventas de publicidad de las ediciones digitales crecen a un ritmo del 16,6%, pero también contribuye la edición impresa que crece al 0,2%. El resultado conjunto (on+off) se resume en un crecimiento de la Prensa Regional del +2,9% y Nacional +2,3%.

### Evolución publicitaria VOC offline y online (%)

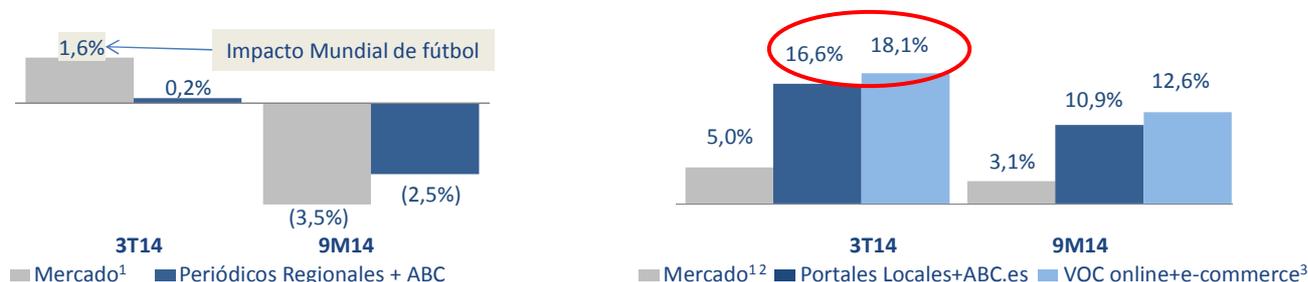


Fuente: datos internos.

Asimismo, y según i2p, las marcas de VOC registran un mejor comportamiento que el soporte de prensa a 9M14, con una caída del soporte offline del -2,5% vs mercado -3,5%, ganando, por tanto, cuota de mercado publicitaria. Según esta misma fuente, el mercado habría crecido +1,6% en 3T14 vs +0,2% de las cabeceras de VOC, explicado entre otros por el efecto del Mundial de Fútbol al no tener VOC prensa deportiva (ver gráfico en la página siguiente).

<sup>4</sup> Fuente: OJD datos a 9M 2014 no certificados. Difusión ordinaria (venta en quiosco y suscripciones individuales).

## Evolución publicitaria VOC vs Mercado offline y online (%)

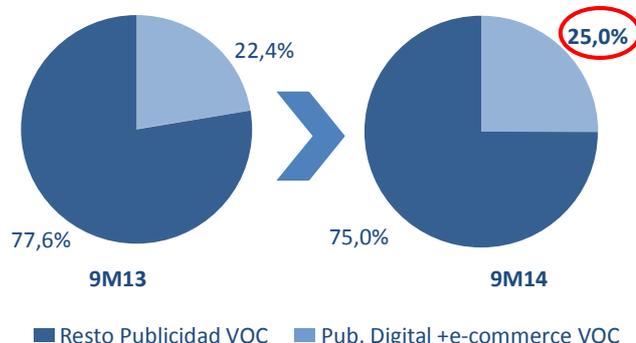


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

**Otros Ingresos** se reducen un 15,4% debido, entre otros, al impacto del cese de emisiones de dos canales del multiplex de TDT (Televisión Digital Terrestre) Nacional, al cambio de modelo de negocio en distribución de cine (área de Contenidos), y a la actividad más selectiva en promociones. Estos efectos son compensados parcialmente por la aportación creciente de eventos y patrocinios así como de negocios digitales de Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox o Ticketing.

El cambio de perfil de ingresos hacía digital, considerando no solo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los ingresos derivados de los citados nuevos modelos digitales basados en e-commerce, permiten incrementar la exposición a digital de VOCENTO hasta el 25,0% en 9M14 (+2,6 p.p. vs 9M13).

## Cambio del perfil de ingresos publicitarios hacia digital y nuevos negocios (%)



## Gastos de explotación

Los costes comparables de 9M14 descienden un 8,6%, -31.627 miles de euros, excluidas medidas de ajuste de personal en 9M14 por -5.266 miles de euros y en 9M13 por -737 miles euros. Estas medidas de ajuste de personal se enmarcan dentro de una gestión normalizada de la compañía, donde la búsqueda de eficiencias es continua, máxime en un entorno publicitario todavía incierto.

Los principales conceptos en la reducción de costes son:

- Cambio de modelo de negocio en el área Audiovisual -12.919 miles de euros: cese de canales de TDT Nacional, Radio tras acuerdo con COPE y distribución de películas de cine en Contenidos.
- Reducción de los gastos en promociones que a 9M14 se reducen en un -30,1%, un total de 5.946 miles de euros
- Ajustes de personal y modificación de políticas salariales, con una disminución de costes de -7.207 miles de euros, -5,7%<sup>5</sup>. Excluyendo el área Audiovisual esta reducción es de -5.441 miles de euros o -4,5%.
- Menores gastos vinculados a la venta de ejemplares por un total de 5.170 miles de euros

<sup>5</sup> Excluye medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 mil euros.

## Detalle de costes operativos comparables por concepto



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m y Audiovisual. Nota 2: costes de marketing, aprovisionamientos, distribución y talleres. Nota 3: reducción en costes en Audiovisual. Nota 4: resto de costes de Periódicos, y costes de las áreas de Clasificados, Otros y Estructura, excluida la variación de costes de personal.

Por áreas:

- Periódicos: destaca el descenso de costes comparables en 13.872 miles de euros a 9M14, -4,8%, explicado principalmente por la disminución de costes de personal y una política de promociones más selectiva.
- Audiovisual: disminución de 12.919 miles de euros a 9M14, -27,0%, estando los principales motivos en el cese de los dos canales de TV y a la no distribución de estrenos de películas de cine.
- En el resto de áreas, los motivos se centran en las reestructuraciones y redimensionamientos de equipos y procesos realizados.

## Detalle de costes operativos comparables por área de negocio



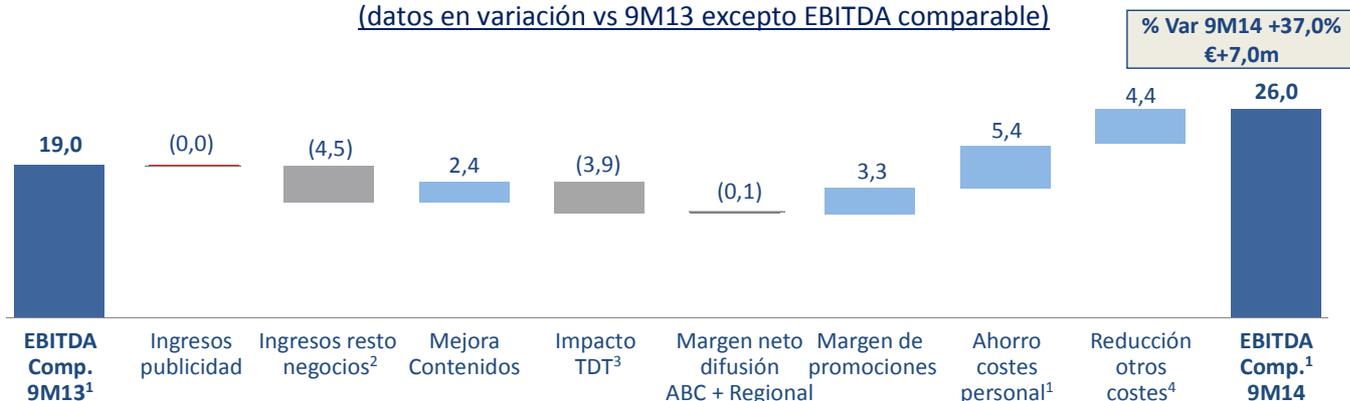
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m

## EBITDA comparable

El EBITDA comparable en 9M14 alcanza 26.014 miles de euros una mejora de 7.022 miles de euros, +37,0% en comparación con 9M13. Se refleja la puesta en valor del apalancamiento operativo: la recuperación publicitaria en 3T14 se pone de manifiesto en un crecimiento de EBITDA 3T14 del +60,0% superior al acumulado 9M14 (+37,0%)

Las grandes líneas que respaldan esta mejoría, se resumen en la gráfica siguiente:

## Detalle del movimiento de EBITDA comparable<sup>1</sup> 9M13-9M14 (€m) (datos en variación vs 9M13 excepto EBITDA comparable)

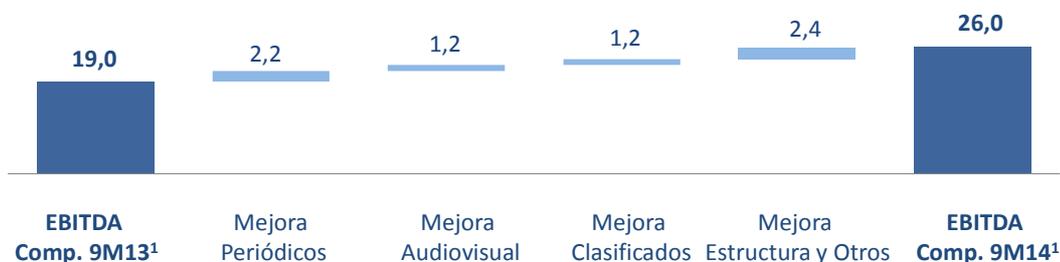


Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m. Los ahorros de costes de personal excluyen Audiovisual. Nota 2: ingresos de radio, clasificados, venta de ejemplares de suplementos y otros negocios. Nota 3: impacto cierre de canales TDT y provisión de Intereconomía. Nota 4: costes comerciales, y administrativos Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas ex-Contenidos.

Todas las áreas de negocio mejoran la cifra de EBITDA. Destacar:

- (i) **Periódicos<sup>6</sup>**: EBITDA comparable 9M14 de 24.869 miles de euros con un crecimiento de +2.188 miles de euros vs 9M13. A pesar de la menor cifra de ingresos por venta de ejemplares (descenso de 7.189 miles de euros), la activa gestión de costes se manifiesta en: a) menores costes de personal tras las medidas de ajuste de estructuras y revisión de políticas salariales, b) mejora del margen neto de venta de ejemplares en ABC y c) mejora del margen de promociones. Los nuevos negocios digitales y la realización de eventos favorecen este crecimiento.
- (ii) **Audiovisual<sup>7</sup>**: incremento de EBITDA comparable 9M14 de +1.208 miles de euros, hasta 7.762 miles de euros. Por el lado negativo destaca el impacto del cese de la emisión de dos canales en TDT nacional y la provisión por cuentas a cobrar relativas a Intereconomía; por la parte positiva, el acuerdo estratégico en Radio con COPE y el resultado de las medidas de reestructuración acometidas en el área de Contenidos durante 2013.
- (iii) **Clasificados<sup>8</sup>**: reducción de la pérdida en EBITDA comparable 9M14 de +1.215 miles de euros hasta -547 miles de euros debido al efecto combinado del crecimiento en ingresos de publicidad en 9M14 del +8,9% y medidas de reducción de costes relacionadas con optimización de equipos comerciales y reducción de personal.

## Evolución del EBITDA comparable<sup>1</sup> por área de negocio 9M14 €m (datos en variación 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable)



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m.

<sup>6</sup> Periódicos: excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13 -1.016 miles de euros.

<sup>7</sup> Audiovisual: excluye medidas de ajuste 9M14 -421 mil es de euros y 9M13 -223 miles de euros.

<sup>8</sup> Clasificados: excluye medidas de ajuste 9M14 -117 miles de euros y 9M13 55 miles de euros.

## **Resultado de explotación (EBIT)**

El resultado de explotación en 9M14 fue positivo y alcanzó los 2.562 miles de euros en comparación con -3.636 miles de euros en 9M13, una mejora de 6.198 miles de euros. El resultado de explotación comparable en 9M14 mejora hasta alcanzar 7.809 miles de euros en comparación con -3.122 miles de euros en 9M13.

Además del impacto positivo de los menores costes, se ve positivamente afectado por el descenso de las amortizaciones en el periodo por un total de 3.909 miles de euros. La reducción en las amortizaciones en 9M14 se debe por un lado a la menor amortización en el área de Contenidos por -1.539 importe de miles de euros tras la transmisión de parte del negocio de Distribución de cine y por otra, a las menores amortizaciones vinculadas a las plantas de impresión.

VOCENTO alcanza EBIT positive en resultados a 9M por primera vez desde 2008.

## **Diferencial financiero**

El diferencial financiero 9M14 alcanza los -7.363 miles de euros, en línea con 9M13 (-7.537 miles de euros). Los gastos y comisiones de apertura vinculados al préstamo sindicado se periodifican a lo largo de la vida del mismo.

En el mes de febrero de 2014, VOCENTO firmó un préstamo sindicado a 5 años por un importe total de 175 millones de euros (ver hecho relevante de 24 de febrero de 2014) que ha contribuido a reforzar la estructura financiera de Vocento, sustituyendo líneas bilaterales, a efecto de extender sus vencimientos y unificar la gestión de las mismas. En este sentido, se ha realizado una permuta de intereses de cobertura del préstamo sindicado por un importe de 87.637 miles de euros realizada tras la firma en marzo de 2014, con el objetivo de realizar una cobertura del tipo de interés, cuyo impacto anual se refleja vía resultado financiero.

## **Impuesto sobre sociedades**

El efecto de la mejora del resultado operativo se compensa con el impacto de las regularizaciones de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores, por lo que el impuesto sobre sociedades se mantiene en línea con el pasado año (9M14 -966 miles de euros vs 9M13 -1.068 miles de euros).

## **Accionistas minoritarios**

El menor saldo de accionistas minoritarios 9M14 por importe de 3.043 miles de euros (vs -3.560 en 9M13) es debido principalmente al menor resultado en TDT Nacional por prescindir de dos canales que no es compensado con la mejora de Contenidos.

## **Resultado neto atribuible a la sociedad dominante**

El resultado neto consolidado en 9M14 asciende a -9.108 miles de euros, reduciendo las pérdidas en un -40,5% en comparación con 9M13 (-15.314 miles de euros).

## Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	2013	Var abs	% Var
<b>Activos no Corrientes</b>	<b>547.766</b>	<b>568.022</b>	<b>(20.256)</b>	<b>(3,6%)</b>
Activo Intangible	152.674	159.662	(6.988)	(4,4%)
Propiedad, planta y equipo	172.356	182.365	(10.009)	(5,5%)
Part.valoradas por el método de participaci	10.555	10.676	(121)	(1,1%)
Otros activos no corrientes	212.181	215.318	(3.138)	(1,5%)
<b>Activos Corrientes</b>	<b>152.182</b>	<b>172.774</b>	<b>(20.592)</b>	<b>(11,9%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	29.743	34.721	(4.978)	(14,3%)
Otros activos corrientes	122.439	138.053	(15.614)	(11,3%)
<b>Activos mantenidos para la venta</b>	<b>193</b>	<b>193</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>700.142</b>	<b>740.990</b>	<b>(40.848)</b>	<b>(5,5%)</b>
Patrimonio neto	337.110	349.902	(12.791)	(3,7%)
Deuda financiera	174.736	184.414	(9.678)	(5,2%)
Otros pasivos no corrientes	68.268	68.274	(5)	(0,0%)
Otros pasivos corrientes	120.027	138.401	(18.374)	(13,3%)
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>700.142</b>	<b>740.990</b>	<b>(40.848)</b>	<b>(5,5%)</b>

### Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de -15.614 miles de euros se explica tanto por el menor saldo de clientes dada la menor actividad, como por el impacto en clientes y proveedores del cese de emisión de los dos canales de TDT y la venta de parte del negocio de distribución de contenidos de cine.

### Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -146.932 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes y otros activos financieros corrientes por 29.743 miles de euros.

La reducción de deuda acometida y la mejora del EBITDA comparable a 9M14, permiten reducir el ratio de apalancamiento financiero, medido como Deuda Neta/EBITDA comparable, desde 4,0x a cierre de 2013 hasta 3,3x (LTM<sup>9</sup>).

### Desglose de la Deuda Financiera Neta a 9M14

Miles de Euros	9M14	2013	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	23.798	120.589	(96.791)	(80,3%)
Endeudamiento financiero a largo plazo	150.938	63.824	87.114	136,5%
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>174.736</b>	<b>184.414</b>	<b>(9.678)</b>	<b>(5,2%)</b>
Efectivo y otros medios equivalentes	29.743	34.721	(4.978)	(14,3%)
Otros activos financieros no corrientes	235	415	(180)	(43,4%)
Gastos de formalización del sindicato	2.173	0	2.173	n.a.
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>(146.932)</b>	<b>(149.277)</b>	<b>2.346</b>	<b>1,6%</b>

<sup>9</sup> LTM son "últimos doce meses" traducido del inglés "Last twelve months".

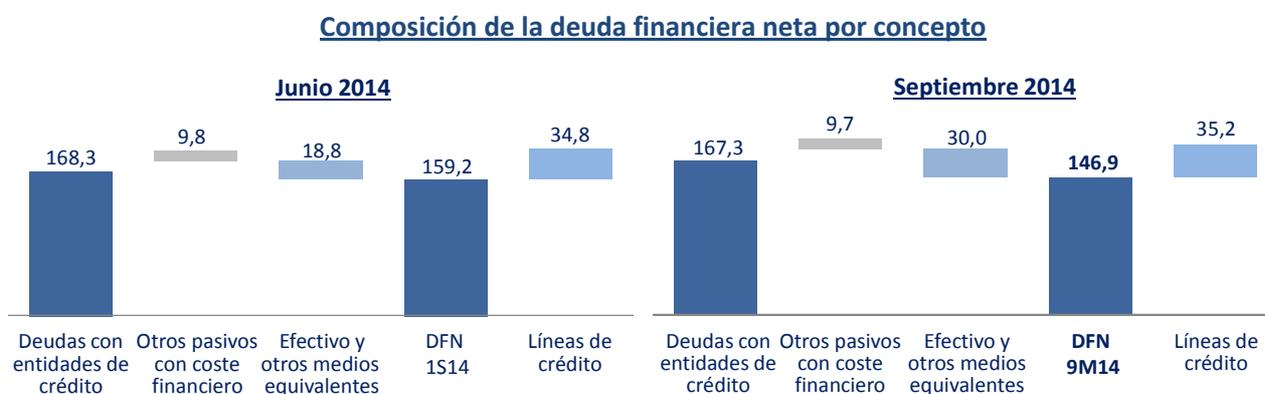
El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 19.738 miles de euros, cuyo descenso es consecuencia de la nueva financiación del préstamo sindicado, y otros pasivos con coste financiero corrientes por 4.060 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 145.348 miles de euros y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 5.590 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

Las partidas de endeudamiento a corto y largo plazo en balance, y de acuerdo a normativa contable, se encuentran neteadas por los gastos anticipados a corto y largo plazo de la financiación del préstamo sindicado por un importe de 2.173 miles de euros. Dicho importe no tiene coste financiero. Estos gastos se vuelven a sumar a efectos del cálculo de la deuda neta.

Asimismo, el préstamo sindicado ha llevado a realizar un ajuste contable en el endeudamiento financiero a largo plazo por la valoración a precios de mercado ("mark to market") de los derivados del préstamo sindicado (se formalizan con varias entidades bancarias), que asciende a 2.804 miles de euros

Ver detalle de la composición de la deuda en el gráfico siguiente:



Para una mejor comprensión del movimiento de deuda, se analizan por separado los movimientos ordinarios y no ordinarios. Dentro de los movimientos ordinarios en 9M14, las variaciones más significativas se deben a:

- (i) **Variación en capital circulante** de -5.534 miles de euros (excluido extraordinarios por Fundación ABC de 1.926 miles de euros) principalmente debido a la recuperación de saldos de clientes, el impacto en el saldo de deudores y proveedores por el cese de dos canales de TDT, la menor actividad de Contenidos y a pagos realizados a proveedores de papel.

La gestión del capital circulante (incluye variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA)) sigue siendo una de las prioridades clave en la operativa diaria de la compañía.

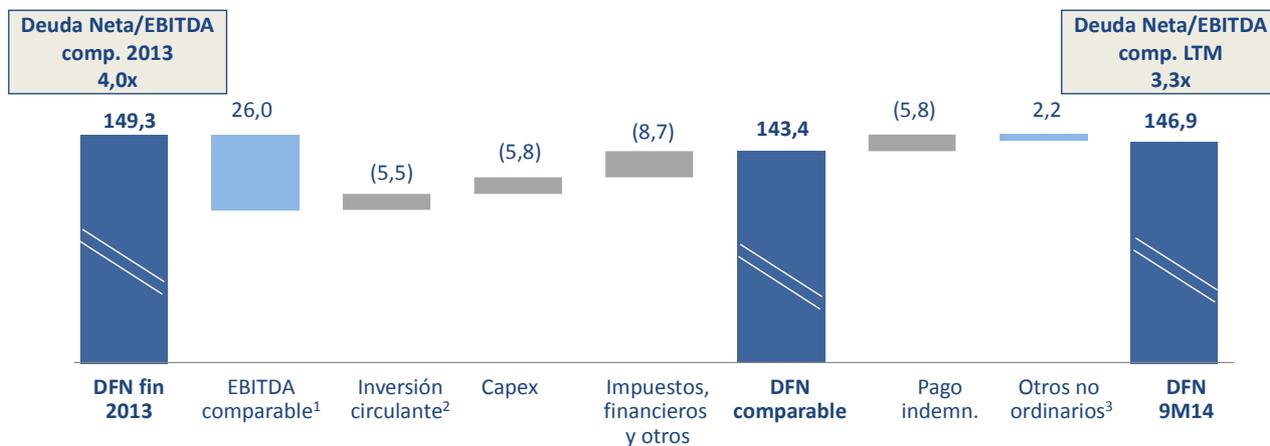
- (ii) **Inversiones en inmovilizado material e inmaterial**: salidas de caja por un total de -5.845 miles de euros, vinculadas principalmente con la actividad digital.

Dentro de los movimientos no recurrentes:

- (iii) **Coste de indemnizaciones por las medidas de ajuste de personal**: se producen salidas de caja en 9M14 por importe total de -5.796 miles de euros principalmente en Regionales y Corporativo.
- (iv) **Otros no ordinarios**: incluye la caja generada por la venta de la participación indirecta del 0,36% de VOC en el operador de cable ONO (9.214 miles de euros), gastos y ajustes asociados a la constitución del préstamo sindicado (i.e. como el ajuste contable, que no implica salida de caja, del valor de su derivado ("mark to market")), así como, el préstamo realizado a la Fundación ABC.

Destacar que en 4T14 se ha cobrado 1,179 miles de euros adicionales por la citada desinversión en ONO.

## Análisis del movimiento de deuda financiera neta 9M14-2013 (€m)



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 9M14 €-5,3m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye venta de participación en ONO, comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y pago extraordinario a la Fundación ABC.

### Otros pasivos corrientes

La variación en el saldo de Otros Pasivos por 18.374 miles de euros, se debe principalmente a la disminución de saldos con proveedores, debido a la menor actividad de Contenidos, tanto por televisión como por distribución de cine, y al menor saldo con proveedores de papel.

## Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>(9.107)</b>	<b>(15.312)</b>	<b>6.205</b>	<b>40,5%</b>
Ajustes resultado del ejercicio	31.824	36.081	(4.257)	(11,8%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante</b>	<b>22.717</b>	<b>20.769</b>	<b>1.948</b>	<b>9,4%</b>
Variación capital circulante	(7.460)	(379)	(7.081)	n.r.
Otras partidas a pagar sin coste financiero	4.819	(11.380)	16.199	142,3%
Otras partidas a pagar con coste financiero	(3.105)	(4.244)	1.139	26,8%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(1.483)	(2.857)	1.374	48,1%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(2.012)	(476)	(1.536)	(322,7%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)</b>	<b>13.477</b>	<b>1.433</b>	<b>12.044</b>	<b>840,4%</b>
Adiciones al inm. material e inmaterial	(5.845)	(6.758)	913	13,5%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	9.742	(485)	10.227	n.r.
Dividendos e intereses cobrados	559	553	6	1,1%
Otros cobros y pagos (inversión)	0	0	0	n.a.
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)</b>	<b>4.456</b>	<b>(6.690)</b>	<b>11.146</b>	<b>166,6%</b>
Dividendos e intereses pagados	(15.133)	(13.179)	(1.954)	(14,8%)
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(5.513)	13.198	(18.711)	(141,8%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(2)	(256)	254	99,2%
Operaciones societarias sin coste	(1.033)	(201)	(832)	(413,9%)
Operaciones societarias con coste	(1.025)	(6.598)	5.573	84,5%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>(22.706)</b>	<b>(7.036)</b>	<b>(15.670)</b>	<b>(222,7%)</b>
<b>Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)</b>	<b>(4.774)</b>	<b>(12.293)</b>	<b>7.519</b>	<b>61,2%</b>
<b>Efectivo y equivalentes operaciones discontinuadas</b>	<b>(205)</b>	<b>0</b>	<b>(205)</b>	<b>n.a.</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período</b>	<b>34.721</b>	<b>40.295</b>	<b>(5.574)</b>	<b>(13,8%)</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>29.743</b>	<b>28.004</b>	<b>1.739</b>	<b>6,2%</b>

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 13.477 miles de euros que incluye entre otros: a) pagos relacionados con las medidas de ajuste de estructuras de personal por -5.796 miles de euros y b) variación en el capital circulante por -7.460 miles de euros que, excluyendo no ordinarios (préstamo a la Fundación ABC), asciende a -5.534 miles de euros principalmente por la ya citada disminución de saldos con proveedores, tanto vinculados a televisión como a papel.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 4.456 miles de euros debido principalmente a la entrada de caja derivada de la venta de la participación indirecta del 0,36% de VOC en el operador de cable ONO por un total de 9.214 miles de euros, que se compensa con las inversiones en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -22.706 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO por -15.133 miles de euros, así como devolución de deuda en el periodo, y operaciones societarias originadas por el pago a minoritarios en Las Provincias (pasivo con coste) y otras operaciones.

## Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

El control de las inversiones como herramienta de protección de caja es uno de los objetivos de gestión financiera de VOCENTO. A 9M14, destacar por un lado, que gran parte de la inversión está vinculada con el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos digitales, y por otro, la reducción de CAPEX en el área de Contenidos tras el acuerdo alcanzado en 2013 mediante el cual VOCENTO se libera de las obligaciones contraídas respecto de adquisiciones de nuevas películas manteniendo en cambio la explotación del catálogo histórico.

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado (5.845 miles de euros) y CAPEX contable (4.460 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2013.

### Detalle de CAPEX por área de negocio

	NIIF (miles de euros)								
	9M14			9M13			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	1.634	705	2.339	1.322	1.194	2.516	312	(489)	(177)
Audiovisual	143	95	238	1.282	152	1.434	(1.139)	(57)	(1.196)
Clasificados	180	11	191	267	63	330	(87)	(52)	(139)
Otros	6	522	528	3	328	331	3	194	197
Estructura	1.141	23	1.164	897	23	920	244	0	244
<b>TOTAL</b>	<b>3.104</b>	<b>1.357</b>	<b>4.460</b>	<b>3.771</b>	<b>1.761</b>	<b>5.532</b>	<b>(667)</b>	<b>(404)</b>	<b>(1.071)</b>

## Información por área de actividad

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Periódicos	302.837	314.520	(11.683)	(3,7%)
Audiovisual	42.667	54.379	(11.711)	(21,5%)
Clasificados	9.070	9.700	(630)	(6,5%)
Otros	10.347	11.277	(930)	(8,2%)
Estructura y eliminaciones	(3.411)	(3.761)	350	9,3%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>361.510</b>	<b>386.115</b>	<b>(24.605)</b>	<b>(6,4%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Periódicos	21.371	21.665	(294)	(1,4%)
Audiovisual	7.341	6.332	1.009	15,9%
Clasificados	(664)	(1.707)	1.043	61,1%
Otros	2.222	2.511	(289)	(11,5%)
Estructura y eliminaciones	(9.522)	(10.546)	1.024	9,7%
<b>Total EBITDA</b>	<b>20.748</b>	<b>18.255</b>	<b>2.493</b>	<b>13,7%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Periódicos	24.869	22.681	2.188	9,6%
Audiovisual	7.762	6.554	1.208	18,4%
Clasificados	(547)	(1.762)	1.215	68,9%
Otros	2.222	2.530	(308)	(12,2%)
Estructura y eliminaciones	(8.292)	(11.012)	2.719	24,7%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>26.014</b>	<b>18.992</b>	<b>7.022</b>	<b>37,0%</b>
<b>EBIT</b>				
Periódicos	9.406	8.253	1.153	14,0%
Audiovisual	3.160	241	2.919	n.r.
Clasificados	(1.423)	(2.739)	1.316	48,1%
Otros	1.490	1.751	(261)	(14,9%)
Estructura y eliminaciones	(10.072)	(11.142)	1.070	9,6%
<b>Total EBIT</b>	<b>2.562</b>	<b>(3.636)</b>	<b>6.198</b>	<b>170,4%</b>
<b>EBIT comparable<sup>12</sup></b>				
Periódicos	12.921	9.260	3.661	39,5%
Audiovisual	3.547	430	3.117	724,1%
Clasificados	(1.306)	(2.802)	1.497	53,4%
Otros	1.490	1.599	(109)	(6,8%)
Estructura y eliminaciones	(8.842)	(11.609)	2.766	23,8%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>7.809</b>	<b>(3.122)</b>	<b>10.931</b>	<b>350,1%</b>

## Periódicos (incluye actividad offline y online)

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Regionales	215.010	222.261	(7.251)	(3,3%)
ABC	82.264	87.578	(5.314)	(6,1%)
Suplementos y Revistas	22.026	22.938	(912)	(4,0%)
Eliminaciones	(16.463)	(18.257)	1.794	9,8%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>302.837</b>	<b>314.520</b>	<b>(11.683)</b>	<b>(3,7%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Regionales	21.831	24.741	(2.910)	(11,8%)
ABC	(919)	(3.090)	2.171	70,3%
Suplementos y Revistas	459	14	445	n.r.
<b>Total EBITDA</b>	<b>21.371</b>	<b>21.665</b>	<b>(294)</b>	<b>(1,4%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Regionales	25.160	25.536	(376)	(1,5%)
ABC	(867)	(3.083)	2.216	71,9%
Suplementos y Revistas	577	228	349	152,7%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>24.869</b>	<b>22.681</b>	<b>2.188</b>	<b>9,6%</b>
<b>EBIT</b>				
Regionales	14.751	17.106	(2.355)	(13,8%)
ABC	(5.519)	(8.585)	3.066	35,7%
Suplementos y Revistas	175	(267)	442	165,4%
<b>Total EBIT</b>	<b>9.406</b>	<b>8.253</b>	<b>1.153</b>	<b>14,0%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1,2</sup></b>				
Regionales	18.091	17.891	200	1,1%
ABC	(5.468)	(8.578)	3.110	36,3%
Suplementos y Revistas	297	(53)	350	659,7%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>12.921</b>	<b>9.260</b>	<b>3.661</b>	<b>39,5%</b>

*Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Mujer Hoy y Hoy Corazón) que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, b) por los ingresos derivados de la distribución de Beralán con ABC, y c) los trabajos de impresión de las imprentas locales para ABC.*

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13- 1.016 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M14 -16 miles de euros y 9M13 9 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** asciende a 302.837 miles de euros en los nueve primeros meses de 2014, un descenso del 3,7% como consecuencia principalmente de las menores ventas de ejemplares de Regionales y del menor esfuerzo en promociones realizado en ABC.

**Ventas de ejemplares:** asciende a 155.415 miles de euros (-4,4%).

Los ingresos por venta de ejemplares de la Prensa Regional descienden en 9M14 un 5,5% (periódicos regionales -5,0%) debido a una caída de la difusión en el periodo del 6,9%. El incremento generalizado de los precios de cabecera en sábados y domingos en gran parte de los periódicos regionales permite suavizar ligeramente la tendencia en ingresos.

Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen un claro liderazgo en sus áreas de influencia, reflejado en una cuota de mercado de difusión en prensa regional del 24,6% en comparación con su inmediato comparable que alcanza una cuota del 15,6%.

### Cuota de difusión a 9M14 en prensa regional<sup>1</sup>



Nota 1: fuente OJD prensa generalista. Datos no certificados.

En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un 1,6%, suavizando el impacto de la caída de difusión por el incremento de precios de cabecera en el mes de enero, de lunes a viernes de €1,3 a €1,4 y en domingo de €2,5 a €2,8. ABC alcanza un promedio de difusión en 9M14 de 130.211 ejemplares diarios, una caída del 8,3% vs 10,4% del mercado de prensa nacional.

Por último, la evolución de los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas (-7,5%) es resultado de la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

**Ventas de Publicidad:** ascienden a 99.726 miles de euros, -0,4% en comparación con 9M13.

Los periódicos regionales y ABC prácticamente repiten el nivel de publicidad del pasado año y vuelven a registrar un mejor comportamiento publicitario que el mercado en prensa offline e Internet. Los ingresos publicitarios de los periódicos en offline 9M14 caen un 2,5% y crecen en online 10,9% en comparación con un -3,5% y un +3,1% del mercado, respectivamente, según i2p (ver gráfico en página 6). La evolución en prensa offline de VOC durante 3T14 está impactada por el Mundial de fútbol, al no tener prensa deportiva.

Los **Regionales** alcanzan ventas de publicidad de 64.929 miles de euros, un crecimiento del 0,4% en 9M14, observándose un mejor comportamiento de la publicidad regional en local que en nacional.

En la comparativa con mercado, los Regionales están en línea con el resto de operadores en offline (-1,1% vs -0,8% de comparables) y en online los Regionales crecen +7,6% vs comparables +13,1% motivado por ser un negocio más desarrollado y de mayor tamaño en VOC. Así, la publicidad online representa ya el 15,8% del total de ingresos publicitarios de los Regionales vs 10,2% en el caso de los comparables.

### Regionales: datos de variación publicitaria en % vs comparables. Datos ene-sep 14



Nota 1: datos internos. Publicidad bruta de prensa.

En **ABC**, los ingresos por publicidad crecen en 3T14 un 2,3%, y descienden un 2,3% en 9M14, compensándose en parte el deterioro de las ventas de publicidad offline del -6,3% con el notable crecimiento publicitario en ABC.es del 17,1%.

En la comparativa con mercado, se observa el mejor comportamiento de ABC, tanto en offline (-5,3% de ABC vs -7,2% de comparables) y en online: ABC +19,4% vs comparables +9,5%.

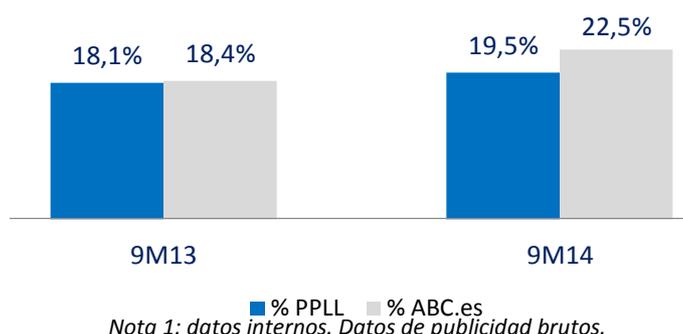
ABC: datos de variación publicitaria en % vs comparables. Datos ene-sep 14



Nota 1: datos internos. Publicidad bruta de prensa.

La paulatina incorporación del modelo complementario digital se sigue reflejando en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (19,5% +1,4 p.p.), como en ABC (22,5%, +4,1 p.p.).

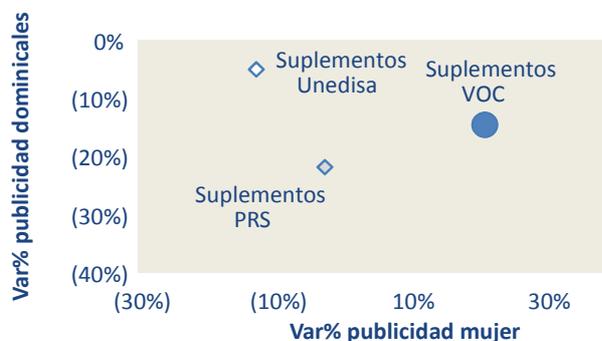
% de negocio digital sobre ingresos publicidad bruta de ABC y regionales ene-sep14<sup>1</sup> (%)



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

Por su parte, los ingresos de publicidad de Suplementos y Revistas crecen en 3T14 un +8,8% apoyados tanto en online (+30,6%) como en offline (+6,5%). A 9M14, los ingresos de publicidad caen un 0,8%, en comparación con el mercado de dominicales -6,9%<sup>10</sup>. Destaca la positiva evolución del suplemento femenino de los sábados, Mujer Hoy, que muestra un incremento de inversión del anunciante, especialmente de sectores de alta gama (belleza y moda), así como una mejora de cuota resultado a su vez del rediseño y mejora del producto.

Ingresos publicidad bruta de Suplementos dominicales y femeninos ene-sep 2014<sup>1</sup> (%)



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

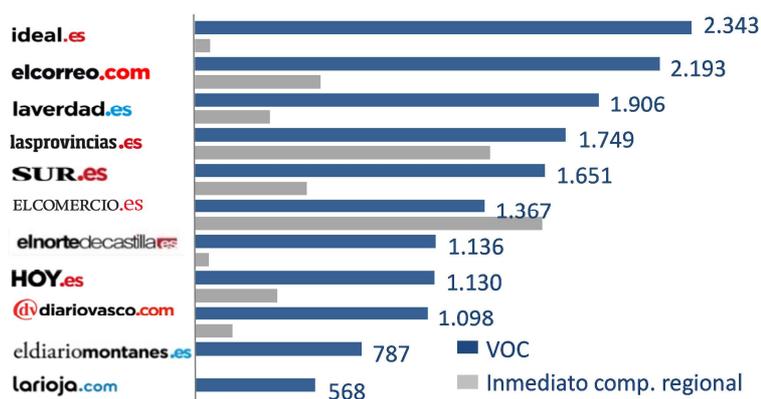
<sup>10</sup> Fuente: i2p 9M14.

**Otros Ingresos:** ascienden a 47.696 miles de euros, -7,9%, reflejo principalmente del menor esfuerzo en promociones en ABC y el impacto de en Impresión y Distribución de la menor venta de ejemplares.

Estos efectos son compensados parcialmente por la aportación creciente de eventos y patrocinios así como de negocios digitales de Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox o Ticketing.

Estos nuevos modelos digitales se apoyan en audiencias crecientes de usuarios únicos tanto en las ediciones digitales de los regionales como de ABC. Las cabeceras regionales se mantienen como líderes en online, donde alcanzan una audiencia de 16 millones de usuarios únicos mensuales. Asimismo, cada uno de los once portales es líder en audiencia en su mercado de referencia, excepto El Comercio Digital.

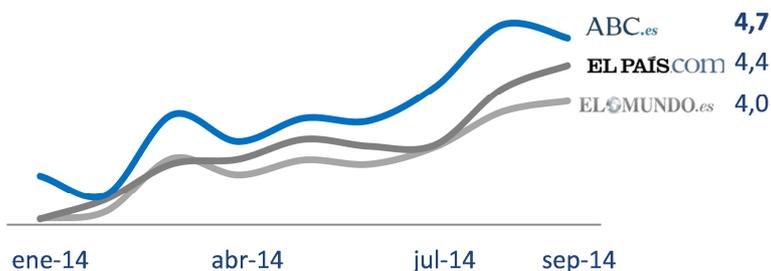
### Audiencia portales locales (miles u.u.m.)



Fuente: comScore MMX Multiplataforma septiembre 2014. Cuota del competidor en gris.

Igualmente, ABC.es sigue ganando cuota digital y fortaleciendo su posición, y alcanza cerca de 4,7 millones de usuarios únicos mensuales que acceden exclusivamente a través de dispositivos de movilidad.

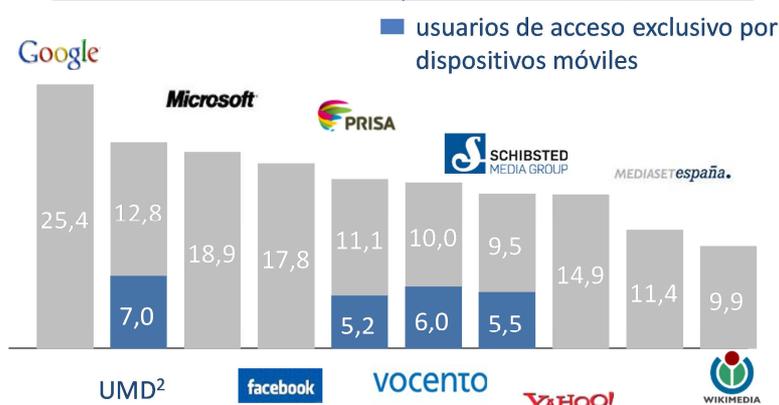
### Evolución usuarios únicos dispositivos móviles (m. u.u.m )



Fuente: comScore MMX Multiplataforma.

Por último, VOCENTO está por delante de sus comparables en el peso de los usuarios únicos desde dispositivos de movilidad (como tablets y teléfonos móviles) según datos de Comscore a septiembre 2014:

## Evolución usuarios únicos dispositivos móviles<sup>1</sup> (m. u.u.m)



Fuente: comScore MMX Multiplataforma septiembre 2014. Nota 2: UMD=Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

**EBITDA comparable<sup>11</sup>**: asciende a 24.869 miles de euros, una mejora de 2.188 miles de euros.

El impacto combinado de la reducción de costes variables vinculados a la operativa y las medidas de eficiencia se refleja en una disminución de los costes comparables del 4,8%<sup>11</sup>.

## Evolución de los costes comparables Periódicos 9M14 (€m)

Costes operativos comp. (miles de euros)	9M14	9M13	Var Abs <sup>1</sup>	Var %
Regionales	(189.850)	(196.725)	(6.875)	(3,5%)
ABC	(83.131)	(90.661)	(7.530)	(8,3%)
Suplementos y Revistas	(21.450)	(22.710)	(1.260)	(5,5%)
Eliminaciones	16.463	18.257	1.794	9,8%
<b>Total</b>	<b>(277.968)</b>	<b>(291.839)</b>	<b>(13.872)</b>	<b>(4,8%)</b>

Esta ejecución en costes permite absorber el ligero deterioro publicitario a 9M14, poniendo en valor el apalancamiento operativo generado tal y como se pone de manifiesto en la siguiente tabla:

## Evolución del EBITDA comparable y publicidad Periódicos 9M14 (€m)

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable			Publicidad
	9M14	9M13	Var Abs <sup>1</sup>	Var Abs <sup>2</sup>
Regionales	25.160	25.536	(376)	275
ABC	(867)	(3.083)	2.216	(609)
Suplementos y Revistas	577	228	349	(71)
<b>Total</b>	<b>24.869</b>	<b>22.681</b>	<b>2.188</b>	<b>(389)</b>

Nota 1: Excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13 -1.016 miles de euros. Nota 2: la cifra total de publicidad incluye eliminaciones del área.

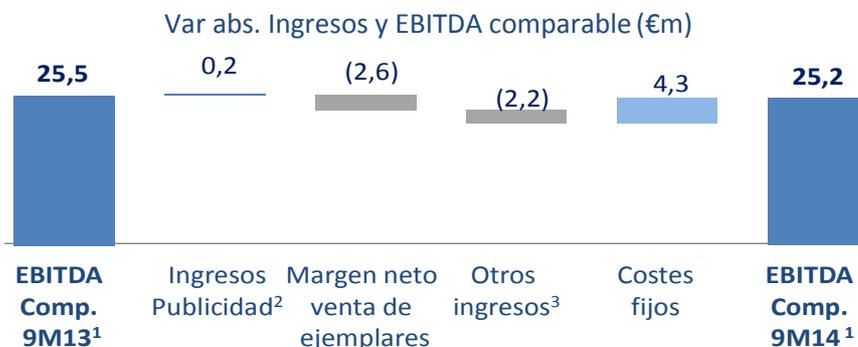
- (i) **Regionales**: EBITDA comparable de 25.160 miles de euros, manteniéndose en niveles de 9M13 (variación -376 miles de euros), con una reducción de costes de 6.875 miles de euros. El margen EBITDA comparable 9M14/13 se incrementa en +0,2 p.p. hasta 11,7%.

Los principales ahorros se explican por la mejora del margen de promociones, debido a la reducción y optimización de las mismas, y el ahorro en costes fijos, principalmente vinculados a costes de personal. El margen neto por venta de ejemplares se deteriora en el trimestre por la

<sup>11</sup> Excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13 -1.016 miles de euros.

menor difusión, aunque sigue dando un retorno positivo importante. La caída de otros ingresos está vinculada principalmente a menores ingresos en la distribución e impresión de terceros.

### Regionales: evolución del EBITDA comparable<sup>1</sup>

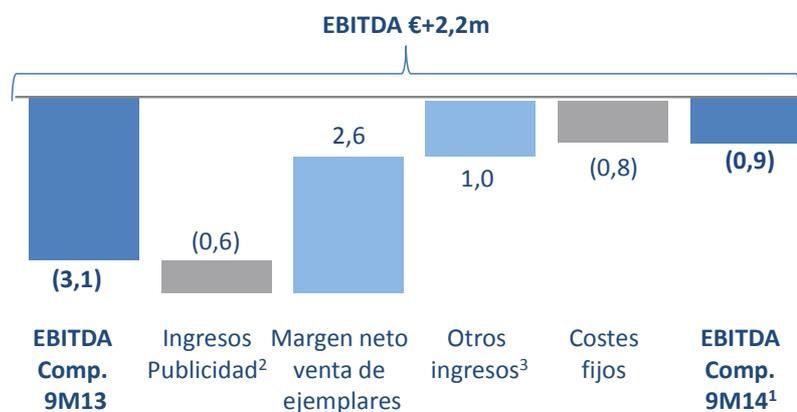


Nota 1: excluye reestructuración 9M13 €-0,8m y medidas de ajuste de personal 9M14 €-3,3m.  
 Nota 2: actividad editora, digital. Nota 3: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones.

- (ii) **ABC**: mejora en EBITDA comparable en 9M14 de +2.216 miles de euros, hasta -867 miles de euros, por la mejora del margen neto por venta de ejemplares en +2.563 miles de euros y por la mejora del margen de promociones:

### Perímetro marca ABC: evolución del EBITDA comparable<sup>1</sup>

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m. Nota 2: actividad editora, digital.  
 Nota 3: incluye entre otros, margen de promociones.

- (iii) **Suplementos y Revistas**: alcanza un EBITDA comparable de 577 miles de euros vs 228 miles de euros en 9M13, siendo compensado el impacto de la caída de ingresos con reducción de costes. El margen EBITDA comparable del área se incrementa en 1,6 p.p. hasta el 2,6%.

## Audiovisual

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
TDT	25.195	37.205	(12.010)	(32,3%)
Radio	3.141	2.538	603	23,8%
Contenidos	14.658	14.935	(277)	(1,9%)
Eliminaciones	(326)	(300)	(27)	(8,9%)
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>42.667</b>	<b>54.379</b>	<b>(11.711)</b>	<b>(21,5%)</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT	2.347	6.242	(3.895)	(62,4%)
Radio	1.636	(1.033)	2.669	258,5%
Contenidos	3.358	1.122	2.235	199,1%
<b>Total EBITDA</b>	<b>7.341</b>	<b>6.332</b>	<b>1.009</b>	<b>15,9%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
TDT	2.351	6.256	(3.905)	(62,4%)
Radio	1.749	(918)	2.667	290,5%
Contenidos	3.663	1.217	2.446	201,0%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>7.762</b>	<b>6.554</b>	<b>1.208</b>	<b>18,4%</b>
<b>EBIT</b>				
TDT	2.127	5.975	(3.849)	(64,4%)
Radio	1.658	(1.311)	2.969	226,5%
Contenidos	(625)	(4.423)	3.798	85,9%
<b>Total EBIT</b>	<b>3.160</b>	<b>241</b>	<b>2.919</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
TDT	2.130	5.989	(3.859)	(64,4%)
Radio	1.736	(1.254)	2.991	238,4%
Contenidos	(319)	(4.304)	3.985	92,6%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>3.547</b>	<b>430</b>	<b>3.117</b>	<b>724,1%</b>

*Nota: Las eliminaciones se producen por la venta de programas de las productoras a la TDT Nacional y a la Radio.*

*Nota: el EBIT y EBIT comparable de Contenidos incluye la amortización del fondo de comercio asignado al catálogo de películas de Tripictures en 9M14 por 1.506 miles de euros y en 9M13 por 1.804 miles de euros.*

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste 9M14 -421 miles de euros y 9M13 -223 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M14 por 34 miles de euros y 9M13 por 33 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** alcanza 42.667 miles de euros, -21,5% debido a cambios en el perímetro: i) descenso en ingresos en TDT del 32,3% por el cese de la emisión de dos canales en la TDT nacional, MTV e Intereconomía y ii) menor facturación en la distribución de cine (área de Contenidos) como resultado de la transmisión a un tercero de parte del negocio a finales de 2013.

**EBITDA comparable<sup>12</sup>:** 7.762 miles de euros con una mejora de 1.208 miles de euros sobre 9M13, con todas las divisiones en positivo pese a los cambios en perímetro mencionados.

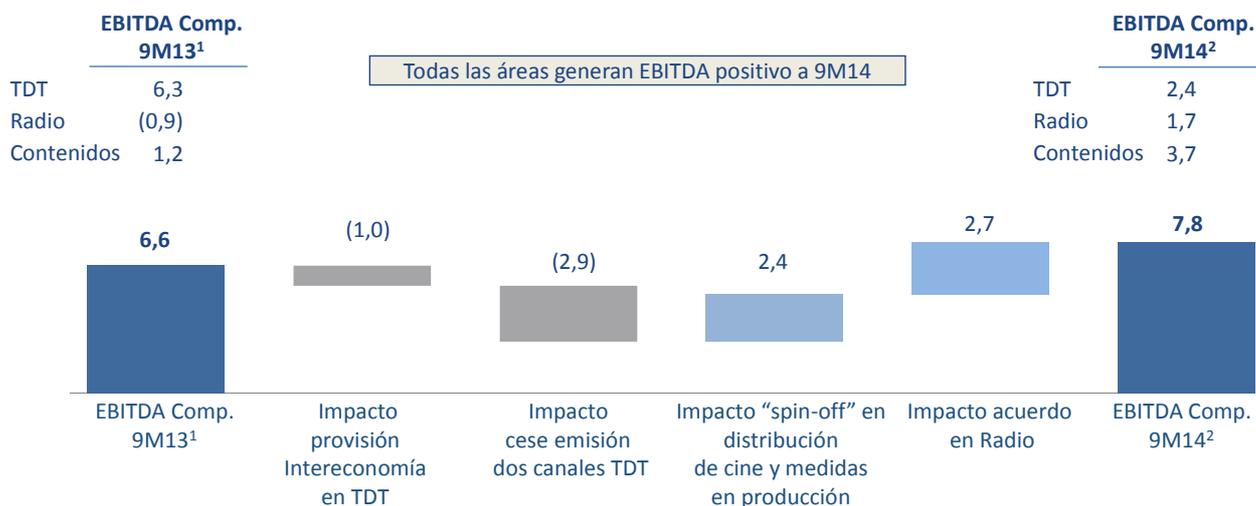
<sup>12</sup> Excluye medidas de ajuste 9M14 -421 miles de euros y 9M13 -223 miles de euros.

Por área de negocio destacar:

- (i) **TDT:** EBITDA comparable positivo de 2.351 miles de euros en 9M14, con un descenso de 3.905 miles de euros comparado con 9M13. Esta variación se debe al impacto del cese de emisiones en dos canales del multiplex de TDT Nacional y a la distorsión provocada por la provisión en 1T14 por las cuentas a cobrar relativas a una filial de Intereconomía de 1.053 miles de euros.
- (ii) **Radio:** EBITDA comparable positivo de 1.749 miles de euros comparado con -918 miles de euros en 9M13. El positivo acuerdo comercial y estratégico con COPE tuvo impacto en resultados a partir de 2T13, momento en el que se obtuvo la autorización por competencia.
- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable de 3.663 miles de euros vs 1.217 miles de euros en 9M13. Durante 1T14 y vinculado al área de distribución de cine, se incurrió en costes por los últimos lanzamientos en la ventana DVD de los estrenos de 2013 y que ya no se han vuelto a repetir en sucesivos trimestres debido a la venta de esta parte del negocio.

### Evolución EBITDA comparable del área Audiovisual (€m)

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable



Nota 1: ajustado por reestructuración 9M13 €-0,1m en Radio y €-0,1m en Contenidos. Nota 2: ajustado por medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

**Resultado de Explotación comparable:** (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a 3.547 miles de euros vs 430 miles de euros en 9M13, debido a la mejora del negocio y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en 1.539 miles de euros en 9M14 tras la venta de parte del negocio.

## Clasificados

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Clasificados	9.070	9.700	(630)	(6,5%)
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>9.070</b>	<b>9.700</b>	<b>(630)</b>	<b>(6,5%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Clasificados	(664)	(1.707)	1.043	61,1%
<b>Total EBITDA</b>	<b>(664)</b>	<b>(1.707)</b>	<b>1.043</b>	<b>61,1%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Clasificados	(547)	(1.762)	1215	68,9%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>(547)</b>	<b>(1.762)</b>	<b>1.215</b>	<b>68,9%</b>
<b>EBIT</b>				
Clasificados	(1.423)	(2.739)	1.316	48,1%
<b>Total EBIT</b>	<b>(1.423)</b>	<b>(2.739)</b>	<b>1.316</b>	<b>48,1%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1</sup></b>				
Clasificados	(1.306)	(2.802)	1.497	53,4%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>(1.306)</b>	<b>(2.802)</b>	<b>1.497</b>	<b>53,4%</b>

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste 9M14 -117 miles de euros y 9M13 55 miles de euro.

**Ingresos de Explotación:** alcanzan 9.070 miles de euros, una caída del 6,5% debido al efecto perímetro de la venta de la división de soluciones de Infoempleo en 4T13 (ingresos pro forma +7,2%), siendo los sectores de inmobiliario y motor los que más contribuyen a dicho crecimiento. Los ingresos de publicidad del área crecen un 8,9%.

**EBITDA comparable:** asciende a -547 miles de euros con un descenso de las pérdidas del 68,9% sobre 9M13 gracias al desarrollo del negocio y a diferentes medidas de reducción de costes que se concretan principalmente en la optimización de los equipos comerciales (reforzando la televenta) y en ahorros de personal.

## Otros

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
B2B	10.364	11.093	(729)	(6,6%)
Qué!	(17)	207	(223)	(108,2%)
Eliminaciones	0	(22)	22	100,0%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>10.347</b>	<b>11.277</b>	<b>(930)</b>	<b>(8,2%)</b>
<b>EBITDA</b>				
B2B	2.263	2.680	(417)	(15,6%)
Qué!	(41)	(169)	128	75,8%
<b>Total EBITDA</b>	<b>2.222</b>	<b>2.511</b>	<b>(289)</b>	<b>(11,5%)</b>
<b>EBITDA comparable</b>				
B2B	2.263	2.680	(417)	(15,6%)
Qué!	(41)	(149)	109	72,7%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>2.222</b>	<b>2.530</b>	<b>(308)</b>	<b>(12,2%)</b>
<b>EBIT</b>				
B2B	1.531	1.836	(306)	(16,6%)
Qué!	(41)	(85)	44	51,9%
<b>Total EBIT</b>	<b>1.490</b>	<b>1.751</b>	<b>(261)</b>	<b>(14,9%)</b>
<b>EBIT comparable</b>				
B2B	1.531	1.789	(258)	(14,4%)
Qué!	(41)	(190)	149	78,5%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>1.490</b>	<b>1.599</b>	<b>(109)</b>	<b>(6,8%)</b>

**Ingresos de Explotación:** alcanzan 10.347 miles de euros, -8,2% que se explica casi exclusivamente por la evolución de B2B.

**EBITDA comparable:** asciende a 2.222 miles de euros.

## Datos operativos

### Periódicos

Datos de Difusión Media	9M14	9M13	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	130.211	142.051	(11.840)	(8,3%)
<b>Prensa Regional</b>				
El Correo	77.652	83.334	(5.682)	(6,8%)
El Diario Vasco	56.236	59.507	(3.271)	(5,5%)
El Diario Montañés	26.531	27.720	(1.189)	(4,3%)
Ideal	21.343	23.051	(1.708)	(7,4%)
La Verdad	19.154	21.029	(1.875)	(8,9%)
Hoy	12.210	13.301	(1.091)	(8,2%)
Sur	18.933	20.495	(1.562)	(7,6%)
La Rioja	10.794	11.652	(858)	(7,4%)
El Norte de Castilla	21.798	24.200	(2.402)	(9,9%)
El Comercio	18.189	19.654	(1.465)	(7,5%)
Las Provincias	19.853	21.181	(1.328)	(6,3%)
<b>TOTAL Prensa Regional</b>	<b>302.693</b>	<b>325.124</b>	<b>(22.431)</b>	<b>(6,9%)</b>

Fuente: OJD. Datos 9M14 no certificados.

Audiencia	2ªOla 14	2ªOla 13	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	<b>517.000</b>	<b>577.000</b>	<b>(60.000)</b>	<b>(10,4%)</b>
<b>Prensa Regional</b>	<b>2.038.000</b>	<b>2.241.000</b>	<b>(203.000)</b>	<b>(9,1%)</b>
El Correo	419.000	453.000	(34.000)	(7,5%)
El Diario Vasco	248.000	254.000	(6.000)	(2,4%)
El Diario Montañés	164.000	185.000	(21.000)	(11,4%)
Ideal	185.000	209.000	(24.000)	(11,5%)
La Verdad	209.000	228.000	(19.000)	(8,3%)
Hoy	134.000	138.000	(4.000)	(2,9%)
Sur	129.000	166.000	(37.000)	(22,3%)
La Rioja	88.000	97.000	(9.000)	(9,3%)
El Norte de Castilla	177.000	204.000	(27.000)	(13,2%)
El Comercio	158.000	160.000	(2.000)	(1,3%)
Las Provincias	127.000	147.000	(20.000)	(13,6%)
<b>Suplementos</b>				
XL Semanal	2.271.000	2.535.000	(264.000)	(10,4%)
Mujer Hoy	1.509.000	1.618.000	(109.000)	(6,7%)
Mujer Hoy Corazón	314.000	335.000	(21.000)	(6,3%)
Inversión y Finanzas	51.000	53.000	(2.000)	(3,8%)

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	sep-14	sep-13	Var Abs	%
Vocento	16.002	n/a	n/a	n/a

Fuente: ComScore Multiplataforma (dato 2014)

### Audiovisual

Mercado TDT Nacional	sep-14	sep-13	Var Abs
NET TV audiencia	3,6%	4,7%	(1,1) p.p.

Fuente: Kantar Media último mes.

## **Aviso Legal**

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

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

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

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

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

Ciertas cifras incluidas en este documento se han redondeado. Por lo tanto, en los gráficos y tablas se pueden producir discrepancias entre los totales y las sumas de las cifras consideradas individualmente debido a este redondeo.

## **Contacto**

### **Relación con Inversores y Accionistas**

C/ Pintor Losada, 7  
48004 Bilbao  
Bizkaia

Tel.: 94.473.25.67  
e-mail: [ir@vocento.com](mailto:ir@vocento.com)