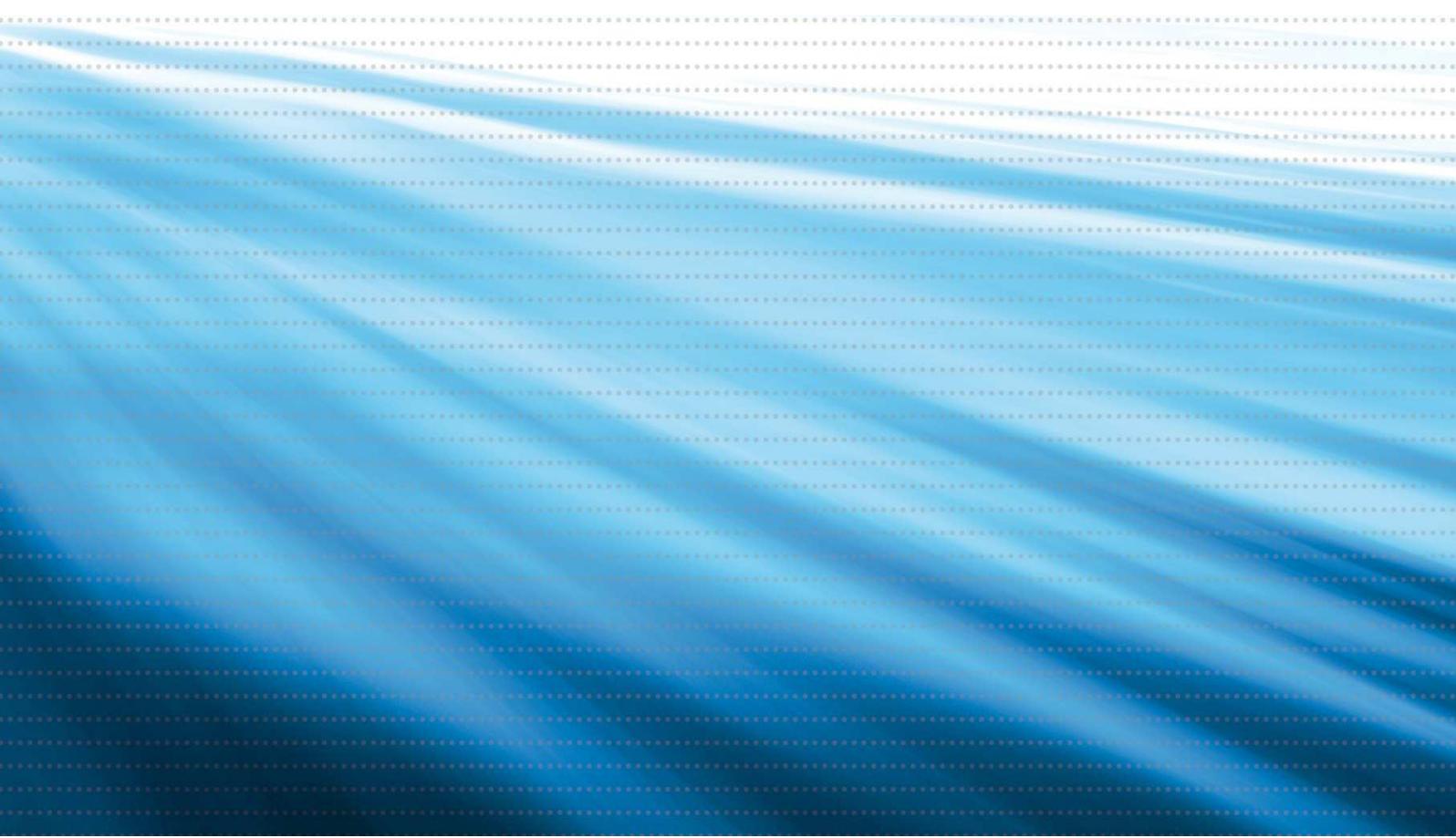


Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Marzo 2015

13 de mayo de 2015

vocento
Siempre Periodismo



Desglose de áreas de actividad de VOCENTO 1T15

PERIODICOS		
REGIONALES	ABC	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ La Verdad ▪ El Diario Vasco ▪ El Norte de Castilla ▪ El Diario Montañés ▪ Ideal ▪ Sur ▪ Las Provincias 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Comercio ▪ Hoy ▪ La Rioja ▪ Imprentas locales ▪ Beralán ▪ Comercializadoras locales ▪ Otras participadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ Imprentas nacionales ▪ Comercializadora ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Hoy Corazón ▪ Inversión y Finanzas ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com
AUDIOVISUAL		
TELEVISION DIGITAL TERRESTRE	RADIO	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT Nacional - Net TV ▪ TDT Regional 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licencias de radio analógica ▪ Licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia <p>Producción: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, Europroduzione y Hill Valley) Distribución: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Cine </p>
CLASIFICADOS	OTROS	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sarenet (fuera de perímetro en 2015) 	

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 tres grupos: 1) medidas de ajuste de plantilla y one offs, 2) impactos generados de decisiones estratégicas de negocio (i.e. distribución de cine en 2014) y 3) cambios de perímetro (i.e. desinversión en Sarenet en 2014 -actividad de B2B encuadrada en la división de Otros-).

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

Ingresos publicitarios 1T15 crecen 7,5% vs mercado 7,4%, a pesar de la mayor exposición a prensa de VOCENTO

Mayor peso de los negocios digitales hasta el 26,4% de los ingresos publicitarios y de e-commerce

Incremento de rentabilidad de 2 p.p. margen EBITDA comparable 7,5%

Cash flow ordinario positivo 1T15 de 2.725 miles de euros

- **Continúa la mejora de la tendencia de inversión publicitaria**
 - (i) Los ingresos publicitarios de VOCENTO en 1T15 crecen un +7,5% vs 7,4% del mercado total según i2p (a pesar de la exposición a prensa).
 - (ii) Crece la inversión publicitaria offline y online de VOCENTO: del incremento (+7,5% o 2.739 miles de euros), offline supone el 35% y online el 65%.
 - (iii) El área de Periódicos incrementa su cuota de mercado en inversión publicitaria: los ingresos publicitarios de los Regionales y ABC en offline crecen 2,7% vs 1,2%¹ del mercado de prensa, mientras que los ingresos online crecen 24,8% vs 13,2%¹ del mercado.
 - (iv) Evolución del perfil de ingresos hacia digital: los ingresos publicitarios de Internet y los nuevos negocios digitales aportan el 26,4% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce de VOCENTO en 1T15 (+2,8 p.p. vs 1T14).
- **Ingresos totales afectados por decisiones orientadas a rentabilidad**
 - (i) Reducción de la venta de ejemplares, afectada entre otros, por la reconversión logística de ABC a periódico 100% digital en Baleares y Canarias, que explicaría aproximadamente el 45% del deterioro de ingresos por venta de ejemplares de ABC.
 - (ii) Caída de otros Ingresos principalmente explicada por: los menores ingresos en Televisión por efecto comparable al realizarse el cese de emisiones de un canal en febrero de 2014, una política más selectiva de promociones y el cambio de perímetro por la venta de Sarenet en 4T14.
- **Crecimiento del margen EBITDA comparable² de casi 2 p.p hasta 7,5%, a pesar de la salida de Sarenet**
 - (i) Reducción de costes comparables 1T15 -7,2%, que excluyen las medidas de ajuste de personal y one offs (1T15 -2.563 y 1T14 -4.622 miles de euros).
 - (ii) Periódicos: EBITDA comparable 1T15 8.738 miles, estabilidad del margen EBITDA comparable de Regionales en el 13,0% (vs. 12,8% en 1T14) y crecimiento de EBITDA comparable de ABC (+241 miles de euros).
 - (iii) Audiovisual: EBITDA comparable 1T15 2.802miles de euros, tres veces 1T14, debido a la mejora en Contenidos y al efecto comparable positivo en TDT por la provisión realizada en 1T14.
- **EBIT 1T15 positivo de 820 miles de euros, primer EBIT positivo en un 1T desde 2011**
- **Mejora apalancamiento financiero hasta 2,8x (Posición financiera neta/EBITDA comparable LTM)**
 - (i) Generación de caja operativa positiva de 2.725 miles de euros, excluyendo pago por indemnizaciones de 4.694 miles de euros.
 - (ii) Disminución del apalancamiento financiero LTM hasta 2,8x con deuda financiera neta 1T15 de 127.839 miles de euros (vs 125.869 miles de euros en 2014).

¹ Fuente: i2p 1T15.

² Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1T15 -2.563 y 1T14 -4.622 miles de euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	49.003	52.509	(3.506)	(6,7%)
Ventas de publicidad	39.146	36.406	2.739	7,5%
Otros ingresos	26.787	32.762	(5.975)	(18,2%)
Ingresos de explotación	114.936	121.678	(6.741)	(5,5%)
Personal	(42.985)	(44.453)	(1.469)	(3,3%)
Aprovisionamientos	(18.596)	(21.329)	(2.733)	(12,8%)
Servicios exteriores	(47.035)	(52.043)	(5.009)	(9,6%)
Provisiones	(291)	(1.359)	(1.068)	(78,6%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(108.907)	(119.185)	(10.278)	(8,6%)
EBITDA	6.030	2.493	3.537	141,9%
Amortizaciones	(5.221)	(6.230)	(1.009)	(16,2%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	11	(177)	188	106,1%
EBIT	820	(3.914)	4.734	120,9%
Saneamiento de fondo de comercio	(750)	0	(750)	n.a.
Resultado sociedades método de participación	(13)	(71)	57	81,3%
Diferencial financiero y otros	(740)	(2.654)	1.914	72,1%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	0	(367)	367	100,0%
Resultado antes de impuestos	(684)	(7.006)	6.323	90,2%
Impuesto sobre sociedades	(314)	959	(1.274)	(132,7%)
Resultado neto antes de minoritarios	(998)	(6.047)	5.049	83,5%
Accionistas minoritarios	(724)	(346)	(378)	(109,1%)
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(1.721)	(6.393)	4.671	73,1%
Gastos explotación sin amort. Comparables ¹	(106.344)	(114.563)	(8.219)	(7,2%)
EBITDA comparable ¹	8.593	7.115	1.478	20,8%
EBIT comparable ^{1,2}	3.372	885	2.487	281,1%

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

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

¹ Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1T15 -2.563 y 1T14 -4.622 miles de euro.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1T15 11 miles de euros y 1T14 -177 miles de euros.

Ingresos de explotación

Los ingresos totales en 1T15 alcanzan 114.936 miles de euros, -5,5% comparado con 1T14 y está explicado por:

- (i) Ventas de ejemplares experimenta una caída del 6,7% e incluye descensos en Prensa Regional del 4,9% y en ABC del 12,4%. En ABC se han incrementado los precios de cabecera en el mes de enero (lunes a viernes de €1,4 a €1,5 y sábados de €1,8 a €2,0).

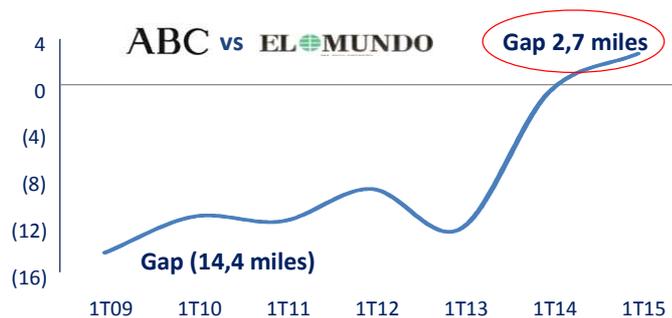
Debido a la no distribución de ABC en las islas Baleares y Canarias del formato papel para ser un periódico 100% digital vía plataforma Kiosko y Más, el seguimiento de los datos totales de difusión

o de la difusión ordinaria no son representativos. La evolución de la difusión total es del 111.943 en el primer trimestre de 2015 con un descenso, excluido el efecto de islas, que habría sido del 10,7%.

En ese sentido, destaca la evolución de difusión ordinaria en la Comunidad de Madrid, donde la histórica diferencia a favor de El Mundo se ha invertido, y en 1T15 ABC se sitúa por delante. Madrid representa el 35% de la venta total de prensa nacional, lo que la hace una plaza clave.

Evolución de difusión de ABC vs El Mundo¹

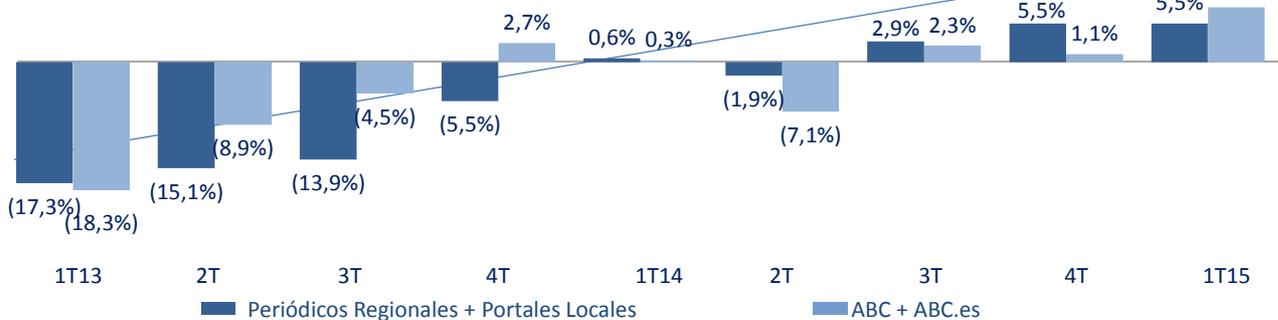
Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales (datos en miles)



Nota 1: fuente OJD. Venta en kiosco y suscripciones individuales. Datos 1T15 no certificados.

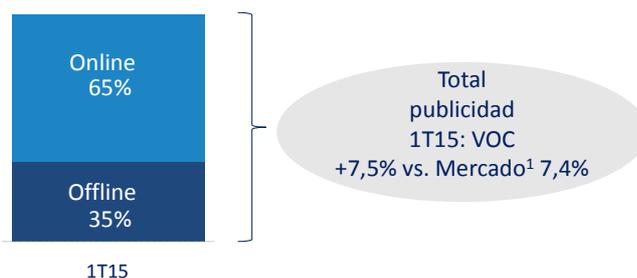
- (ii) Los ingresos por venta de publicidad crecen un 7,5% en 1T15, mostrando una mejora en la tendencia de inversión, tanto en los periódicos regionales como en ABC.

Evolución ventas de publicidad Regionales y ABC (off + online) (%)



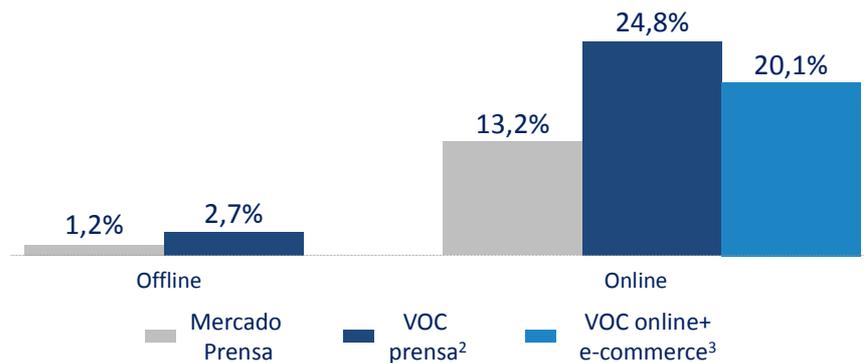
Esta mejora de la inversión publicitaria se produce tanto por el mejor comportamiento de la inversión en offline como en online. Del crecimiento de la inversión publicitaria de VOCENTO en 1T15, offline aporta el 35%, y online contribuye el 65% del total.

Contribución al crecimiento publicitario en 1T15 (%)



El crecimiento total de los ingresos publicitarios de VOCENTO en 1T15 del 7,5% compara con un crecimiento total del mercado según i2p del 7,4%, a pesar de tener una mayor exposición a prensa. Además, VOCENTO registra un mejor comportamiento que el mercado tanto en offline como en online, con un incremento de la cuota en ambos mercados: offline +2,7% vs +1,2% del mercado de prensa según i2p y online +24,8% vs +13,2%.

Evolución publicidad de VOCENTO vs mercado¹ 1T15 (%)



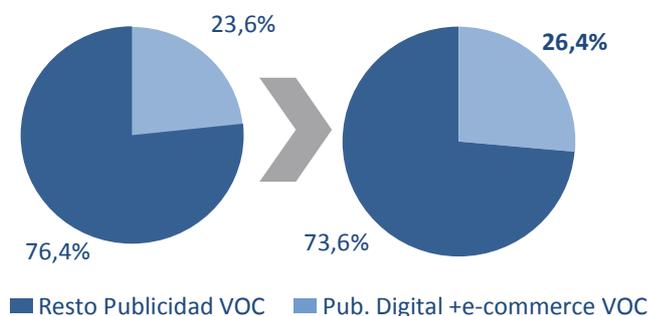
Nota 1: fuente i2p. No incluye la publicidad de buscadores. Nota 2: ABC y Regionales. Nota 3: la publicidad e-commerce incluye todos los ingresos de publicidad de internet de VOCENTO.

- (iii) Otros Ingresos se reducen un 18,2% debido principalmente al impacto del efecto comparativo en televisión (cese de emisión de MTV en febrero 2014), a una política más selectiva de promociones y a la salida del perímetro de Sarenet.

Estos efectos son compensados parcialmente por la aportación de los negocios digitales (Oferplan, Guapabox o Ticketing), por la mayor actividad en patrocinios y por el mayor negocio de las productoras.

En el perfil de ingresos de VOCENTO sigue ganando exposición digital, considerando no solo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los ingresos derivados de los nuevos modelos de negocio digitales basados en e-commerce. El incremento en 1T15 es de 2,8 p.p. vs 1T14 hasta el 26,4% de los ingresos publicitarios y nuevos negocios.

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



Gastos de explotación

Los costes comparables en 1T15 descienden un 7,2%, excluido los gastos de ajuste de personal (-2.563 miles de euros en 1T15 y -4.622 miles de euros incurridos en 1T14).

Por partidas de gastos destaca la disminución en los costes de aprovisionamientos que caen un 12,8% debido a la disminución de los gastos de distribución por la decisión de no formato papel en las Islas, y los menores gastos de redacción y medios artísticos, principalmente por el cese de emisiones en televisión.

Por áreas, destaca la reducción de costes comparables en el área de Audiovisual (40,6%) debido al impacto de la diferencia del número de canales en emisión en televisión y al positivo impacto del cambio de modelo en distribución de contenidos de cine. Por último, tras la desinversión en Sarenet, la división Otros ha quedado sin actividad.

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

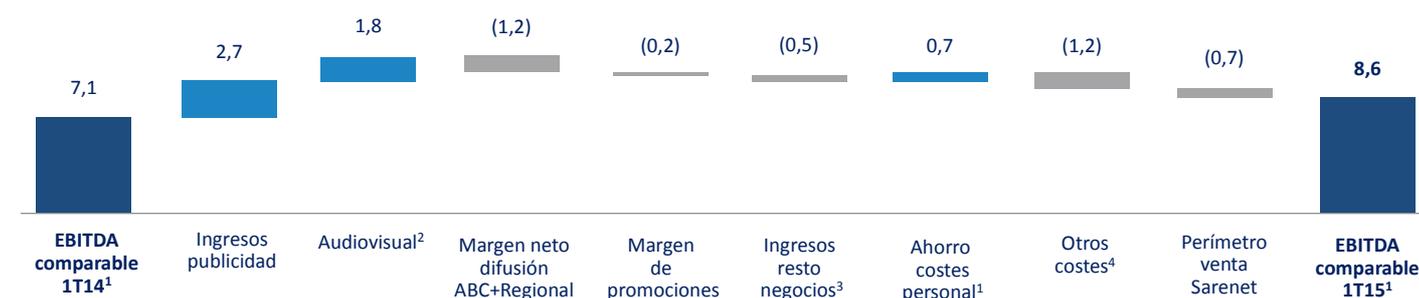
Costes operativos comparables (miles de euros)	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Periódicos	(92.300)	(92.496)	(196)	(0,2%)
Audiovisual	(8.319)	(14.012)	(5.692)	(40,6%)
Clasificados	(3.608)	(3.233)	376	11,6%
Otros	0	(2.698)	(2.698)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(2.116)	(2.125)	(8)	(0,4%)
Total	(106.344)	(114.563)	(8.219)	(7,2%)

EBITDA comparable

El EBITDA comparable en 1T15 alcanza 8.593 miles de euros, lo que supone un crecimiento de 1.478 miles de euros (+20,8%) en comparación con 1T14. El margen EBITDA comparable también mejora hasta el 7,5% desde 5,8% en 1T15, casi 2 p.p. Los principales impactos en la variación del EBITDA comparable son:

- Mejora de los ingresos publicitarios: la variación absoluta 1T15 vs 1T14 de +2.739 miles de euros.
- Mayor actividad en producción e impacto positivo del cambio de modelo en distribución dentro del área de Contenidos.
- Efecto comparable por la provisión contabilizada por Intereconomía en 1T14.
- Cambio de perímetro por desinversión en Sarenet en diciembre de 2014. El EBITDA comparable 1T14 de Sarenet ascendía a 713 miles de euros, por lo que el EBITDA comparable proforma de VOCENTO hubiera crecido en 2.190 miles de euros.
- Otras medidas de control de costes comentadas anteriormente.

Detalle del movimiento de EBITDA comparable¹ 1T14-1T15 (€m) (datos en variación vs 1T14 excepto EBITDA comparable)



Margen EBITDA¹ 5,8%

Pendiente 2015:

- Potencial subida de precios en Regionales
- Impacto positivo de ahorros impresión

No recurrentes 1T15:

- Medidas ajuste de personal €-2,6m (no incluido)
- Perímetro por venta Sarenet 2014 €-0,7m

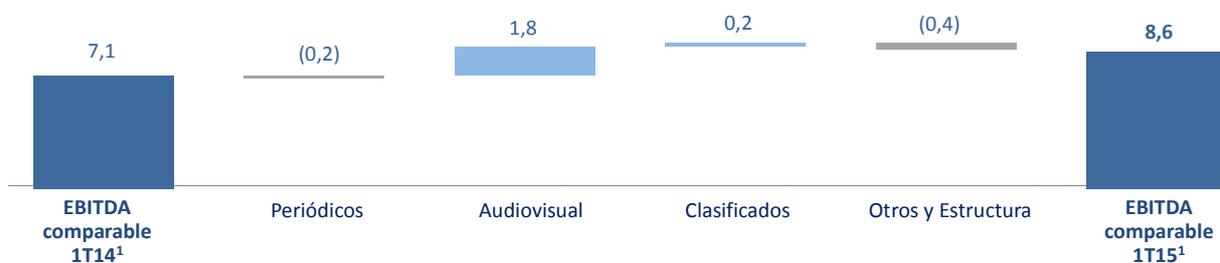
Margen EBITDA¹ 7,5%

Nota 1: ex medidas ajuste personal y one offs 1T15 €-2,6m y 1T14 €-4,6m. Variación de gastos de personal comparables ex Audiovisual y Sarenet. Nota 2: incluye impacto de la provisión de Intereconomía en TDT en 1T14. Nota 3: Venta de ejemplares suplementos, Clasificados y otros negocios. Nota 4: resto de costes

Por área de negocio destacar:

- (i) Periódicos³: EBITDA comparable 1T15 de 8.738 miles de euros, manteniéndose la rentabilidad intacta en niveles de 8,6% (margen EBITDA comparable).
- (ii) Audiovisual⁴: mejora en EBITDA comparable 1T15 de 1.834 miles de euros, hasta 2.802 miles de euros por las medidas acometidas en 2014: provisión de Intereconomía, acuerdo estratégico en Radio con COPE y cambios acometidos en el área de Contenidos.
- (iii) Clasificados⁵: reducción de la pérdida en EBITDA comparable 1T15 de 218 miles de euros hasta -174 miles de euros. El área se considera en expansión, por lo que la inversión en costes es justificada y encuentra respuesta en el crecimiento en ingresos de publicidad en 1T15 del 22,2%.

Evolución del EBITDA comparable¹ por área de negocio 1T15 (datos en variación en €m 1T15 vs 1T14 excepto para EBITDA comparable)



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1T15 €-2,6m y 1T14 €-4,6m.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 1T15 es positivo y alcanza 820 miles de euros en comparación con -3.914 miles de euros en 1T14, y supone el primer trimestre con EBIT positivo desde 2011.

Además de los impactos positivos comentados anteriormente, las amortizaciones descienden 1.009 miles de euros principalmente tras la venta de parte del negocio de Distribución de cine y la salida de perímetro de Sarenat.

Por otra parte, el resultado de explotación comparable crece desde 885 miles de euros en 1T14 hasta 3.372 miles de euros en 1T15.

Saneamiento de fondo de comercio

Asciende en el primer trimestre de 2015 a 750 miles de euros, debido al deterioro de fondo de comercio causado por la progresiva reducción de la vida residual del catálogo de derechos cinematográficos del área de Contenidos, tras la venta del negocio de distribución en 2014. Este deterioro se realizará con carácter periódico hasta alcanzar los tres millones de euros en 2015.

Diferencial financiero

La mejora del diferencial financiero en 1T15 (-740 vs -2.654 miles de euros en 1T14) se explica por: (i) el resultado financiero tras la renegociación de las opciones de venta sobre Las Provincias (ver Hecho Relevante publicado el 30 de marzo de 2015) por 1.177 miles de euros, (ii) la reducción del coste financiero y de la deuda con entidades de crédito, y (iii) las menores comisiones tras unificar la práctica totalidad del pasivo financiero con bancos en el préstamo sindicado en 2014.

³ Periódicos: excluye medidas de ajuste y one 1T15 -2.003 miles de euros y 1T14 -2.707 miles de euros.

⁴ Audiovisual: excluye medidas de ajuste 1T14 -305 miles de euros.

⁵ Clasificados: excluye medidas de ajuste 1T15 -180 miles de euros y 1T14 -78 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

El gasto por impuestos de 314 miles de euros en 1T15 está explicado por la evolución favorable del resultado operativo y por el efecto de las regularizaciones de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores.

Accionistas minoritarios

El mayor resultado atribuido a los minoritarios (1T15 724 miles de euros vs 1T14 346 miles de euros) obedece a la mejor evolución de la división de TDT Nacional y al área de Contenidos.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 1T15 asciende a -1.721 en comparación con -6.393 miles de euros el mismo periodo del pasado año.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	2014	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	501.958	506.665	(4.706)	(0,9%)
Activo Intangible	131.874	134.240	(2.366)	(1,8%)
Propiedad, planta y equipo	163.275	167.423	(4.148)	(2,5%)
Part. valoradas por el método de participación	8.084	8.096	(12)	(0,1%)
Otros activos no corrientes	198.725	196.905	1.819	0,9%
Activos Corrientes	130.691	145.901	(15.210)	(10,4%)
Efectivo y otros medios equivalentes	19.419	23.451	(4.033)	(17,2%)
Otros activos corrientes	111.273	122.450	(11.177)	(9,1%)
Activos mantenidos para la venta	2.151	193	1.958	n.r.
TOTAL ACTIVO	634.801	652.760	(17.958)	(2,8%)
Patrimonio neto	320.134	322.572	(2.437)	(0,8%)
Deuda financiera	144.232	146.406	(2.174)	(1,5%)
Otros pasivos no corrientes	58.513	62.555	(4.042)	(6,5%)
Otros pasivos corrientes	111.921	121.226	(9.305)	(7,7%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	634.801	652.760	(17.958)	(2,8%)

Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de 11.177 miles de euros se corresponde principalmente con el menor saldo de clientes, derivado a su vez de la estacionalidad de las ventas (menores ventas en 1T15 en comparación con 2014), así como a la reducción en el nivel de existencias.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -127.839 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes y otros activos financieros corrientes por 19.419 miles de euros. La ratio DFN/EBITDA comparable desciende desde 2,9x en 2014 a 2,8x en 1T15 (calculado sobre el EBITDA comparable de los últimos 12 meses).

Desglose de Deuda Financiera Neta

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	2014	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	16.954	17.278	(324)	(1,9%)
Endeudamiento financiero a largo plazo	127.278	129.128	(1.850)	(1,4%)
Endeudamiento financiero bruto	144.232	146.406	(2.174)	(1,5%)
+ Efectivo y otros medios equivalentes	19.419	23.451	(4.033)	(17,2%)
+ Otros activos financieros no corrientes	120	380	(260)	(68,5%)
Gastos de formalización del sindicato	3.145	3.294	(149)	(4,5%)
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(127.839)	(125.869)	(1.970)	(1,6%)

El endeudamiento a c.p. incluye:

- (i) deuda con entidades de crédito por 14.229 miles de euros, que incluye la reclasificación por los gastos de formalización del sindicado a c/p, y
- (ii) otros pasivos con coste financiero corrientes por 3.530 miles de euros, que incluyen principalmente planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye:

- (iii) deuda con entidades de crédito por 126.348 miles de euros, que incluye 2.612 miles de euros de la valoración de la cobertura de tipo de interés de parte del préstamo sindicado, y
- (iv) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 3.270 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

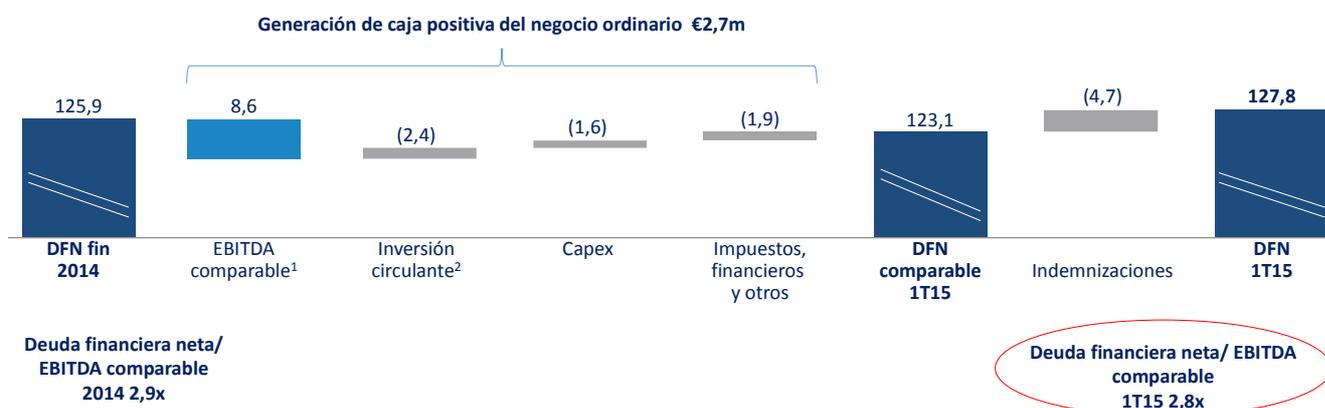
En términos comparables, excluyendo las salidas de caja no vinculadas con la operativa recurrente del negocio, la posición financiera neta se habría reducido hasta -123.144 miles de euros en comparación con -125.869 miles de euros a cierre de 2014, con una generación de caja positiva proveniente de la operativa ordinaria del negocio de un total de 2.725 miles de euros.

Dentro de los movimientos ordinarios en 1T15, las variaciones más significativas se deben a:

- (i) Variación en capital circulante de -2.369 miles de euros excluidos no ordinarios.
- (ii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -1.580 miles de euros, vinculadas principalmente con la actividad digital.

Dentro de los movimientos no recurrentes se incluyen los pagos por indemnizaciones en 1T15 por importe de 4.694 miles de euros, que incluyen ajustes de estructura de personal de 2014 y 1T15.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 1T15-2014 (€m)



Nota 1: excluyendo one offs y costes por medidas de ajuste de personal 1T15 €-2,6m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).

Otros pasivos corrientes

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente a la disminución de saldos con proveedores, explicado su vez por la menor actividad de Contenidos y al menor saldo con proveedores de papel.

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	1T14	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	(1.722)	(6.393)	4.671	73,1%
Ajustes resultado del ejercicio	8.161	10.177	(2.016)	(19,8%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	6.439	3.784	2.655	70,2%
Variación capital circulante y otros	(4.719)	(2.881)	(1.838)	(63,8%)
Otras partidas a pagar sin coste financiero	2.347	4.677	(2.330)	(49,8%)
Otras partidas a pagar con coste financiero	(1.693)	(2.061)	368	17,9%
Impuesto sobre las ganancias pagado	0	0	0	n.a.
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(866)	(2.012)	1.146	57,0%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	1.508	1.507	1	0,1%
Adiciones al inm. material e inmaterial	(1.580)	(2.599)	1.019	39,2%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	(50)	50	(100)	(200,0%)
Dividendos e intereses cobrados	96	51	45	88,2%
Otros cobros y pagos (inversión)	0	0	0	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	(1.534)	(2.498)	964	38,6%
Dividendos e intereses pagados	(2.804)	(7.598)	4.794	63,1%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(793)	15.783	(16.576)	(105,0%)
Otros cobros y pagos (financiación)	1	1	0	0,0%
Operaciones societarias sin coste	(410)	(388)	(22)	(5,7%)
Operaciones societarias con coste	0	0	0	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(4.006)	7.798	(11.804)	(151,4%)
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(4.032)	6.807	(10.839)	(159,2%)
Efectivo y equivalentes operaciones discontinuadas	0	0	0	n.a.
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	23.451	34.721	(11.270)	(32,5%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	19.419	41.528	(22.109)	(53,2%)

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 1.508 miles de euros que incluye entre otros: (i) pagos relacionados con las medidas de ajuste de personal por 4.694 miles de euros y (ii) variación en el capital circulante por -4.719 miles de euros principalmente por la disminución de saldos con proveedores.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -1.534 miles de euros explicados casi en su totalidad por la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -4.006 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO a sus accionistas minoritarios por -2.804 miles de euros, así como la devolución de deuda en el periodo.

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. Actualmente, dicha inversión está vinculada principalmente con el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos digitales.

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable (-144 miles de euros) obedece al diferencial de los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2014 y 2015.

Detalle de CAPEX por área de negocio

	NIIF (miles de euros)								
	1T15			1T14			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	421	738	1.159	581	310	891	(159)	428	268
Audiovisual	27	106	132	0	24	24	27	82	108
Clasificados	58	47	105	75	3	78	(17)	45	27
Otros	0	0	0	0	73	73	0	(73)	(73)
Estructura	28	12	40	109	4	113	(81)	8	(73)
TOTAL	534	902	1.436	765	413	1.178	(231)	489	258

Información por área de actividad

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

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Periódicos	101.038	101.391	(353)	(0,3%)
Audiovisual	11.121	14.980	(3.859)	(25,8%)
Clasificados	3.435	2.841	593	20,9%
Otros	0	3.400	(3.400)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(657)	(935)	278	29,7%
Total Ingresos de Explotación	114.936	121.678	(6.741)	(5,5%)
EBITDA				
Periódicos	6.734	6.188	546	8,8%
Audiovisual	2.802	663	2.139	322,8%
Clasificados	(354)	(469)	116	24,6%
Otros	0	703	(703)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(3.153)	(4.591)	1.439	31,3%
Total EBITDA	6.030	2.493	3.537	141,9%
EBITDA comparable¹				
Periódicos	8.738	8.895	(158)	(1,8%)
Audiovisual	2.802	968	1.834	189,4%
Clasificados	(174)	(391)	218	55,7%
Otros	0	703	(703)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(2.773)	(3.059)	286	9,4%
Total EBITDA comparable	8.593	7.115	1.478	20,8%
EBIT				
Periódicos	3.050	1.954	1.095	56,1%
Audiovisual	1.570	(810)	2.380	293,7%
Clasificados	(533)	(740)	207	28,0%
Otros	0	446	(446)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(3.267)	(4.764)	1.498	31,4%
Total EBIT	820	(3.914)	4.734	120,9%
EBIT comparable^{1 2}				
Periódicos	5.041	4.837	203	4,2%
Audiovisual	1.571	(505)	2.076	411,2%
Clasificados	(353)	(662)	309	46,7%
Otros	0	446	(446)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(2.887)	(3.232)	345	10,7%
Total EBIT comparable	3.372	885	2.487	281,1%

¹ Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1T15 -2.563 y 1T14 -4.622 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1T15 11 miles de euros 1T14 -177 miles de euros.

Periódicos (incluye actividad offline y online)

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Regionales	70.222	72.455	(2.233)	(3,1%)
ABC	28.746	27.452	1.294	4,7%
Suplementos y Revistas	6.804	7.178	(374)	(5,2%)
Eliminaciones	(4.735)	(5.694)	960	16,9%
Total Ingresos de Explotación	101.038	101.391	(353)	(0,3%)
EBITDA				
Regionales	7.825	6.700	1.125	16,8%
ABC	(781)	(361)	(420)	(116,5%)
Suplementos y Revistas	(309)	(151)	(159)	(105,3%)
Total EBITDA	6.734	6.188	546	8,8%
EBITDA comparable¹				
Regionales	9.125	9.287	(162)	(1,7%)
ABC	(78)	(319)	241	75,6%
Suplementos y Revistas	(309)	(72)	(237)	(326,9%)
Total EBITDA comparable	8.738	8.895	(158)	(1,8%)
EBIT				
Regionales	5.582	4.113	1.469	35,7%
ABC	(2.171)	(1.897)	(274)	(14,5%)
Suplementos y Revistas	(361)	(262)	(99)	(37,9%)
Total EBIT	3.050	1.954	1.095	56,1%
EBIT comparable^{1 2}				
Regionales	6.867	6.877	(10)	(0,1%)
ABC	(1.465)	(1.855)	390	21,0%
Suplementos y Revistas	(361)	(184)	(177)	(96,6%)
Total EBIT comparable	5.041	4.837	203	4,2%

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.

¹ Excluye medidas de ajuste y one offs 1T15 -2.003 y 1T14 -2.707 miles de euros miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1T15 12 miles de euros y 1T14 -177 miles de euros.

Ingresos de Explotación: asciende a 101.038 miles de euros, un descenso del 0,3%.

La reducción de ingresos es consecuencia principalmente de: (i) las menores ventas de ejemplares de Regionales y ABC, impactadas principalmente por el cambio en el modelo logístico de distribución en las islas Baleares y Canarias y (ii) el menor esfuerzo en promociones. La mejora de los ingresos publicitarios compensa parcialmente dicho descenso.

Según el último estudio EGM (1ª ola 2015 acumulada) las cabeceras regionales de VOCENTO y ABC registran un descenso total del 0,5%, sobre la 3ª ola acumulada 2014, inferior al resto de diarios que caen un 2,2%.

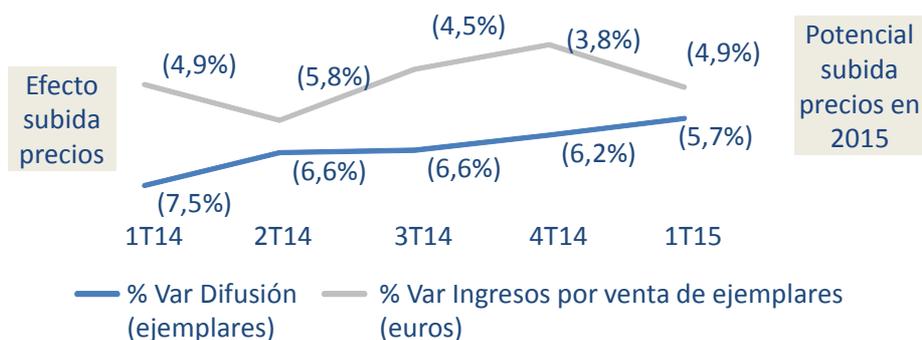
En el caso de ABC, es el diario nacional con una menor caída tanto en términos porcentuales como absolutos con una pérdida de 3 miles de lectores o 0,6% que se compara con El Mundo (-46 miles de lectores, -4,6%) y El País (-79 miles de lectores, -4,9%).

Por su parte, XL Semanal y Mujer Hoy confirman su liderazgo en el segmento de los suplementos con una audiencia de 2.187 y 1.362 miles de lectores respectivamente.

Ventas de ejemplares: asciende a 49.003 miles de euros, un descenso del -6,8%.

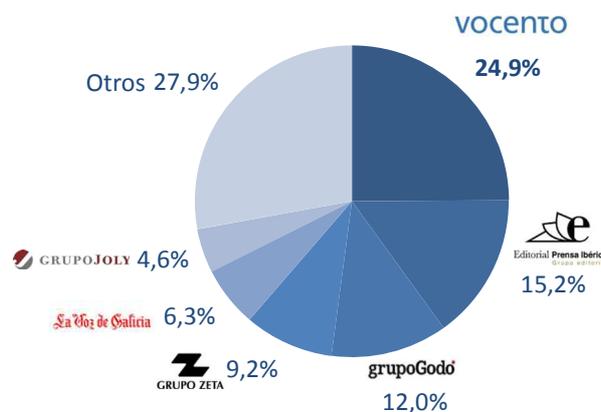
Los ingresos por venta de ejemplares de la Prensa Regional descienden en 1T15 un 4,9% que compara con una caída de la difusión del 5,7%. Según se observa en el siguiente gráfico, en los últimos trimestres se observa una ralentización de la caída de la difusión, compensada por subidas de precios. En 2015 todavía no se ha realizado una subida de precios, pero se estima realizarla antes de final de año.

Variación anual de la difusión de Prensa regional de VOCENTO (%)



Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen el liderazgo en sus áreas de influencia, reflejado en una cuota de mercado de difusión en prensa regional del 24,9% en comparación con su inmediato comparable que alcanza una cuota del 15,2%.

Cuota de difusión a 1T15 en prensa regional¹



Nota 1: fuente OJD prensa generalista datos no certificados.

En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un 12,4%, descenso que sería del 7,3% si se excluye el efecto de la no distribución física de ejemplares en las islas Baleares y Canarias ya mencionada.

ABC sigue centrando sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, reduciendo de forma controlada la difusión no ordinaria. Tras la disminución realizada en los últimos años, según datos a 1T15, la proporción de difusión no ordinaria sobre total difusión en el caso del ABC es ya de solo un 11,6%, mientras que la media de los comparables se sitúa en el 19,0%, concretamente El Mundo 15,2% y La Razón 22,8%.

Por otra parte, se han incrementado los precios de cabecera en el mes de enero, de lunes a viernes (de €1,4 a €1,5) y en sábado (de €1,8 a €2,0). ABC alcanza un promedio de difusión en 1T15 de 111.943 ejemplares diarios, una caída del -18,2%, que ajustada por la no distribución en Baleares y Canarias sería del -10,7% vs -10,6% del mercado de prensa nacional.

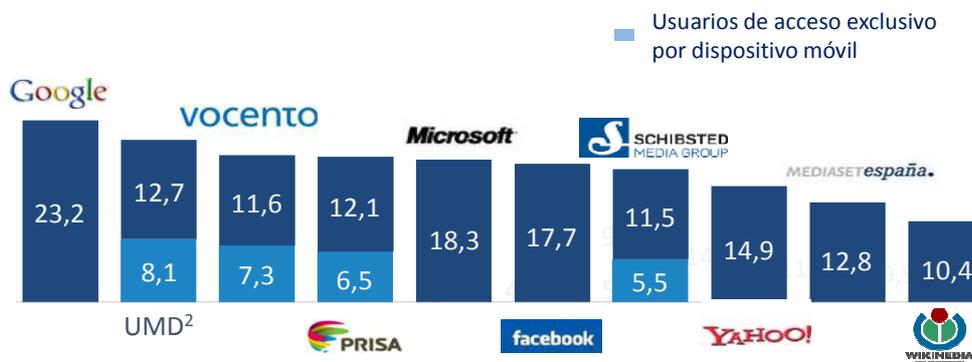
ABC sigue fortaleciendo su posicionamiento en términos de cuota de mercado tal y como se refleja en la [difusión en venta ordinaria en la Comunidad de Madrid](#), la principal plaza en prensa nacional, donde el diferencial histórico a favor de El Mundo se ha revertido y ABC ha alcanzado la posición de segundo en 1T15 (ver gráfico en página 5).

Por último, la evolución de los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas (-8,4%) es resultado de la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

Ventas de Publicidad: crecimiento del 6,0% hasta los 35.107 miles de euros. La publicidad de los periódicos regionales y ABC crecen un 6,2%, crecimiento apoyado tanto en offline como en online, y vuelven a registrar un mejor comportamiento publicitario que el mercado en prensa e Internet según i2p como se puede observar en el gráfico y en el análisis de las páginas 5 y 6 de este informe.

Dicha mejor evolución publicitaria responde, entre otros, al posicionamiento de VOCENTO en Internet, especialmente en dispositivos de movilidad (smartphones y tablets).

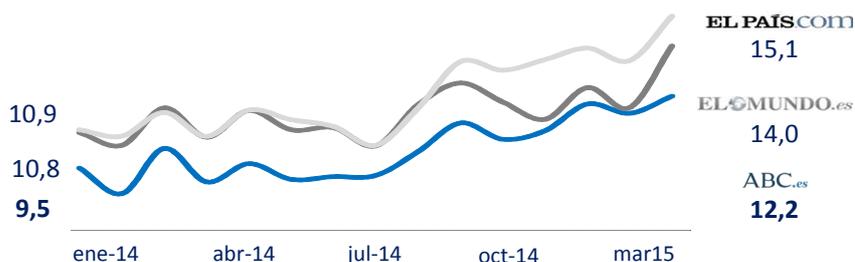
Ranking de audiencias en Internet (millones de usuarios únicos mensuales)¹



Nota 1: comScore marzo 2015

En términos digitales, abc.es sigue ganando cuota de mercado y fortaleciendo su posición. Según datos de enero 2015, alcanza los 12,2 millones de usuarios únicos mensuales, de los que un 48% provienen exclusivamente de móviles, lo que pone en valor el perfil de la audiencia de ABC.

Audiencias en Internet (millones de usuarios únicos mensuales)¹



Nota 1: comScore marzo 2015

Los Regionales alcanzan ventas de publicidad de 23.201 miles de euros, un crecimiento del 6,2% vs 1T14, destacando el crecimiento en offline.

Por su parte, el crecimiento publicitario online permite que crezca el peso de los ingresos digitales sobre el total de ingresos de los periodos regionales por encima de sus comparables, partiendo de una base superior al del resto de operadores locales.

Peso inversión publicitaria digital sobre total inversión (%)¹

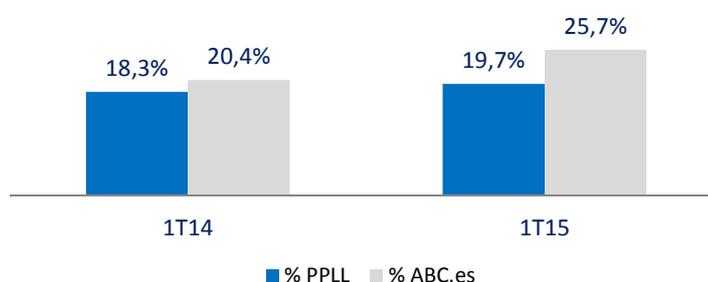
	1T15	var pp vs. a/a
Prensa Regional VOC	16,6%	1,7 p.p.
Mercado prensa regional	11,3%	1,7 p.p.

Nota 1: fuentes internas. Datos de publicidad brutos

En ABC, los ingresos por publicidad suben un 7,8% en 1T15, con un notable crecimiento publicitario en ABC.es del 38,8% y un incremento en offline del 0,7%.

La paulatina incorporación del modelo complementario digital se refleja en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (19,7% +1,4 p.p.), como en ABC (25,7% +5,3 p.p.).

Peso de negocio digital (publicidad + otros ingresos/e-commerce) sobre ingresos (publicidad + otros ingresos/e-commerce) en los periódicos de VOCENTO (%)



Otros Ingresos: ascienden a 16.927 miles de euros, un incremento del 7,9%.

EBITDA comparable⁶: asciende a 8.738 miles de euros, un descenso de 158 miles de euros sobre 1T14. La rentabilidad del área se mantiene sin embargo intacta con un margen EBITDA comparable del 8,6% en comparación con 8,8% en 1T14.

Evolución del EBITDA comparable y publicidad Periódicos 1T15 (€m)

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable			Publicidad
	1T15	1T14	Var Abs	Var Abs
Regionales	9.125	9.287	(162)	1.353
ABC	(78)	(319)	241	668
Suplementos y Revistas	(309)	(72)	(237)	(69)
Total	8.738	8.895	(158)	1.985

Nota 1: total de publicidad incluye eliminaciones del área.

⁶ Excluye medidas de ajuste y one offs 1T15 -2.003 y 1T14 -2.707 miles de euros miles de euros.

En el primer trimestre se produce una disminución de los costes comparables del 2,8%⁷; tal y como se muestra en la tabla siguiente:

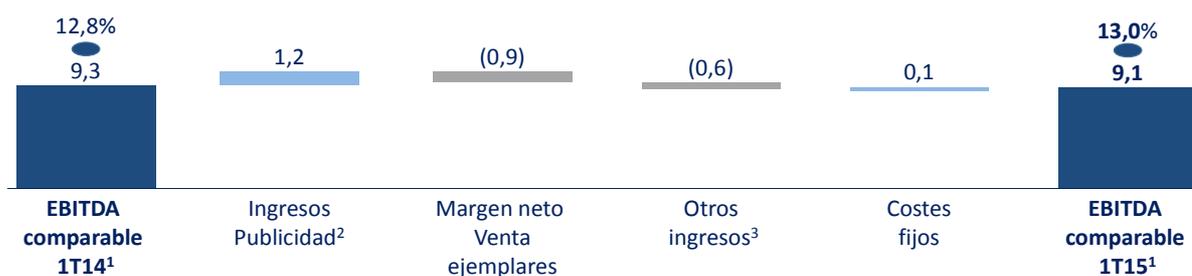
Evolución de los costes comparables Periódicos 1T15 (€m y %)

Costes operativos comp. (miles de euros)	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Regionales	(61.097)	(63.168)	(2.071)	(3,3%)
ABC	(26.474)	(27.771)	(1.297)	(4,7%)
Suplementos y Revistas	(7.113)	(7.250)	(137)	(1,9%)
Eliminaciones	4.735	5.694	960	16,9%
Total	(89.950)	(92.496)	(2.546)	(2,8%)

- (i) Regionales: EBITDA comparable de 9.125 miles de euros, descenso de 162 miles de euros vs 1T14. La reducción de costes en Regionales es de 2.071 miles de euros, lo que permite mantener el margen EBITDA comparable 1T15/14 en el 13,0%.

Regionales: evolución del EBITDA comparable

Variación 1T15 vs 1T14 excepto EBITDA comparable (€m) y margen EBITDA comparable (%)

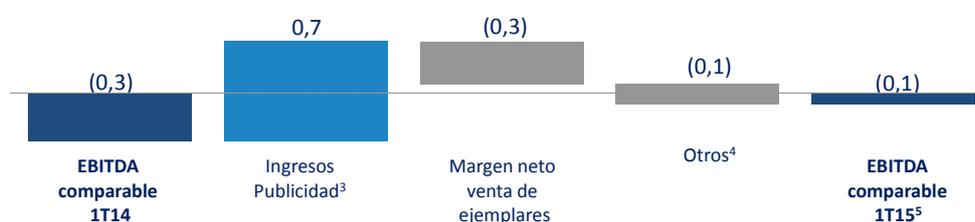


Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 1T14 €-2,6m y 1T15 €-1,3m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: incluye, entre otros, publicidad de Otras participadas y margen de promociones.

- (ii) ABC: mejora en EBITDA comparable en 1T15 de 241 miles de euros, hasta -78 miles de euros, por una combinación del crecimiento de la inversión publicitaria y de la disminución de costes derivada de la política de control y reducción de costes de la compañía.

ABC: evolución del EBITDA comparable¹

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



Nota 1: excluye medidas de ajuste y one offs 1T15 €-0,7m. Nota 2: incluye entre otros venta de ejemplares de la distribuidora

- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de -309 miles de euros vs -72 miles de euros en 1T14.

⁷ Excluye medidas de ajuste y one offs 1T15 -2.003 y 1T14 -2.707 miles de euros miles de euros.

Audiovisual

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	6.877	10.968	(4.091)	(37,3%)
Radio	1.054	988	66	6,7%
Contenidos	3.295	3.133	162	5,2%
Eliminaciones	(105)	(109)	4	3,4%
Total Ingresos de Explotación	11.121	14.980	(3.859)	(25,8%)
EBITDA				
TDT	1.196	270	926	343,1%
Radio	656	554	101	18,3%
Contenidos	950	(161)	1.112	689,0%
Total EBITDA	2.802	663	2.139	322,8%
EBITDA comparable¹				
TDT	1.196	270	926	343,1%
Radio	656	554	101	18,3%
Contenidos	950	144	806	559,8%
Total EBITDA comparable	2.802	968	1.834	189,4%
EBIT				
TDT	1.125	195	930	477,6%
Radio	652	528	124	23,5%
Contenidos	(207)	(1.533)	1.326	86,5%
Total EBIT	1.570	(810)	2.380	293,7%
EBIT comparable^{1 2}				
TDT	1.126	195	931	478,3%
Radio	652	528	124	23,5%
Contenidos	(207)	(1.227)	1.021	83,2%
Total EBIT comparable	1.571	(505)	2.076	411,2%

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 1T15 519 por miles de euros y 1T14 por 501 miles de euros.

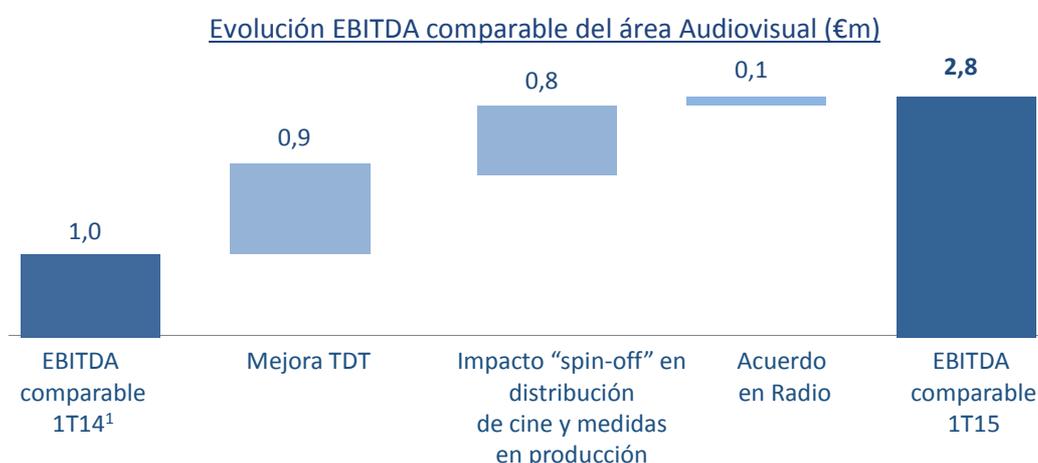
¹ Excluye medidas de ajuste 1T14 -305 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1T15 -1 miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanza 11.121 miles de euros, -25,8% debido principalmente al descenso en ingresos en TDT del 37,3% por el efecto comparable con 1T14, donde se cesó la emisión de un canal de televisión.

Este descenso es parcialmente compensado por el positivo desarrollo de la alianza estratégica con COPE en Radio y por el incremento en la facturación de las productoras de Contenidos.

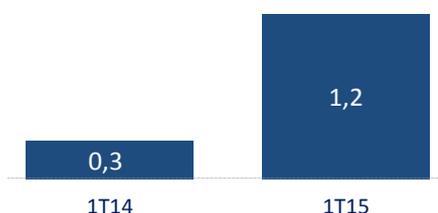
EBITDA comparable⁸: 2.802 miles de euros con una mejora de 1.834 miles de euros sobre 1T14. Todas las divisiones se encuentran en rentabilidad y mejoran su EBITDA sobre el mismo periodo del pasado año, como se puede observar en el siguiente gráfico:



Nota 1: ajustado por reestructuración €-0,3m en 1T14.

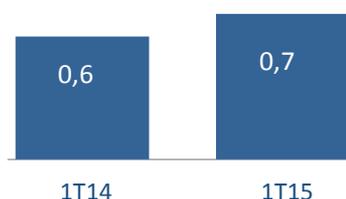
- (i) **TDT:** EBITDA comparable positivo de 1.196 miles de euros en 1T15, con una mejora 926 miles de euros comparado con 1T14, que se corresponde prácticamente con la provisión realizada en 1T14 de 1.041 miles de euros de parte de la deuda de Intereconomía.

EBITDA comparable TDT positivo con dos canales (€m)



- (ii) **Radio:** EBITDA comparable de 656 miles de euros comparado con 554 miles de euros en 1T14. La estabilidad es consecuencia del acuerdo alcanzado con COPE.

EBITDA comparable Radio (€m)



- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable de 950 miles de euros vs 144 miles de euros en 1T14, con una mejora tanto en distribución de cine, dado que en 1T14 se produjeron los últimos lanzamientos en la ventana DVD del anterior modelo de negocio, como en producción de contenidos.

⁸ Excluye medidas de ajuste 1T14 -305 miles de euros.

EBITDA comparable Contenidos (€m)



Resultado de Explotación comparable: (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a 1.571 miles de euros que se comparan con -505 miles de euros en 1T14, debido a la mejora en EBITDA y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en 214 miles de euros en 1T15.

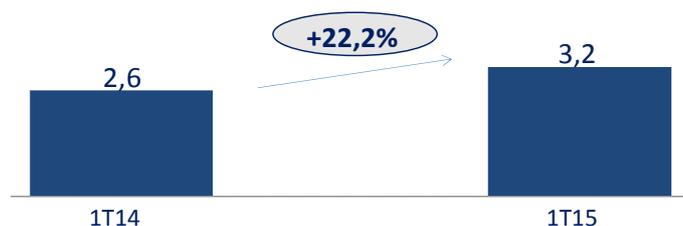
Clasificados

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Clasificados	3.435	2.841	593	20,9%
Total Ingresos de Explotación	3.435	2.841	593	20,9%
EBITDA				
Clasificados	(354)	(469)	116	24,6%
Total EBITDA	(354)	(469)	116	24,6%
EBITDA comparable¹				
Clasificados	(174)	(391)	218	55,7%
Total EBITDA comparable	(174)	(391)	218	55,7%
EBIT				
Clasificados	(533)	(740)	207	28,0%
Total EBIT	(533)	(740)	207	28,0%
EBIT comparable¹				
Clasificados	(353)	(662)	309	46,7%
Total EBIT comparable	(353)	(662)	309	46,7%

¹ Excluye medidas de ajuste 1T15 -180 miles de euros 1T14 -78 miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanzan 3.435 miles de euros, un crecimiento del 20,9% debido al buen comportamiento de los ingresos de publicidad del área que se incrementan un 22,2%.

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



EBITDA comparable: asciende a -174 miles de euros con un descenso de las pérdidas del 55,7% sobre 1T14 gracias al incremento de facturación que permite avanzar en el objetivo de rentabilidad en el área.

Otros

Miles de Euros	NIIF			
	1T15	1T14	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
B2B	0	3.400	(3.400)	(100,0%)
Qué!	0		()	(100,0%)
Eliminaciones	0	0	0	n.a.
Total Ingresos de Explotación	0	3.400	(3.400)	(100,0%)
EBITDA				
B2B	0	713	(713)	(100,0%)
Qué!	0	(10)	10	100,0%
Total EBITDA	0	703	(703)	(100,0%)
EBITDA comparable				
B2B	0	713	(713)	(100,0%)
Qué!	0	(10)	10	100,0%
Total EBITDA comparable	0	703	(703)	(100,0%)
EBIT				
B2B	0	456	(456)	(100,0%)
Qué!	0	(10)	10	100,0%
Total EBIT	0	446	(446)	(100,0%)
EBIT comparable				
B2B	0	456	(456)	(100,0%)
Qué!	0	(10)	10	100,0%
Total EBIT comparable	0	446	(446)	(100,0%)

Tras la desinversión en Sarenet, el área de Otros ha quedado sin actividad.

Datos operativos

Periódicos

Datos de Difusión Media	1T15	1T14	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	111.943	136.818	(24.875)	(18,2%)
Prensa Regional				
El Correo	75.744	79.536	(3.792)	(4,8%)
El Diario Vasco	54.679	57.317	(2.638)	(4,6%)
El Diario Montañés	25.379	26.840	(1.461)	(5,4%)
Ideal	20.082	21.697	(1.615)	(7,4%)
La Verdad	17.332	18.564	(1.232)	(6,6%)
Hoy	11.230	12.334	(1.104)	(9,0%)
Sur	17.916	19.305	(1.389)	(7,2%)
La Rioja	10.381	10.888	(507)	(4,7%)
El Norte de Castilla	21.601	22.887	(1.286)	(5,6%)
El Comercio	17.501	18.511	(1.010)	(5,5%)
Las Provincias	18.505	20.151	(1.646)	(8,2%)
TOTAL Prensa Regional	290.350	308.030	(17.680)	(5,7%)

Fuente: OJD. Datos 2015 no certificados

Audiencia	1ªOla 14	Var Abs	%	
Prensa Nacional- ABC	495.000	536.000	(41.000)	(7,6%)
Prensa Regional	2.009.000	2.084.000	(75.000)	(3,6%)
El Correo	408.000	430.000	(22.000)	(5,1%)
El Diario Vasco	254.000	245.000	9.000	3,7%
El Diario Montañés	156.000	176.000	(20.000)	(11,4%)
Ideal	178.000	195.000	(17.000)	(8,7%)
La Verdad	206.000	197.000	9.000	4,6%
Hoy	134.000	124.000	10.000	8,1%
Sur	141.000	145.000	(4.000)	(2,8%)
La Rioja	76.000	91.000	(15.000)	(16,5%)
El Norte de Castilla	183.000	182.000	1.000	0,5%
El Comercio	145.000	160.000	(15.000)	(9,4%)
Las Provincias	128.000	139.000	(11.000)	(7,9%)
Suplementos				
XL Semanal	2.187.000	2.357.000	(170.000)	(7,2%)
Mujer Hoy	1.362.000	1.533.000	(171.000)	(11,2%)
Mujer Hoy Corazón	311.000	284.000	27.000	9,5%
Inversión y Finanzas	51.000	45.000	6.000	13,3%

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	mar-15	mar-14	Var Abs	%
Vocento	18.832	16.693	2.139	12,8%

Fuente: ComScore Multiplataforma

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	mar-15	mar-14	Var Abs
NET TV audiencia	3,4%	2,9%	0,5 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.

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Pintor Losada, 7
48007 Bilbao
Bizkaia
Tel.: 902 404 073
e-mail: ir@vocento.com