Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Septiembre 2015

11 de noviembre de 2015

vocento
Siempre Periodismo

Desglose de áreas de actividad de VOCENTO 9M15

PERIODICOS

REGIONALES

- El Correo
- La Verdad
- El Diario Vasco
- El Norte de Castilla
- El Diario Montañés
- Ideal
- Sur
- Las Provincias
- El Comercio
- Hoy
- La Rioja
- Imprentas locales
- Beralán
- Colpisa
- Comercializadoras locales
- Otras participadas

ABC

- ABC
- Imprentas nacionales
- Comercializadora

SUPLEMENTOS Y REVISTAS

- XL Semanal
- Mujer Hoy
- Corazón CZN TVE
- Inversión y Finanzas
- Mujerhoy.com
- Finanzas.com

AUDIOVISUAL

TELEVISION DIGITAL TERRESTRE

- TDT Nacional - Net TV
- TDT Regional

RADIO

- Licencias de radio analógica
- Licencias de radio digital

CONTENIDOS

- Veralia

Producción:

- Veralia Contenidos (Boca Boca, Europroducciones y Hill Valley)

Distribución:

- Veralia Cine

CLASIFICADOS

- Pisos.com
- Infoempleo
- Autocasión

OTROS

- 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 9M15 crecen 7,1% vs mercado[1] 6,3%, a pesar de la mayor exposición a prensa de VOCENTO

Mejora en EBITDA comparable 9,3% hasta 28.430 miles de euros

Cash flow ordinario positivo 9M15 de 19.587 miles de euros

- **Continúa la mejora de la tendencia de la inversión publicitaria, aunque se ralentiza vs 1S15**
  - (i) Los ingresos publicitarios de VOCENTO en 9M15 crecen un 7,1% vs 6,3% del mercado total según i2p (a pesar de la exposición a prensa), en un mercado que se ha ralentizado (3T15 +4,7%[1]).
  - (ii) Crece la inversión publicitaria offline y online de VOCENTO: del incremento total (+7,1% o 7.826 miles de euros), offline supone el 31% y online el 69%.
  - (iii) El área de Periódicos incrementa su cuota de mercado en inversión publicitaria a 9M15: los ingresos publicitarios en offline de los Regionales y ABC crecen 2,8% vs 0,7%[1] del mercado de prensa, mientras que los ingresos online de las cabeceras crecen 21,1% vs 10,0%[1] del mercado.
  - (iv) Evolución del perfil de ingresos hacia digital: los ingresos publicitarios de Internet y los nuevos negocios digitales aportan el 27,8% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce de VOCENTO en 9M15 (+2,8 p.p. vs 9M14).
- **Ingresos totales afectados por decisiones orientadas a rentabilidad y por salida de perímetro**
  - (i) Reducción de la venta de ejemplares, afectada entre otros, por la no distribución física de ABC en Baleares y Canarias, que explicaría un 55% de la caída de venta de ejemplares de ABC.
  - (ii) Caída de Otros Ingresos principalmente explicada por el cambio de perímetro por la venta de Sarenet en 4T14, la menor actividad en Contenidos, una política más selectiva de promociones y los menores canales en Televisión.
- **EBITDA comparable[2] 9M15 aumenta 9,3% hasta 28.430 miles de euros, un 19,7% ex-Sarenet**
  - (i) Reducción de costes comparables 9M15 6,8%, que excluyen las medidas de ajuste de personal y one offs (9M15 -3.015 y 9M14 -5.266 miles de euros).
  - (ii) Periódicos: incremento del 9% en EBITDA comparable 9M15 hasta 27.115 miles de euros. Mejora del margen de difusión en 3T15 por €0,2m tras las medidas adoptadas en las áreas de Impresión y Distribución. Incremento de EBITDA comparable 9M15 en ABC por 2.009 miles de euros.
  - (iii) Audiovisual: EBITDA comparable 9M15 8.656 miles de euros, un crecimiento del 11,5%, donde la mejora en Televisión más que compensa la menor actividad en Contenidos.
- **Mejora apalancamiento financiero hasta 2,5x (Posición financiera neta/EBITDA comparable LTM)**
  - (i) Generación de caja operativa positiva de 19.587 miles de euros, excluyendo pago por indemnizaciones y otras salidas de caja no ordinarias por 9.962 miles de euros.
  - (ii) Disminución del apalancamiento financiero LTM hasta 2,5x (2,9x a cierre de 2014) con deuda financiera neta 9M15 de 116.244 miles de euros (vs 125.869 miles de euros en 2014).
- **Acciones estratégicas encaminadas a la mejora de ingresos y rentabilidad de VOCENTO**
  - (i) Lanzamiento de nuevos productos: rediseño del portal de ABC.es en octubre (foco en movilidad), y estreno de Correo on+ en septiembre (producto de suscripción para usuarios digitales) con aproximadamente 40 miles de suscriptores a la fecha.
  - (ii) Salida de negocios non-core: venta de Europroduzione Italia (impacto negativo en el Resultado neto de €-1.255 miles de euros).

[1] *Fuente: i2p.*
[2] *Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 9M15 -3.015 miles de euros y 9M14 -5.266 miles de euros.*

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

	NIIF			
Miles de Euros	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**Var %**
Venta de ejemplares	146.564	155.415	(8.851)	(5,7%)
Ventas de publicidad	118.075	110.248	7.826	7,1%
Otros ingresos	76.392	95.847	(19.454)	(20,3%)
Ingresos de explotación	**341.031**	**361.510**	**(20.479)**	**(5,7%)**
Personal	(119.099)	(123.606)	(4.507)	(3,6%)
Aprovisionamientos	(55.580)	(64.784)	(9.203)	(14,2%)
Servicios exteriores	(139.889)	(150.162)	(10.273)	(6,8%)
Provisiones	(1.048)	(2.210)	(1.162)	(52,6%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(315.617)	(340.762)	(25.145)	(7,4%)
EBITDA	**25.414**	**20.748**	**4.666**	**22,5%**
Amortizaciones	(15.064)	(18.204)	(3.140)	(17,3%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	134	18	116	650,5%
EBIT	**10.484**	**2.562**	**7.922**	**309,3%**
Deterioro de fondo de comercio	(2.250)	0	(2.250)	n.a.
Resultado sociedades método de participación	223	8	215	n.r.
Resultado financiero y otros	(4.512)	(7.363)	2.851	38,7%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(1.255)	(305)	(950)	(311,3%)
Resultado antes de impuestos	**2.689**	**(5.099)**	**7.788**	**152,7%**
Impuesto sobre sociedades	(2.880)	(966)	(1.914)	(198,2%)
Resultado neto antes de minoritarios	**(190)**	**(6.064)**	**5.874**	**96,9%**
Accionistas minoritarios	(2.479)	(3.043)	564	18,5%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	**(2.669)**	**(9.108)**	**6.438**	**70,7%**
Gastos explotación sin amort. Comparables[1]	(312.601)	(335.496)	(22.895)	(6,8%)
EBITDA comparable[1]	28.430	26.014	2.416	9,3%
EBIT comparable[1 2]	13.365	7.809	5.556	71,1%

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 9M15 -3.015 miles de euros y 9M14 -5.266 miles de euros*
[2] *Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M15 134 miles de euros y 9M14 18 miles de euros.*

Ingresos de explotación

Los ingresos totales en 9M15 alcanzan 341.031 miles de euros, -5,7% comparado con 9M14 en los que destacan:

(i) Ventas de ejemplares: experimentan una caída del 5,7% e incluye descensos en Prensa Regional del 4,7% y en ABC del 10,5%. En ABC se han incrementado los precios de cabecera (lunes a viernes de €1,4 a €1,5 y sábados de €1,8 a €2,0).

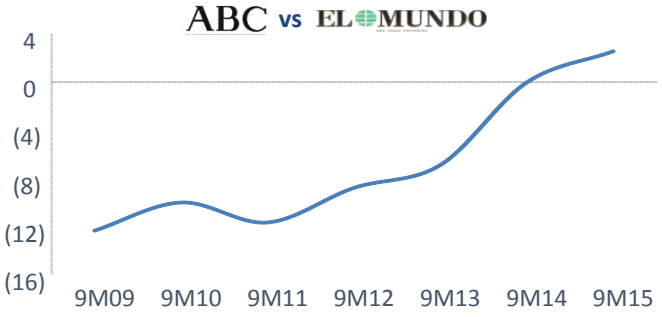
Debido a la no distribución de ABC en las islas Baleares y Canarias del formato papel, el seguimiento de los datos totales de difusión o de la difusión ordinaria no es representativo en 2015. La difusión total de ABC a 9M15 es de 108.511 con un descenso, excluido el efecto de islas, que habría sido del 8,6% (en 1S15 -9,6%).

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 9M15 ABC se sitúa por delante. Madrid representa el 33% de la venta total de prensa nacional, lo que la hace una plaza clave.

En el mes de septiembre, ABC también supera a El Mundo en venta al quiosco.

Evolución de difusión de ABC vs El Mundo[1]

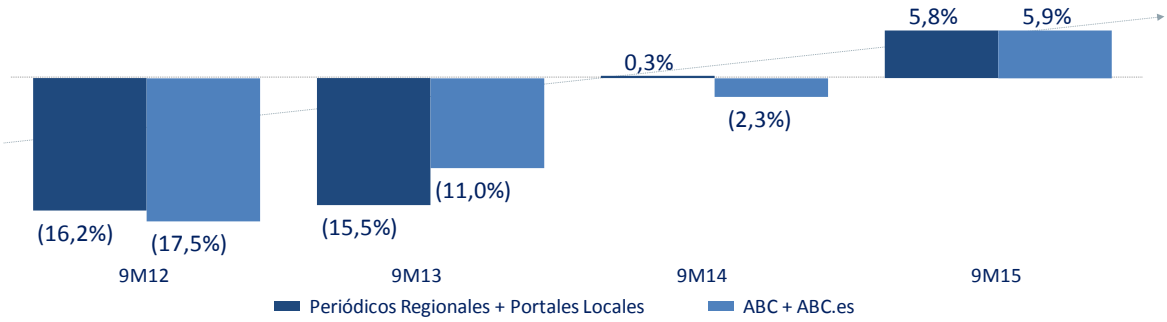
Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales (datos en miles)



Nota 1: fuente OJD. Venta en quiosco y suscripciones individuales. Datos 9M15 no certificados.

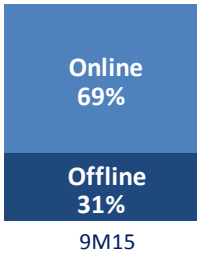
(ii) Los ingresos por venta de publicidad crecen un 7,1% en 9M15, mostrando una mejora continuada, si bien se observa cierta ralentización en el tercer trimestre estanco.

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. Offline aporta el 31% del crecimiento de la inversión publicitaria de VOCENTO en 9M15, y online contribuye el 69% del total.

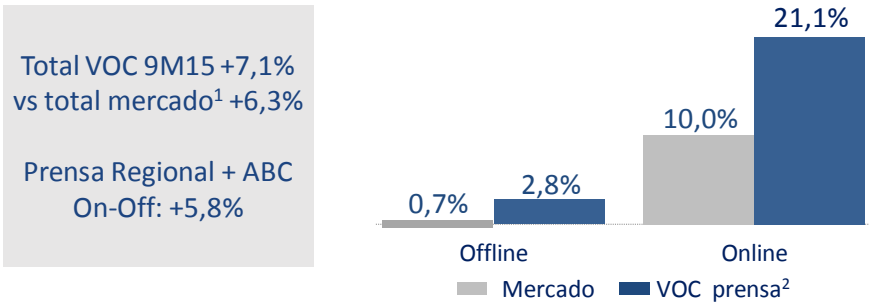
Contribución al crecimiento publicitario en 9M15 (%)



El crecimiento total de los ingresos publicitarios de VOCENTO en 9M15 es del 7,1% y compara con un crecimiento total del mercado según i2p del 6,3%, a pesar de tener una mayor exposición a prensa.

VOCENTO registra un mejor comportamiento que el mercado a 9M15 tanto en offline como en online, con un incremento de cuota en ambos mercados: offline +2,8% vs +0,7% del mercado de prensa según i2p y online +21,1% vs +10,0%.

Evolución publicidad de VOCENTO vs mercado[1] 9M15 (%)

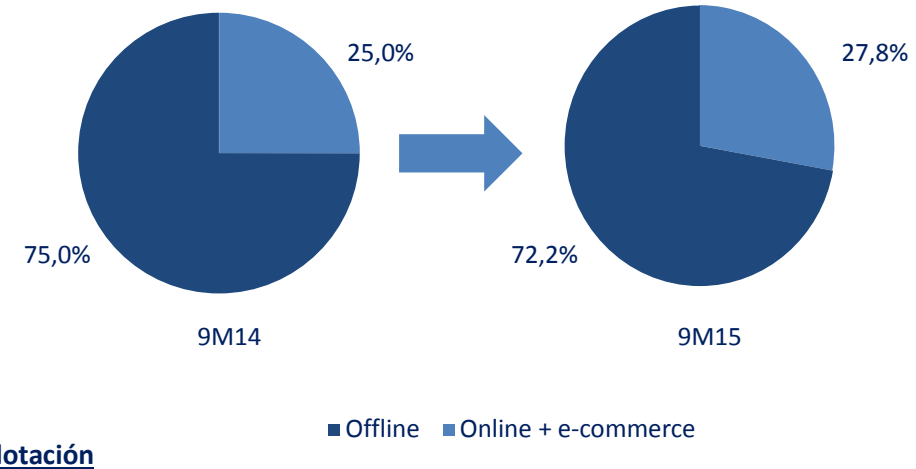


Nota 1: fuente i2p. No incluye la publicidad de buscadores. Nota 2: ABC y Regionales.

(iii) Otros Ingresos se reducen un 20,3% debido principalmente a la salida del perímetro de Sarenet en 4T14 (descenso en otros ingresos del 10,7% pro forma ex-Sarenet), reducción en la actividad del área de Contenidos, una política más selectiva de promociones y el impacto de menos canales en Televisión.

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 9M15 es de 2,8 p.p. (vs 9M14) hasta el 27,8% de los ingresos publicitarios y de nuevos negocios.

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



Gastos de explotación

Los costes comparables en 9M15 descienden un 6,8%, excluido los gastos de ajuste de personal y one offs (9M15 -3.015 y 9M14 -5.266 miles de euros).

Por partidas de gastos destaca la disminución en los costes de aprovisionamientos, que caen un 14,2% debido a la salida de perímetro de Sarenet, a la disminución de los gastos de distribución por la decisión de no formato papel en las Islas, y a 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 (26,8%) debido al impacto del menor 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 (los costes comparables pro forma ex-Sarenet descienden un 4,5%).

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

Costes operativos comparables (miles de euros)	9M15	9M14	Var Abs	Var %
Periódicos	(270.431)	(277.968)	(7.537)	(2,7%)
Audiovisual	(25.544)	(34.905)	(9.361)	(26,8%)
Clasificados	(10.828)	(9.617)	1.211	12,6%
Otros	0	(8.125)	(8.125)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(5.799)	(4.881)	917	18,8%
Total	**(312.601)**	**(335.496)**	**(22.895)**	**(6,8%)**

EBITDA comparable

El EBITDA comparable en 9M15 alcanza 28.430 miles de euros, lo que supone un crecimiento de 2.416 miles de euros (+9,3%) en comparación con 9M14. El margen EBITDA comparable también mejora hasta el 8,3% desde 7,2% en 9M14. Los principales impactos en la variación del EBITDA comparable son:

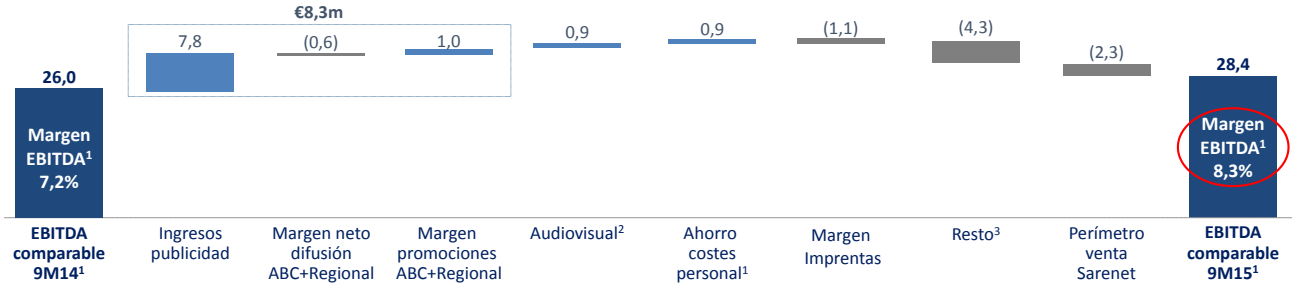
(i) Mejora de los ingresos publicitarios en 9M15 vs 9M14 de 7.826 miles de euros.

(ii) Menor margen de las imprentas derivado de la menor actividad en impresión.

(iii) Cambio de perímetro por desinversión en Sarenet en diciembre de 2014. El EBITDA comparable 9M14 de Sarenet ascendía a 2.263 miles de euros, por lo que el EBITDA comparable proforma de VOCENTO hubiera crecido en 4.678 miles de euros (+19,7%).

(iv) Resto de partidas: incluye principalmente costes comerciales, y mayores gastos asociados con el desarrollo de e-commerce.

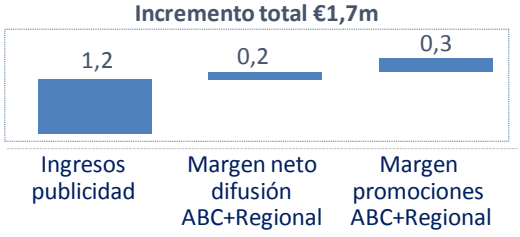
Detalle del movimiento de EBITDA comparable[1] 9M14-9M15 (€m) (datos en variación vs 9M14 excepto EBITDA comparable)



Nota 1: ex medidas ajuste personal y "one offs" 9M15 €-3,0m y 9M14 €-5,3m. Var costes personal ex Audiovisual y Sarenet con medidas ajuste 9M15 €-5,4m y 9M14 €-5,3m. Nota 2: incluye impacto provisión Intereconomía. Nota 3: costes comerciales y otros.

Resulta relevante la lectura combinada del negocio "core" en el tercer trimestre de 2015: ingresos por publicidad, margen por venta de ejemplares y margen por venta de promociones, que resulta ser positiva (como ya lo fue también en el segundo trimestre), una vez que se han implementado las citadas medidas en Distribución e Impresión:

Evolución de las variables clave 3T15 vs 3T14 (Datos en €m)



Por área de negocio destacar:

(i) Periódicos[3]: EBITDA comparable 9M15 de 27.115 miles de euros, con una mejora de la rentabilidad hasta el 9,2% (margen EBITDA comparable mejora en 1,0 p.p.).

(ii) Audiovisual[4]: Incremento en EBITDA de 894 miles de euros principalmente debido a la ausencia de provisiones en Televisión en 2015, la estabilidad en radio, y pese a la menor actividad en Contenidos.

(iii) Clasificados[5]: entrada en rentabilidad en EBITDA comparable (9M15 de 396 miles de euros desde 9M14 -547 miles de euros). El área está en un momento de expansión, por lo que la inversión en costes está justificada y encuentra respuesta en el crecimiento en ingresos de publicidad en 9M15 del 24,9%.

Evolución del EBITDA comparable[1] por área de negocio 9M15 (datos en variación en €m 9M15 vs 9M14 excepto para EBITDA comparable)

Nota 1: ex medidas ajuste personal y "one offs" 9M15 €-3,0m y 9M14 €-5,3m.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 9M15 alcanza 10.484 miles de euros en comparación con 2.562 miles de euros en 9M14.

Además de los impactos positivos comentados anteriormente, las amortizaciones descienden 3.140 miles de euros principalmente por el descenso de las mismas en el área de Periódicos, la venta de parte del negocio de Distribución de cine y la salida de perímetro de Sarenet.

Por otra parte, el resultado de explotación comparable crece desde 7.809 miles de euros en 9M14 hasta 13.365 miles de euros en 9M15.

Deterioro de fondo de comercio

Asciende en 9M15 a 2.250 miles de euros, debido principalmente 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 de cine en 2014.

Resultado financiero y otros

La mejora del diferencial financiero por 2.851 miles de euros en 9M15 hasta -4.512 miles de euros se explica por: (i) el impacto de 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 que incluye el impacto de la reciente renegociación de

[3] *Periódicos: excluye medidas de ajuste y one 9M15 -2.309 miles de euros y 9M14 -3.948 miles de euros.*
[4] *Audiovisual: excluye medidas de ajuste 9M15 -1 y 9M14 -421 miles de euros.*
[5] *Clasificados: excluye medidas de ajuste 9M15 -172 miles de euros y 9M14 -117 miles de euros.*

las condiciones del préstamo sindicado, y (iii) las menores comisiones tras unificar la práctica totalidad del pasivo financiero con bancos en el préstamo sindicado en 2014.

Resultado neto por enajenación de activos no corrientes

La venta de Europroduzione ha generado una minusvalía por importe de 1.255 miles de euros.

Impuesto sobre sociedades

El gasto por impuestos de 2.880 miles de euros en 9M15 se explica por la evolución favorable del resultado operativo y por el efecto de las regularizaciones de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores.

Accionistas minoritarios

El menor resultado atribuido a los minoritarios (9M15 2.479 miles de euros vs 9M14 3.043 miles de euros) obedece a la peor evolución de la división de Contenidos compensado parcialmente por la mejor evolución del área de TDT Nacional.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 9M15 asciende a -2.669 en comparación con -9.108 miles de euros el mismo periodo del pasado año.

Balance de situación consolidado

	NIIF			
Miles de Euros	**9M15**	**2014**	**Var abs**	**% Var**
Activos no Corrientes	**490.364**	**506.665**	**(16.301)**	**(3,2%)**
Activo Intangible	127.828	134.240	(6.412)	(4,8%)
Propiedad, planta y equipo	159.108	167.423	(8.315)	(5,0%)
Part.valoradas por el método de participación	6.224	8.096	(1.873)	(23,1%)
Otros activos no corrientes	197.203	196.905	298	0,2%
Activos Corrientes	**125.321**	**145.901**	**(20.580)**	**(14,1%)**
Otros activos corrientes	101.663	122.450	(20.787)	(17,0%)
Efectivo y otros medios equivalentes	23.658	23.451	207	0,9%
Activos mantenidos para la venta	**2.077**	**193**	**1.884**	**973,5%**
TOTAL ACTIVO	**617.761**	**652.760**	**(34.998)**	**(5,4%)**
Patrimonio neto	312.061	322.572	(10.511)	(3,3%)
Deuda financiera	136.360	146.406	(10.047)	(6,9%)
Otros pasivos no corrientes	55.209	62.555	(7.346)	(11,7%)
Otros pasivos corrientes	114.132	121.226	(7.094)	(5,9%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	**617.761**	**652.760**	**(34.998)**	**(5,4%)**

Otros activos corrientes

La disminución en la partida por importe de 20.787 miles de euros se corresponde principalmente con el menor saldo de clientes, derivado a su vez de la estacionalidad de las ventas y salida de perímetro de Sarenet y Europroduzione, así como a la reducción en el nivel de existencias.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -116.244 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes y otros activos financieros corrientes por 23.658 miles de euros. Además, el saldo de las líneas de crédito no dispuestas asciende a 41.332 miles de euros.

La ratio DFN/EBITDA comparable desciende desde 2,9x en 2014 hasta 2,5x en 9M15 (calculado sobre el EBITDA comparable de los últimos 12 meses).

Desglose de Deuda Financiera Neta

	NIIF			
Miles de Euros	**9M15**	**2014**	**Var Abs**	**Var %**
Endeudamiento financiero a corto plazo	26.709	17.278	9.431	54,6%
Endeudamiento financiero a largo plazo	109.650	129.128	(19.478)	(15,1%)
Endeudamiento financiero bruto	**136.360**	**146.406**	**(10.047)**	**(6,9%)**
+ Efectivo y otros medios equivalentes	23.658	23.451	207	0,9%
+ Otros activos financieros no corrientes	0	380	(380)	(100,0%)
Gastos de formalización del sindicado	3.542	3.294	248	7,5%
Posición de caja neta/ (deuda neta)	**(116.244)**	**(125.869)**	**9.625**	**7,6%**

El endeudamiento a c.p. incluye:

(i) deuda con entidades de crédito por 24.225 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 3.529 miles de euros, que incluye principalmente planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye:

(iii) deuda con entidades de crédito por 109.823 miles de euros, que incluye la reclasificación por los gastos de formalización del sindicado a c/p, y 2.840 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 2.325 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

La generación de caja positiva proveniente de la operativa ordinaria del negocio en el periodo es de 19.587 miles de euros, ayudada por el buen comportamiento del capital circulante en 3T15, dada la estacionalidad de las ventas de publicidad.

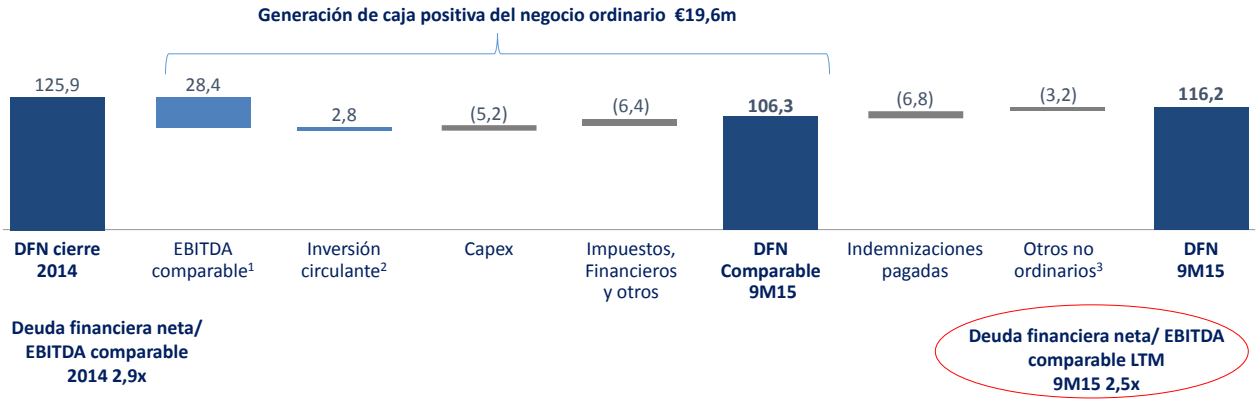
Dentro de los movimientos ordinarios en 9M15, las variaciones más significativas se deben a:

(i) Variación en capital circulante de 2.792 miles de euros excluidos no ordinarios.

(ii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de 5.215 miles de euros.

Dentro de los movimientos no recurrentes se incluyen entre otros, los pagos por indemnizaciones en 9M15 por importe de 6.812 miles de euros, que registran ajustes de estructura de personal de 2014 y 2015, y la compra del 34% de Rotomadrid en 2T15.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 9M15-2014 (€m)



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal y "one offs" 9M15 €-3,0m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: Compra 34% de Rotomadrid, TDT y otros.

Otros pasivos corrientes

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

Estado de flujos de efectivo

			NIIF	
Miles de Euros	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**% Var**
Resultado del ejercicio	**(2.669)**	**(9.107)**	**6.438**	**70,7%**
Ajustes resultado del ejercicio	28.789	31.824	(3.035)	(9,5%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	**26.120**	**22.717**	**3.403**	**15,0%**
Variación capital circulante y otros	292	(7.460)	7.752	103,9%
Otras partidas a pagar sin coste financiero	3.736	4.819	(1.083)	(22,5%)
Otras partidas a pagar con coste financiero	(2.641)	(3.105)	464	14,9%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(1.332)	(1.483)	151	10,2%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(866)	(2.012)	1.146	57,0%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	**25.309**	**13.477**	**11.833**	**87,8%**
Adiciones al inm. material e inmaterial	(5.215)	(5.845)	630	10,8%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	46	9.742	(9.696)	(99,5%)
Dividendos e intereses cobrados	341	559	(218)	(39,0%)
Otros cobros y pagos (inversión)	0	0	0	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	**(4.828)**	**4.456**	**(9.284)**	**(208,3%)**
Dividendos e intereses pagados	(9.074)	(15.133)	6.059	40,0%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(7.071)	(5.513)	(1.558)	(28,3%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(8)	(2)	(6)	(300,0%)
Operaciones societarias sin coste	(3.466)	(1.033)	(2.433)	(235,5%)
Operaciones societarias con coste	0	(1.025)	1.025	100,0%
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	**(19.619)**	**(22.706)**	**3.087**	**13,6%**
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	**862**	**(4.774)**	**5.636**	**118,1%**
Efectivo y equivalentes operaciones discontinuadas	**(654)**	**(205)**	**(449)**	**(219,0%)**
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	**23.658**	**29.743**	**(6.084)**	**(20,5%)**

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 25.309 miles de euros que incluye entre otros: (i) pagos relacionados con las medidas de ajuste de personal por 6.812 miles de euros y (ii) variación en el capital circulante por 292 miles de euros principalmente por la disminución de saldos con proveedores.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -4.828 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 -19.619 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO a sus accionistas minoritarios por 3.651 miles de euros, un primer pago a uno de los socios minoritarios de Rotomadrid por la compra de su participación del 34%, así como por 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.

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable (-104 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)

	9M15			9M14			Var Abs		
	Inmat.	**Mat.**	**Total**	**Inmat.**	**Mat.**	**Total**	**Inmat.**	**Mat.**	**Total**
Periódicos	2.227	2.227	4.454	2.366	705	3.071	(139)	1.521	1.382
Audiovisual	152	173	325	149	95	244	3	78	81
Clasificados	127	66	193	203	11	213	(75)	56	(20)
Otros	0	0	0	10	522	532	(10)	(522)	(532)
Estructura	101	38	139	376	23	400	(275)	15	(260)
TOTAL	**2.607**	**2.504**	**5.111**	**3.104**	**1.357**	**4.460**	**(497)**	**1.148**	**651**

Información por área de actividad

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

	NIIF			
Miles de Euros	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
Periódicos	297.545	302.837	(5.292)	(1,7%)
Audiovisual	34.200	42.667	(8.467)	(19,8%)
Clasificados	11.224	9.070	2.155	23,8%
Otros	0	10.347	(10.347)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(1.939)	(3.411)	1.472	43,2%
Total Ingresos de Explotación	**341.031**	**361.510**	**(20.479)**	**(5,7%)**
EBITDA				
Periódicos	24.806	21.371	3.435	16,1%
Audiovisual	8.656	7.341	1.315	17,9%
Clasificados	224	(664)	888	133,7%
Otros	0	2.222	(2.222)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(8.271)	(9.522)	1.251	13,1%
Total EBITDA	**25.414**	**20.748**	**4.666**	**22,5%**
EBITDA comparable[1]				
Periódicos	27.115	24.869	2.245	9,0%
Audiovisual	8.656	7.762	894	11,5%
Clasificados	396	(547)	944	172,4%
Otros	0	2.222	(2.222)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(7.738)	(8.292)	555	6,7%
Total EBITDA comparable	**28.430**	**26.014**	**2.416**	**9,3%**
EBIT				
Periódicos	14.155	9.406	4.749	50,5%
Audiovisual	5.141	3.160	1.981	62,7%
Clasificados	(232)	(1.423)	1.190	83,7%
Otros	0	1.490	(1.490)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(8.581)	(10.072)	1.491	14,8%
Total EBIT	**10.484**	**2.562**	**7.922**	**309,3%**
EBIT comparable[1 2]				
Periódicos	16.326	12.921	3.406	26,4%
Audiovisual	5.145	3.547	1.598	45,0%
Clasificados	(60)	(1.306)	1.246	95,4%
Otros	0	1.490	(1.490)	(100,0%)
Estructura y eliminaciones	(8.046)	(8.842)	796	9,0%
Total EBIT comparable	**13.365**	**7.809**	**5.556**	**71,1%**

[1] *Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 9M15 -3.015 y 9M14 -5.266 miles de euros*
[2] *Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M15 134 miles de euros y 9M14 18 miles de euros*

Periódicos (incluye actividad offline y online)

	NIIF			
Miles de Euros	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
Regionales	209.303	215.010	(5.708)	(2,7%)
ABC	80.619	82.264	(1.645)	(2,0%)
Suplementos y Revistas	21.622	22.026	(404)	(1,8%)
Eliminaciones	(13.998)	(16.463)	2.465	15,0%
Total Ingresos de Explotación	**297.545**	**302.837**	**(5.292)**	**(1,7%)**
EBITDA				
Regionales	24.288	21.831	2.457	11,3%
ABC	267	(919)	1.186	129,1%
Suplementos y Revistas	250	459	(209)	(45,5%)
Total EBITDA	**24.806**	**21.371**	**3.435**	**16,1%**
EBITDA comparable[1]				
Regionales	25.722	25.160	562	2,2%
ABC	1.142	(867)	2.009	231,6%
Suplementos y Revistas	251	577	(326)	(56,5%)
Total EBITDA comparable	**27.115**	**24.869**	**2.245**	**9,0%**
EBIT				
Regionales	17.622	14.751	2.871	19,5%
ABC	(3.575)	(5.519)	1.944	35,2%
Suplementos y Revistas	109	175	(66)	(37,9%)
Total EBIT	**14.155**	**9.406**	**4.749**	**50,5%**
EBIT comparable[1 2]				
Regionales	18.930	18.091	839	4,6%
ABC	(2.713)	(5.468)	2.755	50,4%
Suplementos y Revistas	109	297	(188)	(63,2%)
Total EBIT comparable	**16.326**	**12.921**	**3.406**	**26,4%**

Nota: Las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas de suplementos (XL Semanal, Mujer Hoy y Corazón CZN TVE) 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" 9M15 -2.309 miles de euros y 9M14 -3.498 miles de euros.
[2] Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M15 138 miles de euros y 9M14 -16 miles de euros.

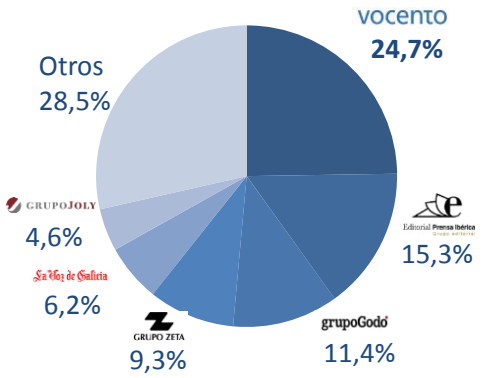
Ingresos de Explotación: asciende a 297.545 miles de euros, un descenso del 1,7%.

La reducción de ingresos es consecuencia principalmente de: (i) las menores ventas de ejemplares de Regionales y ABC y (ii) el menor esfuerzo en promociones. La mejora de los ingresos publicitarios compensa parcialmente dicho descenso.

Ventas de ejemplares: asciende a 146.564 miles de euros, un descenso del 5,7%.

Los ingresos por venta de ejemplares de la Prensa Regional descienden en 9M15 un -4,7% que compara con una caída de la difusión del 5,7%. Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su claro liderazgo en difusión en sus áreas de influencia, reflejado en una cuota de mercado de difusión en prensa regional del 24,7% en comparación con su inmediato comparable que alcanza una cuota del 15,3%:

Cuota de difusión a 9M15 en prensa regional[1]



Nota 1: fuente OJD prensa generalista datos no certificados.

En septiembre de 2015 destaca el lanzamiento de Correo on+, producto de suscripción para usuarios digitales de El Correo, que cuenta con contenidos exclusivos, aplicación con la última tecnología, acceso ilimitado a la versión online de elcorreo.com, descuentos y promociones. Vocento se une a un modelo ya implantado por grandes periódicos de todo el mundo para adaptarse al nuevo entorno digital.

En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un 10,5%, descenso que sería del -5,1% 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. Tras la disminución realizada en los últimos años, la proporción en 9M15 de la difusión no ordinaria sobre total difusión en ABC es de solo un 11,2%, mientras que la media de los comparables se sitúa en el 21,6% (El Mundo 15,1% y La Razón 28,2%).

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 9M15 de 108.511 ejemplares diarios, una caída del -16,7%, que ajustada por la no distribución en Baleares y Canarias sería del -8,6% vs -11,8%% del mercado de prensa nacional.

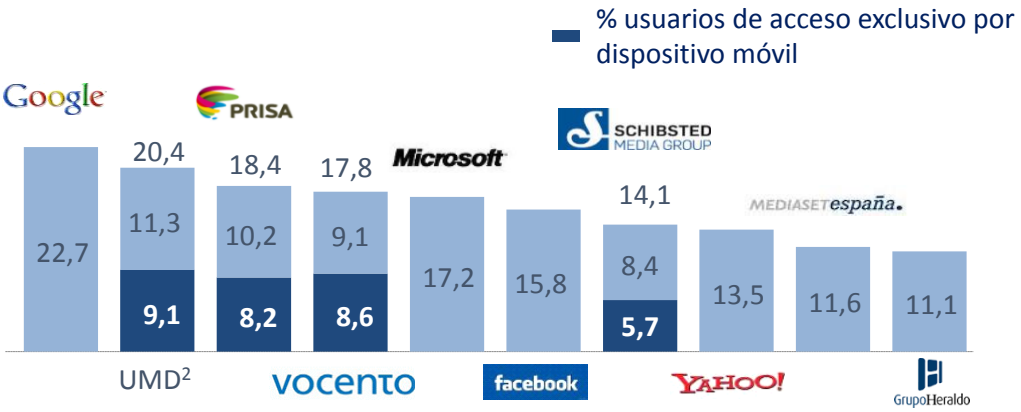
ABC sigue fortaleciendo su posicionamiento en términos de cuota de mercado tal y como se refleja en la difusión en venta ordinaria en la Comunidad de Madrid, la principal plaza en prensa nacional, donde el diferencial histórico a favor de El Mundo se ha revertido y ABC ha alcanzado la posición de segundo en 9M15 (ver gráfico en página 5). En la plataforma de Kiosko y más, ABC registra un crecimiento de las suscripciones digitales individuales al periódico superior al 33%.

Por último, la menor caída en los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas (9M15 -5,3%, 3T15 -1,7%) se explica por la buena acogida de Corazón CZN TVE, lanzado en 2T15.

Ventas de Publicidad: crecimiento del 5,6% hasta 105.266 los miles de euros. La publicidad de los periódicos regionales y ABC crecen un 5,8%, 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 página 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]

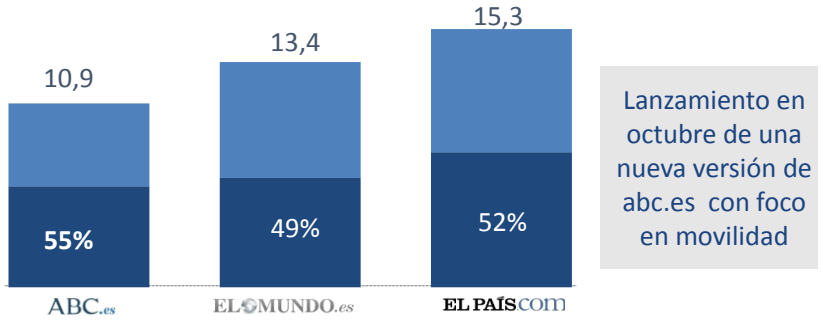


Nota 1: comScore septiembre 2015.Nota 2: UMD= Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

En términos de audiencia digital, abc.es sigue fortaleciendo su posición. Según datos de septiembre 2015, alcanza los 10,9 millones de usuarios únicos mensuales, de los que un 55% provienen exclusivamente de móviles, lo que pone en valor el perfil de la audiencia de ABC.

Como respuesta a esta tendencia hacia la movilidad, en octubre de 2015 se ha realizado el lanzamiento del nuevo ABC.es que consta de un rediseño orientado especialmente a los dispositivos de movilidad y a la personalización por parte del usuario del producto.

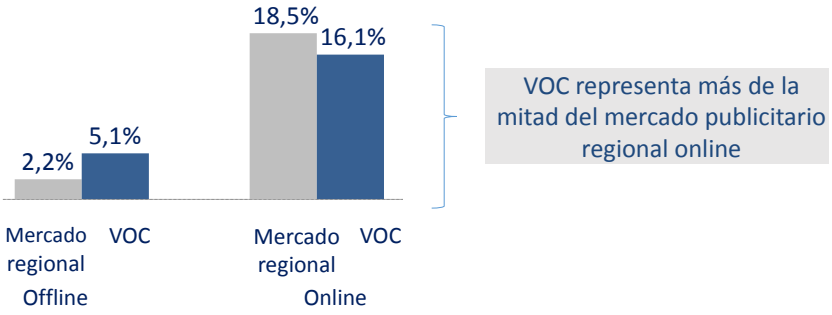
Usuarios únicos mensuales ABC.es vs comparables (m. u.u.m[1]) y % movilidad[1]



Nota 1: comScore septiembre 2015

Los Regionales obtienen un crecimiento en sus ventas de publicidad del 5,8% vs 9M14, destacando el crecimiento en online, cuyo peso de los ingresos digitales sobre el total de ingresos de los periodos regionales es superior al de sus comparables.

Variación de la inversión publicitaria regional: online y offline (%)[1]

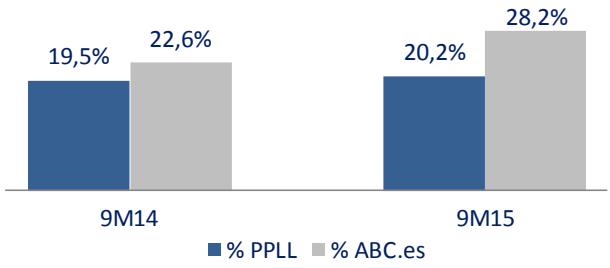


Nota 1: fuentes internas. Datos de publicidad brutos

En ABC, los ingresos por publicidad suben un 5,9% en 9M15, con un notable crecimiento publicitario en ABC.es del 33,9%.

La paulatina incorporación del modelo complementario digital se refleja en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (20,2% +0,8 p.p.), como en ABC (28,2%, +5,6 p.p.).

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



En cuanto a los Suplementos y Revistas, los ingresos publicitarios crecen en un 2,5%, con una positiva evolución tanto de la parte offline como en digital.

Otros Ingresos: descienden un 4,2% debido al menor esfuerzo en promociones.

EBITDA comparable[6]: asciende a 27.115 miles de euros, una mejora de miles de 2.245 euros sobre 9M14. La rentabilidad del área se incrementa con un margen EBITDA comparable del 9,2% en comparación con 8,2% en 9M14.

Evolución del EBITDA comparable Periódicos 9M15 (€m)

	EBITDA comparable		
(NIIF Miles de Euros)	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**
Regionales	25.722	25.160	562
ABC	1.142	(867)	2.009
Suplementos y Revistas	251	577	(326)
Total	**27.115**	**24.869**	**2.245**

En 9M15 se produce una disminución de los costes comparables del 3,6%[7], tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Evolución de los costes comparables Periódicos 9M15 (€m y %)

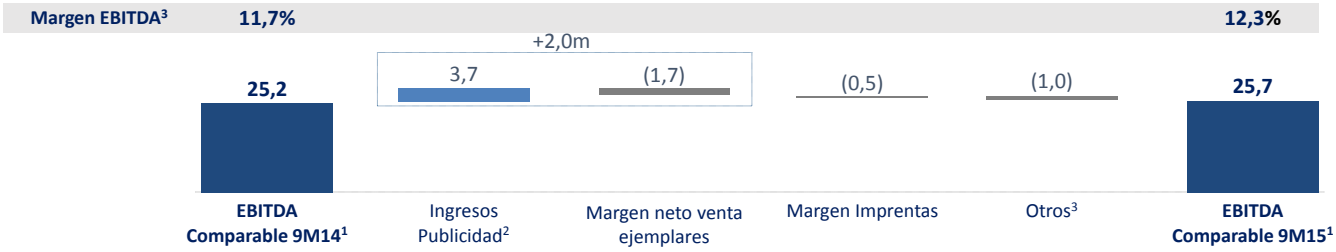
Costes operativos comp. (miles de euros)	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**Var %**
Regionales	(183.581)	(189.850)	(6.270)	(3,3%)
ABC	(76.977)	(83.131)	(6.154)	(7,4%)
Suplementos y Revistas	(21.371)	(21.450)	(79)	(0,4%)
Eliminaciones	13.998	16.463	2.465	15,0%
Total	**(267.931)**	**(277.968)**	**(10.037)**	**(3,6%)**

[6] *Excluye medidas de ajuste y one 9M15 -2.309 miles de euros y 9M14 -3.948 miles de euros.*
[7] *Excluye medidas de ajuste 9M15 -4.659 miles de euros y 9M14 -3.498 miles de euros*

(i) Regionales: EBITDA comparable de 25.722 miles de euros, mejora de 562 miles de euros vs 9M14. La reducción de costes en Regionales es de 6.270 miles de euros, lo que permite mejorar el margen EBITDA comparable hasta 12,3% en 9M15.

Regionales: evolución del EBITDA comparable

Variación 9M15 vs 9M14 excepto EBITDA comparable (€m) y margen EBITDA comparable (%)

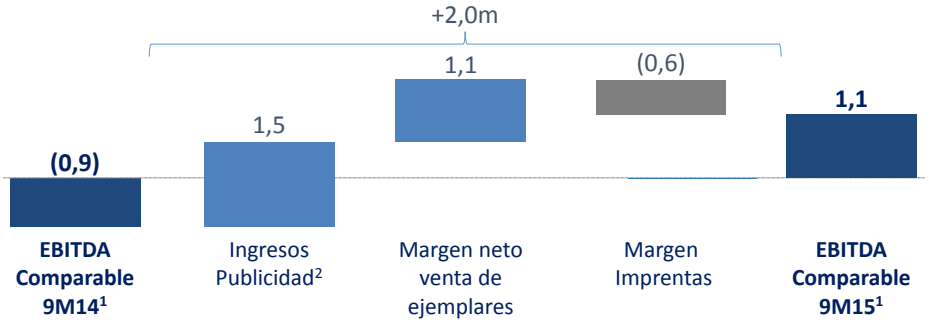


Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal y one offs 9M14 €-3,3m y 9M15 €-1,4m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: incluye entre otros, margen de promociones y costes comerciales y fijos.

(ii) ABC: mejora en EBITDA comparable en 9M15 de 2.009 miles de euros, hasta 1.142 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 comparable[1]

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 9M14 €-0,1m y 9M15 €-0,9m. Nota 2: actividad editora y digital.

(iii) Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de 251 miles de euros vs 577 miles de euros en 9M14.

Audiovisual

	NIIF			
Miles de Euros	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
TDT	22.674	25.195	(2.521)	(10,0%)
Radio	3.109	3.141	(32)	(1,0%)
Contenidos	8.733	14.658	(5.925)	(40,4%)
Eliminaciones	(315)	(326)	11	3,4%
Total Ingresos de Explotación	**34.200**	**42.667**	**(8.467)**	**(19,8%)**
EBITDA				
TDT	3.598	2.347	1.251	53,3%
Radio	1.959	1.636	323	19,7%
Contenidos	3.099	3.358	(258)	(7,7%)
Total EBITDA	**8.656**	**7.341**	**1.315**	**17,9%**
EBITDA comparable[1]				
TDT	3.599	2.351	1.248	53,1%
Radio	1.959	1.749	210	12,0%
Contenidos	3.099	3.663	(564)	(15,4%)
Total EBITDA comparable	**8.656**	**7.762**	**894**	**11,5%**
EBIT				
TDT	3.389	2.127	1.262	59,4%
Radio	1.948	1.658	290	17,5%
Contenidos	(195)	(625)	429	68,7%
Total EBIT	**5.141**	**3.160**	**1.981**	**62,7%**
EBIT comparable[1 2]				
TDT	3.393	2.130	1.263	59,3%
Radio	1.947	1.736	211	12,2%
Contenidos	(195)	(319)	124	38,8%
Total EBIT comparable	**5.145**	**3.547**	**1.598**	**45,0%**

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 9M15 1.556 miles de euros y 9M14 por 1.506 miles de euros.

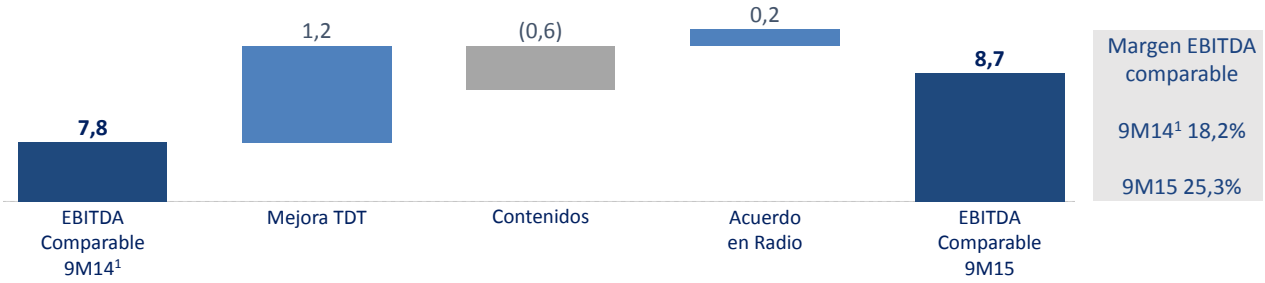
[1] *Excluye medidas de ajuste 9M15 -1 mil de euros y 9M14 -421 miles de euros*
[2] *Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M15 -3 miles de euros y 9M14 34 miles de euros.*

Ingresos de Explotación: alcanza 34.200 miles de euros, -19,8% debido principalmente al descenso en ingresos en Contenidos del 40,4% por la menor actividad en el área.

EBITDA comparable[8]: 8.656 miles de euros con una mejora de 894 miles de euros sobre 9M14. Todas las divisiones se encuentran en rentabilidad:

[8] *Excluye medidas de ajuste 9M15 -1 mil de euros y 9M14 -421 miles de euros.*

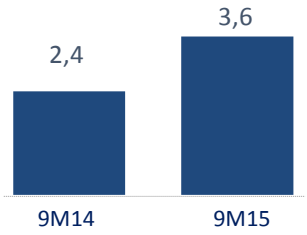
Evolución EBITDA comparable[1] del área Audiovisual (€m)



Nota 1: ajustado por medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,4m.

(i) TDT: EBITDA comparable de 3.599 miles de euros en 9M15, con una mejora de 1.248 miles de euros comparado con 9M14, que se corresponde prácticamente con la provisión realizada en 2014 de 1.053 miles de euros de parte de la deuda de Intereconomía.

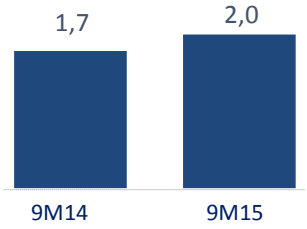
EBITDA comparable[1] TDT (€m)



Note 1: incluye provisión Intereconomía 9M14 €-1,1m.

(ii) Radio: EBITDA comparable de 1.959 miles de euros comparado con 1.749 miles de euros 9M14. La estabilidad es consecuencia del acuerdo alcanzado con COPE.

EBITDA comparable[1] Radio (€m)

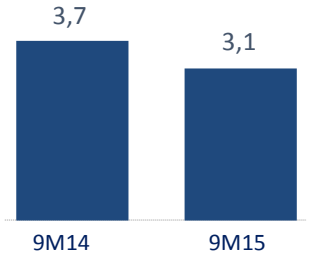


Note 1: ajustado medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m.

(iii) Contenidos: EBITDA comparable de 3.099 miles de euros vs 3.663 miles de euros en 9M14, por descenso de los ingresos del área de cine por la explotación del catálogo, así como por una menor actividad en la producción de contenidos, debida al negocio de Italia concretamente.

En 3T15, se realiza la desinversión en la filial italiana Europroduzione, que se ha considerado como un activo no estratégico, como respuesta al compromiso con la rentabilidad y al foco de centrar los esfuerzos de producción de contenidos en España. El impacto ha sido una minusvalía en resultado neto por enajenación de activos no corrientes de 1.255 miles de euros. Europroduzione era la única sociedad de VOCENTO fuera de España.

EBITDA comparable[1] Contenidos (€m)



Note 1: ajustado medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,3m.

Resultado de Explotación comparable: *(dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución)* asciende a 5.145 miles de euros que mejora sobre 3.547 miles de euros en 9M14, debido al citado incremento en EBITDA y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en 688 miles de euros en 9M15.

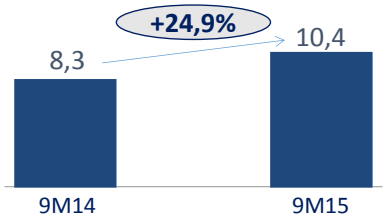
Clasificados

		NIIF		
Miles de Euros	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
Clasificados	11.224	9.070	2.155	23,8%
Total Ingresos de Explotación	**11.224**	**9.070**	**2.155**	**23,8%**
EBITDA				
Clasificados	224	(664)	888	133,7%
Total EBITDA	**224**	**(664)**	**888**	**133,7%**
EBITDA comparable[1]				
Clasificados	396	(547)	944	172,4%
Total EBITDA comparable	**396**	**(547)**	**944**	**172,4%**
EBIT				
Clasificados	(232)	(1.423)	1.190	83,7%
Total EBIT	**(232)**	**(1.423)**	**1.190**	**83,7%**
EBIT comparable[1]				
Clasificados	(60)	(1.306)	1.246	95,4%
Total EBIT comparable	**(60)**	**(1.306)**	**1.246**	**95,4%**

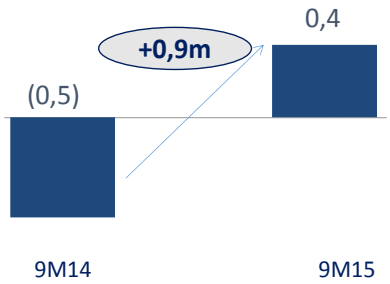
[1] *Excluye medidas de ajuste 9M15 -172 miles de euros y 9M14 -117 miles de euros*

Ingresos de Explotación: alcanzan 11.224 miles de euros, un crecimiento del 23,8% debido al buen comportamiento de los ingresos de publicidad del área que se incrementan un 24,9%.

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



EBITDA comparable: entrada en rentabilidad en EBITDA comparable a 9M15 de 396 miles de euros desde 9M14 -547 miles de euros y también en EBITDA del trimestre estanco (3T15 243 miles de euros), gracias al incremento de facturación que permite avanzar en el objetivo de rentabilidad en el área.



Otros

		NIIF		
Miles de Euros	**9M15**	**9M14**	**Var Abs**	**Var %**
Ingresos de Explotación				
B2B	0	10.364	(10.364)	(100,0%)
Qué!	0	(17)	17	100,0%
Eliminaciones	0	0	0	n.a.
Total Ingresos de Explotación	**0**	**10.347**	**(10.347)**	**(100,0%)**
EBITDA				
B2B	0	2.263	(2.263)	(100,0%)
Qué!	0	(41)	41	100,0%
Total EBITDA	**0**	**2.222**	**(2.222)**	**(100,0%)**
EBITDA comparable				
B2B	0	2.263	(2.263)	(100,0%)
Qué!	0	(41)	41	100,0%
Total EBITDA comparable	**0**	**2.222**	**(2.222)**	**(100,0%)**
EBIT				
B2B	0	1.531	(1.531)	(100,0%)
Qué!	0	(41)	41	100,0%
Total EBIT	**0**	**1.490**	**(1.490)**	**(100,0%)**
EBIT comparable				
B2B	0	1.531	(1.531)	(100,0%)
Qué!	0	(41)	41	100,0%
Total EBIT comparable	**0**	**1.490**	**(1.490)**	**(100,0%)**

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

Datos operativos

Periódicos

Datos de Difusión Media	9M15	9M14	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	108.511	130.310	(21.799)	(16,7%)
Prensa Regional	**285.363**	**302.675**		
El Correo	73.402	77.652	(4.250)	(5,5%)
El Diario Vasco	53.718	56.236	(2.518)	(4,5%)
El Diario Montañés	25.264	26.531	(1.267)	(4,8%)
Ideal	19.880	21.343	(1.463)	(6,9%)
La Verdad	17.691	19.142	(1.451)	(7,6%)
Hoy	11.158	12.210	(1.052)	(8,6%)
Sur	17.642	18.927	(1.285)	(6,8%)
La Rioja	10.285	10.794	(509)	(4,7%)
El Norte de Castilla	20.559	21.798	(1.239)	(5,7%)
El Comercio	17.532	18.189	(657)	(3,6%)
Las Provincias	18.231	19.853	(1.622)	(8,2%)
TOTAL Prensa Regional	**285.363**	**302.675**	**(17.312)**	**(5,7%)**

Fuente: OJD. Datos 2015 no certificados

Audiencia	2ªOla 15	2ªOla 14	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	**494.000**	**517.000**	**(23.000)**	**(4,4%)**
Prensa Regional	**2.024.000**	**2.038.000**	**(14.000)**	**(0,7%)**
El Correo	413.000	419.000	(6.000)	(1,4%)
El Diario Vasco	249.000	248.000	1.000	0,4%
El Diario Montañés	163.000	164.000	(1.000)	(0,6%)
Ideal	189.000	185.000	4.000	2,2%
La Verdad	194.000	209.000	(15.000)	(7,2%)
Hoy	127.000	134.000	(7.000)	(5,2%)
Sur	150.000	129.000	21.000	16,3%
La Rioja	81.000	88.000	(7.000)	(8,0%)
El Norte de Castilla	186.000	177.000	9.000	5,1%
El Comercio	148.000	158.000	(10.000)	(6,3%)
Las Provincias	124.000	127.000	(3.000)	(2,4%)
Suplementos				
XL Semanal	2.162.000	2.271.000	(109.000)	(4,8%)
Mujer Hoy	1.265.000	1.509.000	(244.000)	(16,2%)
Mujer Hoy Corazón	303.000	314.000	(11.000)	(3,5%)
Inversión y Finanzas	43.000	51.000	(8.000)	(15,7%)

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	sep-15	sep-14	Var Abs	%
Vocento	17.764	16.002	1.762	11,0%

Fuente: ComScore Multiplataforma

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	sep-15	sep-14	Mercado TDT
NET TV audiencia	3,4%	3,6%	(0,2) 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