

vocento



VOCENTO, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados enero-diciembre 2013

27 de febrero de 2014

INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

En la última parte del año, la economía española ha superado la recesión con un crecimiento en la tasa intertrimestral del PIB según el INE del 0,1% en el tercer trimestre y +0,2% en el cuarto trimestre. La recuperación de la demanda interna (crecimiento del consumo de los hogares, recuperación de la inversión y menor contracción del gasto público) ha permitido la mejora del PIB y ha ido progresivamente sustituyendo a la demanda externa como motor de crecimiento. Por su parte, durante la última parte del año se ha ralentizado la destrucción de empleo mientras que diversos indicadores (e.g. PMI de Markit, ISE de la Comisión Europea) apuntan a una mejora de la confianza empresarial y del consumidor.

Las perspectivas macroeconómicas de cara a 2014 son de un ligero crecimiento aunque no exento de riesgos (e.g. restricción del crédito a las empresas y hogares en un entorno de elevado endeudamiento privado, nuevas medidas de ajuste fiscal). El consenso del panel de Funcas estima un crecimiento del PIB 2014 del +0,9% y del consumo privado del +0,6%. Esta mejora del entorno macroeconómico ha tenido su reflejo en el mercado publicitario, que en 2013, según datos de i2p, ha registrado un comportamiento de menos a más (4T13 -1,7% vs 2013 -10,1%), estimándose un crecimiento del +1,5% en 2014 tras tres años de descensos.

En este largo periodo de crisis económica, VOCENTO se ha centrado principalmente en tres tareas: 1) mantener la fortaleza y liderazgo de sus marcas, aprovechando esta ventaja competitiva como oportunidad de crecimiento en nuevos negocios digitales, 2) optimizar la estructura de costes y 3) no deteriorar la posición financiera del Grupo.

Sobre el primer objetivo, la fortaleza de las marcas se pone de manifiesto a través del éxito en la innovación de productos comerciales y acciones combinadas offline-online, aprovechando la amplia presencia de los medios de VOCENTO, como la Tarifa Única 3.0, estrategia comercial que permite ofrecer al anunciante una cobertura diferencial. Asimismo, destacan nuevas fuentes de ingresos mediante iniciativas como Oferplan.com y Kiosko y Más, posibles gracias a la capacidad de prescripción de las marcas de VOCENTO y a su sólido posicionamiento en Internet.

Dentro del objetivo de costes durante 2013, ha sido clave la ejecución del Plan de Eficiencia (ver Hecho Relevante de 19 de diciembre de 2012), en su dimensión de reestructuración y en la de desarrollo de eficiencias internas, cuyos resultados son visibles en la mejora producida en los resultados 2013.

Por último, VOCENTO ha logrado ejecutar la reestructuración vinculada al Plan de Eficiencia sin incrementar los niveles de deuda gracias a la desinversión de activos no estratégicos, entre los que destaca Sarenet, que permite cumplir con dicho objetivo (la entrada de caja por dicha desinversión se producirá en la primera parte de 2014).

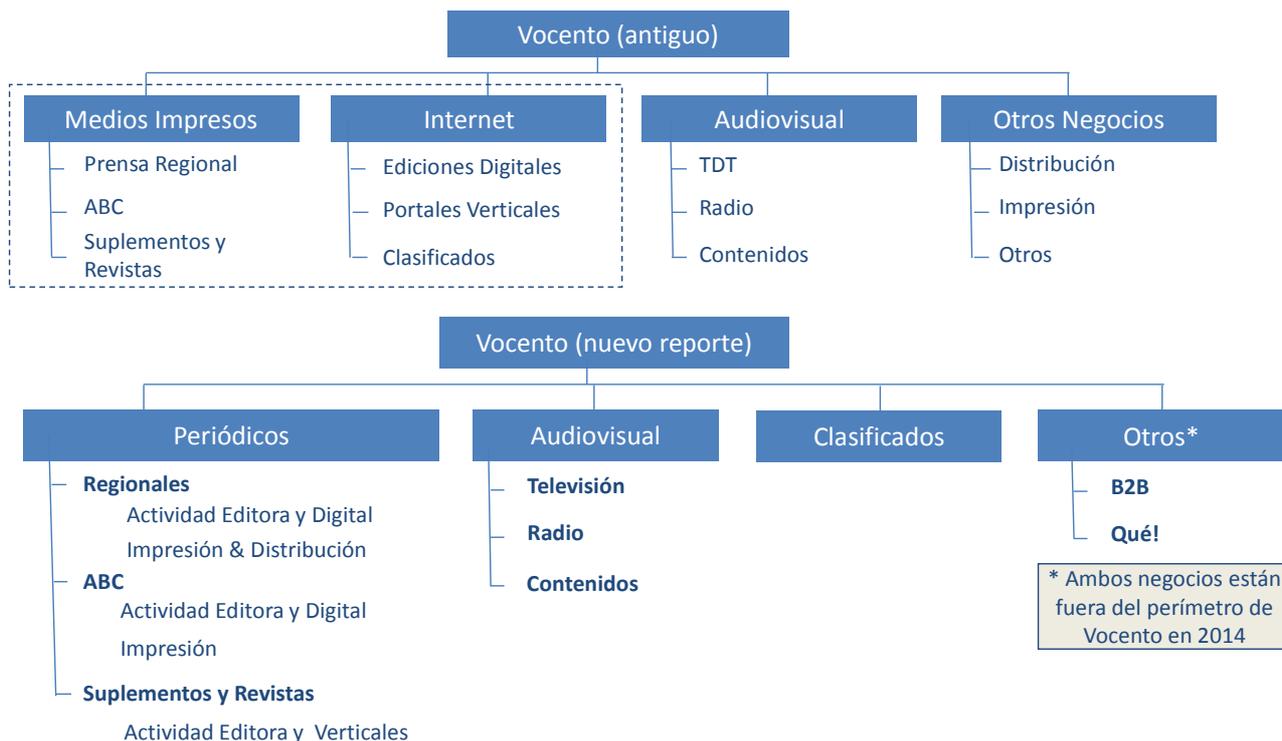
EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE VOCENTO

VOCENTO es un Grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es VOCENTO, S.A., dedicado a las diferentes áreas que configuran la actividad en medios de comunicación.

La dirección de VOCENTO ha realizado durante el año 2013 un cambio en la organización de la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa. Las nuevas líneas de actividad definidas son Periódicos, Audiovisual, Clasificados y Otros que vienen a reemplazar el esquema anterior de Medios Impresos, Audiovisual, Internet y Otros Negocios. Esta misma agrupación de la información será la utilizada para el reporte al mercado e incluye todos los periódicos, todas las ediciones digitales, la radio, la televisión digital, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada segmento de negocio. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los nuevos segmentos mencionados.

A continuación se incorpora un resumen gráfico de las nuevas áreas. El segmento “Otros”, incluye el negocio de B2B, Sarenet, cuya venta se ha acordado a finales de 2013 (ver Hecho Relevante de 30 de diciembre de 2013) y Qué!, cuya actividad offline fue cerrada en junio de 2012 (ver Hecho Relevante de 28 de junio de 2012) y la actividad online vendida en septiembre 2013. Todos los negocios están fuera de perímetro en 2014.

Resumen del cambio en los segmentos de actividad:



Detalle de los segmentos de actividad de VOCENTO

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 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las Provincias ▪ El Comercio ▪ Hoy ▪ La Rioja ▪ Imprentas locales ▪ Comercializadoras locales ▪ Otras participadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ Imprentas nacionales ▪ Comercializadora 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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: Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, Europroduzione y Hill Valley)</p> <p>Distribución: Veralia Cine</p>

CLASIFICADOS	OTROS
<p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión <p>Directorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11870 (37%) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sarenet

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 y/o el EBIT, están afectados por costes de reestructuración no recurrentes u otros extraordinarios.

El detalle y explicación de los ajustes mencionados está apropiadamente señalados a lo largo del informe, incluyendo tablas y anexos.

La información financiera contenida en este documento ha sido preparada de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

- **Ralentización de la caída publicitaria por cuarto trimestre consecutivo**
- **ABC: entrada en EBITDA positivo, publicidad 4T13 +2,7% y mejora de cuota de mercado en difusión y en online**
- **EBITDA sostenido por el Plan de Eficiencia, y “negocios en pérdidas” en positivo**
- **Generación de caja positiva 2013 excluyendo Plan de Eficiencia**
- **Firma de préstamo sindicado a 5 años de €175m y alargamiento de vencimientos**

Refuerzo del posicionamiento competitivo de Vocento, operativa y publicitariamente

- i. Mejor comportamiento publicitario que el sector en prensa e internet, tanto en el negocio offline (cabeceras regionales y ABC -13,4% vs. -14,8%¹ mercado) como online (Portales Locales+ABC.es +2,3% vs. -2,5%¹ mercado).
- ii. Continúa la ralentización de la caída publicitaria de las marcas de VOCENTO (offline+online): 4T13 -3,2% vs. 3T13 -11,5%². ABC obtiene crecimiento publicitario en 4T13 vs. 4T12 del +2,7%.
- iii. El 36% de la inversión publicitaria del mercado que se realiza en online va destinada a prensa según i2p, lo que permite mantener la cuota publicitaria de prensa en el 21% en 2013.
- iv. Mejora del perfil de Vocento hacia digital: los ingresos publicitarios de Internet y de e-commerce 2013 suponen el 22,1% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce (+4,9 p.p. vs. 2012).
- v. En difusión, ABC continúa la mejora de cuota, y roza la segunda posición por difusión ordinaria³ en enero 2014.

Estabilización de EBITDA 2013 por la ejecución del Plan de Eficiencia a pesar del entorno de mercado

- i. Ahorro de costes por medidas del Plan de Eficiencia según lo previsto. Disminución de costes totales comparables 2013 -11,7%⁴ y gastos de personal -10,2%⁵.
- ii. EBITDA positivo de “negocios en pérdidas” (ABC, radio, TDT y Qué!) de 3.070 miles de euros en 2013 vs. -18.773 miles de euros en 2011.
- iii. Periódicos: ABC Perímetro alcanza “break-even” de EBITDA en 2013. Todas las cabeceras regionales, excepto HOY que está en proceso de reestructuración, están en EBITDA positivo.
- iv. Audiovisual: el área está en rentabilidad, pese a la debilidad del área de Contenidos y la provisión de -4.746 miles de euros en Televisión derivada de gran parte de la deuda por Intereconomía.

NIF Miles de Euros	EBITDA comparable			Publicidad
	2013	2012	Var Abs	Var Abs
Periódicos	40.939	43.798	(2.859)	(21.347)
Audiovisual	5.212	6.899	(1.687)	(10.392)
Clasificados	(1.268)	(1.916)	647	(138)
Otros	3.474	2.287	1.187	(4.179)
Estructura	(11.406)	(12.562)	1.156	200
Total	36.951	38.506	(1.556)	(35.855)

Niveles de deuda financiera neta 2013 inferiores al cierre de 2012 incluyendo venta de Sarennet

- i. Generación de caja positiva excluyendo pagos vinculados al Plan de Eficiencia y ventas de activos.
- ii. La salida de caja vinculada al Plan de Eficiencia 2013 es de -17.534 miles de euros que ha sido financiada por venta de activos no estratégicos por un total de 20.754 miles de euros.
- iii. Vocento firma financiación sindicada a 5 años por €175m para sustituir líneas bilaterales, lo que le permite además extender vencimientos y unificar la gestión financiera.

¹ Fuente de mercado: i2p 2013.

² Suma de ABC y Marcas regionales.

³ Fuente OJD difusión ordinaria (venta en quisco y suscripciones individuales) enero 2014.

⁴ Excluye costes reestructuración 2013 -596 miles de euros y 2012 -21.925 miles de euros y one offs 2.309 miles de euros en 2012.

⁵ Excluye costes reestructuración 2013 -596 miles de euros y 2012 -21.925 miles de euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	214.506	233.682	(19.176)	(8,2%)
Ventas de publicidad	156.470	192.325	(35.855)	(18,6%)
Otros ingresos	158.780	170.662	(11.882)	(7,0%)
Ingresos de explotación	529.756	596.669	(66.913)	(11,2%)
Personal	(161.231)	(200.823)	(39.593)	(19,7%)
Aprovisionamientos	(90.849)	(104.558)	(13.709)	(13,1%)
Servicios exteriores	(231.995)	(269.460)	(37.465)	(13,9%)
Provisiones	(9.326)	(7.555)	1.772	23,5%
Gastos de explotación sin amortizaciones	(493.401)	(582.397)	(88.996)	(15,3%)
EBITDA	36.355	14.273	22.083	154,7%
Amortizaciones	(29.133)	(33.657)	(4.524)	(13,4%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	(1.256)	(3.779)	2.524	66,8%
EBIT	5.967	(23.164)	29.130	125,8%
Saneamiento de fondo de comercio	(5.800)	(37.646)	31.846	84,6%
Resultado sociedades método de participación	67	(9.220)	9.288	100,7%
Diferencial financiero y otros	(9.958)	(6.442)	(3.516)	(54,6%)
Resultado neto enaj. activos no corrientes	332	(58)	389	677,0%
Resultado antes de impuestos	(9.393)	(76.530)	67.138	87,7%
Impuesto sobre sociedades	(2.188)	27.883	(30.071)	(107,8%)
Resultado neto antes de minoritarios	(11.580)	(48.647)	37.067	76,2%
Accionistas minoritarios	(3.555)	(4.722)	1.167	24,7%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(15.135)	(53.369)	38.234	71,6%
Gastos explotación sin amort. comparables ¹	(492.805)	(558.163)	(65.357)	(11,7%)
EBITDA comparable ¹	36.951	38.506	(1.556)	(4,0%)
EBIT comparable ^{1 2}	7.818	4.849	2.968	61,2%

Nota 1: Excluye costes restr. VOC 2013 -596 miles de euros y 2012 -21.925 miles de euros y one offs 2.309 miles de euros en 2012.

Nota 2: Excluye Resultado por enajenación del inmovilizado.

Ingresos de explotación

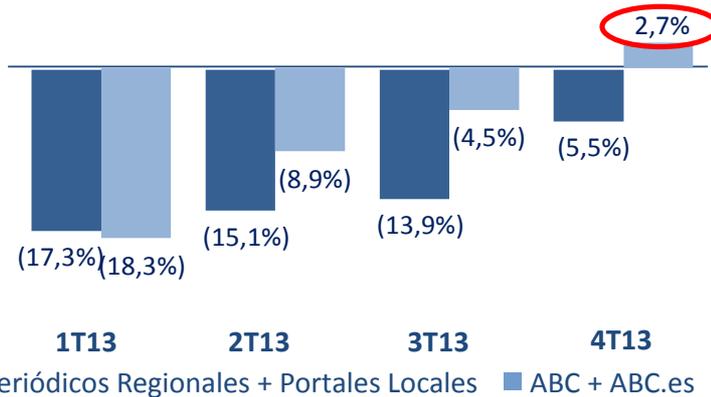
Los ingresos totales 2013 alcanzan 529.756 miles de euros, un descenso del -11,2% comparado con 2012 que se explica principalmente por:

- i. Las [ventas de ejemplares](#) experimentan una caída del -8,2%, condicionadas por el foco de VOCENTO en la difusión de calidad, que permite mejorar el margen neto por ejemplar a pesar de la caída de la difusión. Así, la reducción voluntaria y controlada de la difusión no rentable o no ordinaria en ABC es del -22,1% y en Prensa Regional del -25,9%.
- ii. Los [ingresos por venta de publicidad](#) se reducen un -12,5% ajustados por perímetro de Qué! y Radio, mientras que la caída se sitúa en el -18,6% sin ajustar. El cierre de la actividad editora del diario gratuito Qué! se realizó en julio de 2012, y el cambio de modelo de negocio en Radio se llevó a cabo en marzo de 2013, tras acuerdo de emisión en cadena con COPE, y como resultado del cuál los ingresos publicitarios dieron paso a la entrada de otros ingresos.

En 2013, VOCENTO vuelve a registrar un mejor comportamiento que el mercado en ingresos publicitarios de prensa e Internet. En prensa se observa una mejora de cuota de mercado tanto en las ventas de publicidad offline (cabeceras regionales y ABC -13,4% vs. -14,8% del mercado según i2p), como en online (Portales Locales y ABC.es +2,3% vs. -2,5% del mercado según i2p).

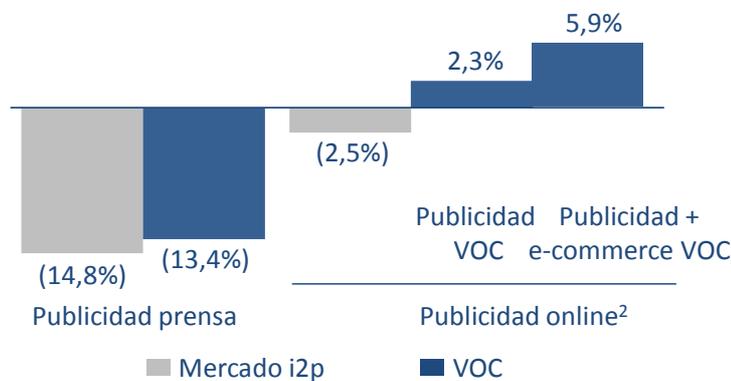
Adicionalmente, se observa que continúa la ralentización en la caída de ingresos publicitarios off y online de las marcas de prensa de VOCENTO, tanto en Prensa Regional como, especialmente, en ABC, que registra un incremento de ingresos en el 4T13.

Evolución ventas de publicidad marcas VOC (prensa + ediciones digitales) 1T13- 4T13 (%)



Realizando un análisis combinado del negocio digital de VOCENTO (publicidad + e-commerce), el crecimiento en ingresos por ambos conceptos asciende al +5,9% en 2013, lo que permite atenuar parte del actual ciclo económico.

Evolución publicidad de VOC en prensa e internet vs. mercado¹ 2013 (%)

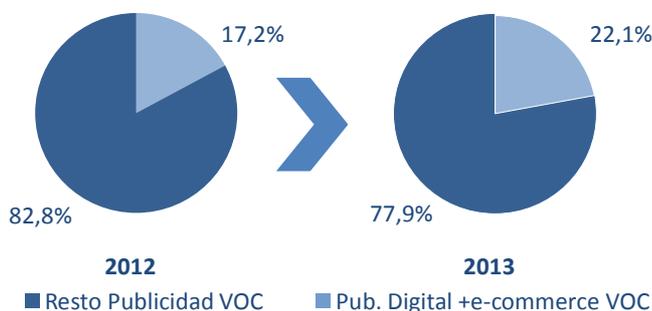


Nota 1: fuente i2p 2013. Nota 2: Publicidad VOC incluye la suma de Portales Locales y ABC.es. En el caso de Publicidad + e-commerce incluye todos los ingresos de publicidad de Internet de VOC.

- iii. Otros Ingresos caen un -7,0%, debido, entre otros, a la menor actividad en el área de Contenidos, que se compensa en parte por la aportación creciente de nuevos negocios digitales (e.g. Kiosco y Más u Oferplan (i.e. comercialización de ofertas de descuento)). Además, desde 2T13 comienzan a contabilizarse como “otros ingresos” los ingresos derivados del acuerdo en radio alcanzado con COPE.

Vocento, en línea con su objetivo de seguir diversificando paulatinamente el perfil de ingresos hacia digital, cierra 2013 con un peso de éstos del 22,1% de los ingresos, un crecimiento de +4,9 p.p. respecto de 2012. Estos ingresos incluyen tanto las ventas de publicidad online, como los ingresos derivados de los nuevos modelos basados en e-commerce (i.e. Oferplan, Kiosco y Más).

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



Gastos de explotación

La reducción de los gastos de explotación comparables alcanza -65.357 miles de euros, -11,7% en comparación con 2012. Para un correcto análisis, este importe excluye la inversión en reestructuración en 2013 por un total de -596 miles de euros y en 2012 por -24.234 miles de euros (que incluyen los costes extraordinarios vinculados al cierre de operaciones de Punto Radio por -2.220 miles de euros).

Las medidas de control y reducción de costes son generalizadas en todas las áreas y en línea con la prioridad de rentabilidad de VOCENTO en la actual fase del ciclo.

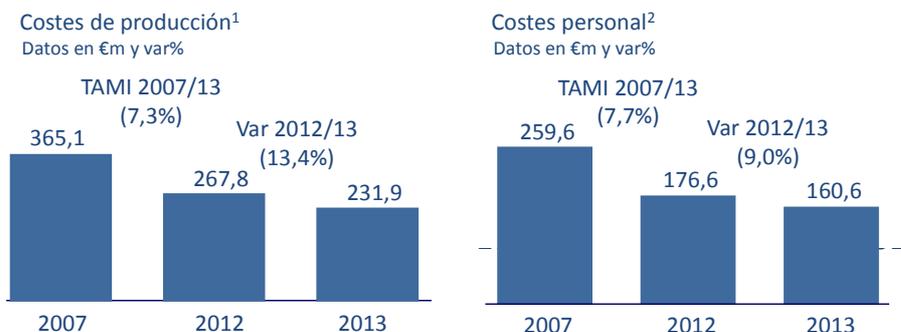
Por área de negocio, destaca el descenso de costes operativos comparables en el área de Periódicos, que alcanza -42.564 miles de euros (-9,9%) y en el área Audiovisual, donde se reducen por -16.812 miles de euros (-18,8%).

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

Costes operativos comparables (miles de euros)	2013	2012	Var Abs	Var %
Periódicos	(387.642)	(430.206)	(42.564)	(9,9%)
Audiovisual	(72.797)	(89.609)	(16.812)	(18,8%)
Clasificados	(14.600)	(16.107)	(1.507)	(9,4%)
Otros	(11.475)	(17.978)	(6.503)	(36,2%)
Estructura y eliminaciones	(6.292)	(4.263)	2.028	47,6%
Total	(492.805)	(558.163)	(65.357)	(11,7%)

Las principales partidas de gasto experimentan una aceleración en su reducción en 2013 debido al Plan de Eficiencia: -13,4% de los costes de producción en comparación con una tasa media anual de caída TAMI 2007-2013 del -7,3%. En el caso de los costes de personal, se produce una minoración del -9,0% en el año versus TAMI 2007-2013 del -7,7%.

Detalle de costes operativos comparables por tipo de coste



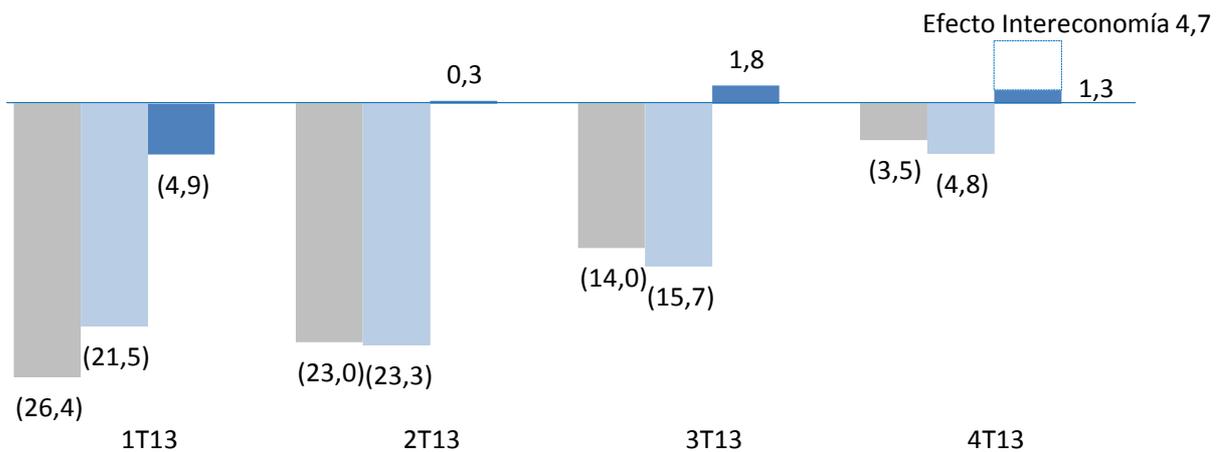
Nota 1: aprovisionamientos, talleres, redacción y gastos de distribución. Nota 2: excluye reestr. 2012 €-21,9m y 2013 €-0,6m.

EBITDA comparable

El EBITDA comparable 2013 alcanza 36.951 miles de euros vs. 38.506 miles de euros en 2012, a pesar de una caída de ingresos de publicidad en Vocento de -35.855 miles de euros.

La recuperación del EBITDA ha sido paulatina durante 2013, debido a que el Plan de Eficiencia se ejecutó durante 1T13 y no tuvo efectos hasta el 2T13. De esta forma, en el 4T13 se ha observado un crecimiento de EBITDA comparable de +6.037 miles de euros, si se excluye el impacto del deterioro por la provisión por créditos incobrables registrado por Net TV y relativo a Intereconomía.

Variación EBITDA comparable¹ por trimestre (€m)



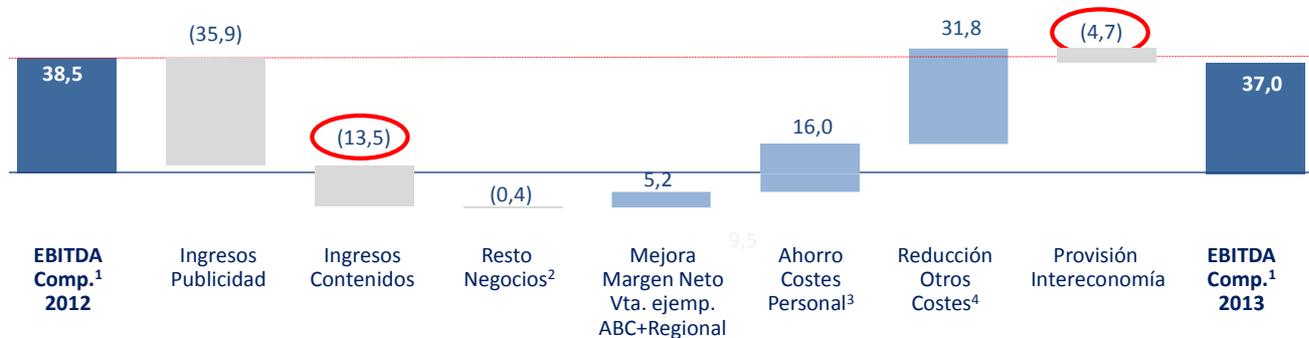
■ Variación ingresos ■ Variación costes comparables ■ Variación EBITDA comparable

Nota 1: excluye variación de inversión reestructuración y one offs 1T13 €1,3m, 2T13 €1,1, 3T13 €0,8 y 4T13 €-20,5m.

El análisis del movimiento de EBITDA comparable 2013 vs. periodo anterior pone de manifiesto que el descenso de los ingresos por venta de publicidad y por la mayor debilidad en Contenidos se compensa con: a) la mejora del margen neto de venta de ejemplares, b) el ahorro de costes de personal derivado de las inversiones sucesivas en reestructuración, y c) la reducción de otros costes, no solo vinculados al Plan de Eficiencia, sino al descenso de actividad por tratarse de costes variables (i.e. producción de contenidos, descenso de la difusión en costes de impresión y distribución, etc...). Además, cabe mencionar el impacto de la provisión por Intereconomía, que minora el EBITDA en -4.746 miles de euros.

Detalle del movimiento de EBITDA comparable¹ 2013 vs. 2012(€m)

Datos en variación vs año anterior excepto EBITDA comparable

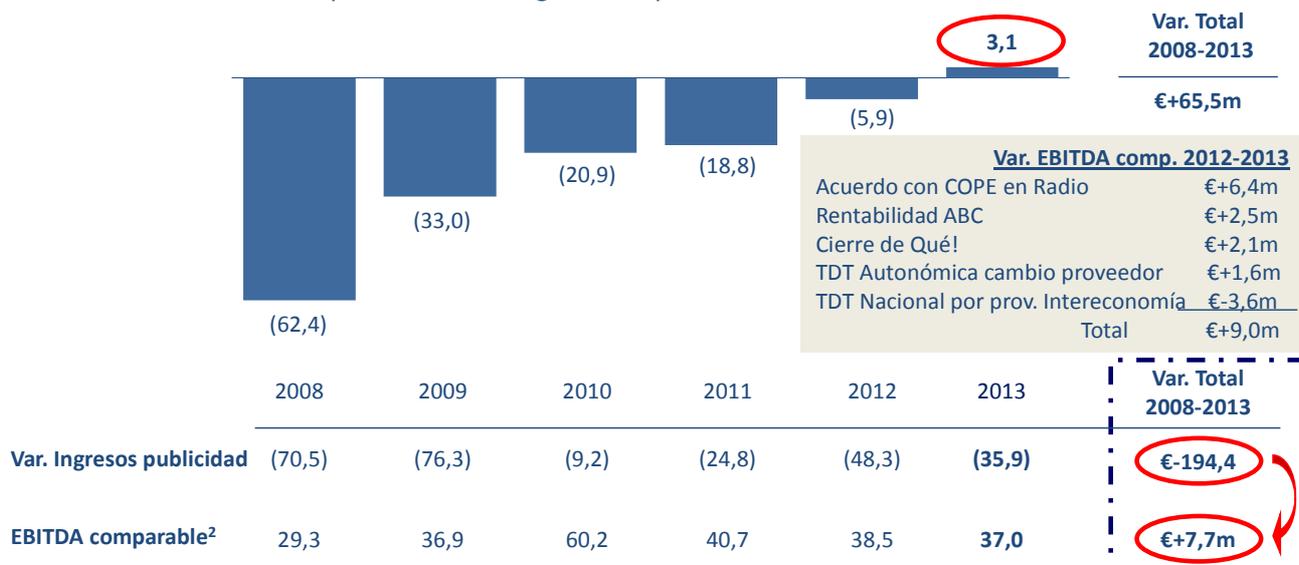


Nota 1: excluye inversión reestructuración en 2012 por €-21,9m y one offs €-2,3m, y 2013 reestructuración por €-0,6m. Nota 2: incluye TDT, promociones de los diarios, venta de ejemplares de Suplementos y Revistas y Otros Negocios. Nota 3: excluye restr. 2012 €-21,9m y 2013 €-0,6m. Nota 4: coste comerciales, promociones y administrativos de Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas.

En perspectiva, destacan dos hitos: por un lado la continua mejora en EBITDA de los negocios en pérdidas durante los últimos ejercicios, cuyo agregado en 2013 ya es positivo, y por otro lado, el mantenimiento del EBITDA comparable en el periodo 2008-2013 en el entorno de los 35-40 millones de euros pese al deterioro publicitario en el mismo periodo de casi 200 millones de euros.

EBITDA comparable de los negocios en pérdidas (Perímetro ABC, Radio, Qué! y TDT¹)

Evolución del EBITDA comparable de los negocios en pérdidas. Datos en €m



Nota 1: TDT incluye Nacional, Autónoma y Local. Nota 2: Ajustado por reestructuración, 2008 €-44,0m, 2009 €-65,3m, 2010 €-11,1m, 2011 €-24,1m, 2012 €-24,2m y 2013 €-0,6m.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación comparable 2013 mejora en +2.968 miles de euros vs. 2012 hasta alcanzar los 7.818 miles de euros, y esta positivamente afectado por: a) el descenso de amortizaciones en -4.524 miles de euros, principalmente del área de Contenidos que se reducen en -2.448 miles de euros por la menor amortización vinculada al catálogo de películas de Veralia Cine, y b) por la mejora del resultado por enajenación de inmovilizado por +2.524 miles de euros en 2013.

Saneamiento de fondo de comercio

Al cierre del ejercicio se ha procedido a realizar un deterioro del Fondo de Comercio vinculado a las áreas de Clasificados y de Contenidos por -5.800 miles de euros. En 2012, se incluía el deterioro del fondo de comercio asociado a Qué! de -19.146 miles de euros, el saneamiento parcial de -15.000 miles de euros en Las Provincias y de -3.500 miles de euros en Infoempleo.

Diferencial financiero

El diferencial financiero en 2013 se incrementa en -3.516 miles de euros. Cabe señalar que el resultado 2012 incluía un ingreso financiero no recurrente de +2.694 miles de euros procedente de la negociación de la opción de venta de Las Provincias (ver Hecho Relevante publicado 10 de mayo de 2012). En 4T13, ya sin impacto del citado ingreso financiero, el diferencial financiero apenas se incrementa en -109 miles de euros.

Resultado neto por enajenación de activos no corrientes

EL saldo de 332 miles de euros está principalmente explicado por la venta de la participación del 30% en Videomedia.

Impuesto sobre sociedades

A pesar de las pérdidas, se incurre en un gasto por impuestos de -2.189 miles de euros en 2013 debido en gran medida a las regularizaciones de bases imponibles negativas.

Accionistas minoritarios

La reducción del resultado de accionistas minoritarios 2013 por importe de 1.167 miles de euros es debido al menor resultado en las áreas de Prensa Regional y Televisión Nacional, no compensado por el mejor resultado en Radio.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 2013 asciende a -15.135 miles de euros, reduciéndose el resultado negativo en 38.234 miles de euros sobre 2012.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	568.022	597.187	(29.165)	(4,9%)
Activo Intangible	159.662	174.784	(15.122)	(8,7%)
Propiedad, planta y equipo	182.365	197.409	(15.043)	(7,6%)
Part. valoradas por el método de participación	10.676	10.098	578	5,7%
Otros activos no corrientes	215.318	214.897	422	0,2%
Activos Corrientes	172.774	211.588	(38.814)	(18,3%)
Efectivo y otros medios equivalentes	34.721	40.295	(5.574)	(13,8%)
Otros activos corrientes	138.053	171.293	(33.240)	(19,4%)
Activos mantenidos para la venta	193	193	0	0,0%
TOTAL ACTIVO	740.990	808.969	(67.979)	(8,4%)
Patrimonio neto	349.902	369.227	(19.325)	(5,2%)
Deuda financiera	184.414	183.287	1.127	0,6%
Otros pasivos no corrientes	68.274	70.258	(1.985)	(2,8%)
Otros pasivos corrientes	138.401	186.197	(47.797)	(25,7%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	740.990	808.969	(67.979)	(8,4%)

Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de -33.240 miles de euros está vinculada, por un lado a las menores ventas en el ejercicio por el deterioro macroeconómico, que supone un menor saldo en clientes y existencias, y por otro lado, al impacto en perímetro de las desinversiones en el área de Contenidos.

Deuda financiera neta (DFN)

La deuda financiera neta en el periodo se sitúa en 149.277 miles de euros, que incluye Efectivo y otros medios equivalentes por importe de 34.721 miles de euros y Otros activos financieros no corrientes por 415 miles de euros.

Desglose de Deuda Financiera Neta (€m)

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	120.589	78.964	41.625	52,7%
Endeudamiento financiero a l.p.	63.824	104.323	(40.498)	(38,8%)
Endeudamiento financiero bruto	184.414	183.287	1.127	0,6%
Efectivo y otros medios equivalentes	34.721	40.295	(5.574)	(13,8%)
Otros activos financieros no corrientes	415	55	360	654,5%
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(149.277)	(142.936)	(6.341)	(4,4%)

El endeudamiento a c.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 115.111 miles de euros, cuyo incremento obedece a la reclasificación de deuda de largo a corto plazo, y b) otros pasivos con coste financiero corrientes por 5.479 miles de euros (que incluyen planes de pensiones).

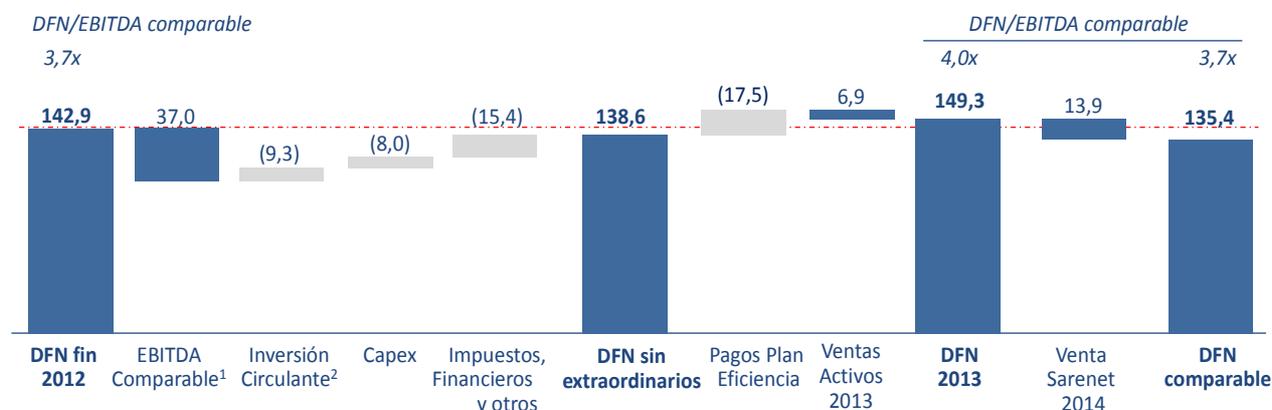
El endeudamiento a l.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 55.458 miles de euros, que se reducen por la reclasificación a corto plazo mencionada y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 8.366 miles de euros (que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009).

Son destacables dos hechos en relación a la deuda financiera neta:

- VOCENTO es generador de caja positiva antes de considerar los pagos vinculados al Plan de Eficiencia y la desinversión de activos no estratégicos, incluso en el momento de ciclo actual, gracias a las medidas estratégicas acometidas.
- VOCENTO ha acometido las desinversiones en activos no estratégicos necesarias para financiar el Plan de Eficiencia y por tanto mantener niveles de deuda financiera neta inferiores a los del cierre de 2012, si se incluye la entrada de caja derivada de la venta de Sarenet (Ver Hecho Relevante de 30 de diciembre de 2013) que no se producirá hasta 2014.

Incluyendo Sarenet, la deuda financiera neta se habría reducido hasta 135.377 miles de euros en comparación con 142.936 miles de euros a cierre de 2012, y el apalancamiento en términos de DFN/EBITDA comparable se habría mantenido en niveles de 3,7x.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 2013-2012 (€m)



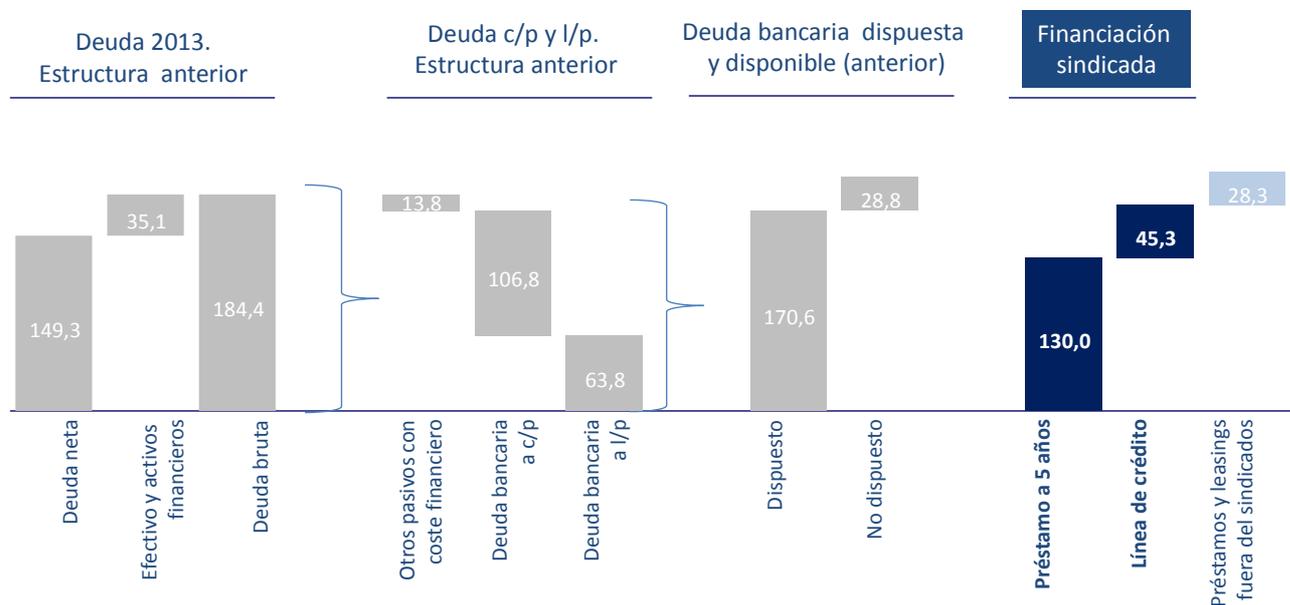
Nota 1: Excluyendo costes reestructuración 2013 €-0,6m. Nota 2: Variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA)

Las variaciones más significativas del movimiento de deuda financiera neta se deben a:

- Inversión en reestructuración vinculado al Plan de Eficiencia, por el que se producen salidas de caja en 2013 por un importe total de -17.534 miles de euros;
- Variación en capital circulante de -9.265 miles de euros debida, entre otros, a: i) la menor actividad en el año que impacta en una reducción del saldo con proveedores y en un menor stock de existencias (papel), y ii) el efecto de desconsolidación de las cuentas de clientes y proveedores por las desinversiones realizadas en el último trimestre.
- Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -8.005 miles de euros, vinculadas principalmente al área de Periódicos.
- Salidas de caja vinculadas al pago de impuestos, gastos financieros y otros por un total de -15.357 miles de euros
- Ventas de activos no estratégicos que han supuesto una entrada de caja total de 6.854 miles de euros y que responden a: a) la venta, dentro del área de Clasificados, de una rama de actividad de Infoempleo consistente en la venta de licencias de un software destinado a gestores de recursos humanos y b) la transmisión a un tercero de una parte del negocio de Veralia Distribución de Cine (antes Tripictures) que permite gestionar el catálogo de derechos en la ventana de distribución con menor volatilidad (i.e. Televisión y DVD).

En el mes de febrero de 2014, VOCENTO ha firmado un préstamo sindicado a 5 años por un importe total de 175 millones de euros (ver hecho relevante de 24 de febrero de 2014) que contribuye a reforzar la estructura financiera de Vocento, sustituyendo líneas bilaterales existentes, a efecto de extender sus vencimientos y unificar la gestión de las mismas.

Detalle del cambio de estructura financiera tras firma Préstamo Sindicado (€m)



Otros pasivos corrientes

La variación en el saldo de Otros Pasivos corrientes se debe especialmente a la disminución de saldos con proveedores, fundamentalmente por la menor actividad de Contenidos, y a la aplicación de provisiones correspondientes a las medidas de reestructuración del Plan de Eficiencia.

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	(15.134)	(53.370)	38.236	71,6%
Ajustes resultado del ejercicio	60.060	90.895	(30.835)	(33,9%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	44.926	37.525	7.401	19,7%
Variación capital circulante	(9.265)	18.197	(27.462)	(150,9%)
Otras partidas a pagar sin coste financiero	(20.287)	(12.689)	(7.598)	(59,9%)
Otras partidas a pagar con coste financiero	(5.223)	(1.104)	(4.119)	(373,1%)
Impuesto sobre las ganancias pagado	(4.294)	(4.992)	698	14,0%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(193)	(2.605)	2.412	92,6%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	5.664	34.332	(28.668)	(83,5%)
Adiciones al inm. material e inmaterial	(8.005)	(14.758)	6.753	45,8%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	6.869	(457)	7.326	n.r.
Dividendos e intereses cobrados	694	1.332	(638)	(47,9%)
Otros cobros y pagos (inversión)	0	0	0	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	(442)	(13.883)	13.441	96,8%
Dividendos e intereses pagados	(17.404)	(18.132)	728	4,0%
Disposición/ (devolución) de deuda bancaria	12.949	(7.081)	20.030	282,9%
Otros cobros y pagos (financiación)	277	(106)	383	361,5%
Operaciones societarias sin coste	(21)	(8.180)	8.159	99,7%
Operaciones societarias con coste	(6.598)	0	(6.598)	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(10.797)	(33.499)	22.702	67,8%
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(5.575)	(13.050)	7.475	57,3%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	40.295	53.346	(13.051)	(24,5%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	34.721	40.295	(5.574)	(13,8%)

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 5.664 miles de euros que incluye entre otros: a) pagos relacionados con la inversión en reestructuración del Plan de Eficiencia por -17.534 miles de euros y b) la variación en el capital circulante por -9.265 miles de euros anteriormente mencionada.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -442 miles de euros, debido esencialmente a la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex) y a las desinversiones realizadas en la última parte del año.

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -10.797 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO por un total de -17.404 miles de euros, pagos relacionados con el ejercicio de la opción de venta parcial de Las Provincias por -6.210 miles de euros (ver Hecho Relevante publicado 10 de mayo de 2012), así como la disposición de deuda en el periodo.

La deuda bruta en el periodo se incrementa en +1.127 miles de euros, cuyos principales movimientos se desglosan en el Estado de Flujos de Efectivo en las siguientes partidas: amortización de otras partidas a pagar con coste financiero de -5.223 miles de euros, disposición de deuda bancaria de +12.949 miles de euros, y amortización de deuda por operaciones societarias con coste financiero por -6.598 miles de euros.

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 nuevos desarrollo para negocios digitales.

La diferencia de -377 miles de euros entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y el CAPEX contable obedece a la variación del saldo de proveedores por inmovilizado.

Detalle de CAPEX por segmento (€m)

	NIIF (miles de euros)								
	2013			2012			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	3.361	1.473	4.835	3.107	4.785	7.892	254	(3.311)	(3.057)
Audiovisual	1.383	171	1.553	1.786	762	2.548	(403)	(592)	(995)
Clasificados	387	66	453	940	51	991	(553)	15	(538)
Otros	9	413	423	1	1.179	1.180	8	(766)	(758)
Estructura	329	35	365	700	67	767	(371)	(31)	(402)
TOTAL	5.469	2.159	7.628	6.534	6.844	13.378	(1.065)	(4.685)	(5.750)

Información por área de actividad

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

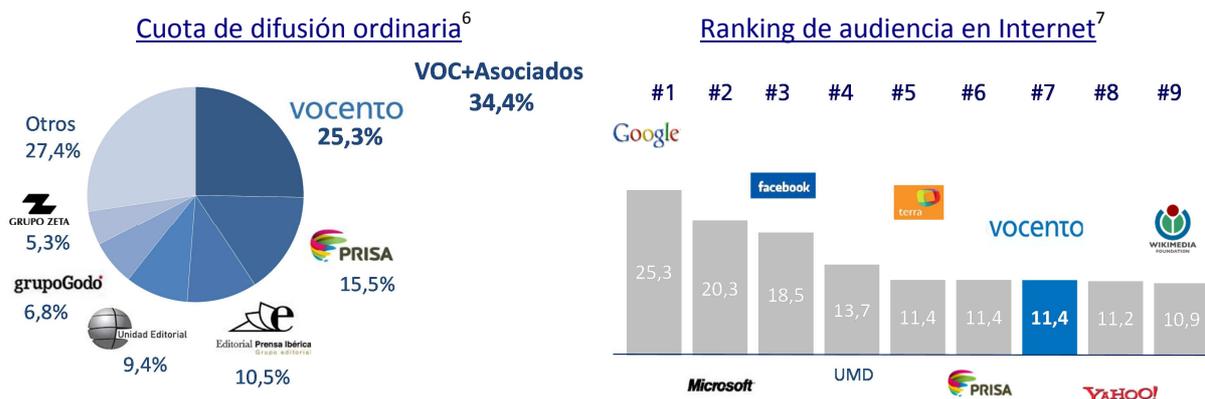
Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Periódicos	428.581	474.004	(45.422)	(9,6%)
Audiovisual	78.008	96.507	(18.499)	(19,2%)
Clasificados	13.331	14.191	(860)	(6,1%)
Otros	14.949	20.265	(5.316)	(26,2%)
Estructura y eliminaciones	(5.114)	(8.298)	3.184	38,4%
Total Ingresos de Explotación	529.756	596.669	(66.913)	(11,2%)
EBITDA				
Periódicos	40.054	31.757	8.297	26,1%
Audiovisual	4.983	828	4.156	501,9%
Clasificados	(1.231)	(2.620)	1.389	53,0%
Otros	3.455	1.484	1.971	132,8%
Estructura y eliminaciones	(10.906)	(17.176)	6.270	36,5%
Total EBITDA	36.355	14.273	22.083	154,7%
EBITDA comparable¹				
Periódicos	40.939	43.798	(2.859)	(6,5%)
Audiovisual	5.212	6.899	(1.687)	(24,5%)
Clasificados	(1.268)	(1.916)	647	33,8%
Otros	3.474	2.287	1.187	51,9%
Estructura y eliminaciones	(11.406)	(12.562)	1.156	9,2%
Total EBITDA comparable	36.951	38.506	(1.556)	(4,0%)
EBIT				
Periódicos	22.027	12.723	9.304	73,1%
Audiovisual	(5.459)	(12.147)	6.688	55,1%
Clasificados	(1.326)	(5.224)	3.898	74,6%
Otros	2.426	(324)	2.750	849,6%
Estructura y eliminaciones	(11.702)	(18.193)	6.490	35,7%
Total EBIT	5.967	(23.164)	29.130	125,8%
EBIT comparable^{1,2}				
Periódicos	23.045	25.081	(2.036)	(8,1%)
Audiovisual	(2.684)	(3.850)	1.165	30,3%
Clasificados	(2.616)	(3.788)	1.172	30,9%
Otros	2.274	949	1.324	139,5%
Estructura y eliminaciones	(12.201)	(13.544)	1.343	9,9%
Total EBIT comparable	7.818	4.849	2.968	61,2%

¹ Excluye inversión en reestructuración 2013 -596 miles de euros y 2012 -21.925 miles de euros y one offs -2.309 miles de euros 2012 .

² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2013 -1.256 miles de euros y 2012 -3.779 miles de euros.

Periódicos (incluye actividad offline y online)

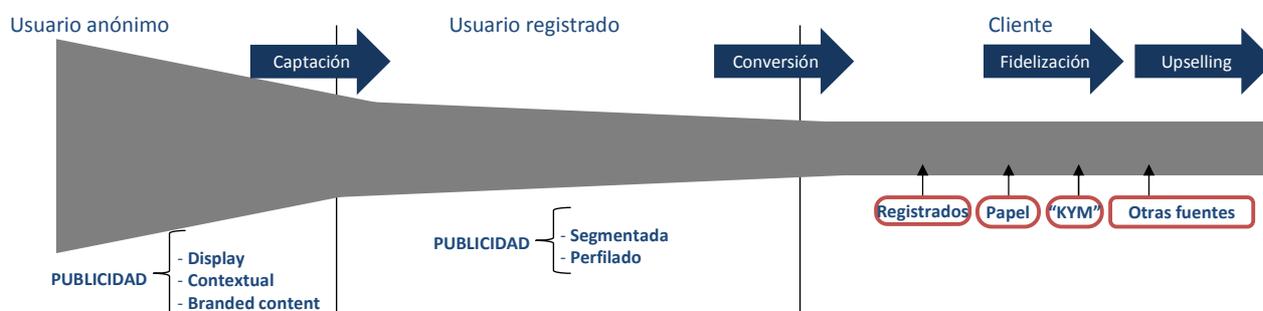
VOCENTO consolida su liderazgo indiscutible en prensa de información general por difusión con una cuota del 25,3% (34,4% incluyendo la difusión de los asociados por la Tarifa Única 3.0), casi 10 puntos porcentuales por delante del siguiente grupo de comunicación, por audiencia (según 3ª ola acumulada 2013 EGM, cerca de 2,6 millones de lectores), y por audiencia en Internet (cerca de 11 millones de usuarios únicos mensuales según comScore, diciembre 2013).



La transformación en los hábitos de consumo de noticias y la continua evolución de nuevos soportes tecnológicos favorecen el cada vez mayor consumo de contenidos a través de dispositivos de movilidad. Este cambio supone una doble oportunidad para VOCENTO como ocasión para acceder a nuevas audiencias, mientras que las audiencias “offline” se mantienen, y como puerta para acceder a nuevos modelos de negocio complementarios.

En este sentido, VOCENTO trabaja en diferentes iniciativas estratégicas que tienen como objetivos: a) profundizar en el conocimiento y comportamiento del usuario (a través de lo que se conoce como Big Data que hace referencia a la captura, el almacenado, búsqueda, compartición, análisis y visualización de grandes conjuntos de datos) y b) gestionar la publicación multipantalla con “mobile first” como principal motor, debido a que, cada vez más, los accesos a Internet se realizan a través de los teléfonos móviles o las tabletas. Según el estudio Sociedad de la Información 2013 de la Fundación Telefónica, más del 60% de la población española tiene conexión de banda ancha móvil y 8 de cada 10 terminales móviles vendidos son “smartphones”.

Explotación del comportamiento del usuario y la transformación digital

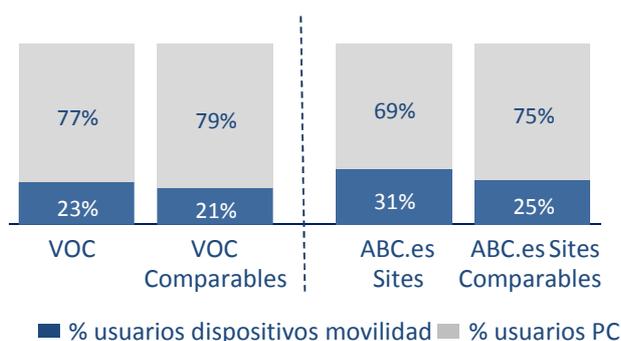


⁶ Fuente OJD. Datos no auditados. Difusión ordinaria incluye venta en quiosco y suscripciones individuales.

⁷ Fuente comScore diciembre 2013.

Esta realidad se pone de manifiesto en el perfil de usuarios únicos del sector de medios de comunicación, donde se incrementa el peso de los usuarios únicos desde dispositivos de movilidad (como tablets y teléfonos móviles). VOCENTO está por delante de sus comparables, tanto a nivel grupo, como en concreto en ABC Sites.

Mayor peso de usuarios "móvil" en VOC que comparables⁸

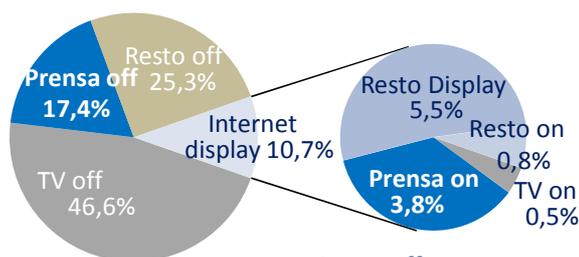


A este movimiento de las audiencias, dan respuesta también los anunciantes. Según i2p, en el año 2013 la inversión publicitaria en Internet representaba el 10,7% del total, cerca de 380,5 millones de euros. Cabe destacar que:

- Prensa absorbe gran parte la inversión en online: de los 380,5 millones de euros, el 36% son destinados al soporte prensa.
- Prensa mantiene su cuota de inversión publicitaria sobre el total del mercado publicitario respecto a 2012: la cuota de inversión publicitaria total en prensa en 2013 ha sido del 21,3% desglosado en: 17,4% de cuota de inversión en offline y 3,8% en prensa online.
- El crecimiento de la inversión publicitaria en prensa en online ha crecido un +5,7% en 2013.

El sector de prensa estabiliza cuota por inversión online⁹

Desglose inversión publicitaria (%) offline y online



Cuota on+off	2012	2013	Var p.p.
TV	45,7%	47,1%	1,3 p.p.
Prensa	21,7%	21,3%	(0,4 p.p.)
Radio, Cine...	27,2%	26,1%	(1,1 p.p.)
Resto Display	5,4%	5,5%	0,1 p.p.

⁸ Fuente comScore MMX Multiplataforma, BETA reporting. Como comparables de Vocento se incluye a Prisa y a UMD (Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica). Como comparables de ABC.es Sites se utilizan El País Sites y El Mundo.es Sites.

⁹ Fuente i2p. No incluye inversión publicitaria de buscadores.

Periódicos Regionales

Este segmento comprende 11 cabeceras regionales y sus respectivos 11 portales locales, el negocio regional de Impresión, la actividad de Distribución, y otros negocios como las comercializadoras locales de publicidad y otras participadas.

VOCENTO es el líder indiscutible en los mercados regionales en España por el arraigo y excelente posicionamiento de sus 11 cabeceras regionales: El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, El Norte de Castilla, La Verdad, Ideal, Las Provincias, Sur, El Comercio, Hoy y La Rioja. La notoriedad de cada una de las cabeceras, algunas de ellas con más de 100 años de antigüedad, su elevado reconocimiento local y la fuerte vinculación con el territorio donde se editan, las sitúa como claro referente en sus mercados.

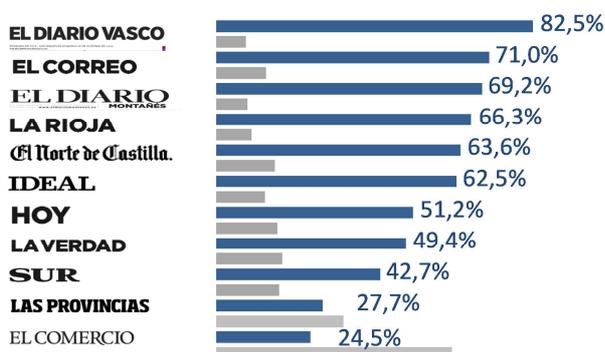
Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su liderazgo en términos de difusión en 2013, alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 25,4%¹⁰, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,4%.

Cuota de difusión prensa regional 2013



En cuanto a la audiencia en prensa, VOCENTO se mantiene como líder tanto en el soporte offline (más de 2¹¹ millones de lectores, 0,7m lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), como en online donde alcanza una audiencia cercana a 9¹² millones de usuarios únicos mensuales, siendo cada uno de los once portales líder en audiencia en su mercado de referencia, con la excepción de El Comercio Digital.

Cuota difusión área influencia por cabecera¹³ (%)



Audiencia portales locales (millones u.u.m.)¹⁴



¹⁰ Fuente OJD enero-diciembre 2013. Datos no auditados.

¹¹ Fuente EGM 3ª ola acumulada 2013.

¹² Fuente: comScore diciembre 2013. Total de audiencia como agregado de audiencias de los once Portales Locales.

¹³ Fuente OJD enero-diciembre 2013. Datos no auditados. Cuota del competidor en gris.

¹⁴ Fuente: comScore diciembre 2013. Cuota del competidor en gris.

El foco estratégico de VOCENTO para mantener el liderazgo de los periódicos así como su rentabilidad durante 2013 ha sido:

- i. **Mejora del producto y adaptación de los contenidos a nuevos soportes** que permiten tanto fidelizar a los suscriptores de siempre, como acceder a nuevas audiencias. Como principales contribuidores están la redacción central de Colpisa que suministra páginas de información general editadas y maquetadas a las cabeceras del Grupo, así como la fusión de redacciones de prensa escrita y edición digital, que ha permitido liberar recursos para aumentar los esfuerzos en contenidos locales.
- ii. **Desarrollar nuevas fuentes de ingresos vinculadas al comercio electrónico**, donde sigue destacando la plataforma Kiosko y Más como soporte de pago con contenido enriquecido audiovisual, y Oferplan.com que permite la comercialización de ofertas de descuento a los usuarios de las ediciones digitales de VOCENTO, y que se construye en ambos soportes, papel y digital.
- iii. **Mejorar la cuota de mercado publicitario en prensa e Internet** mediante la optimización de la cobertura de los periódicos con alianzas estratégicas (i.e. comercialización conjunta de la publicidad junto con el suplemento de La Vanguardia o alianzas en prensa con La Voz de Galicia, Heraldo de Aragón, Diario de Navarra), o el desarrollo de la tarifa comercial 3.0 en publicidad nacional, que permite mejorar el posicionamiento comercial de cara al anunciante.
- iv. **Ejecutar las medidas de control de costes y obtención de ahorros operativos, enmarcadas en el Plan de Eficiencia**, para continuar con la adaptación al actual entorno de crisis económica. Dichas medidas permiten mantener los márgenes operativos y avanzar en el apalancamiento operativo que se pondrá de manifiesto en la recuperación de ciclo.

De cara a 2014, el principal objetivo sigue estando en mantener el liderazgo de nuestros periódicos, independientemente del dispositivo utilizado, seguir invirtiendo en la calidad de los contenidos como herramienta de diferenciación respecto a terceros, y ganar nuevas audiencias e ingresos. Entre dichos ingresos, se seguirán desarrollando iniciativas de e-commerce como Ticketing o Guapabox, o estrategias publicitarias para mejorar el ingreso proveniente de los inventarios publicitarios digitales (que permita además un mayor control sobre la tarifa publicitaria online), o seguir avanzando en la transformación digital para el mejor posicionamiento y percepción de nuestras cabeceras a través del rediseño de las ediciones digitales o el desarrollo de secciones y contenidos hiper-locales, y se realizará un profundo análisis de la potencial venta de contenido editorial digital selectivo.

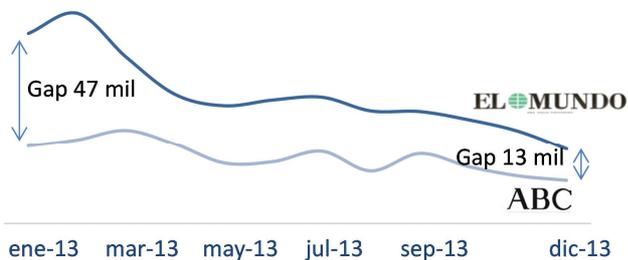
En cuanto a la rentabilidad, VOCENTO sigue avanzando en la optimización de procesos y recursos, sin afectar a la calidad del producto editorial.

Periódico Nacional- ABC

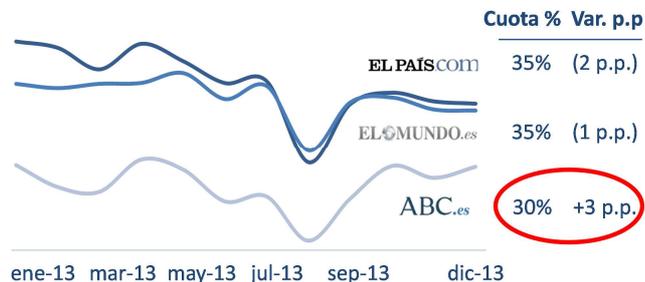
ABC es la cabecera nacional de VOCENTO y cuenta con más de 110 años de historia. ABC concentra sus esfuerzos en seguir siendo uno de los diarios nacionales de referencia, a la vez que refuerza su presencia multisoporte: ABC prensa + ABC en Kiosko y Más (con una mejora en sus contenidos editoriales) + ABC.es, con el apoyo derivado del acuerdo de emisión en cadena con COPE (ver apartado de Radio). Esta combinación de soportes permite el desarrollo de sinergias editoriales y la captación de nuevas audiencias “digitales” con el objetivo de, tras alcanzar la rentabilidad, facilitar la mejora en EBITDA.

Así, ABC ha seguido recortando la distancia en términos de difusión ordinaria (ejemplares en quiosco y suscripciones individuales) respecto a su principal competidor, rozando la segunda posición en el ranking al situarse en enero de 2014 a tan solo 1.900 ejemplares en difusión de pago ordinaria en comparación con los 13.000 de distancia en diciembre de 2013. Igualmente, en términos digitales, abc.es sigue ganando cuota digital y fortaleciendo su posición, y alcanza los 6,4 millones de usuarios únicos mensuales.

Evolución difusión ordinaria ABC vs.El Mundo comparables (miles de ejemplares)



Evolución usuarios únicos mensuales ABC.es vs. (m. u.u.m¹⁵)



En 2013, cabe destacar los siguientes hitos en la evolución de ABC:

- i. **Refuerzo de la oferta editorial** tras la incorporación de firmas prestigiosas del periodismo actual, y mejora de los contenidos digitales, incluyendo nuevas secciones y adaptándolos al consumo en dispositivos de movilidad (smartphones y tablets).
- ii. **Desarrollo de nuevas fuentes de ingresos**, destacando Oferplan y las nuevas aplicaciones y contenidos para plataformas de movilidad como Kiosko y Más. Estas iniciativas se refuerzan con acuerdos comerciales con distribuidores (e.g. integración de ABC.es en Microsoft Windows 8 a través de Bing Daily). Cabe también mencionar la aportación creciente de Oferplan y de Kiosko y Más en línea con la positiva experiencia de la Prensa Regional, y el reciente lanzamiento de una plataforma de venta online de entradas a espectáculos o eventos con la colaboración de Entradas.com desde ABC.es. Por último, se realiza la explotación digital de la hemeroteca y su archivo fotográfico con contenidos centenarios y exclusivos de ABC.
- iii. **Foco en incrementar la cuota de mercado publicitario**, manteniendo precios en la prensa escrita y atrayendo la inversión publicitaria que migra al soporte online.
- iv. En relación con los costes operativos, el **Plan de Eficiencia** supone una continuación en las medidas de ahorro ejecutadas por la compañía: a) reducción de la difusión no rentable con una mejora del margen de venta de ejemplares, b) ahorros de papel y control de la paginación, y c) ahorros en distribución y control de las promociones (manteniendo la calidad de las promociones, pero adaptada al entorno macroeconómico).

De cara a 2014, ABC mantiene las medidas adoptadas el pasado año y que han permitido alcanzar EBITDA positivo en 2013. El objetivo ahora es incrementar su rentabilidad en base a diferentes acciones: i) mejora de los ingresos de circulación mediante el incremento de precios de cabecera (realizado en el mes de enero de 2014, tanto en lunes-viernes (de €1,3 a €1,4), como en domingos (de €2,5 a €2,8), ii) mantenimiento de la apuesta por la difusión de calidad cerrando aún más el diferencial con su inmediato competidor, compatible con una mayor optimización del esfuerzo en promociones, iii) profundizar y avanzar en las nuevas líneas de ingresos, como ABC en Kiosko y Más, buscando el crecimiento rentable de los usuarios en la plataforma, d) mejorar la oferta en dispositivos de movilidad tanto por la vía de contenidos como de productos como Oferplan, y e) continuar con las medidas de ahorro que permitan mantener los niveles de EBITDA positivo mencionados.

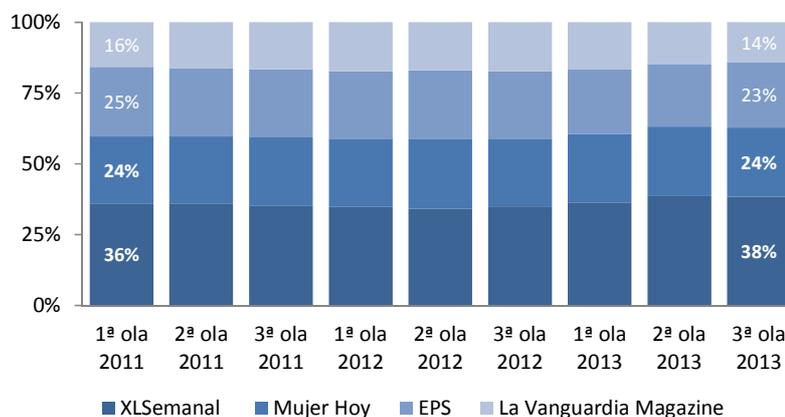
Suplementos y Revistas

VOCENTO edita los dos suplementos líderes en el ranking de audiencia de suplementos en España: XL Semanal y Mujer Hoy. El suplemento dominical más leído en España es XL Semanal, y según los últimos

¹⁵ Fuente: comScore.

datos conocidos de EGM, Mujer Hoy, se situaría ya en segundo lugar. La calidad de sus firmas y su rigurosa apuesta informativa son, sin duda, parte importante de su éxito y de su posición diferencial respecto a los principales comparables.

Cuota de audiencia de los principales suplementos en España¹⁶



Mujer Hoy se sitúa como segundo suplemento más leído, y es el suplemento femenino líder en su categoría en un mercado cada vez más competitivo. Además, Hoy Corazón, sin competencia en el mercado de suplementos de pago de fin de semana, es una revista dedicada a cubrir la actualidad de los famosos y cuenta con gran aceptación por sus lectores.

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada de 4,4 millones de lectores, con un claro liderazgo de XL Semanal (2,5 millones de lectores; cerca de 1 millón de lectores sobre su inmediato competidor; fuente: 3ª ola acumulada 2013 EGM) y Mujer Hoy (con 1,7 millones de lectores). Los suplementos se distribuyen con todos los periódicos de Vocento durante el fin de semana así como con otros diarios regionales de reconocido prestigio.

En el ámbito de la información económica, Inversión y Finanzas es la revista semanal líder de venta en quiosco, y cubre con rigor y seriedad el análisis bursátil y económico de la actualidad.

Durante 2013, el mantenimiento de la elevada cuota de mercado de los suplementos se complementa con medidas de diversificación en ingresos con nuevos negocios como: i) un nuevo área de eventos con una activa participación de Mujer Hoy e Inversión y Finanzas, ii) el lanzamiento de nuevos negocios en e-commerce como Guapabox, iii) el refuerzo del posicionamiento online, estratégico en VOCENTO, y que tiene su reflejo en los portales Mujerhoy y Finanzas, con un nivel de audiencia de 0,7 millones y 0,5 millones de usuarios únicos, respectivamente ,(fuente: comScore diciembre 2013), y iv) continuar con la apuesta por el anunciante de lujo con las revistas mensuales de Código Único y Mujer Hoy Moda.

Durante 2014, el objetivo es incrementar las nuevas fuentes de ingresos mediante el desarrollo de las recientes iniciativas, incrementar la actividad en diversos foros y mantener el criterio de racionalidad en costes sin reducir la calidad del contenido editorial.

¹⁶ Fuente: EGM olas acumuladas. Cuota calculada sobre audiencias con duplicidades.

Impresión y Distribución

La actividad de Medios Impresos está respaldada por los negocios de Impresión y Distribución.

En el área de Impresión, la compañía sigue centrada en la mejora de la rentabilidad que se consigue por el mejor aprovechamiento de los recursos técnicos que permitan la mejora en la calidad de impresión y la disminución de los costes unitarios.

En el negocio de la Distribución, y con el objetivo puesto nuevamente en mejora de procesos y márgenes, VOCENTO busca ahorros a través de la automatización de tareas manuales, el control punto a punto de la distribución de periódicos, y la optimización de la estructura y de los puntos de venta con criterios económicos.

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Regionales	302.845	334.574	(31.729)	(9,5%)
ABC	117.745	128.979	(11.235)	(8,7%)
Suplementos y Revistas	32.196	39.255	(7.059)	(18,0%)
Eliminaciones	(24.205)	(28.804)	4.600	16,0%
Total Ingresos de Explotación	428.581	474.004	(45.422)	(9,6%)
EBITDA				
Regionales	38.305	34.126	4.180	12,2%
ABC	74	(6.168)	6.243	101,2%
Suplementos y Revistas	1.675	3.800	(2.125)	(55,9%)
Total EBITDA	40.054	31.757	8.297	26,1%
EBITDA comparable¹				
Regionales	38.909	42.119	(3.210)	(7,6%)
ABC	82	(2.364)	2.446	103,5%
Suplementos y Revistas	1.948	4.043	(2.094)	(51,8%)
Total EBITDA comparable	40.939	43.798	(2.859)	(6,5%)
EBIT				
Regionales	28.036	22.797	5.239	23,0%
ABC	(7.307)	(13.253)	5.946	44,9%
Suplementos y Revistas	1.298	3.179	(1.882)	(59,2%)
Total EBIT	22.027	12.723	9.304	73,1%
EBIT comparable^{1 2}				
Regionales	28.772	30.748	(1.976)	(6,4%)
ABC	(7.299)	(9.206)	1.906	20,7%
Suplementos y Revistas	1.572	3.539	(1.967)	(55,6%)
Total EBIT comparable	23.045	25.081	(2.036)	(8,1%)

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 inversión en reestructuración 2013 -885 miles de euros y 2012 -12.129 miles de euros y one offs 2012 89 miles de euros.

² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2013 -133 miles de euros y 2012 -317 miles de euros.

Ingresos de Explotación: asciende a 428.581 miles de euros (-9,6%) como resultado principalmente del descenso de los ingresos publicitarios, el impacto de la reducción voluntaria y controlada de la difusión no ordinaria para mejorar la rentabilidad en EBITDA de los periódicos, y la menor difusión ordinaria.

Ventas de ejemplares: asciende a 214.655 miles de euros (-8,2%), que incluyen los ingresos con terceros de la distribuidora Beralán (dentro de los Regionales) que a finales de 2013 representan el 17% del total.

Los ingresos por venta de ejemplares 2013 de **Regionales** descienden un -7,4%, y un -7,2% excluidos los ingresos de Beralán. En este periodo, la difusión ordinaria ha caído un -9,1% (difusión en quiosco y suscripciones individuales), mientras que la difusión no ordinaria registra una reducción del -25,9%. En 2013 se ha incrementado el precio de varias cabeceras, La Rioja, Sur y El Norte de Castilla.

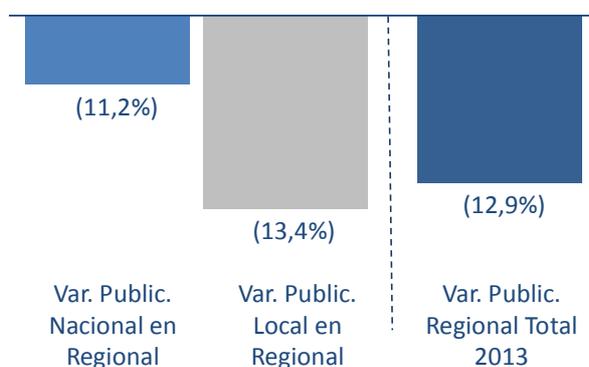
Por su parte, la caída en los ingresos por venta de ejemplares de **ABC** del -12,5% es consecuencia de la caída de la difusión ordinaria (-18,4%) y de la reducción controlada de la difusión no ordinaria, que desciende un -22,1% en 2013. ABC alcanza un promedio de difusión en 2013 de 140.026 ejemplares.

Por su parte, la evolución de los ingresos por venta de ejemplares en **Suplementos y Revistas** (-13,0%) es resultado de la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

Ventas de Publicidad: ascienden a 142.150 miles de euros, una caída del -13,1%. Los marcas de VOCENTO vuelven a registrar un mejor comportamiento publicitario que el mercado en prensa e Internet, al caer un -13,4% (marcas offline) y crecer un +2,3% (marcas online), en comparación con un -14,8% y un -2,5% del mercado, respectivamente, según i2p.

Los **Regionales** alcanzan ventas de publicidad de 90.856 miles de euros, -12,9% vs. 2012. La tarifa comercial 3.0, ofrece tanto una mayor cobertura nacional al anunciante, como la comercialización de la publicidad nacional con cabeceras de otros grupos regionales, captando así los periódicos regionales parte del presupuesto nacional. Cabe destacar la incorporación de las cabeceras Última Hora y Menorca del grupo Serra a la tarifa en 2014, ascendiendo los periódicos de fuera del grupo a un total de siete.

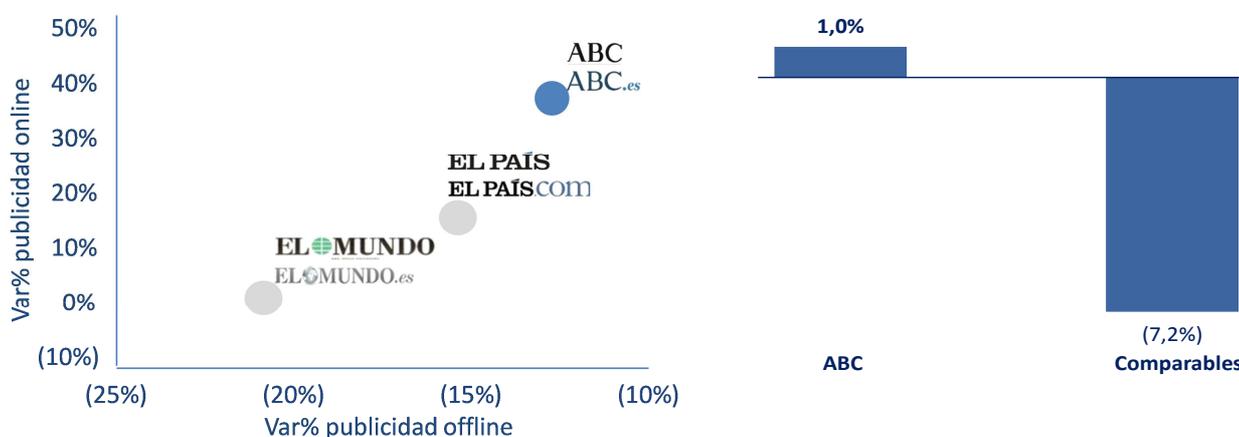
Evolución publicidad bruta de Prensa Regional por tipo de tarifa¹⁷



En **ABC**, los ingresos por publicidad caen un -7,5% en 2013, pero con un crecimiento publicitario del +2,7% en 4T13 (ver gráfico en página 7). Se continúa ganando cuota de mercado tanto en offline como en online lo que muestra entre otros, la eficacia comercial de la venta conjunta de la marca ABC (ABC prensa + ABC.es + ABC en Kiosko y Más). Destaca en 2013 el crecimiento total de ingresos por venta de publicidad de ABC.es del +30,4%. Por último, se ha conseguido incrementar ligeramente los precios en offline (+1,0% en ABC), frente a un entorno de mercado de caída (-7,2% comparables).

Ingresos publicidad ABC y comparables¹⁸ 2013 (%)

Precios publicitarios ABC y comparables¹⁸ 2013(%)

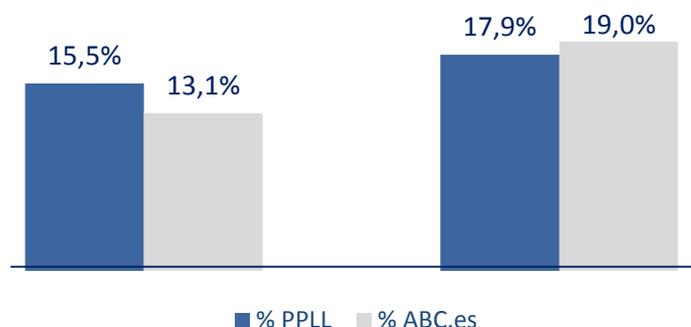


¹⁷ Fuente: datos internos. Los datos de publicidad son brutos.

¹⁸ Fuente: datos internos y elaboración propia. Como comparables se utiliza a El País y El Mundo.

La paulatina incorporación del modelo complementario digital se refleja en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (17,9%, +2,4 p.p.), como en ABC (19,0%, +5,9 p.p.).

Peso de negocio digital (publicidad + otros ingresos/e-commerce) sobre ingresos (publicidad + otros ingresos/e-commerce) en las marcas de VOC (%)



Otros Ingresos: ascienden a 71.776 miles de euros, -6,4%, reflejo principalmente, del menor esfuerzo en promociones en Regionales y de la menor actividad en distribución, impresión y de otras participadas.

EBITDA comparable¹⁹: asciende a 40.939 miles de euros, un descenso de -2.859 miles de euros, compensándose gran parte de la caída publicitaria (variación 2013: -21.347 miles de euros) con diversas medidas de ahorro incluidas en el Plan de Eficiencia.

Evolución del EBITDA comparable y publicidad Periódicos 2013 (€m)

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable			Publicidad
	2013	2012	Var Abs	Var Abs ¹
Regionales	38.909	42.119	(3.210)	(13.494)
ABC	82	(2.364)	2.446	(3.057)
Suplementos y Revistas	1.948	4.043	(2.094)	(4.767)
Total	40.939	43.798	(2.859)	(21.347)

Nota 1: total de publicidad incluye eliminaciones del área.

El impacto combinado de la reducción de costes variables vinculados a la operativa y el Plan de Eficiencia acometido se refleja en una reducción de los costes comparables del -9,9%¹⁹, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Evolución de los costes comparables Periódicos 2013 (€m)

Costes operativos comparables	2013	2012	Var Abs	Var %
Regionales	(263.936)	(292.455)	(28.518)	(9,8%)
ABC	(117.663)	(131.343)	(13.681)	(10,4%)
Suplementos y Revistas	(30.248)	(35.212)	(4.964)	(14,1%)
Eliminaciones	24.205	28.804	4.600	16,0%
Total	(387.642)	(430.206)	(42.564)	(9,9%)

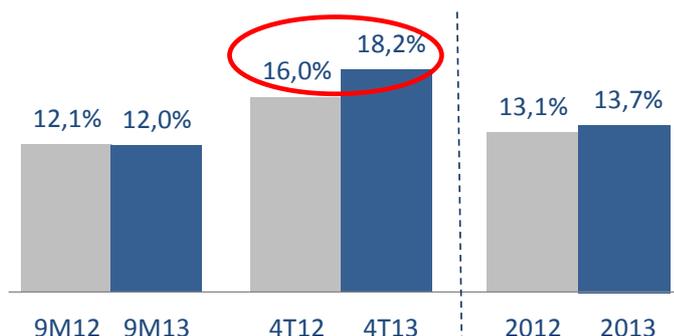
Como aportación importante a la rentabilidad del área, destaca la mejora del margen neto variable de la venta de ejemplares de ABC y los periódicos regionales (ingresos por venta de ejemplares menos costes directos asociados de impresión, distribución, marketing y aprovisionamientos), que mejoró en +5.170 miles de euros vs. 2012, resultado del foco de VOCENTO en difusión de calidad y rentable.

¹⁹ Excluye inversión en reestructuración 2013 -885 miles de euros y 2012 -12.040 miles de euros y one offs 2012 89 miles de euros.

- i. **Regionales:** EBITDA comparable de 38.909 miles de euros, -3.210 miles de euros vs. 2012, con una reducción de costes de -28.518 miles de euros, derivados en parte del Plan de Eficiencia que compensa el impacto de la caída en ingresos publicitarios por un total de -13.494 miles de euros.

Hay que destacar el comportamiento del margen EBITDA comparable en 4T13, que mejora en 2,2 p.p. hasta el 18,2% por efecto del Plan de Eficiencia, cuyos beneficios se ponen de manifiesto desde 2T13.

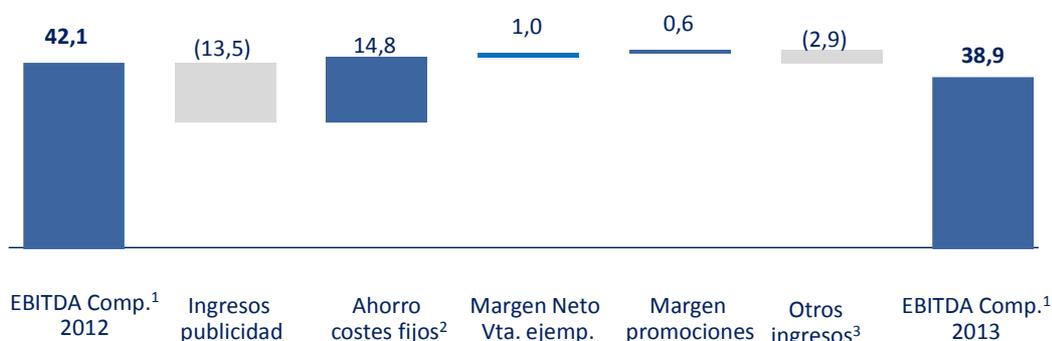
Evolución margen EBITDA comparable²⁰ Regionales (on+off) (%)



Por otro lado, se observa en el siguiente gráfico tanto la reducción de costes fijos, como la mejora del margen neto por venta de ejemplares.

Regionales: evolución del EBITDA comparable

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros

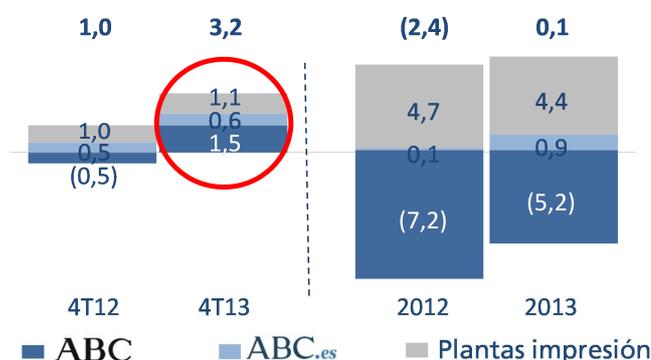


Nota 1: ajustado de inversión en reestructuración 2012 €-8,0m y €-0,6m en 2013. Nota 2: incluye costes personal, administración, diversos y provisiones de tráfico. Nota 3: ingresos de e-commerce (variación €+1,4m) y otros ingresos.

- ii. **ABC:** alcanza break-even de EBITDA en 2013 con EBITDA comparable de 82 miles de euros vs. -2.364 miles de euros en 2012, gracias al efecto combinado de la disminución de costes (por un total de -13.681 miles de euros) y el crecimiento publicitario en el último trimestre del año.

²⁰ Excluye inversión reestructuración 2012 €-7,2m y 2013 €-0,1m. Incluye solamente cabeceras regionales y portales locales

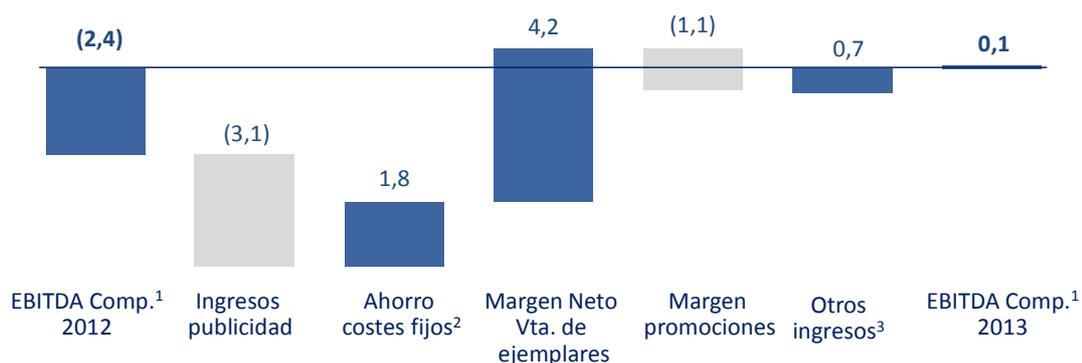
Evolución EBITDA comparable²¹ perímetro marca ABC



Adicionalmente, y como se muestra en el siguiente gráfico, se sigue produciendo una mejora del margen neto por venta de ejemplares, que se incrementa en 2013 en +4.193 miles de euros.

Perímetro marca ABC: evolución del EBITDA comparable

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



Nota 1: ajustado de inversión en reestructuración 2012 €-3,8m. Nota 2: incluye costes personal, administración, diversos y provisiones de tráfico. Nota 3: ingresos de e-commerce y otros ingresos.

- iii. **Suplementos y Revistas:** alcanza un EBITDA comparable de 1.948 miles de euros, una variación de -2.094 miles de euros vs. 2012, absorbiendo parte de la caída en ingresos publicitarios, que asciende a un total de -4.767 miles de euros.

²¹Ajustado por reestructuración 4T12 €-3,0m y 2012 €-3,8m.

Audiovisual

VOCENTO tiene presencia en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de televisión, licencias en televisión autonómica, una red de licencias de radio, de la participación en productoras de contenidos y explotación de un catálogo de derechos de películas.

Televisión

VOCENTO, a través de su participación del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), comparte accionariado con Grupo Intereconomía (25% de NET TV) y The Walt Disney Company Iberia, S.L. (20% de NET TV), y es uno de los cuatro operadores privados que cuenta con una licencia de TDT Nacional, que incluye 4 canales de televisión en abierto.

VOCENTO, a través de NET TV, ha realizado una apuesta por una televisión de nicho y rentable con socios internacionales y líderes mundiales en entretenimiento. El conjunto de los canales operativos a cierre de 2013, cerraron el mes de diciembre con una audiencia del 4,4%²². Este posicionamiento en televisión permite a VOCENTO tener menor exposición al ciclo económico y a una posible transformación más profunda del sector de TV (i.e. competencia de las nuevas tecnologías como plataformas de distribución de contenidos audiovisuales), a la vez que contribuye al objetivo de rentabilidad global del Grupo.

Cuota de audiencia por familia de canales diciembre 2013 (%)



Realizamos un análisis debido a la actualidad regulatoria respecto a la sentencia de 27 de noviembre de 2012 de la Sala Tercera del Tribunal Supremo que anuló el Acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de julio de 2010, y que asignó a cada una de las sociedades licenciatarias del servicio de televisión terrestre digital (TDT), entre ellas SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV S.A., la capacidad equivalente a un múltiple digital de cobertura estatal integrado por cuatro canales.

La asignación se efectuó en aplicación del conjunto de normas que, desde 1997, con la aprobación del Plan Nacional de la Televisión Terrestre Digital, y, sobre todo, a partir de la Ley 10/2005, de 14 de junio, regularon la transición de la televisión terrestre analógica a la TDT, culminada en el año 2010, y previa verificación por el Gobierno del estricto cumplimiento por las sociedades licenciatarias de todos los requisitos y obligaciones que les fueron impuestos para impulsar el tránsito a la TDT, como condición para acceder al múltiple. La traba que sustentaba la Sentencia del Tribunal Supremo era, pues, de naturaleza esencialmente formal, pues nunca se ha cuestionado el planteamiento de la TDT ni, por tanto, su culminación con la asignación de un múltiple a cada operador. El 22 de marzo de 2013 el Consejo de Ministros aprobó un Acuerdo para el cumplimiento de la Sentencia del Tribunal Supremo del 27 de noviembre de 2012, indicando que debían cesar en su emisión los canales afectados, y vinculando dicho proceso al de liberalización del dividendo digital. Posteriormente, con fecha 18 de diciembre de 2013, el Tribunal Supremo dictó Auto de Ejecución de la citada Sentencia, en el que, entre otros aspectos, se

²² Fuente: Kantar Media diciembre 2013. No incluye canales TDT de pago.

refiere a los canales afectados, entre los que se encontrarían dos de los que actualmente es titular SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV S.A., que fue recurrido. Este recurso, el del resto de operadores, y el de UTECA han sido recientemente rechazados. Aunque es probable que se abran otras vías, con causa en el fondo del asunto, el origen y la evolución normativa, y el contenido de las resoluciones judiciales, aún es posible una solución satisfactoria para los operadores.

En todo caso, incluso si la citada solución no fuera positiva, el impacto para la Sociedad sería limitado, al no existir perjuicio contable alguno (en especial por el modelo de negocio, y por la inexistencia de ningún fondo de comercio ni valor en el activo ligado a la explotación de los canales que la mencionada SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV S.A. tiene adjudicados) y no excluir que se pudiera exigir la compensación procedente.

Radio

Como respuesta al adverso entorno macroeconómico y publicitario, y enmarcado en el Plan de Eficiencia de VOCENTO (ver Hecho Relevante del 19 de diciembre de 2012), se alcanzó un acuerdo de asociación de emisoras con la Cadena COPE, que fue autorizado por la Comisión Nacional de Competencia (CNC) el pasado 15 de marzo de 2013.

A la fecha actual, todo el proceso de integración y de implementación del proyecto ha sido realizado con éxito, materializándose por tanto los impactos positivos del acuerdo en resultados a partir del segundo trimestre de 2013.

La alianza entre ambos grupos de comunicación se concreta en un acuerdo estratégico entre la Cadena COPE y el Diario ABC con el objetivo de reforzar una línea editorial compartida y la defensa de los mismos valores.

El acuerdo supone la asociación de las emisoras propiedad de Vocento, integradas en la cadena ABC Punto Radio, con las emisoras que componen actualmente la red de la Cadena COPE. Asimismo, los boletines informativos de la Cadena COPE introducen el reclamo “con la fuerza de ABC”, que vincula las marcas COPE y ABC. Además, VOCENTO designa al Coordinador de Informativos y presentador del Informativo de mediodía. Los programas, comunicadores y contenidos editoriales de la Cadena COPE son además objeto de una especial atención en las páginas del Diario ABC.

La alianza estratégica recoge también la presencia de periodistas y colaboradores del diario ABC en los principales programas informativos y de opinión de la Cadena COPE y el seguimiento de ambas redacciones en los temas de interés común. Para ello, se ha creado un Comité Editorial formado por representantes de ambos medios.

De igual forma, los dos grupos de comunicación han integrado los diferentes portales de la cadena de radio (COPE, Cadena 100 y Rock FM) en el portal de ABC para así reforzar a ambos medios en el competitivo mercado de la información en la red.

Producción Audiovisual y Distribución-Veralia

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción y distribución de películas) se configura en torno a Veralia Contenidos, holding de producción audiovisual que agrupa las marcas de BocaBoca Producciones, Europroducciones (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia) y Hill Valley, y Veralia Cine que posee un catálogo de derechos de 244 títulos.

- Las productoras de Veralia en la actualidad tienen entre desarrollo, preproducción, producción y emisión diversos formatos, entre los que destaca, “21 días”, “Guinness” y “Conexión Samanta”, la mini-serie “Volare” (que batió récords de audiencia en Italia en más de una década) y la gala de fin de año 2013 de los Morancos en TVE que alcanzó un share del 25%.

El actual entorno del mercado de televisión no sólo está afectado por la crisis publicitaria, sino por la elevada volatilidad de las audiencias y la reducción en el número de operadores, que incrementa la presión tanto en la demanda como en el precio de las producciones y que, ha afectado tanto a la facturación como a los márgenes de producción de todo el sector de producción audiovisual y, por tanto, a éste área de Vocento.

Ante esta situación, Veralia opta, entre otras iniciativas, por la internacionalización de sus producciones. Así, el formato “21 días” ha sido sucesivamente adaptado en Holanda, Italia o Francia, y más recientemente en Canadá y Chile. Por otro lado, se ha optado por seguir valorando la compra de derechos de programas de éxito internacional a través de acuerdos con algunas de las principales majors de contenidos, de cara a su posible producción en el mercado español, lo que posiciona mejor a Veralia ante las grandes cadenas.

Por el lado de los costes, y tras un deterioro adicional del mercado durante la primera mitad de 2013, Veralia ha acometiendo un plan de reestructuración para la reducción de costes de estructura y mejora de márgenes en este adverso entorno. Al mismo tiempo y con el objetivo de reforzar la posición de Veralia ante el mercado, se ha acometido una renovación de su cúpula directiva.

- En el área de distribución de películas, Veralia Cine, en el año 2013 se ha alcanzado un acuerdo con los socios minoritarios de Veralia a través del cual Vocento se libera de las obligaciones contraídas respecto de adquisiciones de nuevas películas y su correspondiente desembolso (13 millones de euros en los próximos años), manteniendo en cambio la explotación del catálogo histórico (sin incluir los nuevos estrenos). Este cambio de modelo confiere al área de distribución de cine mucha menor volatilidad en sus resultados así como una mayor rentabilidad al estar los derechos del catálogo ya íntegramente pagados. Asimismo, el catálogo de derechos se explotarán en las ventanas de Televisión y DVD que son las de menor volatilidad en la cadena de distribución.

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	49.647	47.771	1.876	3,9%
Radio	3.308	11.010	(7.702)	(70,0%)
Contenidos	25.423	38.906	(13.483)	(34,7%)
Eliminaciones	(369)	(1.180)	811	68,7%
Total Ingresos de Explotación	78.008	96.507	(18.499)	(19,2%)
EBITDA				
TDT	3.612	5.377	(1.765)	(32,8%)
Radio	(675)	(11.978)	11.303	94,4%
Contenidos	2.046	7.429	(5.383)	(72,5%)
Total EBITDA	4.983	828	4.156	501,9%
EBITDA comparable¹				
TDT	3.626	5.624	(1.998)	(35,5%)
Radio	(560)	(7.010)	6.450	92,0%
Contenidos	2.146	8.285	(6.139)	(74,1%)
Total EBITDA comparable	5.212	6.899	(1.687)	(24,5%)
EBIT				
TDT	3.267	4.908	(1.642)	(33,4%)
Radio	(1.599)	(14.110)	12.511	88,7%
Contenidos	(7.126)	(2.945)	(4.181)	(142,0%)
Total EBIT	(5.459)	(12.147)	6.688	55,1%
EBIT comparable¹²				
TDT	3.281	5.169	(1.888)	(36,5%)
Radio	(999)	(7.744)	6.744	87,1%
Contenidos	(4.966)	(1.275)	(3.691)	(289,4%)
Total EBIT comparable	(2.684)	(3.850)	1.165	30,3%

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

Nota: el EBIT y EBIT comparable de Contenidos incluye la amortización del fondo de comercio asignado al catálogo de películas de Tripictures en 2013 por 2.405 miles de euros y en 2012 por 2.689 miles de euros.

¹ *Excluye costes de reestructuración 2013 -228 miles de euros y 2012 -3.851 miles de euros y one offs 2012 -2.220 miles de euros.*

² *Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2013 -2.546 miles de euros y 2012 -2.226 mil de euros.*

Ingresos de Explotación: alcanzan en 2013 un total de 78.008 miles de euros, -19,2%, principalmente debido a:

- i. Incremento de ingresos en el área de TDT (Televisión Digital Terrestre) del +3,9%.
- ii. El acuerdo estratégico en Radio alcanzado con COPE que supone el cambio de modelo de explotación, dónde se deja de ingresar por venta publicitaria y la facturación derivada del acuerdo se contabiliza por "otros ingresos". Esto explica en gran parte la caída en ingresos 2013 del -70,0%.
- iii. Contenidos, que acumula una caída en ingresos del 34,7% debido a la menor actividad del área, que ha estado afectada por el actual ciclo económico, tanto en el área de productoras, como en cine.

EBITDA comparable²³, alcanza un total de 5.212 miles de euros a 2013, debido entre otros, al positivo impacto del Plan Eficiencia desde 2T13.

- i. **TDT:** EBITDA comparable positivo de 3.626 miles de euros en 2013, impactado por la provisión de -4.746 miles de euros por Intereconomía.
- ii. **Radio:** EBITDA comparable 2013 de -560 miles de euros vs. -7.010 miles de euros en 2012. El acuerdo con COPE tiene su reflejo en una mejora de la evolución del EBITDA comparable de +2.266 miles de euros en 4T13, permitiendo EBITDA positivo de 358 miles de euros en 4T13.
- iii. **Contenidos:** EBITDA comparable 2013 de 2.146 miles de euros, un descenso de -6.139 miles de euros comparado con 2012 debido a la menor actividad. Tal y como se ha comentado previamente (ver página 31), se han tomado las oportunas decisiones estratégicas para mejorar los resultados del área.

Detalle por área de la evolución del EBITDA:

TDT: EBITDA comparable¹ (€m) **Radio: EBITDA comparable² (€m)** **Contenidos: EBITDA comparable³ (€m)**



Nota 1: ajustado por reestructuración, 2012 €-0,2m. Nota 2: ajustado por reestructuración, 2012 €-2,7m y 2013 €-0,1m y costes one off 4T13 y 2013 €-2,2m. Nota 3: ajustado por reestructuración 2012 €-0,9m y 2013 €-0,1m.

EBIT comparable: (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a -2.684 miles de euros, una mejora de +1.165 miles de euros vs. 2012, pese al deterioro en los ingresos de Contenidos y a la provisión por Intereconomía, gracias en parte a la menor amortización en el área de Contenidos, concretamente vinculado al catálogo de películas, que disminuye en -2.448 miles de euros en 2013.

²³ Excluye costes de reestructuración 2013 -228 miles de euros y 2012 -3.851 miles de euros y one offs 2012 -2.220 miles de euros.

Clasificados

La red de clasificados nacional de VOCENTO es única en el sector de los medios de comunicación españoles, al contar con un equipo especializado y una vocación de servicio orientada al cliente. Estas cualidades se ven reforzadas por el apoyo de ABC.es y las ediciones digitales regionales de VOCENTO, que permiten consolidar una red nacional de clasificados con una oferta marcada por el contenido, y el conocimiento del sector. Está presente con marcas nacionales en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet: inmobiliario con pisos.com (top#3 de la categoría), empleo con Infoempleo.com (top#2) y motor con autocasión.com (top#4).

En 2013, dentro de las ventas de activos no estratégicos encaminadas a la financiación del Plan de Eficiencia, se ha procedido a la venta, dentro del área de Clasificados, de una rama de actividad de Infoempleo consistente en la venta de licencias de un software destinado a gestores de recursos humanos.

Por último, el portal de directorios 11870.com con una audiencia cercana a los 647 mil usuarios únicos, se confirma en 2013 como uno de los portales de recomendaciones de sitios y negocios más importantes de España.

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Clasificados	13.331	14.191	(860)	(6,1%)
Total Ingresos de Explotación	13.331	14.191	(860)	(6,1%)
EBITDA				
Clasificados	(1.231)	(2.620)	1.389	53,0%
Total EBITDA	(1.231)	(2.620)	1.389	53,0%
EBITDA comparable¹				
Clasificados	(1.268)	(1.916)	647	33,8%
Total EBITDA comparable	(1.268)	(1.916)	647	33,8%
EBIT				
Clasificados	(1.326)	(5.224)	3.898	74,6%
Total EBIT	(1.326)	(5.224)	3.898	74,6%
EBIT comparable^{1 2}				
Clasificados	(2.616)	(3.788)	1.172	30,9%
Total EBIT comparable	(2.616)	(3.788)	1.172	30,9%

¹ Excluye costes de reestructuración 2013 37 miles de euros y 2012 -705 miles de euros.

² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2013 1.253 miles de euros y 2012 -731 mil de euros.

Ingresos de Explotación: alcanzan en 2013 13.331 miles de euros, -6,1%, con una progresiva mejora a lo largo del año y un ligero crecimiento del +1,0% en 4T13.

EBITDA comparable²⁴, alcanza un total de -1.268 miles de euros a 2013, mejorando el resultado de 2012 en +647 miles de euros.

²⁴ Excluye costes de reestructuración 2013 37 miles de euros y 2012 -705 miles de euros.

Otros

Este segmento incluye el negocio de B2B, Sarnet, proveedor de internet para empresas, a las que se ofrecen servicios de voz y datos, que ha sido vendido a finales de 2013 aunque el cierre de la operación está sujeto a aprobación por las autoridades de Competencia (ver Hecho Relevante de 30 de diciembre de 2013) y Qué! cuya actividad fue terminada en junio de 2012 (ver Hecho Relevante de 28 de junio de 2012) debido a las pérdidas operativas de la actividad en un difícil entorno de mercado.

Ambos negocios no formarán parte del perímetro de Vocento en 2014.

Miles de Euros	NIIF			
	2013	2012	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
B2B	14.706	15.765	(1.059)	(6,7%)
Qué!	265	4.555	(4.289)	(94,2%)
Eliminaciones	(22)	(55)	33	59,4%
Total Ingresos de Explotación	14.949	20.265	(5.316)	(26,2%)
EBITDA				
B2B	3.551	4.348	(797)	(18,3%)
Qué!	(97)	(2.865)	2.768	96,6%
Total EBITDA	3.455	1.484	1.971	132,8%
EBITDA comparable¹				
B2B	3.551	4.593	(1.042)	(22,7%)
Qué!	(77)	(2.306)	2.229	96,7%
Total EBITDA comparable	3.474	2.287	1.187	51,9%
EBIT				
B2B	2.439	3.157	(718)	(22,8%)
Qué!	(13)	(3.481)	3.468	99,6%
Total EBIT	2.426	(324)	2.750	849,6%
EBIT comparable^{1,2}				
B2B	2.392	3.402	(1.011)	(29,7%)
Qué!	(118)	(2.453)	2.335	95,2%
Total EBIT comparable	2.274	949	1.324	139,5%

¹ Excluye costes de reestructuración 2013 -19 miles de euros -804 miles de euros

² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2013 172 miles de euros -469 miles de euros .

Ingresos de Explotación: alcanzan en 2013 14.949 miles de euros, -26,2%, descenso impactado por la salida de perímetro de Qué!.

EBITDA comparable²⁵, alcanza un total de 3.474 miles de euros a 2013.

²⁵ Excluye costes de reestructuración 2013 -19 miles de euros -804 miles de euros.

Datos operativos

Periódicos

Datos de Difusión Media	2013	2012	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	140.026	171.726	(31.700)	(18,5%)
Prensa Regional				
El Correo	82.924	90.377	(7.453)	(8,2%)
El Diario Vasco	59.123	63.406	(4.283)	(6,8%)
El Diario Montañés	27.586	29.570	(1.984)	(6,7%)
Ideal	22.704	25.154	(2.450)	(9,7%)
La Verdad	20.524	25.176	(4.652)	(18,5%)
Hoy	13.208	15.623	(2.415)	(15,5%)
Sur	20.369	22.802	(2.433)	(10,7%)
La Rioja	11.579	12.620	(1.041)	(8,2%)
El Norte de Castilla	23.968	27.584	(3.616)	(13,1%)
El Comercio	19.463	21.260	(1.797)	(8,5%)
Las Provincias	20.771	23.492	(2.721)	(11,6%)
TOTAL Prensa Regional	322.219	357.064	(34.845)	(9,8%)

Fuente: OJD. Datos 2013 no certificados.

Audiencia	3ª Ola 13	3ª Ola 12	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	543.000	648.000	(105.000)	(16,2%)
Prensa Regional	2.117.000	2.280.000	(163.000)	(7,1%)
El Correo	422.000	458.000	(36.000)	(7,9%)
El Diario Vasco	236.000	250.000	(14.000)	(5,6%)
El Diario Montañés	193.000	190.000	3.000	1,6%
Ideal	195.000	179.000	16.000	8,9%
La Verdad	212.000	268.000	(56.000)	(20,9%)
Hoy	120.000	151.000	(31.000)	(20,5%)
Sur	158.000	158.000	0	0,0%
La Rioja	90.000	107.000	(17.000)	(15,9%)
El Norte de Castilla	192.000	214.000	(22.000)	(10,3%)
El Comercio	153.000	160.000	(7.000)	(4,4%)
Las Provincias	146.000	145.000	1.000	0,7%
Suplementos				
XL Semanal	2.469.000	2.522.000	(53.000)	(2,1%)
Mujer Hoy	1.575.000	1.720.000	(145.000)	(8,4%)
Mujer Hoy Corazón	286.000	333.000	(47.000)	(14,1%)
Inversión y Finanzas	45.000	56.000	(11.000)	(19,6%)

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)

	dic-13	dic-12	Var Abs	%
Vocento	11.388	11.839	(451)	(3,8%)

Fuente: comScore.

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	dic-13	dic-12	Var Abs
NET TV audiencia	4,4%	4,6%	(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.

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

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7

28027 Madrid

Tel.: 91 339 9809

Fax: 91 742 6352

e-mail: ir@vocento.com