

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Junio 2014

29 de julio de 2014

INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

En la primera parte del año, la economía española mantiene la tendencia de progresiva mejora con un crecimiento en la tasa intertrimestral del PIB según el INE del 0,4% en el primer trimestre, mientras que el Banco de España estima un crecimiento del 0,5% en el segundo trimestre. La recuperación de la demanda interna (crecimiento del consumo de los hogares, recuperación de la inversión y menor contracción del gasto público) como ya ocurrió en la segunda parte del pasado año, ha permitido la mejora del PIB y ha ido progresivamente sustituyendo a la demanda externa como motor de crecimiento (según estimación del Banco de España habría aportado 0,3% al crecimiento del PIB 2T14 vs 0,2% de la demanda externa).

Estas mejores expectativas económicas se traducen en una revisión al alza del escenario de PIB según el panel de Funcas pasando de PIB 2014e de 0,9% en el mes de enero a +1,2% en el mes de junio, y del consumo de los hogares del +0,6% a +1,5%.

El mercado publicitario parece recoger también cierta reactivación y en el primer semestre de 2014, según datos de i2p, ha registrado un crecimiento de +4,3% vs 2013 -10,1%, estimándose un crecimiento del +1,8% en 2014 tras tres años de descensos. Esta mejoría está concentrada especialmente en la TV (favorecido por la celebración del Mundial de fútbol) y en Internet, mientras que el soporte de prensa tradicional desciende un -5,5% en el primer semestre de 2014, estimándose una caída del -4,8% para todo el año según i2p.

Ante este entorno VOCENTO se centra en tres aspectos: 1) reforzar el liderazgo de sus marcas, aprovechando esta ventaja competitiva como oportunidad de crecimiento en nuevos negocios digitales, 2) continuar con la optimización de la estructura de costes para seguir mejorando el apalancamiento operativo y 3) proteger la caja para mantener una sólida posición financiera neta fortalecida recientemente con un préstamo sindicado a 5 años (ver hecho relevante de 24 de febrero).

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 realizó al cierre del 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 es ahora 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.

Detalle de las líneas 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 ▪ 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, Europroduzione y Hill Valley) <p>Distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Cine
CLASIFICADOS	OTROS	
<p>Clasificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión 	<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, el EBIT y el Resultado Neto, están afectados por diferentes impactos no recurrentes o extraordinarios. Los impactos más relevantes se resumen en dos grupos: 1) costes de reestructuración y medidas de ajustes 2) impactos derivados de decisiones estratégicas de negocio (i.e. Radio, distribución de cine)

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

Cumpliendo objetivos, a pesar de la mayor debilidad en publicidad en 2T

VOC gana cuota de mercado en prensa, offline y online

Mayor peso de los negocios digitales hasta el 24,3% de los ingresos publicitarios

Mejora de EBITDA comparable de VOC 1S14 en €5.319miles de euros

▪ Ingresos publicitarios de Regionales y ABC (offline + online) 1S14: -1,7%

- (i) Deterioro publicitario en 2T14 explicado en parte por el Mundial de Fútbol. Periódicos incrementa cuota de mercado en inversión publicitaria pese a no tener prensa deportiva: los ingresos publicitarios de los Regionales y ABC en offline descienden un -1,7% vs. -5,5%¹ del mercado, mientras que los ingresos online crecen +8,6% vs. +3,8%¹ del mercado.
- (ii) Evolución del perfil de ingresos hacia digital: los ingresos publicitarios provenientes de internet y los nuevos negocios digitales (como Oferplan y Kiosko y Más) aportan el 24,3% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce de VOC en 1S14 (+2,5 p.p. vs. 1S13).
- (iii) Mejor evolución en publicidad en Suplementos y Revistas (1S14 -3,8%) que mercado (-9,2%¹), con destacable mención del suplemento Mujer Hoy, cuyos ingresos publicitarios crecen en 1S14 un +24,2%.

▪ ABC mejora en cuota de mercado de difusión en 1S14

- (i) Venta de ejemplares de ABC en 1S14 del -0,7%, estabilizada por el efecto subida de precios de cabecera. ABC mejora su cuota en difusión, reduciendo el diferencial respecto al #2 en prensa generalista en España a 8.377² ejemplares ordinarios y ocupa ya el #2³ en venta en quiosco en Madrid.

▪ EBITDA comparable 1S14 aumenta en +5.319⁴ miles de euros, +32,9%: mejora por eficiencias en costes y decisiones estratégicas acometidas

- (i) Ahorro de costes comparables 1S14 de -9,5% y de gastos de personal de -6,8%, que excluyen medidas de ajuste de personal vinculadas a la operativa normal del negocio 1S14 por -4.842 miles de euros y 1S13 por -578 mil euros.
- (ii) Periódicos: EBITDA comparable 1S14 aumenta +1.520 miles de euros, por la mejora del margen de promociones (en especial ABC) y la positiva aportación de nuevos negocios digitales (1.150 miles euros).
- (iii) Audiovisual: EBITDA comparable 1S14 +1.118 miles de euros. El impacto del cese de 2 canales en TDT se compensan con impacto positivo del acuerdo estratégico en radio con COPE y el cambio de modelo de negocio en distribución de Contenidos.

NIIF Miles de Euros	EBITDA comparable			Publicidad
	1S14	1S13	Var Abs	Var Abs
Periódicos	21.449	19.929	1.520	(1.509)
Audiovisual	4.647	3.529	1.118	(355)
Clasificados	(378)	(1.382)	1.004	442
Otros	1.451	1.759	(309)	(87)
Estructura	(5.695)	(7.682)	1.986	59
Total	21.473	16.154	5.319	(1.450)

¹ Fuente: i2p 1S14.

² Fuente: OJD difusión ordinaria jun14.

³ Fuentes internas difusión en quiosco jun14.

⁴ Excluye medidas de ajuste de personal 1S14 -4.842 miles de euros y 1S13 -578 mil euros.

- **EBIT 1S14 mejora hasta 4.369 miles de euros, 5 veces más que en 1S13 por, entre otros, menores amortizaciones en Contenidos**
- **Resultado neto en 1S14 de -4.114 miles de euros vs. 1S13 de -8.165 miles de euros. Excluyendo extraordinarios, VOCENTO estaría en -52 miles de euros o prácticamente en “break-even”**
- **Deuda financiera neta 159.239 miles de euros vs. 149.277 miles de euros en 2013**
 - (i) Generación de caja positiva en el negocio ordinario y salidas de caja no recurrentes y otros ajustes, principalmente por medidas de reestructuración y préstamo sindicado.
 - (ii) Venta de ONO: en Julio 2014 se ha producido la entrada de caja por 9.214 miles de euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	103.614	108.206	(4.592)	(4,2%)
Ventas de publicidad	78.404	79.853	(1.450)	(1,8%)
Otros ingresos	66.244	78.595	(12.352)	(15,7%)
Ingresos de explotación	248.261	266.655	(18.393)	(6,9%)
Personal	(84.009)	(85.543)	(1.534)	(1,8%)
Aprovisionamientos	(43.415)	(45.730)	(2.315)	(5,1%)
Servicios exteriores	(102.611)	(118.010)	(15.399)	(13,0%)
Provisiones	(1.595)	(1.794)	(200)	(11,1%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(231.630)	(251.078)	(19.449)	(7,7%)
EBITDA	16.632	15.576	1.056	6,8%
Amortizaciones	(12.287)	(14.887)	(2.601)	(17,5%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	24	101	(78)	(76,7%)
EBIT	4.369	790	3.579	453,0%
Resultado sociedades método de participación	45	(5)	50	n.r.
Diferencial financiero y otros	(5.127)	(5.359)	232	4,3%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(358)	356	(714)	(200,6%)
Resultado antes de impuestos	(1.072)	(4.218)	3.146	74,6%
Impuesto sobre sociedades	(1.007)	(1.416)	409	28,9%
Resultado neto antes de minoritarios	(2.079)	(5.634)	3.555	63,1%
Accionistas minoritarios	(2.035)	(2.531)	496	19,6%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(4.114)	(8.165)	4.051	49,6%
Gastos de personal comparables ¹	(79.168)	(84.965)	(5.798)	(6,8%)
Gastos explotación sin amort. comparables ¹	(226.788)	(250.501)	(23.712)	(9,5%)
EBITDA comparable ¹	21.473	16.154	5.319	32,9%
EBIT comparable ¹	9.187	1.267	7.920	625,3%

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 1S14 -4.842 miles de euros y 1S13 -578 mil euros.

Ingresos de explotación

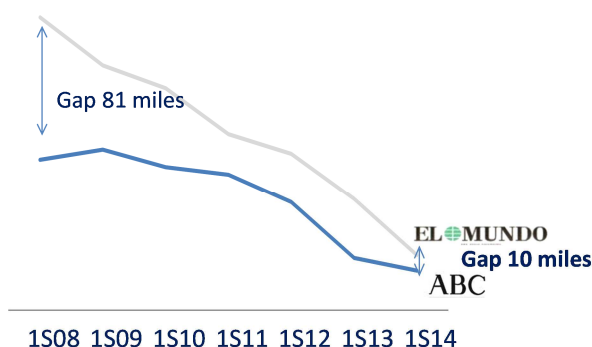
Los ingresos totales en 1S14 alcanzan 248.261 miles de euros, -6,9% comparado con 1S13 explicado principalmente por:

- (i) Ventas de ejemplares, caída del -4,2%, que incluye un descenso en Prensa Regional del -5,4% y del -0,7% en ABC. La evolución de la difusión ha sido del -7,7% en ABC y del -7,1% en Prensa Regional.

ABC sigue arrojando una tendencia positiva en la mejora de cuota de mercado. Según datos oficiales a junio 2014, ABC se sitúa ya a tan solo 8⁵ mil ejemplares de la segunda posición en prensa nacional generalista en España, siendo este diferencial de 10.000 ejemplares en la comparativa semestral 1S14.

Evolución de difusión ordinaria de ABC vs. El Mundo¹

Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales 1S14/08 (datos en miles)

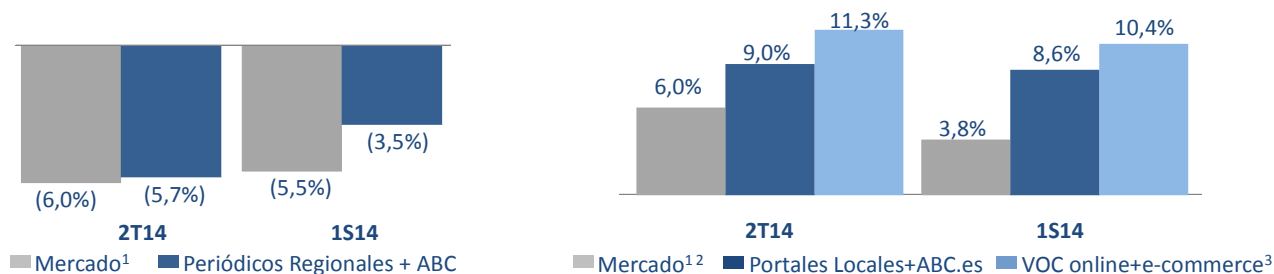


Nota 1: fuente OJD. Datos 1S14 no certificados.

- (ii) Los ingresos por venta de publicidad caen -1,8%, -1,4% ajustado por perímetro (acuerdo estratégico en radio con COPE a partir del 2T13 y desinversión del diario gratuito online que.es en 2013).

Durante 2T14 se ha suavizado la tendencia de continua mejora de los ingresos publicitarios, tanto de Regionales, como de ABC, debido en parte a los efectos de calendario en los meses de abril y mayo (Semana Santa y dos puentes en el mes de mayo) y en el mes de junio del Mundial de Fútbol. Aun así, las marcas de VOC registran un mejor comportamiento que el soporte de prensa según i2p, ganando, por tanto, cuota de mercado publicitaria.

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

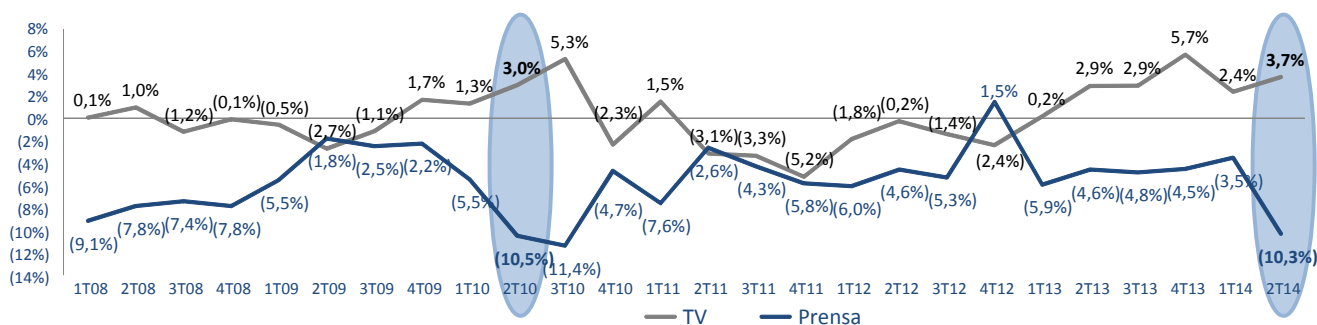


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

⁵ Fuente: OJD datos junio 2014 no certificados. Difusión ordinaria (venta en quiosco y suscripciones individuales)

El soporte de prensa empeora el diferencial de crecimiento vs. mercado hasta los 10 puntos, en línea con lo sucedido en el último Mundial de Futbol de 2010, dónde tanto el comportamiento de prensa como el de TV vs. mercado fueron similares, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Evolución del diferencial de crecimiento de Prensa y TV vs. mercado 1T08 a 2T14 (%)

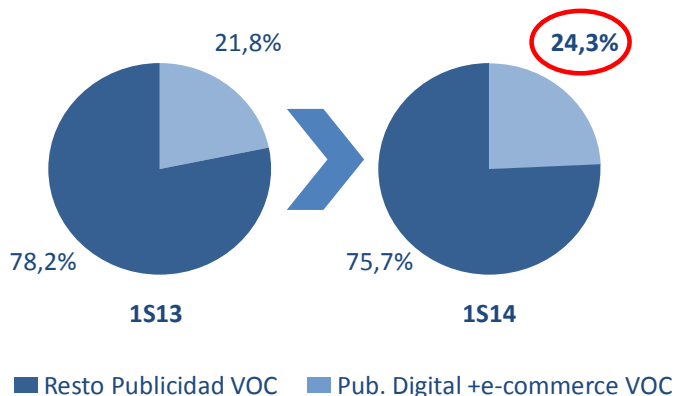


Fuente :i2p.

- (iii) Otros Ingresos se reducen un -15,7% debido, entre otros, al impacto del cese de emisiones de dos canales del multiplex de TDT nacional, a la venta de los activos del área de distribución de cine (área de Contenidos), y a la actividad más selectiva en promociones. Estos efectos son compensados parcialmente por la aportación creciente de negocios digitales como Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox o Ticketing.

El cambio de perfil de ingresos hacía digital, considerando no solo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los ingresos derivados de los citados nuevos modelos digitales basados en e-commerce, permiten incrementar la exposición a digital de VOCENTO hasta el 24,3% en 1S14 (+2,5 p.p. vs. 1S13).

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



Gastos de explotación

Los costes comparables de 1S14 descienden -9,5%, -23.712 miles de euros, excluidos los gastos de ajuste de personal en 1S14 por -4.842 miles de euros y en 1S13 -578 mil euros. Estas medidas de ajuste de personal se enmarcan dentro de una gestión normalizada de la compañía, donde la búsqueda de eficiencias es continua, máxime en un entorno publicitario todavía incierto.

Por partidas de gastos destaca la disminución de los costes de aprovisionamiento y de los gastos de personal comparables, que en 1S14 se reducen en un -5,1% y un -6,8%⁶ respectivamente.

Por áreas, destaca la reducción de costes comparables en el área de Periódicos (1S14 -5,6%), explicado entre otros por la reducción de costes de personal y una política de promociones más selectiva, mientras que en Audiovisual (1S14 -27,2%) los principales motivos se deben al cese de los dos canales de TV, y a la no distribución de estrenos de películas de cine. En el resto de áreas, los motivos se centran en las reestructuraciones y redimensionamientos de equipos y procesos realizados.

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

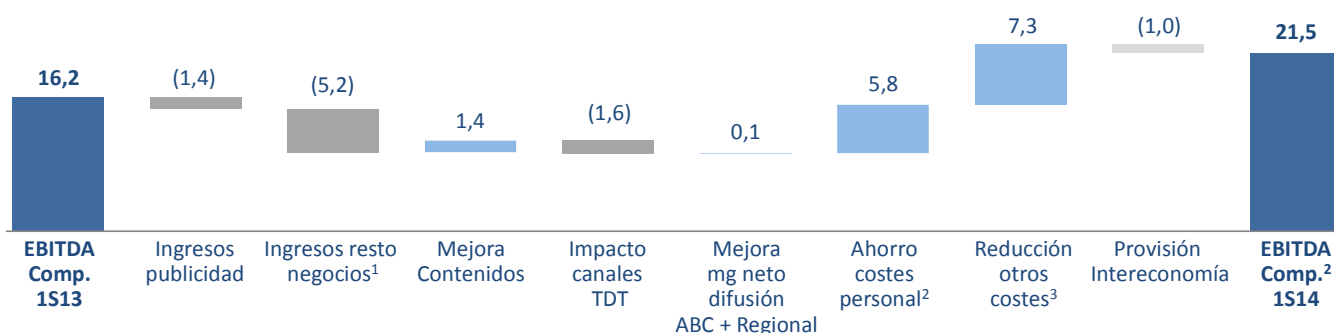
Costes operativos comparables (miles de euros)	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Periódicos	(186.877)	(198.045)	(11.168)	(5,6%)
Audiovisual	(24.318)	(33.416)	(9.098)	(27,2%)
Clasificados	(6.481)	(7.883)	(1.401)	(17,8%)
Otros	(5.424)	(5.914)	(491)	(8,3%)
Estructura y eliminaciones	(3.688)	(5.243)	(1.555)	(29,7%)
Total	(226.788)	(250.501)	(23.712)	(9,5%)

EBITDA comparable

El EBITDA comparable en 1S14 alcanza 21.473 miles de euros un crecimiento de +5.319 miles de euros en comparación con 1S13.

Como se puede observar en el gráfico siguiente, la mayor estabilidad en ingresos publicitarios, pese a la todavía incertidumbre respecto al ciclo (variación absoluta ingresos 1S14 vs. 1S13 de -1.450 miles de euros), las medidas de ajuste en el área de Contenidos acometidas en 2013, que permiten mejorar el EBITDA del área, los ahorros en costes provenientes de los ajustes de personal y el resto de medidas de control de costes acometidas, permiten, entre otros, dicho incremento en EBITDA.

Detalle del movimiento de EBITDA comparable² 1S13-1S14 (€m) (datos en variación vs 1S13 excepto EBITDA comparable)



Nota 1: Radio, Clasificados, promociones de diarios, venta de ejemplares de suplementos y otros negocios. Nota 2: excluye medidas de ajuste de personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m. Nota 3: costes comerciales, promociones y administrativos de Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas excepto Contenidos.

Por área de negocio destacar:

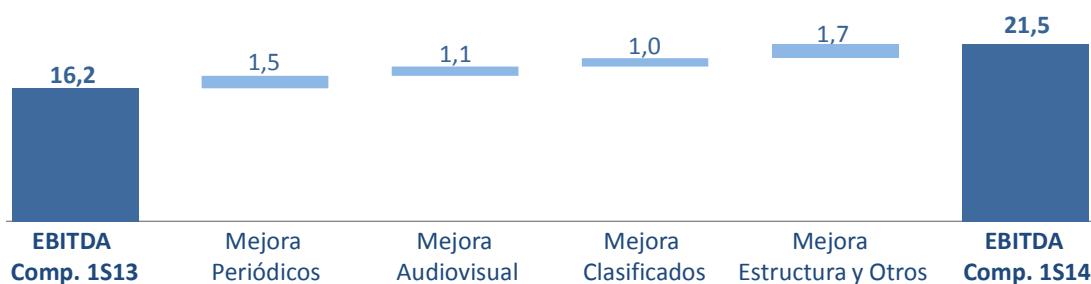
- (i) **Periódicos**⁷: EBITDA comparable 1S14 de 21.449 miles de euros con un crecimiento de +1.520 miles de euros vs. 1S13. A pesar de la menor cifra de publicidad (descenso de -1.509 miles de euros) la activa gestión de costes se manifiesta en: a) menores costes de personal tras las medidas de ajuste de estructuras, b) mejora del margen neto de venta de ejemplares en ABC y c) mejora del margen de promociones.

⁶ Excluye medidas de ajuste de personal 1S14 -4.842 miles de euros y 1S13 -578 mil euros.

⁷ Periódicos: excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros.

- (ii) **Audiovisual**⁸: incremento de EBITDA comparable 1S14 de +1.118 miles de euros, hasta 4.647 miles de euros. Por el lado negativo destaca el impacto del cese de la emisión de dos canales en TDT nacional y la provisión por créditos incobrables relativos a Intereconomía; por la parte positiva, el acuerdo estratégico en Radio con COPE y el resultado de las medidas de reestructuración acometidas en el área de Contenidos durante 2013.
- (iii) **Clasificados**⁹: reducción de la pérdida en EBITDA comparable 1S14 de +1.004 miles de euros hasta -378 miles de euros debido al efecto combinado del crecimiento en ingresos de publicidad en 1S14 del +8,6% y medidas de reducción de costes relacionadas con optimización de equipos comerciales y reducción de personal.

Evolución del EBITDA comparable¹ por área de negocio 1S14 €m
(datos en variación 1S14 vs 1S13 excepto para EBITDA comparable)



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 1S14 fue de 4.369 miles de euros en comparación con 790 miles de euros en 1S13, una mejora de 3.579 miles de euros. El resultado de explotación comparable en 1S14 mejora hasta alcanzar 9.210 miles de euros en comparación con 1.368 miles de euros en 1S13. Además del impacto positivo de los menores costes, se ve positivamente impactado por el descenso de las amortizaciones en el periodo por un total de 2.601 miles de euros.

La reducción en las amortizaciones en 1S14 se explica principalmente por una menor amortización en el área de Contenidos por importe de 1.085 miles de euros tras la transmisión de parte del negocio de Distribución de cine.

Diferencial financiero

El diferencial financiero 1S14 alcanza los -5.127 miles de euros, en línea con 1S13 (-5.359 miles de euros).

En el mes de febrero de 2014, VOCENTO firmó un préstamo sindicado a 5 años por un importe total de 175 millones de euros (ver hecho relevante de 24 de febrero de 2014) que ha contribuido a reforzar la estructura financiera de Vocento, sustituyendo líneas bilaterales, a efecto de extender sus vencimientos y unificar la gestión de las mismas. Los gastos y comisiones de apertura vinculados al préstamo sindicado se periodifican a lo largo de la vida del mismo.

Impuesto sobre sociedades

La evolución del resultado operativo y las regularizaciones de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores explican la caída en impuestos hasta -1.007 miles de euros en 1S14.

Accionistas minoritarios

La menor cifra de accionistas minoritarios 1S14 por importe de 496 miles de euros es debido principalmente al menor resultado en TDT nacional por prescindir de dos canales.

⁸ Audiovisual: excluye medidas de ajuste 1S14 -419 miles de euros y 1S13 -170 miles de euros.

⁹ Clasificados: excluye medidas de ajuste 1S14 -78 miles de euros y 1S13 55 miles de euros.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 1S14 asciende a -4.114 miles de euros, reduciendo las pérdidas a la mitad en comparación con 1S13 (-8.165 miles de euros). Excluyendo los extraordinarios, principalmente indemnizaciones, el resultado neto comparable de VOCENTO sería de -52 miles de euros o prácticamente en "break even".

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1S14	2013	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	560.489	568.022	(7.532)	(1,3%)
Activo Intangible	157.049	159.662	(2.613)	(1,6%)
Propiedad, planta y equipo	175.491	182.365	(6.875)	(3,8%)
Part.valoradas por el método de participaci	10.580	10.676	(96)	(0,9%)
Otros activos no corrientes	217.370	215.318	2.051	1,0%
Activos Corrientes	148.006	172.774	(24.769)	(14,3%)
Efectivo y otros medios equivalentes	18.706	34.721	(16.015)	(46,1%)
Otros activos corrientes	129.300	138.053	(8.754)	(6,3%)
Activos mantenidos para la venta	193	193	0	0,0%
TOTAL ACTIVO	708.689	740.990	(32.301)	(4,4%)
Patrimonio neto	343.733	349.902	(6.168)	(1,8%)
Deuda financiera	175.781	184.414	(8.633)	(4,7%)
Otros pasivos no corrientes	68.509	68.274	235	0,3%
Otros pasivos corrientes	120.665	138.401	(17.735)	(12,8%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	708.689	740.990	(32.301)	(4,4%)

Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de -8.754 miles de euros se explica tanto por el menor saldo de clientes, por la menor actividad, como por el impacto en clientes y proveedores del cese de emisión de los dos canales de TDT y la venta de parte del negocio de distribución de contenidos de cine.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -159.239 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes y otros activos financieros corrientes por 18.706 miles de euros.

Con posterioridad al cierre del 30 de junio, se ha recibido la entrada de caja por la desinversión de la participación indirecta del 0,37% en Ono, con un impacto positivo de 9.214 miles de euros en caja.

Desglose de la Deuda Financiera Neta a 1S14

Miles de Euros	NIIF			
	1S14	2013	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	24.081	120.589	(96.508)	(80,0%)
Endeudamiento financiero a largo plazo	151.699	63.824	87.875	137,7%
Endeudamiento financiero bruto	175.781	184.414	(8.633)	(4,7%)
Efectivo y otros medios equivalentes	18.706	34.721	(16.015)	(46,1%)
Otros activos financieros no corrientes	133	415	(282)	(68,1%)
Gastos de formalización del sindicato	2.297	0	2.297	n.a.
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(159.239)	(149.277)	(9.962)	(6,7%)

Las partidas de endeudamiento a corto y largo plazo en balance, y de acuerdo a normativa contable, se encuentran neteadas por los gastos anticipados a corto y largo plazo de la financiación del préstamo sindicado por un importe de 2.297 miles de euros. Dicho importe no tiene coste financiero. Estos gastos se vuelven a sumar a efectos del cálculo de la deuda neta.

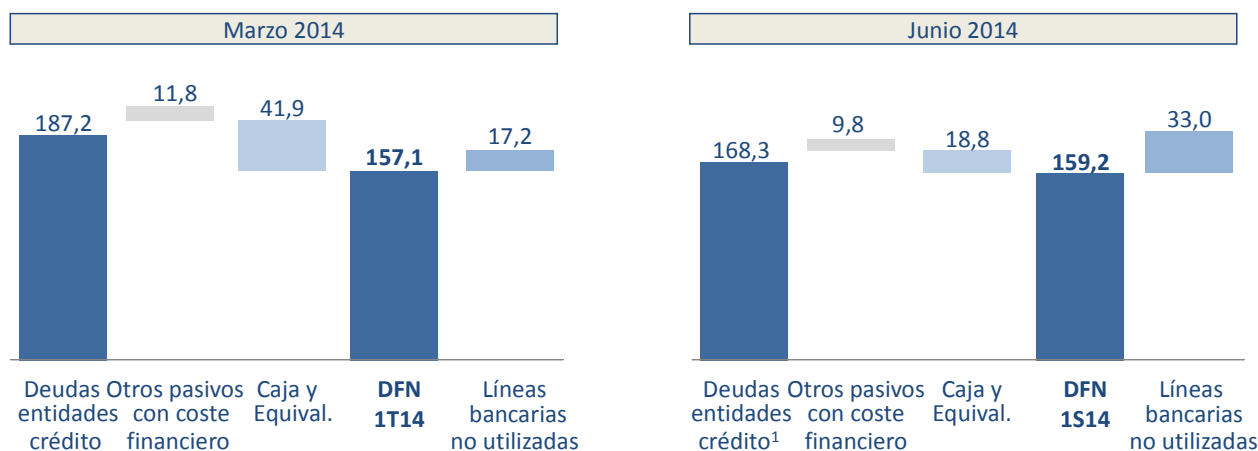
El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 20.411 miles de euros, cuyo descenso es consecuencia de la nueva financiación del préstamo sindicado, y otros pasivos con coste financiero corrientes por 4.165 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 147.875 miles de euros que se incrementa por efecto del citado préstamo sindicado y que incluye 2.443 miles de euros del ajuste contable por la valoración a precios de mercado ("mark to market") de los derivados del préstamo sindicado (se formalizan con varias entidades bancarias), y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 5.627 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

Tras la firma del préstamo sindicado y con el objetivo de realizar una cobertura del tipo de interés, en marzo de 2014, VOCENTO realizó una permuta de intereses de cobertura del préstamo sindicado por un importe de 87.637 miles de euros.

Por otro lado y con el objetivo de optimizar las posiciones de efectivo y reducir el pago de intereses financieros, mediante la mejora en el "cash pooling" de VOC, se ha disminuido "caja y otros medios equivalentes" por importe de 17,5 millones de euros, reduciendo la cantidad dispuesta de la línea de crédito "revolving" (tramo B) en el mismo importe. Como consecuencia se reduce la deuda con entidades de crédito y también los intereses financieros asociados a esta línea mientras que aumentan las líneas bancarias no utilizadas. Ver detalle en el gráfico siguiente

Composición de la deuda financiera neta a jun14 vs. mar14



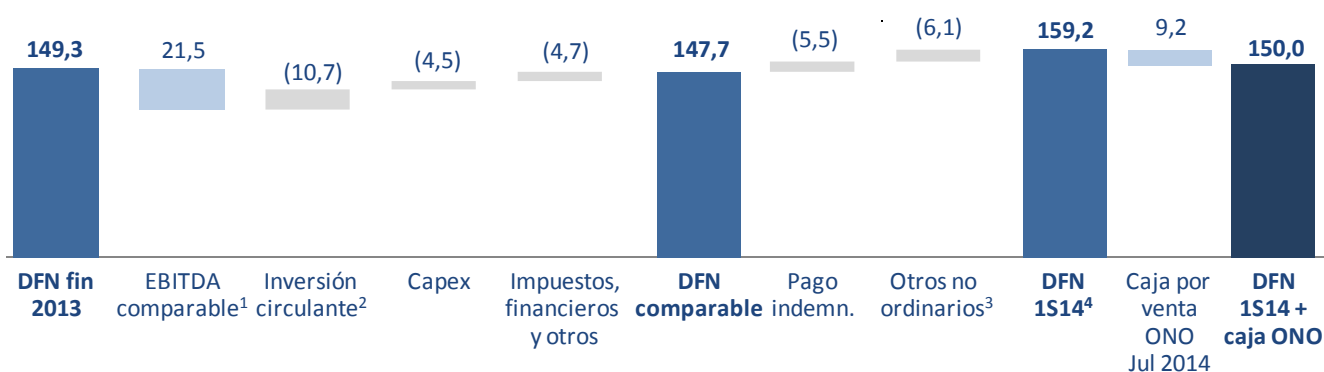
Para una mejor comprensión del movimiento de deuda, se analizan por separado los movimientos ordinarios y no ordinarios. Dentro de los movimientos ordinarios en 1S14, las variaciones más significativas se deben a:

- (i) Variación en capital circulante de -10.674 miles de euros principalmente debido a la recuperación de saldos de clientes, el impacto en el saldo de deudores y proveedores por el cese de dos canales de TDT, a la menor actividad de Contenidos y a pagos realizados a proveedores de papel. La gestión del capital circulante (incluye variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA)) sigue siendo una de las prioridades clave en la operativa diaria de la compañía.
- (ii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de 4.464 miles de euros, vinculadas principalmente con la actividad digital.

Dentro de los movimientos no recurrentes:

- (iii) Coste de indemnizaciones por las medidas de ajuste de personal: se producen salidas de caja en 1S14 por importe total de 5.492 miles de euros principalmente en Regionales y Corporativo.
- (iv) Otros no ordinarios: incluye gastos y ajustes asociados a la constitución del préstamo sindicado, al ajuste contable (no implica salida de caja) del valor de su derivado ("mark to market"), así como, al préstamo realizado a la Fundación ABC por importe de 1.926 miles de euros.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 1S14-2013 (€m)



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a la Fundación ABC.

Otros pasivos corrientes

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

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	1S14	1S13	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	(4.114)	(8.165)	4.051	49,6%
Ajustes resultado del ejercicio	22.496	25.438	(2.942)	(11,6%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	18.382	17.273	1.109	6,4%
Variación capital circulante	(12.600)	(9.835)	(2.765)	(28,1%)
Otras partidas a pagar sin coste financiero	3.842	(9.827)	13.669	139,1%
Otras partidas a pagar con coste financiero	(3.028)	(4.064)	1.036	25,5%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(513)	(820)	307	37,4%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(2.012)	(476)	(1.536)	(322,7%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	4.072	(7.749)	11.821	152,5%
Adiciones al inm. material e inmaterial	(4.464)	(4.958)	494	10,0%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	453	110	343	311,8%
Dividendos e intereses cobrados	340	342	(2)	(0,6%)
Otros cobros y pagos (inversión)	0	0	0	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	(3.671)	(4.506)	835	18,5%
Dividendos e intereses pagados	(10.396)	(8.544)	(1.852)	(21,7%)
Disposición/ (devolución) de deuda bancaria	(3.967)	17.770	(21.737)	(122,3%)
Otros cobros y pagos (financiación)	5	191	(186)	(97,4%)
Operaciones societarias sin coste	(1.033)	(105)	(928)	(883,8%)
Operaciones societarias con coste	(1.025)	(4.622)	3.597	77,8%
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(16.416)	4.690	(21.106)	(450,0%)
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(16.016)	(7.565)	(8.451)	(111,7%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	34.721	40.295	(5.574)	(13,8%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	18.706	32.731	(14.026)	(42,9%)

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 4.072 miles de euros que incluye entre otros: a) pagos relacionados con las medidas de ajuste de estructuras de personal por -5.492 miles de euros y b) variación en el capital circulante por -12.600 miles de euros que, excluyendo no ordinarios (préstamo a la Fundación ABC), asciende a -10.674 miles de euros principalmente por la ya citada disminución de saldos con proveedores, tanto vinculados a televisión como a papel.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -3.671 miles de euros debido principalmente a la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -16.416 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO por -10.396 miles de euros, así como devolución de deuda en el periodo.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

El control de las inversiones como herramienta de protección de caja es uno de los objetivos de gestión financiera de VOCENTO. Actualmente, dicha inversión está vinculada principalmente con el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos digitales.

Detalle de CAPEX por área de negocio

	NIIF (miles de euros)								
	1S14			1S13			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	1.498	517	2.016	626	941	1.567	872	(424)	449
Audiovisual	51	37	87	614	135	748	(563)	(98)	(661)
Clasificados	135	10	145	192	14	206	(57)	(4)	(61)
Otros	6	289	295	3	278	281	3	12	15
Estructura	271	20	291	934	12	945	(662)	8	(654)
TOTAL	1.961	873	2.834	2.369	1.379	3.748	(407)	(506)	(914)

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado (4.464 miles de euros) y CAPEX contable (2.834 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2013.

Información por área de actividad

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

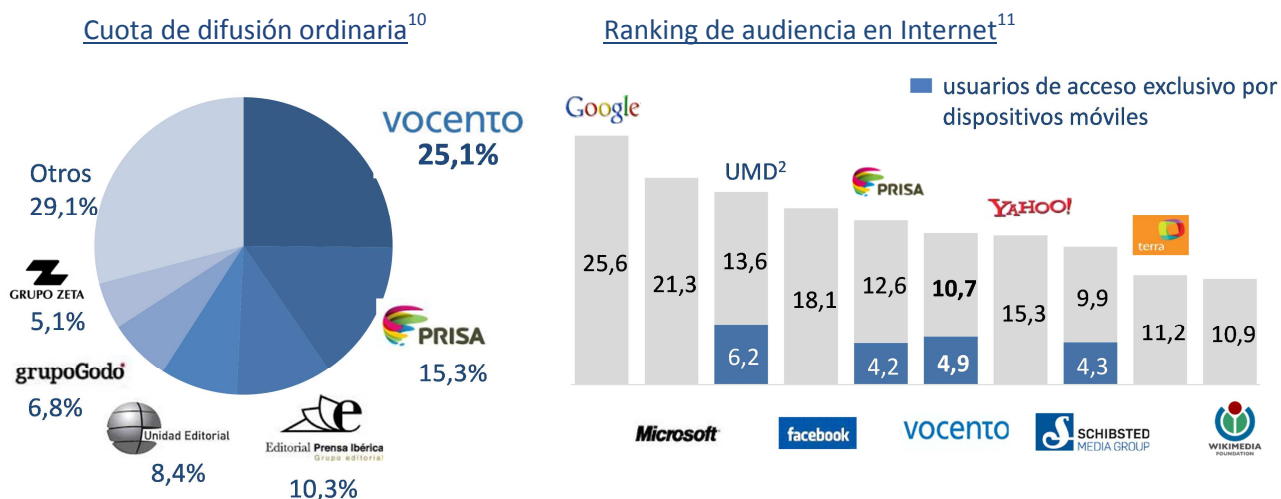
Miles de Euros	NIIF			
	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Periódicos	208.326	217.974	(9.648)	(4,4%)
Audiovisual	28.964	36.945	(7.980)	(21,6%)
Clasificados	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
Otros	6.875	7.674	(799)	(10,4%)
Estructura y eliminaciones	(2.007)	(2.439)	432	17,7%
Total Ingresos de Explotación	248.261	266.655	(18.393)	(6,9%)
EBITDA				
Periódicos	18.411	18.971	(560)	(2,9%)
Audiovisual	4.228	3.359	869	25,9%
Clasificados	(456)	(1.326)	870	65,6%
Otros	1.451	1.740	(289)	(16,6%)
Estructura y eliminaciones	(7.003)	(7.167)	165	2,3%
Total EBITDA	16.632	15.576	1.056	6,8%
EBITDA comparable¹				
Periódicos	21.449	19.929	1.520	7,6%
Audiovisual	4.647	3.529	1.118	31,7%
Clasificados	(378)	(1.382)	1.004	72,6%
Otros	1.451	1.759	(309)	(17,5%)
Estructura y eliminaciones	(5.695)	(7.682)	1.986	25,9%
Total EBITDA comparable	21.473	16.154	5.319	32,9%
EBIT				
Periódicos	10.371	10.027	344	3,4%
Audiovisual	1.407	(794)	2.201	277,2%
Clasificados	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
Otros	943	1.159	(217)	(18,7%)
Estructura y eliminaciones	(7.371)	(7.568)	196	2,6%
Total EBIT	4.369	790	3.579	453,0%
EBIT comparable^{1,2}				
Periódicos	13.419	10.977	2.442	22,2%
Audiovisual	1.791	(670)	2.461	367,5%
Clasificados	(903)	(2.090)	1.187	56,8%
Otros	943	1.132	(189)	(16,7%)
Estructura y eliminaciones	(6.064)	(8.082)	2.019	25,0%
Total EBIT comparable	9.187	1.267	7.920	625,3%

¹ Excluye costes medidas de ajuste de personal 1S14 -4.842 miles de euros y -578 1S13 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S14 24 miles de euros 1S13 101 miles de euros.

Periódicos (incluye actividad offline y online)

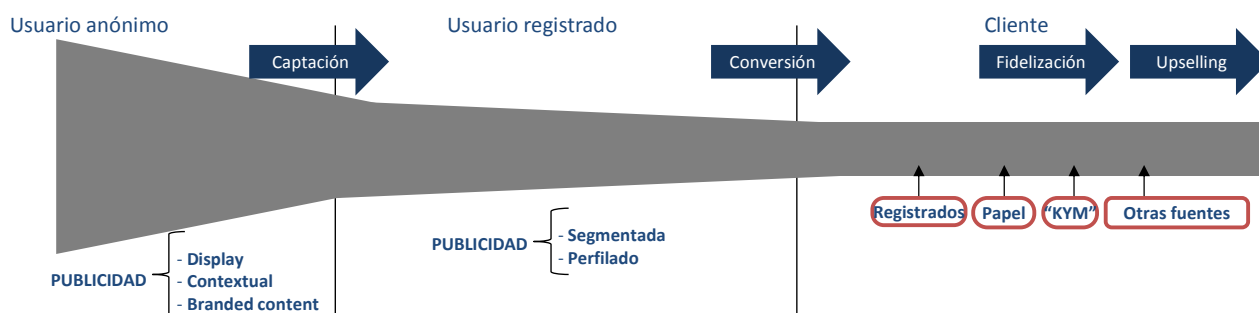
VOCENTO consolida su liderazgo indiscutible en prensa de información general por difusión con una cuota del 25,1%¹⁰ (35,7% incluyendo la difusión de los asociados por la Tarifa Única 3.0), casi 10 puntos porcentuales por delante del siguiente grupo de comunicación, por audiencia (según 2ª ola acumulada 2014 EGM, cerca de 2,6 millones de lectores), y por audiencia en Internet (más de 15 millones de usuarios únicos mensuales según comScore, mayo 2014).



La transformación en los hábitos de consumo de noticias y la continua evolución de nuevos soportes tecnológicos favorecen el creciente consumo de contenidos a través de dispositivos de movilidad. Este cambio supone una doble oportunidad para VOCENTO como ocasión para acceder a nuevas audiencias 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). En esta línea, la compañía ha desarrollado la plataforma MDM (Master Data Management) que permite una visión unificada del usuario independientemente de la plataforma de acceso (usuario registrado vía papel, digital u operaciones de e-commerce) 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.

Explotación del comportamiento del usuario y la transformación digital

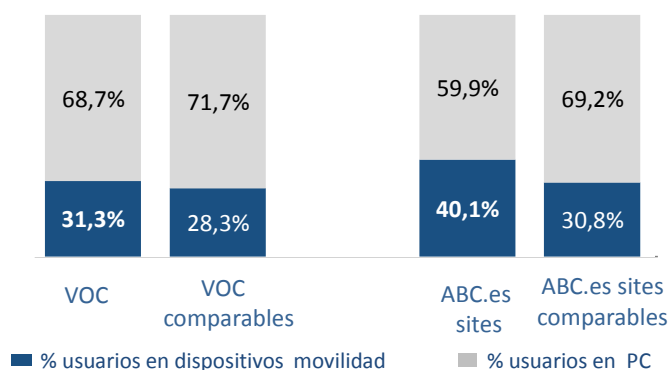


¹⁰ Fuente OJD. Datos no auditados. Difusión ordinaria incluye venta en quiosco y suscripciones individuales.

¹¹ Fuente comScore mayo 2014.

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 comparables¹²



A este movimiento de las audiencias, dan respuesta también los anunciantes. Según i2p, en el primer semestre de 2014 la inversión publicitaria en Internet representaba el 11% del total, cerca de 208,4 millones de euros.

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 el primer semestre de 2014, alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 24,9%¹³, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,2%.

Cuota de difusión prensa regional 1S14

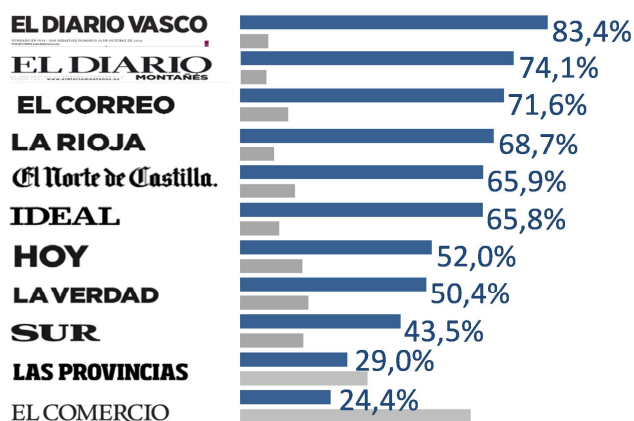


¹² Fuente comScore MMX Multiplataforma may14. Como comparables de Vocento se incluye a Prisa y a UMD (Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica). Como comparables de ABC.es Sites se utilizan El País Sites y El Mundo.es Sites.

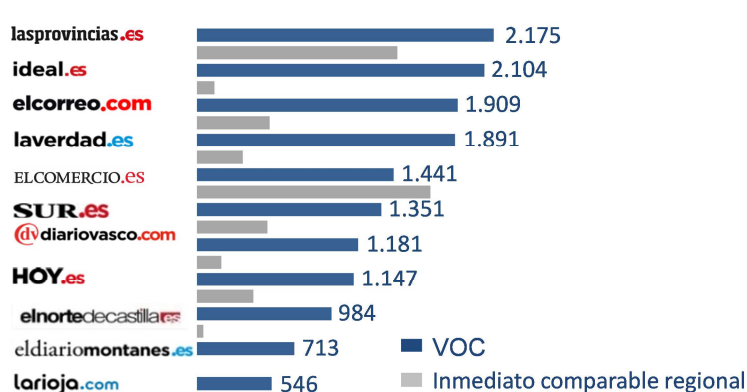
¹³ Fuente OJD enero-junio 2014. Datos no auditados.

En cuanto a la audiencia en prensa, las cabeceras regionales se mantienen como líderes tanto en el soporte offline (más de 2¹⁴ millones de lectores, 0,7m lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), como en online, donde alcanzan una audiencia de 15¹⁵ millones de usuarios únicos mensuales. Asimismo, 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 cabecera¹⁶ (%)



Audiencia portales locales (millones u.u.m.)¹⁷



Durante el primer semestre de 2014, el principal objetivo sigue siendo reforzar el liderazgo de los 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, y para su captación se trabaja en tres líneas principalmente:

- Refuerzo de las iniciativas de e-commerce, Oferplan, Ticketing o Guapabox: en los tres casos la evolución es positiva, tanto por hitos ya alcanzados como la entrada en rentabilidad de Guapabox como por las expectativas de negocio y de captación nuevos clientes
- Estrategias publicitarias para mejorar el ingreso proveniente de los inventarios publicitarios digitales (que a su vez facilite el control sobre la tarifa publicitaria online)
- Transformación digital para el mejor posicionamiento y percepción de nuestras cabeceras: durante este primer semestre, se ha realizado un importante rediseño de las ediciones digitales que permite, entre otros, nuevas posiciones comerciales, mientras que se sigue profundizando tanto en el desarrollo de secciones y contenidos hiper-locales, como en el análisis del potencial pago 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 multisoprote: ABC prensa + ABC en Kiosco 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

¹⁴ Fuente EGM 2ª ola acumulada 2014.

¹⁵ Fuente: comScore MMX Multiplataforma mayo 2014. Total de audiencia como agregado de audiencias de los once Portales Locales.

¹⁶ Fuente OJD enero-junio 2014. Datos no auditados. Cuota del competidor en gris.

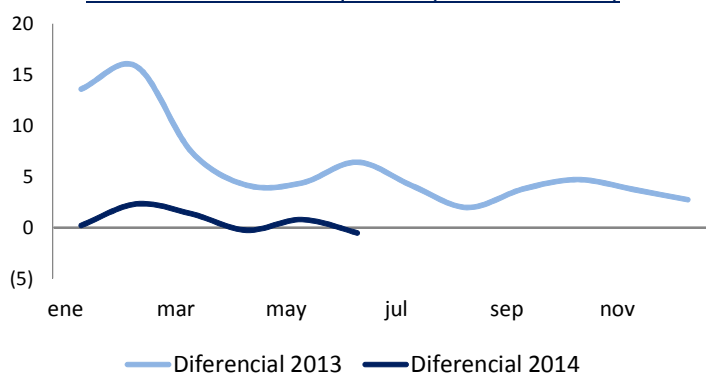
¹⁷ Fuente: comScore MMX Multiplataforma mayo 2014. Cuota del competidor en gris.

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.

- (i) Difusión ordinaria en España, que incluye venta en quiosco y suscripciones individuales, ABC continúa reduciendo su distancia frente al segundo operador de prensa generalista en España, El Mundo, hasta los 10 miles de ejemplares en comparación con 34 miles en mismo periodo enero-junio 2013 (ver gráfico en página 6).
- (ii) Difusión en quiosco en la Comunidad de Madrid, la principal plaza en prensa nacional, donde el ABC ya es número dos.

ABC vs. El Mundo en difusión en quiosco en la Comunidad de Madrid.

Evolución ventas en quiosco (datos en miles)



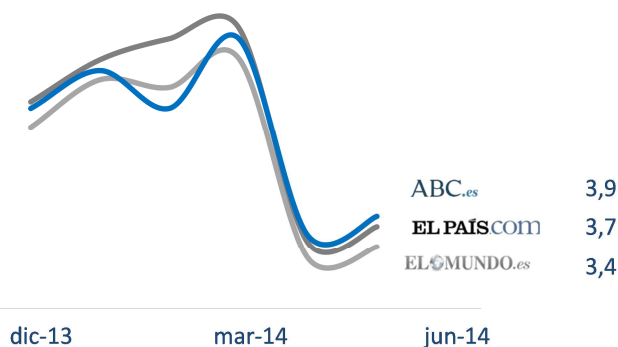
Nota 1: fuente datos internos.

- (iii) Difusión ordinaria en domingos. día de la semana con mayor venta, ABC ya supera a El Mundo con un diferencial positivo de 9.979 ejemplares (183.902 ejemplares de ABC vs. 173.923 miles de ejemplares El Mundo), cuando en 1S13 el diferencial era negativo de 24.767 ejemplares.

Destacar que ABC sigue centrando parte de sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, reduciendo de forma controlada la difusión no ordinaria. Tras la disminución realizada en los últimos años, según datos a 1S14, la proporción de difusión no ordinaria sobre total difusión en el caso del ABC es del 89,5%, mientras que la media de los comparables se sitúa en 79,5%, concretamente El Mundo 84,8% y La Razón 74,2%.

Igualmente, en términos digitales, abc.es sigue ganando cuota digital y fortaleciendo su posición, y alcanza cerca de 10 millones de usuarios únicos mensuales. Destacar que, de estos, cerca de 4 millones provienen exclusivamente de móviles, lo que pone en valor el perfil de la audiencia de ABC.

Evolución usuarios únicos dispositivos móviles (m. u.u.m¹⁸)



¹⁸ Fuente: comScore MMX Multiplataforma.

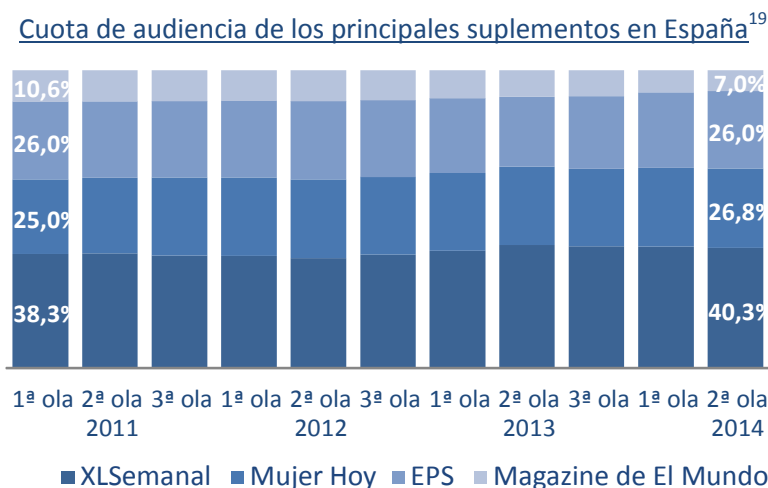
En el primer semestre de 2014, en base al objetivo de incrementar su rentabilidad, se han desarrollado diferentes acciones: i) compensar los ingresos de circulación mediante el incremento de precios de cabecera (realizado en el mes de enero de 2014, tanto en lunes-viernes (de €1,3 a €1,4), como en domingos (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, seguido de Mujer Hoy, revista femenina líder también en su categoría. 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. Asimismo, los suplementos se distribuyen con todos los periódicos de Vocento durante el fin de semana así como con otros diarios regionales de reconocido prestigio.

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada de 4,1 millones de lectores, con un claro liderazgo de XL Semanal (2,3 millones de lectores; cerca de 1 millón de lectores sobre su inmediato competidor; fuente: 2ª ola acumulada 2014 EGM) y Mujer Hoy (con 1,5 millones de lectores).

Es destacable la continua mejora de posicionamiento de VOC en los últimos años pasando de una cuota combinada (XL Semanal+ Mujer HOY) de audiencia dentro del top4, tal y como se observa en el gráfico siguiente:



Por el lado digital, Mujerhoy.com con 1,2²⁰ millones de usuarios únicos alcanza #4 en su categoría.

En términos publicitarios y según datos internos, ambos suplementos siguen ganando cuota de mercado. En el caso de los dominicales y con un entorno publicitario debilitado, XL Semanal obtiene un +3,2 p.p.; en el caso de los femeninos, dentro de un mercado publicitario para el segmento estabilizado, la mejora de cuota alcanza los +26,0 p.p. con datos de los cinco primeros meses de 2014.

¹⁹ Fuente: EGM olas acumuladas. Cuota calculada sobre audiencias con duplicidades. En total VOC suma de dos suplementos

²⁰ Fuente: MMX Multiplataforma mayo 2014.

Mujer Hoy se mantiene como segundo suplemento más leído, y sigue siendo el femenino líder en su categoría en un mercado cada vez más competitivo. Con motivo de sus 15 años de vida, el suplemento ha llevado a cabo un importante rediseño así como un incremento de su apuesta editorial con más páginas y mayor número de contenidos editoriales.

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. A principios de año, pasó a distribuirse con La Voz de Galicia mejorando así su cobertura y reconocimiento nacional.

En el ámbito de la información económica, Inversión y Finanzas es la revista semanal líder de venta en quiosco (51 mil lectores según 2ª ola acumulada EGM 2014), y cubre con rigor y seriedad el análisis bursátil y económico de la actualidad. Durante el primer semestre de 2014, se están desarrollando nuevas iniciativas e-commerce, como Guapabox, incrementando la actividad en diversos foros con el objetivo de incrementar las nuevas fuentes de ingresos así como mantener el criterio de racionalidad en costes sin reducir la calidad del contenido editorial.

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.

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

Periódicos (incluye actividad offline y online)

Miles de Euros	NIIF			
	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Regionales	147.138	152.210	(5.072)	(3,3%)
ABC	57.073	61.655	(4.581)	(7,4%)
Suplementos y Revistas	15.419	16.274	(855)	(5,3%)
Eliminaciones	(11.304)	(12.165)	861	7,1%
Total Ingresos de Explotación	208.326	217.974	(9.648)	(4,4%)
EBITDA				
Regionales	16.622	18.705	(2.082)	(11,1%)
ABC	1.032	(301)	1.333	443,2%
Suplementos y Revistas	757	567	190	33,5%
Total EBITDA	18.411	18.971	(560)	(2,9%)
EBITDA comparable¹				
Regionales	19.493	19.445	47	0,2%
ABC	1.082	(298)	1.380	463,4%
Suplementos y Revistas	874	781	93	11,9%
Total EBITDA comparable	21.449	19.929	1.520	7,6%
EBIT				
Regionales	11.853	13.584	(1.731)	(12,7%)
ABC	(2.044)	(3.943)	1.899	48,2%
Suplementos y Revistas	562	386	176	45,5%
Total EBIT	10.371	10.027	344	3,4%
EBIT comparable^{1 2}				
Regionales	14.734	14.317	417	2,9%
ABC	(1.994)	(3.940)	1.946	49,4%
Suplementos y Revistas	679	600	79	13,2%
Total EBIT comparable	13.419	10.977	2.442	22,2%

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

¹ Excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S14 -10 miles de euros y 1S13 8 miles de euros.

Ingresos de Explotación: asciende a 208.326 miles de euros en el primer semestre de 2014, un descenso del -4,4% como consecuencia principalmente de las menores ventas de ejemplares de Regionales y del menor esfuerzo en promociones realizado en ABC.

Ventas de ejemplares: asciende a 103.725 miles de euros (-4,2%).

Los ingresos por venta de ejemplares de la Prensa Regional descienden en 1S14 un -5,4% debido a una caída de la difusión en el periodo del -7,1%. El incremento generalizado de los precios de cabecera en sábados y domingos en gran parte de los periódicos regionales permite suavizar la tendencia.

En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un -0,7%, como consecuencia del incremento de precios en el mes de enero, de lunes a viernes de €1,3 a €1,4 y en domingo de €2,5 a €2,8. ABC alcanza un

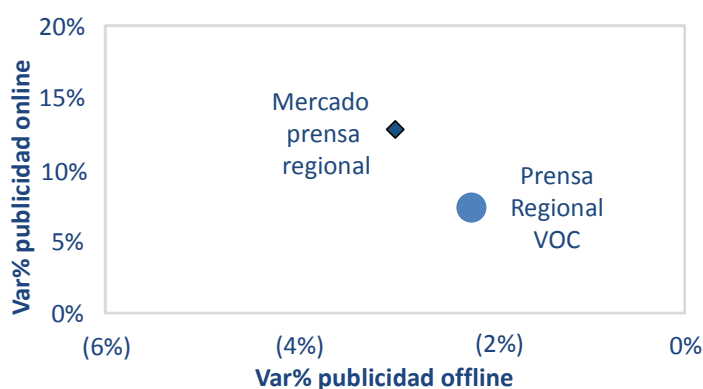
promedio de difusión en 1ST4 de 133.038 ejemplares diarios, una caída del -7,7% vs. -10,6% del mercado de prensa nacional (ver análisis de difusión en páginas 18-19).

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

Ventas de Publicidad: ascienden a 71.375 miles de euros, -2,1% en comparación con 1S13. Los periódicos regionales y ABC con una caída del -1,7% y vuelven a registrar un mejor comportamiento publicitario que el mercado en prensa e Internet. Las marcas en offline caen un -3,5% y crecen en online +8,6% en comparación con un -5,5% y un +3,8% del mercado, respectivamente, según i2p (ver gráfico en página 6).

Los **Regionales** alcanzan ventas de publicidad de 45.956 miles de euros, -1,1% vs. 1S13, observándose un mejor comportamiento de la publicidad regional en local que en la nacional.

Ingresos publicidad bruta de VOC Regionales y comparables ene-may14¹ (%)



Nota 1: datos internos. Publicidad bruta de prensa.

En **ABC**, los ingresos por publicidad descienden un -3,9% en 1S14, compensándose en parte el deterioro de las ventas de publicidad offline del -7,4% con el crecimiento publicitario en ABC.es del +13,8%.

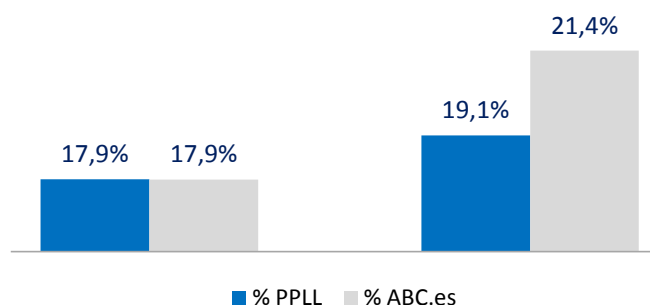
Ingresos publicidad bruta de ABC y comparables ene-may14¹ (%)



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

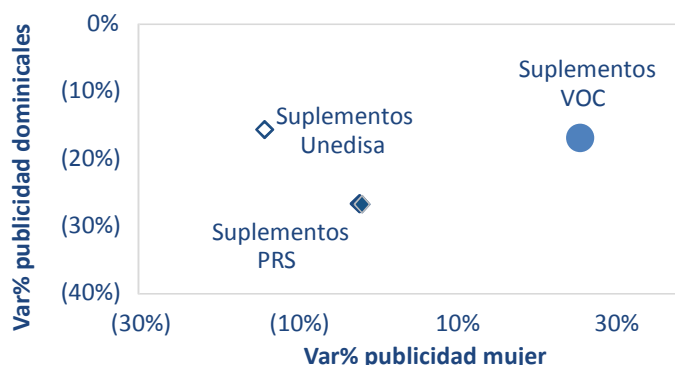
La paulatina incorporación del modelo complementario digital se sigue reflejando en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (19,1% +1,2 p.p.), como en ABC (21,4%, +3,5 p.p.).

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



Por su parte, los ingresos de publicidad de Suplementos y Revistas descienden un -3,8% en comparación con el mercado -9,2%. Destaca especialmente la evolución del suplemento femenino de los sábados, Mujer hoy, que refleja tanto un incremento de inversión del anunciante, especialmente de los sectores de alta gama (belleza y moda), como la mejora de cuota resultado a su vez del rediseño y mejora del producto.

Ingresos publicidad bruta de Suplementos dominicales y femeninos ene-may 2014¹ (%)



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

Otros Ingresos: ascienden a 33.227 miles de euros, -9,8%, reflejo principalmente del menor esfuerzo en promociones en ABC.

EBITDA comparable²¹: asciende a 21.449 miles de euros, una mejora de +1.520 miles de euros.

Evolución del EBITDA comparable y publicidad Periódicos 1S14 (€m)

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable			Publicidad
	1S14	1S13	Var Abs	Var Abs ¹
Regionales	19.493	19.445	47	(493)
ABC	1.082	(298)	1.380	(768)
Suplementos y Revistas	874	781	93	(262)
Total	21.449	19.929	1.520	(1.509)

Nota 1: la cifra total de publicidad incluye eliminaciones del área.

El 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) mejoró en +100 miles de euros vs. 1S13.

²¹ Excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros

El impacto combinado de la reducción de costes variables vinculados a la operativa y las medidas de eficiencia se refleja en una disminución de los costes comparables del -5,6%²², tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Evolución de los costes comparables Periódicos 1S14 (€m)

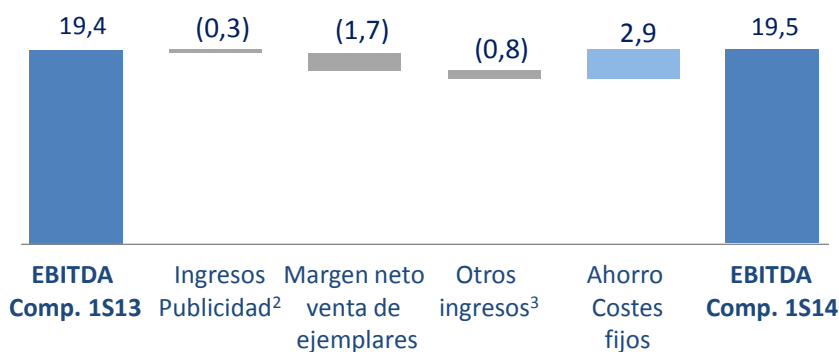
Costes operativos comp. (miles de euros)	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Regionales	(127.645)	(132.765)	(5.120)	(3,9%)
ABC	(55.992)	(61.952)	(5.961)	(9,6%)
Suplementos y Revistas	(14.544)	(15.493)	(948)	(6,1%)
Eliminaciones	11.304	12.165	861	7,1%
Total	(186.877)	(198.045)	(11.168)	(5,6%)

- (i) **Regionales:** EBITDA comparable de 19.493 miles de euros, manteniéndose en niveles de 1S13 (variación +47 miles de euros), con una reducción de costes de -5.120 miles de euros. El margen EBITDA comparable 1S14/13 incrementa en +0,5 p.p. hasta 13,2%.

Los principales ahorros se explican por la mejora del margen de promociones, debido a la reducción de las mismas, su optimización y el ahorro en costes fijos, principalmente vinculados a costes de personal. El margen neto por venta de ejemplares se deteriora en el trimestre por la menor difusión, aunque sigue dando un retorno positivo importante. La caída de otros ingresos está vinculada principalmente a menores ingresos en la distribución e impresión de terceros.

Regionales: evolución del EBITDA comparable¹

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



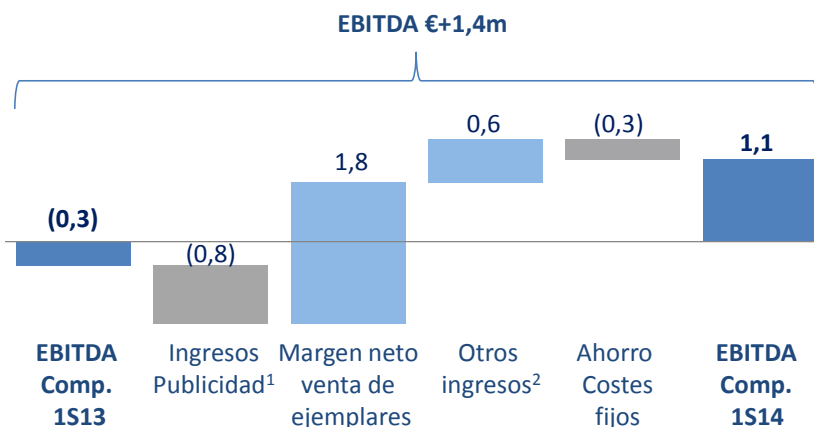
Nota 1: excluye reestructuración 1S13 €-0,7m y medidas de ajuste de personal 1S14 €-2,9m. Nota 2: actividad editora, digital. Nota 3: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones

- (ii) **ABC:** mejora en EBITDA comparable en 1S14 de +1.380 miles de euros, hasta 1.082 miles de euros, por una la mejora del margen neto por venta de ejemplares en +1.847 miles de euros y por la mejora del margen de promociones, como se puede observar en la siguiente página:

²² Excluye medidas de ajuste 1S14 -3.038 miles de euros y 1S13 -958 miles de euros.

Perímetro marca ABC: evolución del EBITDA comparable

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



Nota 1: actividad editora, digital. Nota 2: incluye entre otros, el margen de promociones

- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de 874 miles de euros vs. 781 miles de euros en 1S13, siendo más que compensado el impacto de la caída de ingresos con reducción de costes. El margen EBITDA comparable del área se incrementa en 0,9 p.p. hasta el 5,7%.

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.

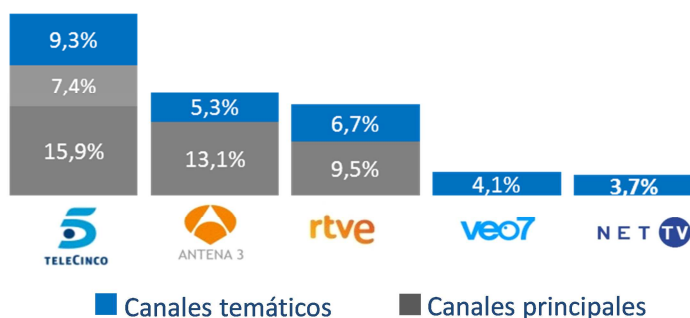
Televisión

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 de televisión en abierto. Tras la decisión del Gobierno de cerrar nueve canales de TDT (Televisión Digital Terrestre), se ha procedido al fin de la emisión de los canales Intereconomía y MTV, manteniéndose la actividad en Disney Channel y Paramount Channel. De esta forma, VOCENTO está presente en la televisión de nicho con socios internacionales y líderes mundiales en entretenimiento que garantizan el negocio de NET TV en el medio y largo plazo.

El conjunto de los canales operativos, cerraron el mes de junio 2014 con una audiencia del 3,7%²³. Este posicionamiento en televisión permite a VOCENTO tener menor exposición al ciclo, a la vez que contribuye al objetivo de rentabilidad global del Grupo.

²³ Fuente: Kantar Media junio 2014. No incluye canales TDT de pago

Cuota de audiencia por familia de canales junio 2014 (%)



Fuente: Kantar media

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. Los impactos positivos del acuerdo se empezaron a materializar en el segundo trimestre de 2013, por lo que el ejercicio 2014 es el primero cuya cuenta de resultados es consecuencia íntegramente de este acuerdo.

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. La valoración por ambas partes sigue siendo muy positiva y la consolidación del proyecto en 2014 es clara.

El acuerdo supone la asociación de las emisoras propiedad de Vocento, integradas en la cadena ABC Punto Radio, con las emisoras que componen 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 la mañana y del 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: 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 b) 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” y “Conexión Samanta” (Cuatro “Contigo Aprendí” (a emitir en varias Autonómicas), “A Tu Vera” (Castilla la Mancha TV) y “Guinness World Records” (Canale5, Italia). En cuanto a programas emitidos en los últimos meses, también destaca la gala de fin de año de TVE con los Morancos “La Puerta del Tiempo” y la mini-serie “Rescatando a Sara” en Atresmedia.

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. Adicionalmente, se han firmado acuerdos con varios grupos internacionales para comercializar nuevos formatos en el mercado español e italiano.

- En el área de distribución de películas, Veralia Cine, tras el acuerdo alcanzado en 2013 con los socios minoritarios de Veralia a través del cual Vocento se libera de las obligaciones contraídas respecto de adquisiciones de nuevas películas manteniendo en cambio la explotación del catálogo histórico, ha dotado al área una muy inferior volatilidad en sus resultados así como una mayor rentabilidad y ausencia de CAPEX.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	18.437	24.896	(6.459)	(25,9%)
Radio	2.011	1.666	344	20,7%
Contenidos	8.734	10.609	(1.875)	(17,7%)
Eliminaciones	(218)	(227)	9	3,9%
Total Ingresos de Explotación	28.964	36.945	(7.980)	(21,6%)
EBITDA				
TDT	1.371	3.993	(2.622)	(65,7%)
Radio	1.042	(1.336)	2.379	178,0%
Contenidos	1.815	702	1.112	158,4%
Total EBITDA	4.228	3.359	869	25,9%
EBITDA comparable¹				
TDT	1.372	4.012	(2.640)	(65,8%)
Radio	1.155	(1.216)	2.371	195,0%
Contenidos	2.120	734	1.386	189,0%
Total EBITDA comparable	4.647	3.529	1.118	31,7%
EBIT				
TDT	1.222	3.809	(2.587)	(67,9%)
Radio	1.068	(1.498)	2.566	171,3%
Contenidos	(884)	(3.105)	2.222	71,5%
Total EBIT	1.407	(794)	2.201	277,2%
EBIT comparable^{1 2}				
TDT	1.223	3.828	(2.605)	(68,1%)
Radio	1.147	(1.448)	2.595	179,2%
Contenidos	(578)	(3.050)	2.471	81,0%
Total EBIT comparable	1.791	(670)	2.461	367,5%

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 1S14 por 1.004 miles de euros y en 1S13 por 1.202 miles de euros.

¹ Excluye medidas de ajuste 1S14 -419 miles de euros y 1S13 -170 miles de euros

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S14 por 34 miles de euros y 1S13 por 46 miles de euros.

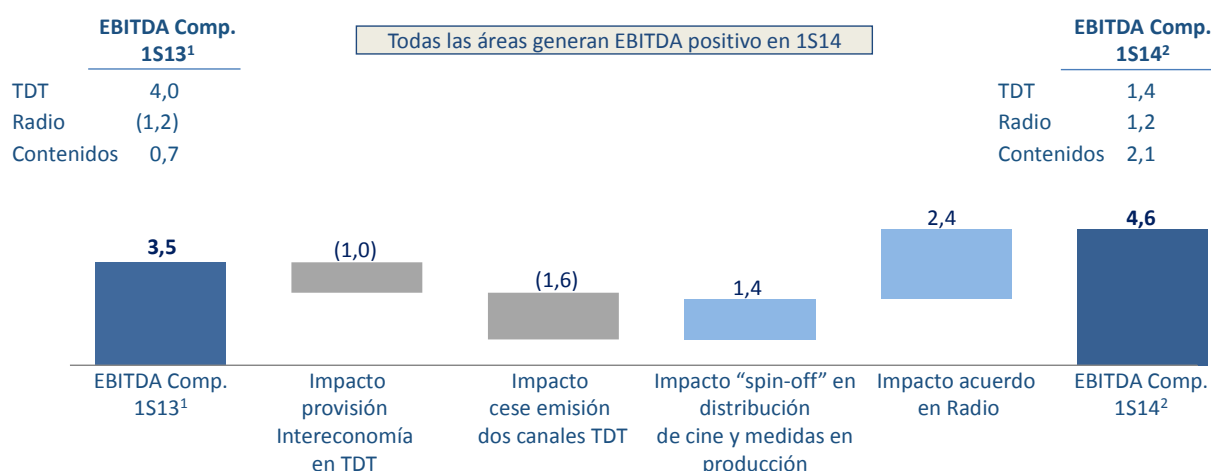
Ingresos de Explotación: alcanza 28.964 miles de euros, -21,6% debido a cambios en el perímetro: i) descenso en ingresos en TDT del -25,9% por el cese de la emisión de dos canales en la TDT nacional, MTV e Intereconomía y ii) menor facturación en la distribución de cine (área de Contenidos) como resultado de la transmisión a un tercero de parte del negocio a finales de 2013.

EBITDA comparable²⁴: 4.647 miles de euros con una mejora de 1.118 miles de euros sobre 1S13, con todas las divisiones en positivo pese a los cambios en perímetro mencionados:

²⁴ Excluye medidas de ajuste 1S14 -419 miles de euros y 1S13 -170 miles de euros.

- (i) **TDT:** EBITDA comparable positivo de 1.372 miles de euros en 1S14, con un descenso de -2.640 miles de euros comparado con 1S13. Esta variación se debe a la menor actividad consecuencia del cese de emisiones en dos canales del multiplex y a la distorsión por la provisión en 1T14 por los créditos considerados como incobrables relativos a Intereconomía de 1.041 miles de euros.
- (ii) **Radio:** EBITDA comparable positivo de 1.155 miles de euros comparado con -1.216 miles de euros en 1S13. El positivo acuerdo comercial y estratégico con COPE tuvo impacto en resultados a partir de 2T13, momento en el que se obtuvo la autorización por competencia.
- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable de 2.120 miles de euros vs. 734 miles de euros en 1S13. En distribución de cine y durante 1T14 se incurrió en costes vinculados a los últimos lanzamientos en la ventana DVD de los estrenos de 2013 con impacto en costes y que ya no se han repetido en 2T14. En el 2T14, el área de Distribución de Cine alcanzó EBITDA positivo de 1.754 miles de euros.

Evolución EBITDA comparable del área Audiovisual (€m)



Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 1S13 €-0,1m en Radio (total área €-0,2m por efecto redondeo).

Nota 2: ajustado por inversión en reestructuración 1S14 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

Resultado de Explotación comparable: (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a 1.791 miles de euros vs -670 miles de euros en 1S13, debido a la mejora del negocio y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en -1.085 miles de euros en 1S14.

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.

Los diferentes portales están presentes 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#7). Asimismo, el portal de directorios 11870.com, con una audiencia de un millón de usuarios únicos, se confirma como uno de los portales de recomendaciones de sitios y negocios más importantes de España.

Durante el primer semestre de 2014, el objetivo sigue puesto en optimizar la generación de ingresos por publicidad, mediante una cuidada estrategia comercial, mientras se mantiene la estructura de costes, lo que facilitará el camino de la división hacia la rentabilidad.

A continuación se muestra un detalle de los ingresos, EBITDA y resultado de explotación del área de Clasificados.

	NIIF			
Miles de Euros	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Clasificados	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
Total Ingresos de Explotación	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
EBITDA				
Clasificados	(456)	(1.326)	870	65,6%
Total EBITDA	(456)	(1.326)	870	65,6%
EBITDA comparable¹				
Clasificados	(378)	(1.382)	1004	72,6%
Total EBITDA comparable	(378)	(1.382)	1.004	72,6%
EBIT				
Clasificados	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
Total EBIT	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
EBIT comparable¹				
Clasificados	(903)	(2.090)	1.187	56,8%
Total EBIT comparable	(903)	(2.090)	1.187	56,8%

¹ Excluye medidas de ajuste 1S14 -78 miles de euros y 1S13 55 miles de euros

Ingresos de Explotación: alcanzan 6.103 miles de euros, una caída del 6,1% debido al efecto perímetro de la venta de la división de soluciones de Infoempleo en 4T13 (ingresos pro forma +7,0%), siendo los sectores de empleo y motor los que más contribuyen a dicho crecimiento. Los ingresos de publicidad del área crecen un 8,6%.

EBITDA comparable: asciende a -378 miles de euros con un descenso de las pérdidas del 72,6% sobre 1S13 gracias a diferentes medidas de reducción de costes que se concretan principalmente en la optimización de los equipos comerciales (reforzando la televenta) y en ahorros de personal que afectan de forma importante al área de estructura central.

Otros

Este segmento incluye el negocio de B2B, Sarenet, proveedor de internet para empresas, a las que se ofrecen servicios de voz y datos. Además se incluyen los resultados de la actividad digital de que.es, antes de su desinversión en el mes de julio 2013.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S14	1S13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
B2B	6.892	7.502	(611)	(8,1%)
Qué!	-17	187	(204)	(109,0%)
Eliminaciones	0	(15)	15	100,0%
Total Ingresos de Explotación	6.875	7.674	(799)	(10,4%)
EBITDA				
B2B	1.476	1.832	(355)	(19,4%)
Qué!	(25)	(92)	66	72,2%
Total EBITDA	1.451	1.740	(289)	(16,6%)
EBITDA comparable¹				
B2B	1.476	1.832	(355)	(19,4%)
Qué!	(25)	(72)	47	64,7%
Total EBITDA comparable	1.451	1.759	(309)	(17,5%)
EBIT				
B2B	968	1.282	(313)	(24,5%)
Qué!	(25)	(122)	97	79,2%
Total EBIT	943	1.159	(217)	(18,7%)
EBIT comparable¹				
B2B	968	1.234	(266)	(21,6%)
Qué!	(25)	(103)	77	75,3%
Total EBIT comparable	943	1.132	(189)	(16,7%)

¹ Excluye inversión en reestructuración de -19 miles de euros en 1S13.

Ingresos de Explotación: alcanzan 6.875 miles de euros, -10,4% que se explica casi exclusivamente por la evolución de B2B.

EBITDA comparable: asciende a 1.451 miles de euros.

Datos operativos

Periódicos

Datos de Difusión Media	1S14	1S13	Var Abs
Prensa Nacional- ABC	133.038	144.104	(11.066)
Prensa Regional			
El Correo	78.041	83.641	(5.600)
El Diario Vasco	56.390	59.499	(3.109)
El Diario Montañés	26.471	27.762	(1.291)
Ideal	21.435	23.123	(1.688)
La Verdad	18.900	21.073	(2.173)
Hoy	12.365	13.443	(1.078)
Sur	19.290	20.835	(1.545)
La Rioja	10.820	11.637	(817)
El Norte de Castilla	22.291	25.129	(2.838)
El Comercio	18.260	19.711	(1.451)
Las Provincias	19.873	21.392	(1.519)
TOTAL Prensa Regional	304.136	327.245	(23.109)

Fuente: OJD. Datos 1S14 no certificados.

Audiencia	2ªOla 14	2ªOla 13	Var Abs
Prensa Nacional- ABC	517.000	577.000	(60.000)
Prensa Regional	2.038.000	2.241.000	(203.000)
El Correo	419.000	453.000	(34.000)
El Diario Vasco	248.000	254.000	(6.000)
El Diario Montañés	164.000	185.000	(21.000)
Ideal	185.000	209.000	(24.000)
La Verdad	209.000	228.000	(19.000)
Hoy	134.000	138.000	(4.000)
Sur	129.000	166.000	(37.000)
La Rioja	88.000	97.000	(9.000)
El Norte de Castilla	177.000	204.000	(27.000)
El Comercio	158.000	160.000	(2.000)
Las Provincias	127.000	147.000	(20.000)

Suplementos

XL Semanal	2.271.000	2.535.000	(264.000)
Mujer Hoy	1.509.000	1.618.000	(109.000)
Mujer Hoy Corazón	314.000	335.000	(21.000)
Inversión y Finanzas	51.000	53.000	(2.000)

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	may-14	jun-13	Var Abs
Vocento	15.545	n/a	n/a

Fuente: ComScore Multiplataforma (dato 2014)

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	jun-14	jun-13	Var Abs
NET TV audiencia	3,7%	4,5%	(0,8) 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
48004 Bilbao
Bizkaia

Tel.: 94.473.25.67
e-mail: ir@vocento.com

Resultados 1S14



vocento

29 Julio 2014

ver, escuchar, leer y sentir.

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 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 de 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.

Principales hitos 1S14

Cumpliendo objetivos, pese a la mayor debilidad en publicidad en 2T

- Deterioro publicitario en 2T, especialmente nacional, explicado en parte por el Mundial de Fútbol
- Continúa la mejora del mix de ingresos de VOC hacia digital: 24,3% del total (+2,5 p.p.)
- Las marcas de VOC siguen incrementando cuota de mercado, tanto publicitaria, como de difusión
- ABC mantiene ingresos por venta de ejemplares en 1S14 por el efecto subida de precios de cabecera

Criterio de rentabilidad: EBITDA comparable 1S14 €21,5m, mejora de €+5,3m (+32,9%)

- Periódicos: eficiencia en costes como principal palanca tanto en ABC como en Regionales.
Aportación positiva de nuevos negocios digitales por €1,2m
- Audiovisual registra evolución positiva tras medidas adoptadas en Contenidos y a pesar del impacto negativo del cese de emisión en 2 canales de TV
- Mejora de EBIT hasta €+4,4m, 5 veces más vs. 1S13, por menores amortizaciones en Contenidos
- Resultado neto consolidado 1S14, excluyendo extraordinarios, prácticamente en “break- even” (€-0,1m)

Posición financiera sostenida

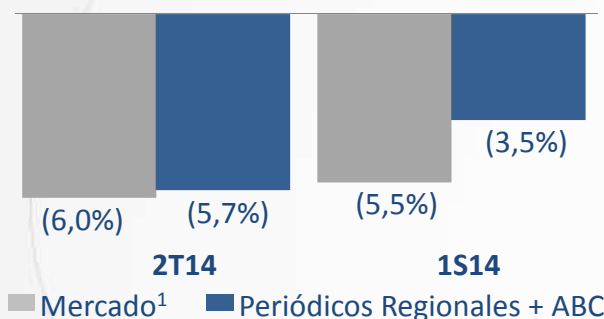
- Incremento DFN 1S14 hasta €159m: generación de caja positiva del negocio ordinario y salidas de caja no recurrentes principalmente por medidas de reestructuración y préstamo sindicado
- Venta de Ono: en julio se ha producido una entrada de caja por €9,2m

Publicidad: VOC gana cuota en prensa en 2T14 pese a no tener prensa deportiva

- Las ventas de publicidad totales de VOC descienden un -2,4% en 2T14 (1S14 -1,8%) apoyadas en digital
- Las **marcas de prensa de VOC registran un mejor comportamiento que el sector** tanto en offline como en online
- **Prensa generalista no es soporte deportivo:** al igual que en el Mundial 2010, prensa cae 10 puntos más que el mercado

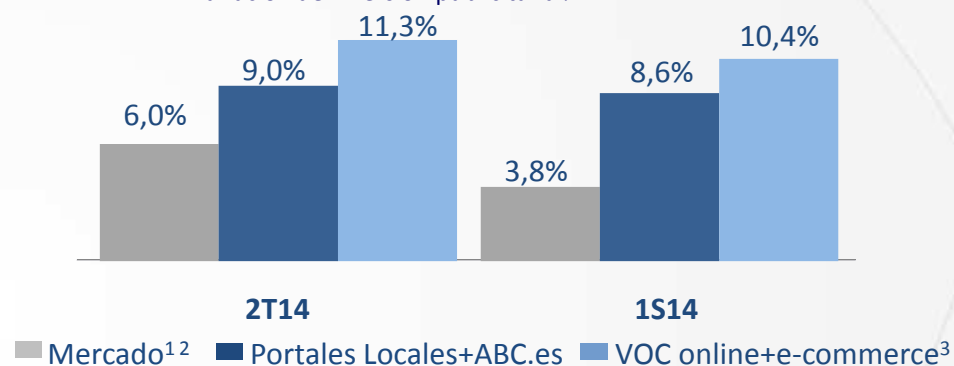
Mejor evolución publicitaria de VOC vs. mercado¹ en offline...

Variación de inversión publicitaria %



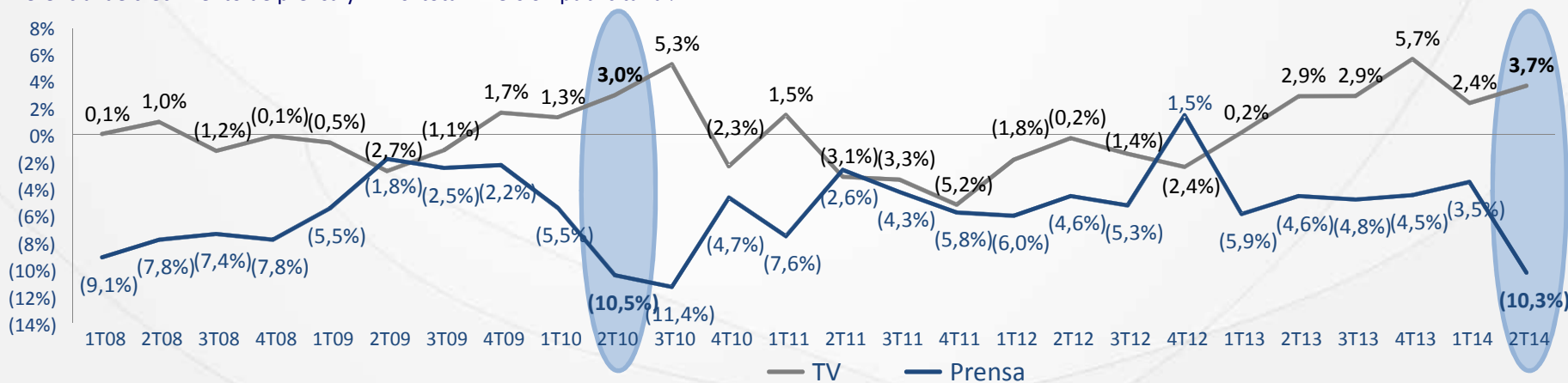
...y en online

Variación de inversión publicitaria %



Se amplia el diferencial de Prensa vs. TV como en el anterior Mundial¹

Diferencial de crecimiento de prensa y TV vs. total inversión publicitaria %

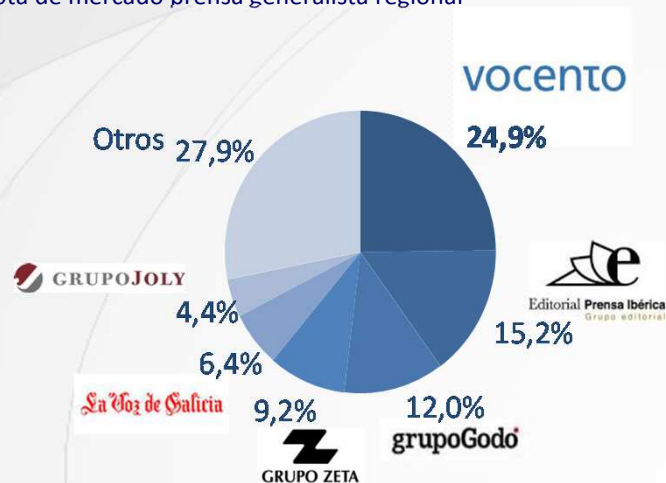


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

Regionales: estabilidad en posiciones de liderazgo y rentabilidad

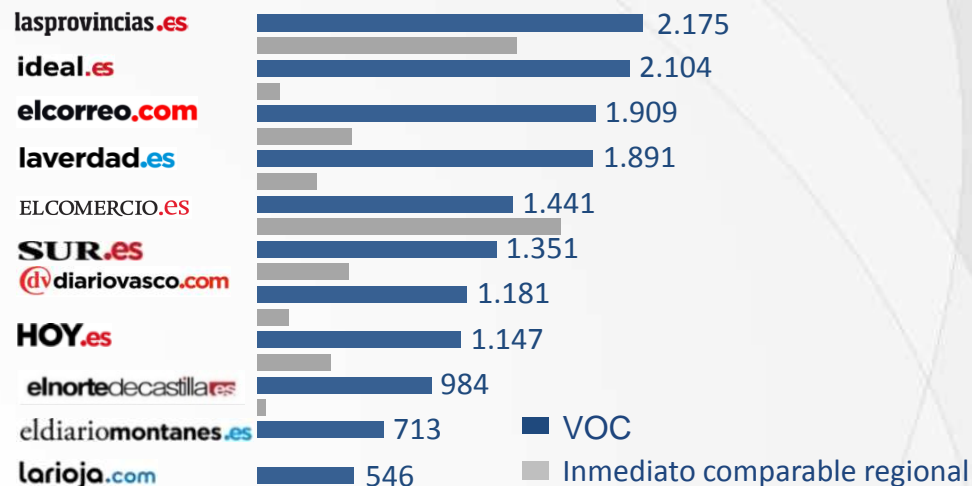
Mantiene claro liderazgo en difusión regional¹ ...

Cuota de mercado prensa generalista regional



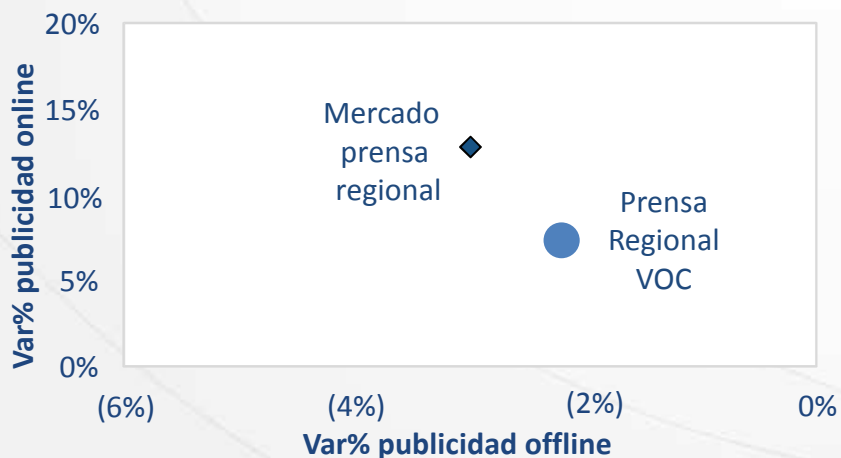
... y en audiencias² online, claves del nuevo negocio digital

Miles de usuarios únicos mes



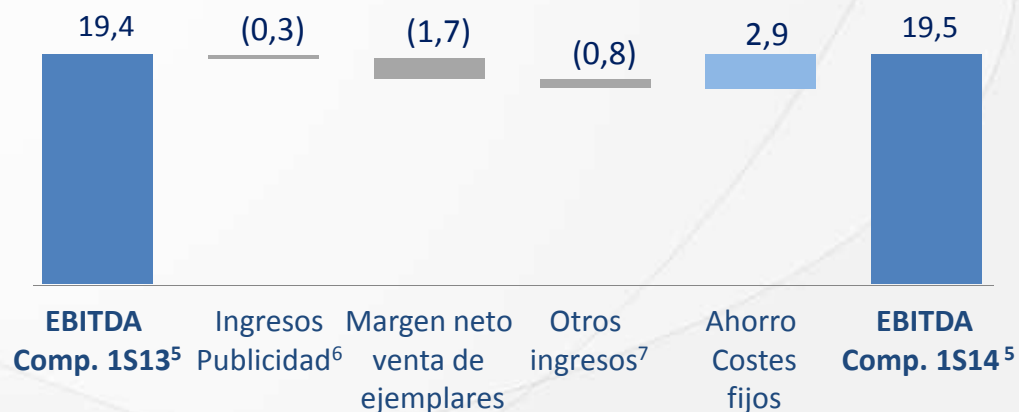
Regionales mejor en offline y creciendo en online³

Datos de variación publicitaria en %. Datos ene-may 14



Mantenimiento EBITDA de regionales⁴ por ahorro costes

Variación 1S14 vs. 1S13 excepto EBITDA comparable (€m)



Nota 1: OJD 1S14 datos no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma may14. Nota 3: datos internos. Nota 4: actividad editora, digital y otros negocios. Nota 5: excluye reestructuración 1S13 €-0,7m y medidas de ajuste de personal 1S14 €-2,9m. Nota 6: actividad editora y digital. Nota 7: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones.

ABC: mejora de cuota de mercado y de EBITDA

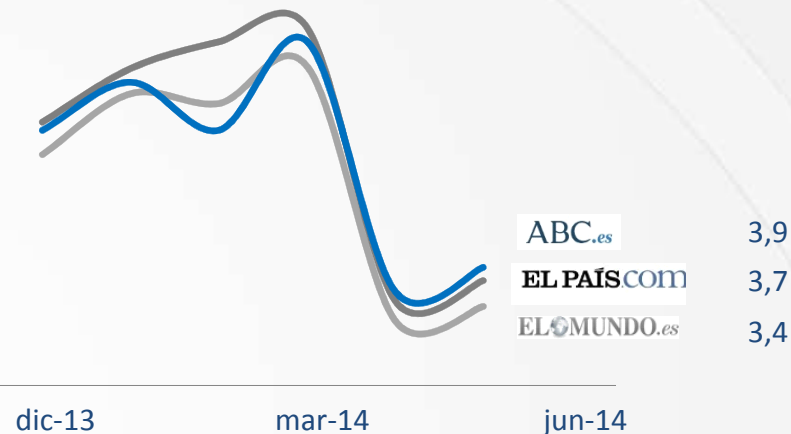
Mejora de cuota de difusión ordinaria¹

Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales 1S08-1S14 (miles)



ABC.es sites es líder en movilidad

Usuarios únicos mensuales exclusivos de movilidad dic13-may14 (millones)



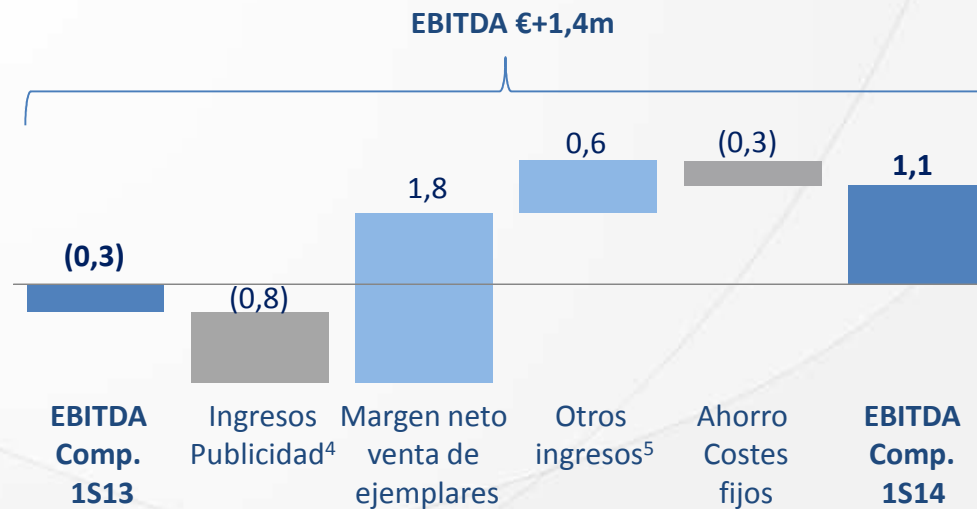
...sigue ganando cuota de mercado publicitaria³

Datos de variación publicitaria en %. Ene-may 2014



Mejora en EBITDA de ABC por ingresos y costes

Variación 1S14 vs. 1S13 excepto EBITDA comparable (€m)



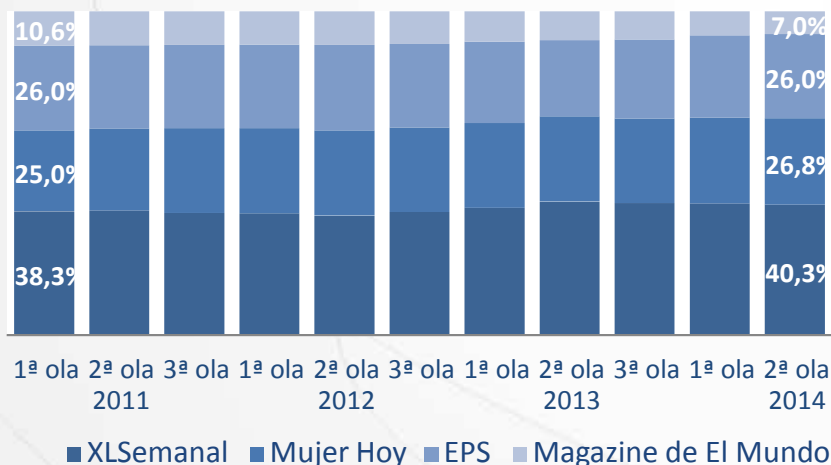
Nota 1: OJD datos desde dic13 no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma. Movilidad exclusiva incluye solo dispositivos móviles. Nota 3: datos internos may14/may13. Publicidad bruta. Nota 4: actividad editora, digital. Nota 5: incluye entre otros, margen de promociones.

Suplementos y revistas: mejora de cuota y posicionamiento

- Posición clara de liderazgo en suplementos XL Semanal + Mujer Hoy
- Rediseño del portal femenino tras 15 años de existencia e incremento de la apuesta editorial
- **Mejor evolución publicitaria del área de suplementos vs. mercado:** Suplementos y Revistas 1S14 -3,8% vs. mercado dominicales -9,2%¹
 - Mujer Hoy : ingresos publicitarios (+24,2%) gracias a alta gama (belleza y moda)
- Mujerhoy.com **1,2m de usuarios únicos #4** en su categoría
- Mejora del **margen EBITDA comparable 1S14 de +1,4 p.p.** vs 1S13

Mejora paulatina de cuota de mercado² ...

Cuota de mercado audiencias suplementos



... con reflejo en publicidad³

Variación de inversión publicitaria de suplementos dominicales y femeninos
 Datos de variación publicitaria en %. Ene-may 2014.



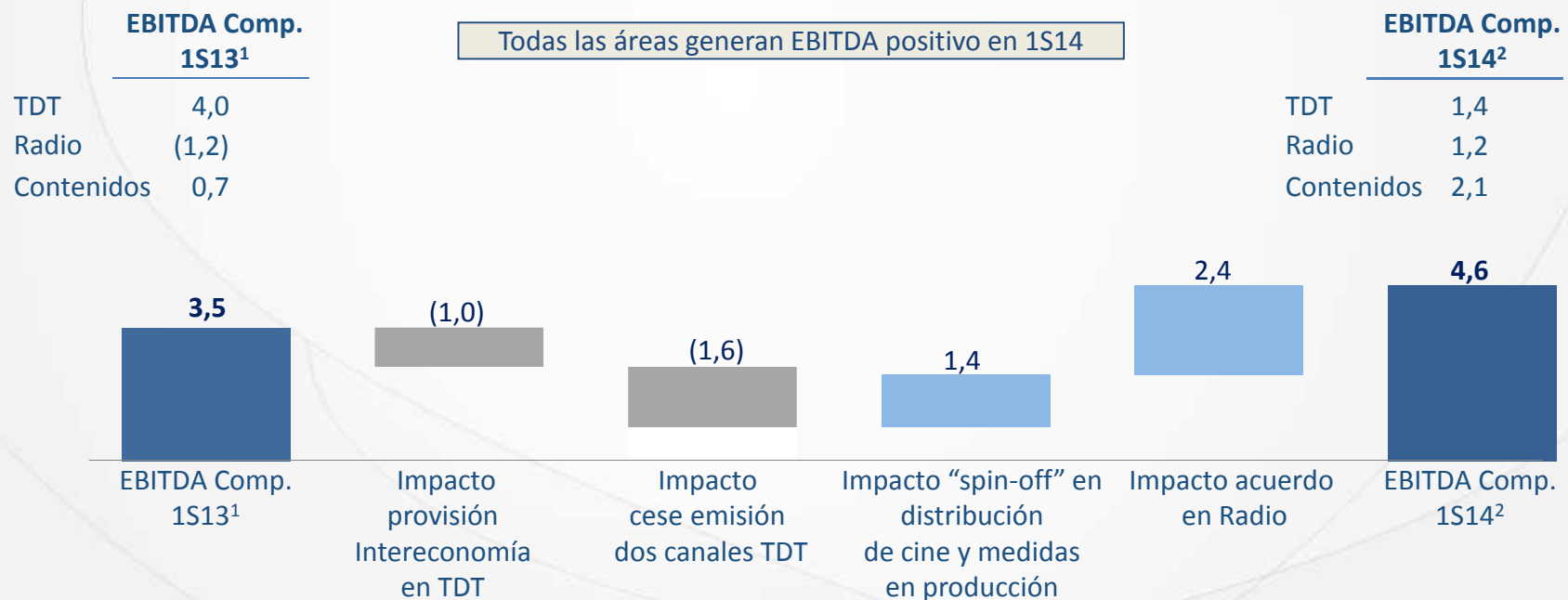
Nota 1: fuente i2p. Nota 2: EGM olas acumuladas. Son cuotas calculadas sobre contactos (pueden existir duplicidades en lectores).
 Nota 3: datos internos variación % a/a enero-mayo 2014. Publicidad bruta.

Audiovisual: todas las áreas en EBITDA positivo en 1S14 tras medidas adoptadas

- **TDT sigue siendo rentable pese al cese de emisiones de 2 canales** y provisión de Intereconomía
 - Impacto negativo de la provisión de Intereconomía en 1T14 €-1,0m y del cese de emisión de MTV en feb14
 - VOC ha acordado mantener la operativa de Disney y Paramount
- **Radio alcanza EBITDA positivo por acuerdo estratégico con COPE** cerrado en 2T13
 - Positivo impacto de la aportación de postes en las audiencias de COPE
- **Contenidos en EBITDA positivo tras medidas adoptadas**
 - Distribución cine: tras costes extraordinarios 1T14 (últimos lanzamientos en DVD de estrenos anteriores)
EBITDA 2T14 €1,8m

Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 1S14 vs 1S13 excepto para EBITDA comparable

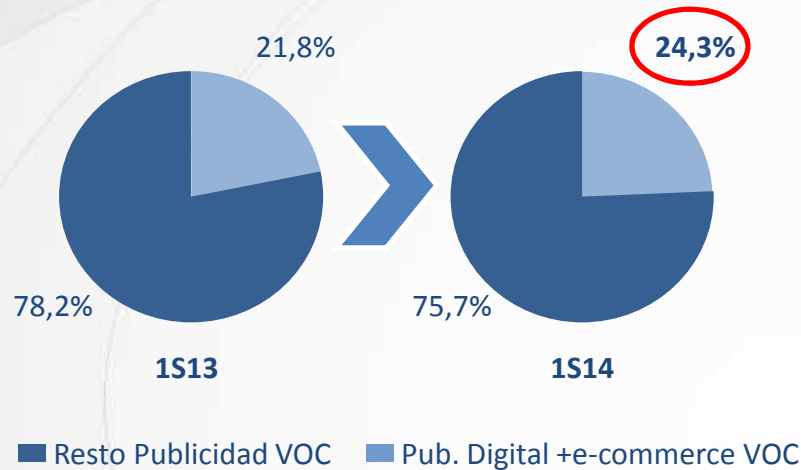


Nota 1: ajustado por inversión en reestructuración 1S13 €-0,1m en Radio (total área €-0,2m por efecto redondeo). Nota 2: ajustado por inversión en reestructuración 1S14 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

Nuevas iniciativas y crecimiento online

Incrementa peso de publicidad online y nuevos negocios digitales en VOC

Desglose ingresos publicitarios de VOC (%)



Las nuevas fuentes de ingresos digitales aportan EBITDA positivo agregado 1S14 de €1,2m



16% s/total ingresos ediciones digitales 1S14



Ingresos 1S14 +57%
Usuarios registrados >165 mil



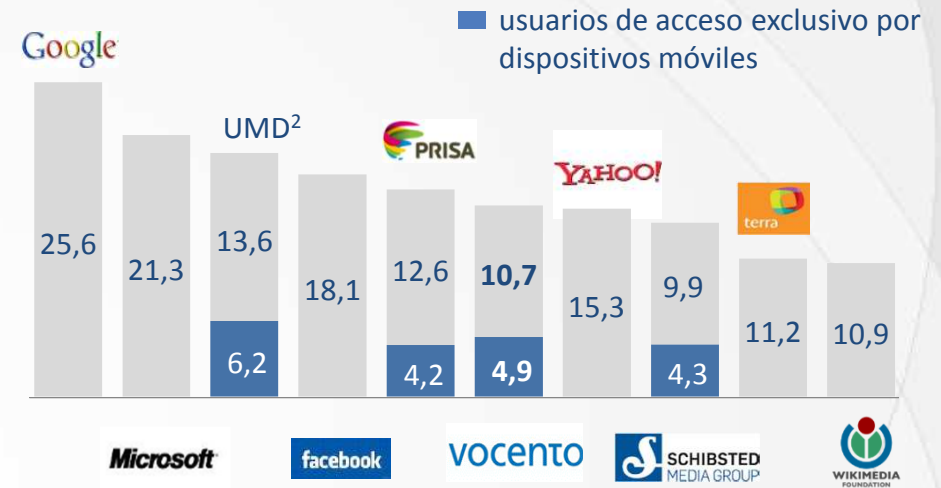
Venta online de entradas a espectáculos o eventos



Promoción de productos cosméticos de primeras marcas

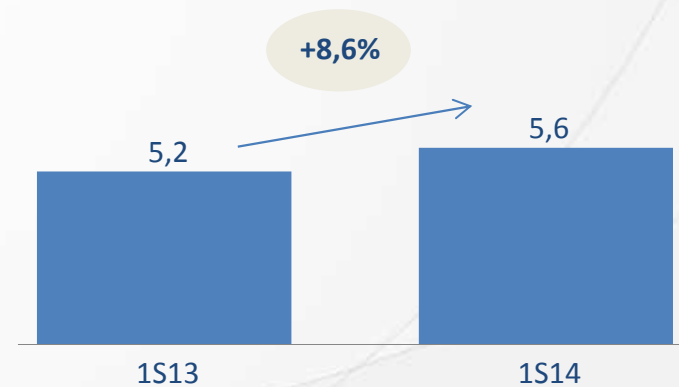
Mayor peso de usuarios de movilidad que comparables¹

Millones de usuarios únicos mensuales



Crecimiento de publicidad en Clasificados

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



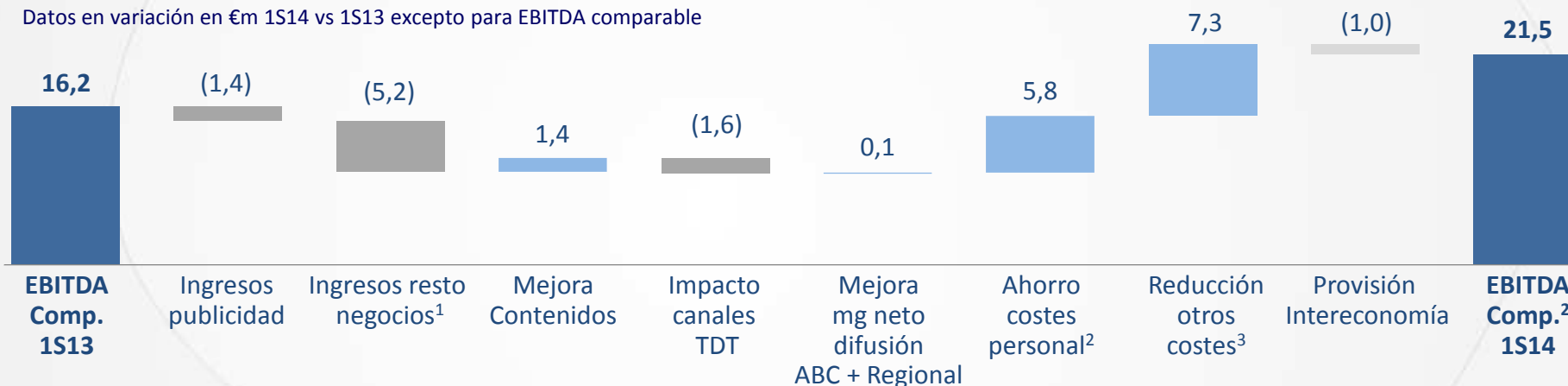
Nota 1: fuente comScore MMX Multiplataforma may14. Nota 2: UMD= Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

EBITDA comparable 1S14 crece €+5,3m: foco en ejecución y control de costes

- Se mantiene mejora de EBITDA 1S14 en todas las áreas pese a un 2T14 más débil en publicidad
 - Costes operativos comparables -9,5%: destaca la disminución del gasto en promociones (1S14 -32,8%) y los menores gastos de personal comparables (1S14 -6,8%)
 - Por áreas, Audiovisual lidera la reducción de costes comparables (1S14 -27,2%) por el cese de emisiones en dos canales de TV y el “spin-off” del negocio de Distribución de Contenidos de cine
- Medidas de ajuste de personal en 1S14 por €-4,8m y provisión por Intereconomía €-1,0m

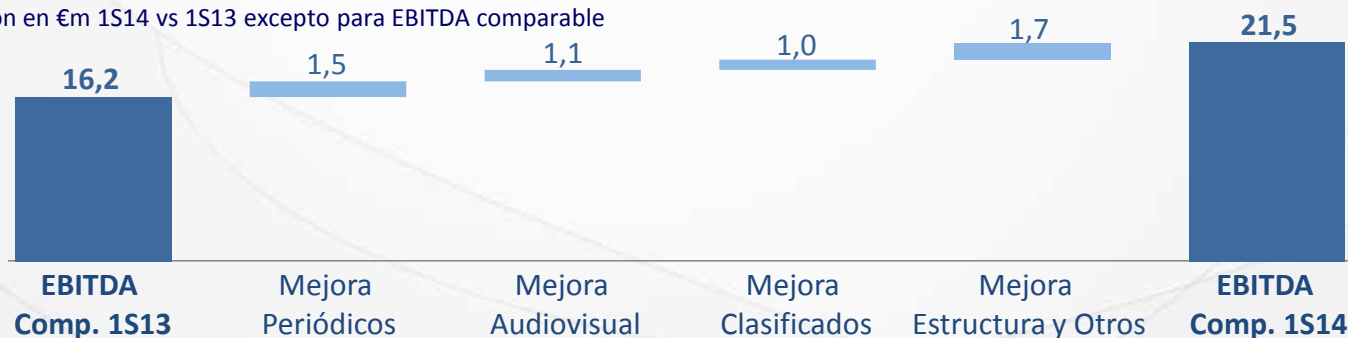
Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 1S14 vs 1S13 excepto para EBITDA comparable



Incremento de EBITDA comparable por área de negocio

Datos en variación en €m 1S14 vs 1S13 excepto para EBITDA comparable



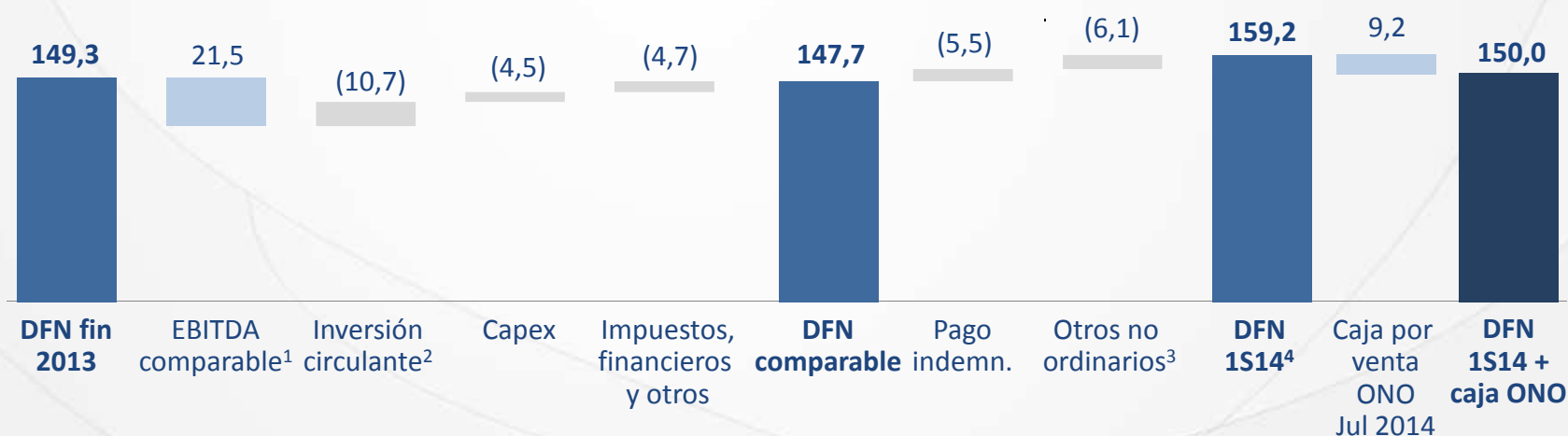
Nota 1: radio, clasificados, promociones de diarios, venta de ejemplares de suplementos y otros negocios. Nota 2: excluye medidas de ajuste de personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m. Nota 3: costes comerciales, promociones y administrativos de Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas excepto Contenidos.

Posición financiera neta sostenida

- **Generación de caja positiva del negocio ordinario de €+1,6m**
 - Control de CAPEX: inversión asociada fundamentalmente con Internet
 - Inversión en capital circulante: disminución de la actividad con proveedores por cambio venta del negocio de Tripictures (Contenidos), cese de 2 canales de DTT, y gestión activa de deudores comerciales en 1S14
- **Salidas de caja no recurrentes y otros ajustes por €-11,6m**
 - Pagos vinculados a las medidas de ajuste de personal acometidas (€-5,5m)
 - Pagos y ajustes contables por constitución del préstamo sindicado, “mark to market” de su derivado, y otros
- **Venta de ONO: anticipo de la caja en julio 2014 por €+9,2m** tras visto bueno de Competencia (CNC)
- Optimización de caja
- Posición de **autocartera de 3,1%** a 30 de junio de 2014

Sostenimiento de los niveles de DFN

Cambios en Deuda Financiera Neta diciembre 2013-1S14. Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y pago extraordinario a Fundación ABC.

Anexo financiero 1S14 vs. 1S13

Cuenta de Resultados consolidada 1S14

NIIF

Datos en €m

	1S14	1S13	Var %
Ventas de ejemplares	103,6	108,2	(4,2%)
Ventas de publicidad	78,4	79,9	(1,8%)
Otros ingresos	66,2	78,6	(15,7%)
Ingresos de explotación	248,3	266,7	(6,9%)
Costes operativos comparables¹	(226,8)	(250,5)	(9,5%)
EBITDA comparable¹	21,5	16,2	32,9%
Indemnización y medidas ajuste personal	(4,8)	(0,6)	88,1%
EBITDA	16,6	15,6	6,8%
Depreciación y amortización	(12,3)	(14,9)	(17,5%)
Resultado por enajenación inmov.	0,0	0,1	(76,7%)
Rdo. de explotación (EBIT)	4,4	0,8	453,0%
Rdo. sociedades método participación	0,0	(0,0)	n.r.
Diferencial financiero y otros	(5,1)	(5,4)	4,3%
Rdo. Neto enaj. de activos no corrientes	(0,4)	0,4	(200,6%)
Impuesto sobre sociedades	(1,0)	(1,4)	28,9%
Resultado neto del ejercicio antes minorit.	(2,1)	(5,6)	63,1%
Minoritarios	(2,0)	(2,5)	19,6%
Rdo. Neto atribuible a la soc. dominante	(4,1)	(8,2)	49,6%

Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 1S14 €-4,8m y 1S13 €-0,6m.

Balance consolidado a 30 de junio de 2014

NIIF

Datos en €m

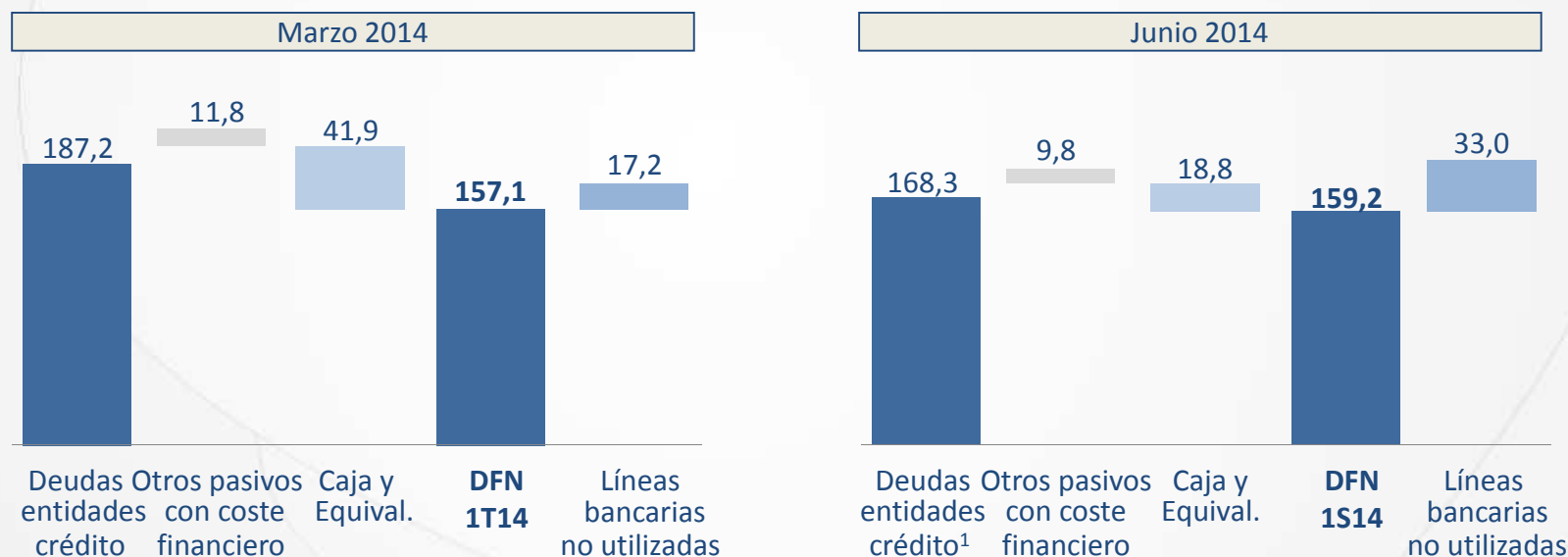
	1S14	2013		1S14	2013
Activos no corrientes	560,5	568,0	Patrimonio neto	343,7	349,9
Activo intangible	157,0	159,7			
Propiedad, planta y equipo	175,5	182,4			
Part. por método participación	10,6	10,7			
Otros activos no corrientes	217,4	215,3			
Activos corrientes	148,0	172,8	Total pasivo	365,0	391,1
Otros activos corrientes	129,3	138,1	Deuda financiera	175,8	184,4
Efectivo y medios equivalentes	18,7	34,7	Otros pasivos no corrientes	68,5	68,3
Activos mantenidos a la venta	0,2	0,2	Otros pasivos corrientes	120,7	138,4
Total Activo	708,7	741,0	Total Pasivo	708,7	741,0
			Deuda financiera neta	159,2	149,3

Optimización de la gestión de caja

- **Optimización de las posiciones de efectivo mediante mejora en el “cash pooling” del grupo para reducir el pago de intereses financieros:** se ha disminuido “caja y otros medios líquidos” por importe de €17,5m para reducir la cantidad dispuesta de la línea de crédito “revolving” (tramo B) en el mismo importe. En consecuencia se reduce la deuda con entidades de crédito y también los intereses financieros asociados a esta línea

Composición de la Deuda Financiera Neta Jun 2014 vs. Mar 2014

Datos en €m



Nota 1: incluye gastos de formalización del Préstamo Sindicado por importe de €2,3m

Variación DFN 1S14

NIIF

Datos en €m

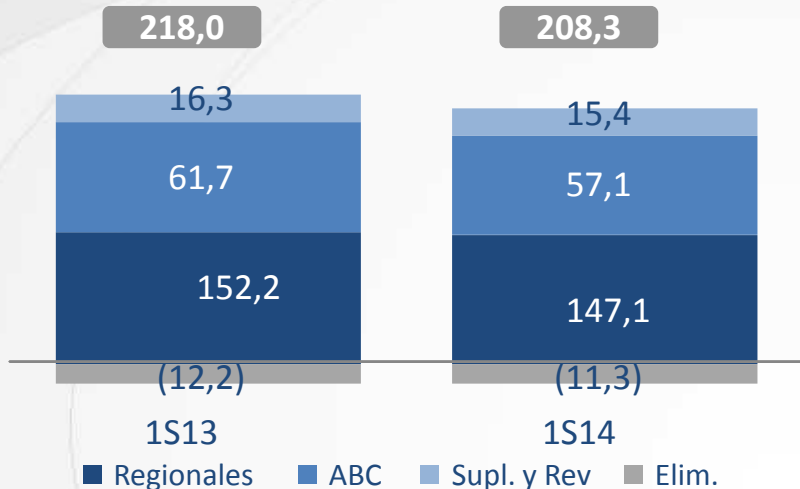
	1S14	1S13
EBITDA Comparable	21,5	16,2
Variación capital circulante ¹	(10,7)	(9,8)
Capex	(4,5)	(5,0)
Otras partidas ²	2,5	8,2
Cash flow proveniente de actividades operativas	8,9	9,5
Dividendos e intereses cobrados	0,3	0,7
Dividendos e intereses pagados ³	(7,6)	(8,5)
Total cash flow recurrente	1,6	1,7
Pagos medidas ajuste de personal y ventas de activos no estratégicos	(5,3)	(17,3)
Otras partidas no recurrentes con impacto en el cash flow ⁴	(6,2)	0,0
Cambio en DFN	(10,0)	(15,6)
	DFN 1S14	159,2
	DFN 2013	149,2

Nota 1: Excluye comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a Fundación ABC. Nota 2: Impuesto sobre las ganancias pagadas y pago por retenciones intereses. Nota 3: dividendo a filiales con minoritarios. Nota 4: comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a Fundación ABC.

Ingresos por área de negocio

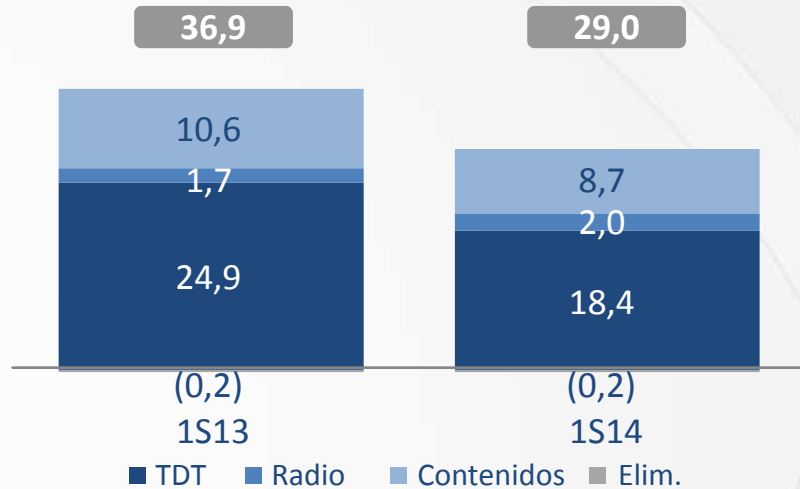
Periódicos

Datos en €m



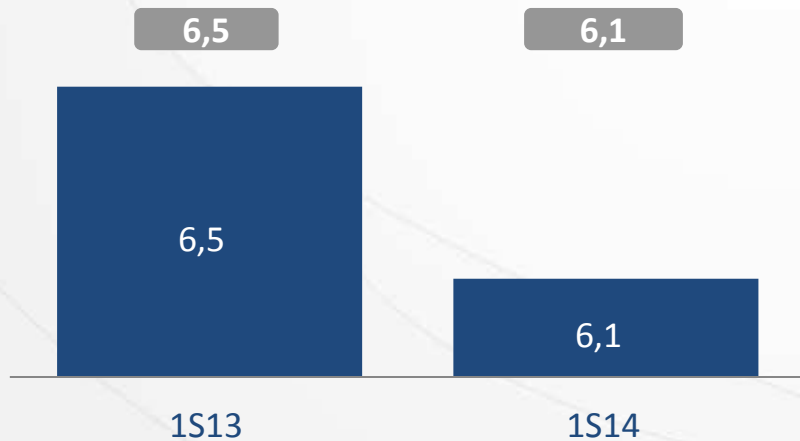
Audiovisual

Datos en €m



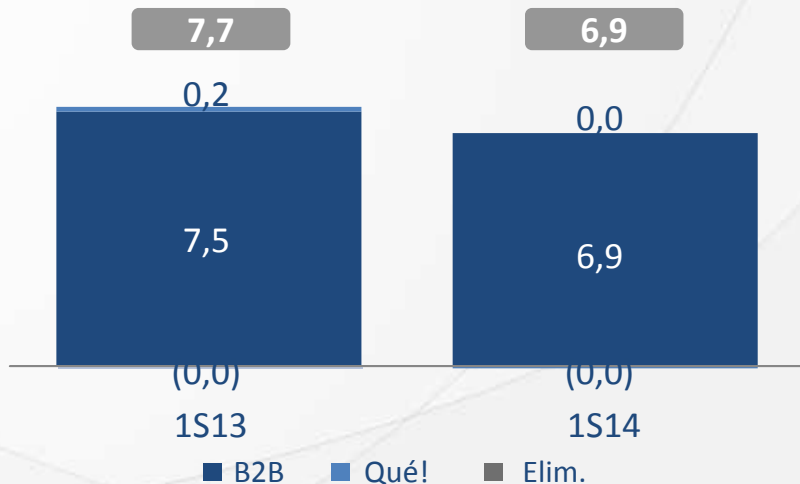
Clasificados

Datos en €m

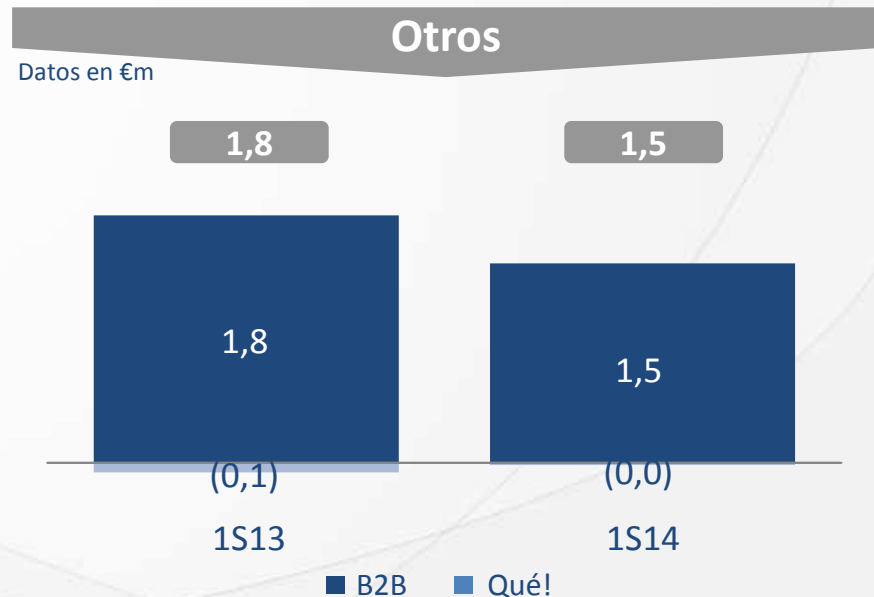
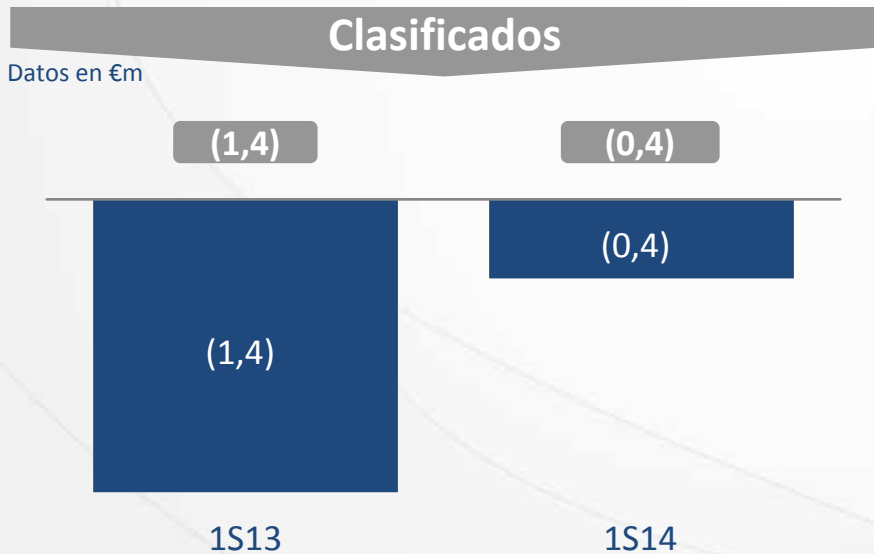
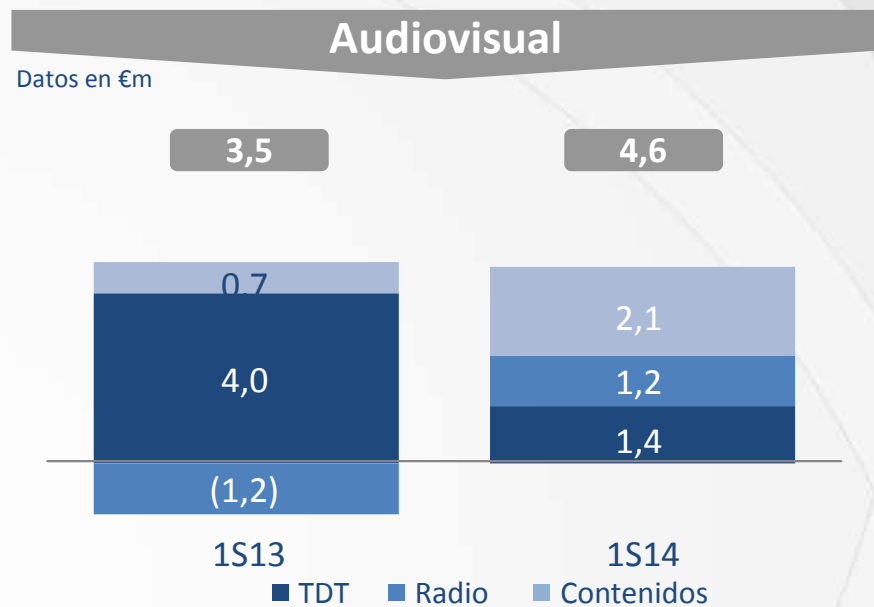
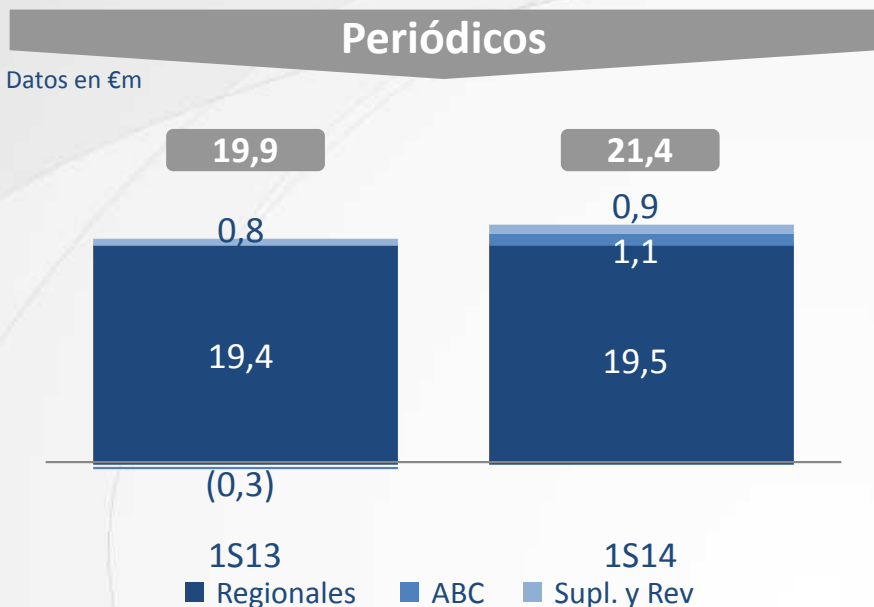


Otros

Datos en €m



EBITDA comparable¹ por área de negocio



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 1S14 €-3,0m y 1S13 €-1,0m, Audiovisual 1S14 €-0,4m y 1S13 €-0,2m y Clasificados 1S14 €-0,1m y 1S13 €0,1m.

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla.

EL COMERCIO

LA VOZ

ABC
www.abc.es

INVERSIÓN

XI Semanal

Colpisa

mujer hoy.com

K+ KIOSKO y MAS

Hoy Corazón

Mujer hoy

COPE

con la fuerza de ABC

LAS PROVINCIAS

hillvalley

infoempleo.com

11870.COM

EUROTV producciones

BOCA BOCA PRODUCCIONES

pisos.com

veralia

finanzas.com

VOCENTO

NET TV

AUTOCASION.com

larioja.com

Paramount CHANNEL

DISNEY CHANNEL

elcorreo.com

diariovasco.com

laverdad.es

ideal.es

HOY.es

SUR.es

ABC.es

eldiariomontanes.es

elnortedecastilla.es

ELCOMERCIO.es

lavozdigital.es

lasprovincias.es

ver, escuchar, leer y sentir.

vocento



Vocento, S.A. and Subsidiaries

January-June 2014 Results

29 July 2014

INTRODUCTION: VOCENTO AND THE ECONOMIC ENVIRONMENT

In the first half of the year, the Spanish economy continued to record a gradually improving trend, with quarterly GDP up by 0.4% in the first quarter, according to the INE, and the Bank of Spain estimating growth of 0.5% in the second quarter. As in the second half of last year, the recovery of internal demand (with rising household consumption, a recovery in investment and more moderate falls in public spending), has supported the expansion of GDP and has been replacing external demand as the driver of growth (according to the Bank of Spain, internal demand contributed 0.3% to GDP growth in 2Q14, compared to 0.2% from external demand).

Based on this improvement in the economic outlook, GDP forecasts for 2014e are being raised, with the Funcas panel upgrading its forecast from 0.9% in January to +1.2% in June, with forecast household consumption increasing from +0.6% to +1.5%.

The advertising market appears to be responding to a degree, and according to i2p data in the first half of 2014 expanded by +4.3%, compared to a contraction of -10.1% in 2013, with growth of +1.8% forecast for 2014 following three years of declines. This improvement has been concentrated above all in the TV market (helped by the World Cup) and in Internet, while traditional press advertising decreased by -5.5% in the first half and is forecast by i2p to fall by -4.8% in the full year.

In this environment, VOCENTO is focused on three areas: 1) maintaining the strength and leadership of its brands, leveraging this competitive advantage to grow in new digital businesses, 2) optimizing the cost structure in order to continue to improve operational gearing, and 3) protecting cash to maintain a solid financial position, which has recently been strengthened by the signing of a 5-year syndicated loan (see Relevant Fact of 24 February).

PERFORMANCE OF VOCENTO'S BUSINESSES

VOCENTO is a multimedia group, whose parent company is VOCENTO, S.A., and it is dedicated to the various different areas that comprise the media business.

In 2013, VOCENTO management carried out a change in the way in which management information is presented, in order to better assess the risks and returns of the company. New lines of activity have been defined: Newspapers, Audiovisual, Classifieds and Others, replacing the previous reporting segments of Print Media, Audiovisual, Internet and Other Businesses. This structure is also used when reporting to the market. It includes all the newspapers, the digital editions, radio, digital television and other areas where VOCENTO is present, and which are allocated to the corresponding business segment. The comments and comparative information provided in this Management Report are based on these new segments.

Breakdown of the Activity lines of VOCENTO

NEWSPAPERS			
REGIONALS		ABC	SUPPLEMENTS & MAGAZINES
<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 ▪ Regional printing plants ▪ Regional sales companies ▪ Other regional companies 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ National printing plants ▪ Sales company 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Hoy Corazón ▪ Inversión y Finanzas ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com

AUDIOVISUAL		
DIGITAL TERRESTRIAL TELEVISION	RADIO	CONTENT
<ul style="list-style-type: none"> ▪ National DTT – Net TV 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regional DTT ▪ Analog radio licenses ▪ Digital radio licenses 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia <p>Production:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Contenidos (Boca Boca, Europroducciones, Europroduzione and Hill Valley) <p>Distribution:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Cinema

CLASSIFIEDS	OTHERS
<p>Classifieds:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sarenat

IMPORTANT NOTE

To facilitate the analysis of the information and understand the organic performance of the Company, it is always indicated in this report when operating expenses, EBITDA, EBIT and the Net Result are affected by non-recurring or extraordinary items. The most significant impacts fall into two groups: 1) restructuring costs and adjustment measures, and 2) the results of strategic business decisions (i.e. Radio, film distribution).

Highlights of the financial performance of the businesses

Meeting targets, despite weaker advertising in 2Q

VOC increases its share of the online and offline press markets

Increased contribution from digital revenues, now 24.3% of advertising revenues

VOC comparable EBITDA improves by 5,319 thousand euros in 1H14

- **Advertising revenues at Regional Newspapers and ABC (offline + online) 1H14: -1.7%**
 - (i) Advertising declined in 2Q14, partly as a consequence of the World Cup. The newspapers increased their share of advertising spend despite not having a sports title; offline advertising revenues at the Regional Newspapers and ABC decreased by -1.7% vs. -5.5%¹ for the market, while online revenues increased by +8.6% vs. +3.8%¹ for the market.
 - (ii) The revenue profile continued to move towards digital: advertising revenues from Internet and new digital businesses (such as Oferplan and Kiosko y Más) contributed 24.3% of VOC's total advertising and e-commerce revenues in 1H14 (+2.5 p.p. vs. 1H13).
 - (iii) Advertising revenues at Supplements and Magazines (1H14 -3.8%) outperformed the market (-9.2%¹), led by Mujer Hoy, where advertising revenues increased by +24.2% in 1H14.
- **ABC improved its share of the circulation market in 1H14**
 - (i) ABC circulation sales stabilised at -0.7% in 1H14, as a result of the increase in cover price. ABC improved its share of the circulation market, reducing the gap to the number two general newspaper in Spain to 8,377² copies and already in the number two position³ for kiosk sales in Madrid.
- **Comparable EBITDA in 1H14 increased by +5,319⁴ thousand euros, +32.9%: the result of cost efficiencies and strategic decisions taken**
 - (i) Comparable cost savings in 1H14 of -9.5% with personnel expenses down -6.8%, excluding personnel adjustment measures made as part of ordinary business, totalling -4,842 thousand euros in 1H14 and -578 thousand euros in 1H13.
 - (ii) Newspapers: comparable EBITDA 1H14 increased by +1,520 thousand euros, thanks to the improvement in the margin on promotions (in particular at ABC) and the positive contribution of new digital businesses (1,150 thousand euros).
 - (iii) Audiovisual: comparable EBITDA 1H14 increased by +1,118 thousand euros. The impact of the end of broadcasting of two of the DTT channels was offset by the positive results from the strategic radio agreement with COPE and the change of the film distribution business model at Content.

IFRS thousand euros	Comparable EBITDA			Advertising
	1H14	1H13	Var Abs	Var Abs
Newspapers	21,449	19,929	1,520	(1,509)
Audiovisual	4,647	3,529	1,118	(355)
Classified	(378)	(1,382)	1,004	442
Other	1,451	1,759	(309)	(87)
Corporate	(5,695)	(7,682)	1,986	59
Total	21,473	16,154	5,319	(1,450)

¹ Source: i2p 1H14.

² Source: OJD ordinary circulation Jun14

³ Internal sources, kiosk sales Jun14.

⁴ Excluding personnel adjustment measures 1H14 -4,842 thousand euros and 1H13 -578 thousand euros.

- EBIT improved to 4,369 thousand euros in 1H14, five times its level in 1H13, as a result mainly of lower amortization in the Content area
- Net result in 1H14 of -4,114 thousand euros vs. -8,165 thousand euros in 1H13. Excluding extraordinary, VOCENTO's net result would be practically at the break-even level, at -52 thousand euros.
- Net financial debt 159,239 thousand euros vs. 149,277 thousand euros in 2013
 - (i) Positive cash generation in the ordinary business, with non-recurring cash exits and other adjustments related mainly to restructuring measures and the syndicated loan.
 - (ii) Sale of ONO: in July 2014, the cash entry has been received, totalling 9,214 thousand euros.

Main financial data

Consolidated Profit and Loss Account

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Circulation revenues	103,614	108,206	(4,592)	(4.2%)
Advertising revenues	78,404	79,853	(1,450)	(1.8%)
Other revenues	66,244	78,595	(12,352)	(15.7%)
Total revenue	248,261	266,655	(18,393)	(6.9%)
Staff costs	(84,009)	(85,543)	(1,534)	(1.8%)
Procurements	(43,415)	(45,730)	(2,315)	(5.1%)
External Services	(102,611)	(118,010)	(15,399)	(13.0%)
Provisions	(1,595)	(1,794)	(200)	(11.1%)
Operating expenses (without D&A)	(231,630)	(251,078)	(19,449)	(7.7%)
EBITDA	16,632	15,576	1,056	6.8%
Depreciation and amortization	(12,287)	(14,887)	(2,601)	(17.5%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. assets	24	101	(78)	(76.7%)
EBIT	4,369	790	3,579	453.0%
Profit of companies acc. equity method	45	(5)	50	n.r.
Net financial income	(5,127)	(5,359)	232	4.3%
Net gains on disposal of non- current assets	(358)	356	(714)	(200.6%)
Profit before taxes	(1,072)	(4,218)	3,146	74.6%
Corporation tax	(1,007)	(1,416)	409	28.9%
Net profit for the year	(2,079)	(5,634)	3,555	63.1%
Minority interests	(2,035)	(2,531)	496	19.6%
Net profit attributable to the parent	(4,114)	(8,165)	4,051	49.6%
Staff costs ex non recurring costs ¹	(79,168)	(84,965)	(5,798)	(6.8%)
Operating Expenses ex non recurring costs ¹	(226,788)	(250,501)	(23,712)	(9.5%)
Comparable EBITDA ¹	21,473	16,154	5,319	32.9%
Comparable EBIT ¹	9,187	1,267	7,920	625.3%

n.r.: the change in absolute terms is over >1.000%.

n.a.: not applicable as one of the values is zero.

¹ Excluding personnel adjustment measures 1H14 -4,842 thousand euros and 1H13 -578 thousand euros.

Operating revenues

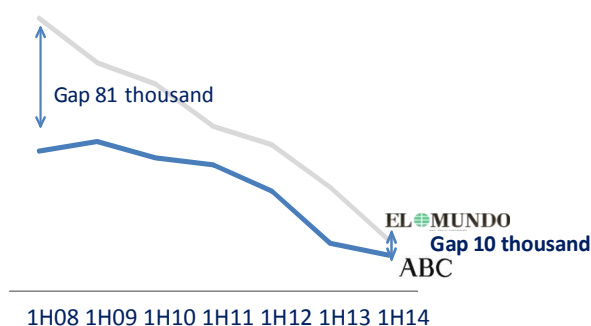
Total revenues in 1H14 were 248,261 thousand euros, -6.9% compared to 1H13, mainly as a result of the following factors:

- (i) Circulation sales fell by -4.2%, including a decline at the Regional Press of -5.4% and of -0.7% at ABC. The circulation performance was -7.7% at ABC and -7.1% at the Regional Press.

ABC has continued to improve its market share. According to official data for June 2014, ABC is now only 8⁵ thousand copies from reaching the number two position in the Spanish national press market in 1H14, going up to 10 thousand copies gap based on six-months comparative figures 1H14.

Performance of ABC ordinary circulation vs. El Mundo¹

Circulation at kiosks and individual subscriptions 1H14/08 (data in thousands)

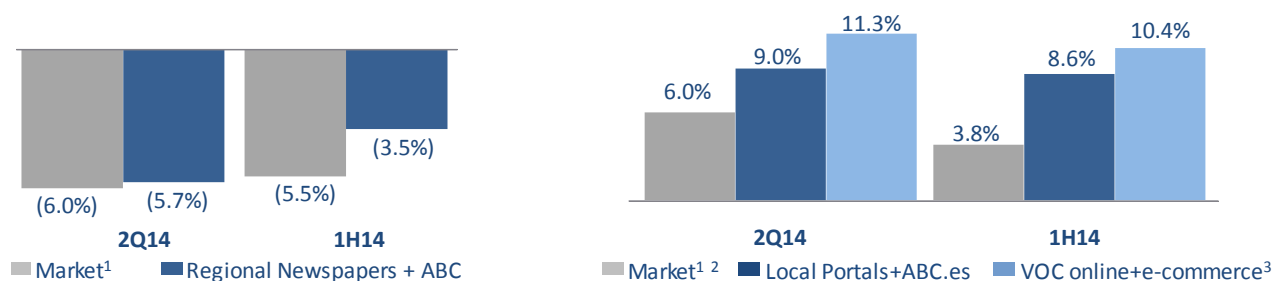


Note 1: source OJD. 1H14 data not certified.

- (ii) Advertising revenues fell by -1.8%, or by -1.4% when adjusted for changes to the perimeter (the strategic radio agreement with COPE that took effect in 2Q13 and the divestment of online daily que.es in 2013).

In 2Q14, there was a slowdown in the trend of improvement in advertising revenues at the Regional Newspapers and ABC. This was partly a result of calendar effects in April and May (the timing of Easter and national holidays) and the World Cup in June. However, VOC brands outperformed the press sector, according to i2p, and expanded their advertising market share.

VOC advertising performance vs. offline and online markets (%)

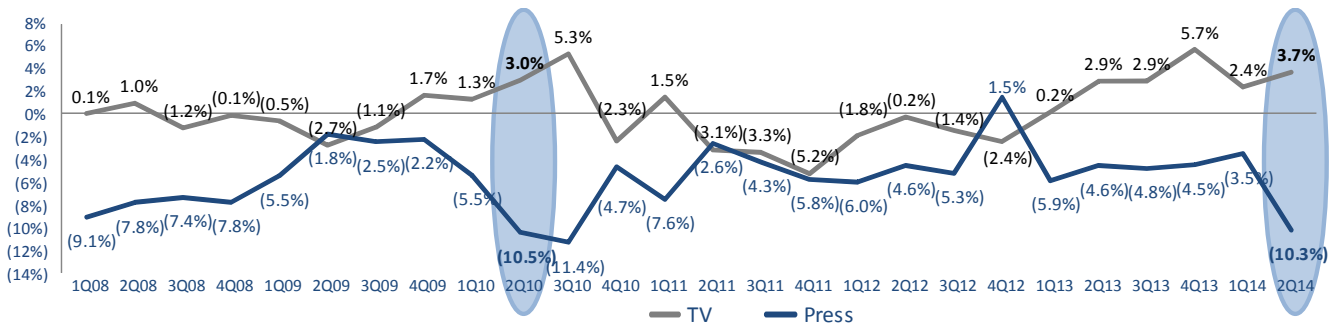


Note 1: source i2p. Note2: Online does not include search engine advertising. Note 3: includes all VOC Internet advertising revenues.

⁵ Source: OJD, June 2014 data not audited. Ordinary circulation (kiosk sales and individual subscriptions)

The relative performance of the press segment to the rest of the advertising market deteriorated by 10 points, in line with its performance in the last World Cup in 2010, when a similar trend was seen in the performances of TV and the press, as the following chart illustrates:

Performance of Press and TV advertising vs. market 1Q08 a 2Q14 (%)

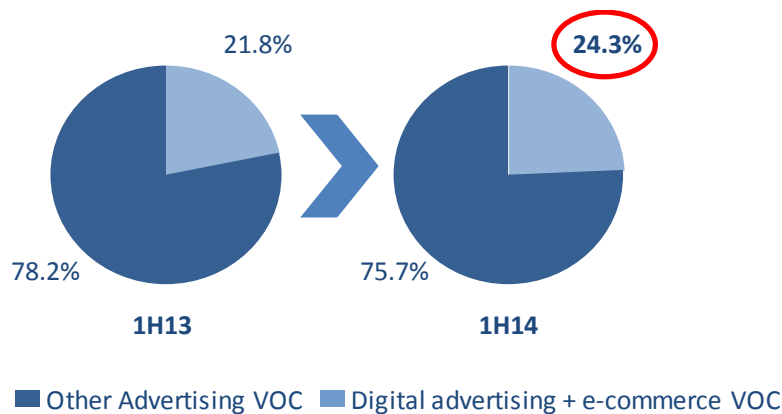


Source: i2p.

- (iii) Other Revenues fell by -15.7% as a result, among other factors, of the end of broadcasting of two DTT channels, the sale of assets in the film distribution business (Content area), and the more selective promotional activity. These effects were partly offset by the increased contribution of digital businesses such as Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox and Ticketing.

The change in the revenue profile towards digital, including not only digital advertising revenues at VOCENTO but also revenues from new digital businesses based on e-commerce, increased VOCENTO's exposure to digital to 24.3% in 1H14 (+2.5 p.p. vs. 1H13).

Advertising revenue profile moves towards digital and new businesses (%)



Operating expenses

In 1H14, comparable costs were reduced by -9.5%, or -23,712 thousand euros, excluding the costs of personnel adjustment measures of -4,842 thousand euros in 1H14 and of -578 thousand euros in 1H13. These measures form part of the company's normalized management and reflect its continuous search for efficiency in an advertising market that remains unstable.

Cost items where there have been significant decreases include supplies and comparable personal expenses, which in 1H14 decreased by -5.1% and -6.8%⁶ respectively.

By business area, there was a significant reduction in comparable costs in the Newspapers area (-5.6% in 1H14) as a result, among other factors, of a decrease in personnel costs and a more selective promotions strategy. In Audiovisual (-27.2% in 1H14) the main reasons were the end of broadcasting of two TV channels, and the end to the distribution of new cinema releases. In the other areas, cost reductions were driven by the restructuring and resizing of workforces and processes.

Detail of comparable operating expenses by business area

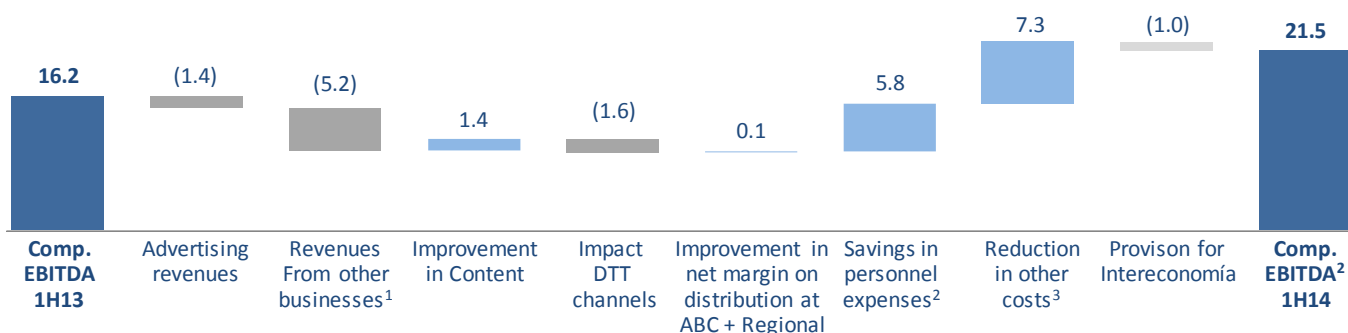
Like for like opex (thousand euros)	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Newspapers	(186,877)	(198,045)	(11,168)	(5.6%)
Audiovisual	(24,318)	(33,416)	(9,098)	(27.2%)
Classified	(6,481)	(7,883)	(1,401)	(17.8%)
Other	(5,424)	(5,914)	(491)	(8.3%)
Corporate and adjustments	(3,688)	(5,243)	(1,555)	(29.7%)
Total	(226,788)	(250,501)	(23,712)	(9.5%)

Comparable EBITDA

Comparable EBITDA in 1H14 was 21,473 thousand euros, an increase of +5,319 thousand euros compared to 1H13.

As the chart shows, the increased stability of advertising revenues, despite continuing uncertainty about the cycle (the absolute variation in 1H14 vs. 1H13 was -1,450 thousand euros), the adjustment measures implemented at Content in 2013 to stabilize the area's EBITDA, the savings from the personnel adjustment measures and the other cost controls that have been carried out, have all enabled this increase in EBITDA.

Detail of variation in comparable EBITDA² 1H13-1H14 (€m) (data in variation vs. 1H13 except comparable EBITDA)



Note 1: Radio, Classifieds, newspaper promotions, circulation sales of Supplements and other Businesses. Note 2: excluding personnel adjustment measures 1H14 €-4.8m and 1H13 €-0.6m. Note 3: costs of sales, promotions and administration at Regional and ABC, and costs of production, sales and administration at the other areas except Content.

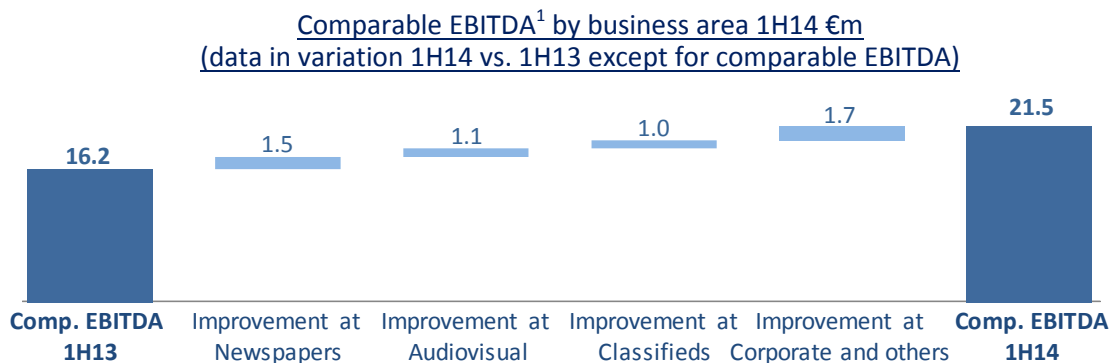
Highlights by business area include:

- (i) **Newspapers⁷**: comparable EBITDA 1H14 of 21,449 thousand euros, an increase of +1,520 thousand euros vs. 1H13. Despite the decrease in advertising (which fell by -1,509 thousand euros), the active management of costs resulted in a) lower personnel costs following restructuring measures, b) an improvement in the net margin on circulation sales at ABC, and c) an improvement in the margin on promotions.

⁶ Excluding personnel adjustment measures 1H14 -4,842 thousand euros and 1H13 -578 thousand euros.

⁷ Newspapers: Excluding adjustment measures 1H14 -3,038 thousand euros and 1H13 -958 thousand euros.

- (ii) **Audiovisual**⁸: comparable EBITDA 1H14 improved by +1,118 thousand euros, to 4,647 thousand euros. Negative impacts were felt from the end of DTT broadcasting of two channels and from the provision for unrecoverable loans associated with Intereconomía. There were positive impacts from the strategic Radio agreement with COPE and the restructuring measures implemented in the Content area in 2013.
- (iii) **Classifieds**⁹: reduction of comparable EBITDA losses in 1H14 by +1,004 thousand euros to -378 thousand euros, because of the combined effect of a +8.6% increase in advertising revenues in 1H14 and cost reduction measures, which included optimizing sales teams and reducing headcount.



Note 1: excluding personnel adjustment measures 1H14 €-4.8m and 1H13 €-0.6m.

Operating result (EBIT)

The operating result in 1H14 was 4,369 thousand euros, compared to 790 thousand euros in 1H13, an improvement of 3,579 thousand euros. The comparable operating result in 1H14 improved to 9,210 thousand euros from 1,368 thousand euros in 1H13. As well as the positive impact of reductions in costs, the result was also supported by the decline in amortization in the period by 2,601 thousand euros.

The decrease in amortization in 1H14 was a result mainly of a lower level of amortization in the Content area, where there was a reduction of -1,085 thousand euros following the transfer of part of the film distribution business.

Net financial result

The net financial result in 1H14 was -5,127 thousand euros, in line with the level of 1H13 (-5,359 thousand euros).

In February 2014, VOCENTO signed a 5-year syndicated loan for 175 million euros (see Relevant Fact of 24 February 2014) which has served to strengthen the financial structure, replacing bilateral credit lines, extending maturities and unifying debt management. The expenses and fees associated with the syndicated loan are accrued over the course of the lifetime of the loan.

Corporation tax

The performance of the operating result and the regularization of negative tax bases of previous years resulted in a decrease in taxes to -1,007 thousand euros in 1H14.

Minority interest

The reduction in minority interest in 1H14 by 496 thousand euros was mainly due the lower result at National DTT, because of the end of broadcasting of two channels.

⁸ Audiovisual: Excluding adjustment measures 1H14 -419 thousand euros and 1H13 -170 thousand euros.

⁹ Classifieds: Excluding adjustment measures 1H14 -78 thousand euros and 1Q13 55 thousand euros.

Net result attributable to the parent company

The consolidated net result in 1H14 was -4,114 thousand euros, with losses halved compared to 1H13 (-8,165 thousand euros). Excluding extraordinary items, which were mainly compensation payments, the comparable net result of VOCENTO would be -52 thousand euros, practically at break even.

Consolidated Balance Sheet

Miles de Euros	IFRS			
	1H14	2013	Var abs	% Var
Non current assets	560,489	568,022	(7,532)	(1.3%)
Intangible assets	157,049	159,662	(2,613)	(1.6%)
Property, plant and equipment	175,491	182,365	(6,875)	(3.8%)
Investments accounted using equity method	10,580	10,676	(96)	(0.9%)
Other non current assets	217,370	215,318	2,051	1.0%
Current assets	148,006	172,774	(24,769)	(14.3%)
Cash and cash equivalents	18,706	34,721	(16,015)	(46.1%)
Other current assets	129,300	138,053	(8,754)	(6.3%)
Assets held for sale	193	193	0	0.0%
TOTAL ASSETS	708,689	740,990	(32,301)	(4.4%)
Equity	343,733	349,902	(6,168)	(1.8%)
Bank borrowings and other fin. liabilities	175,781	184,414	(8,633)	(4.7%)
Other non current liabilities	68,509	68,274	235	0.3%
Other current liabilities	120,665	138,401	(17,735)	(12.8%)
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	708,689	740,990	(32,301)	(4.4%)

Other current assets

The amount decreased by -8,754 thousand euros, mainly as a result of a lower balance from clients because of the lower level of activity and because of the impact on clients and suppliers of the end of broadcasting of two DTT channels and the sale of part of the film distribution business.

Net financial position

The net financial position at the end of the period was -159,239 thousand euros, including cash and cash equivalents and other current financial assets of 18,706 thousand euros.

Subsequent to the closing of this reporting period in 30 June, the payment has been received for the divestment of the indirect stake of 0.37% in Ono, with a positive impact of 9,214 thousand euros on cash.

Breakdown of Net Financial Debt in 1H14

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	2013	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (s.t.)	24,081	120,589	(96,508)	(80.0%)
Bank borrowings and other financial liabilities (l.t.)	151,699	63,824	87,875	137.7%
Gross Debt	175,781	184,414	(8,633)	(4.7%)
Cash and cash equivalents	18,706	34,721	(16,015)	(46.1%)
Other non current financial asstes	133	415	(282)	(68.1%)
Deferred expenses	2,297	0	2,297	n.a.
Net cash position/ (net debt)	(159,239)	(149,277)	(9,962)	(6.7%)

On the balance sheet, in accordance with accounting principles, short term and long term borrowing are netted off for the short term and long term expenses of the syndicated loan, an amount of 2,297 thousand euros (deferred expenses). There is no financial cost to this, and these expenses are included when calculating net debt.

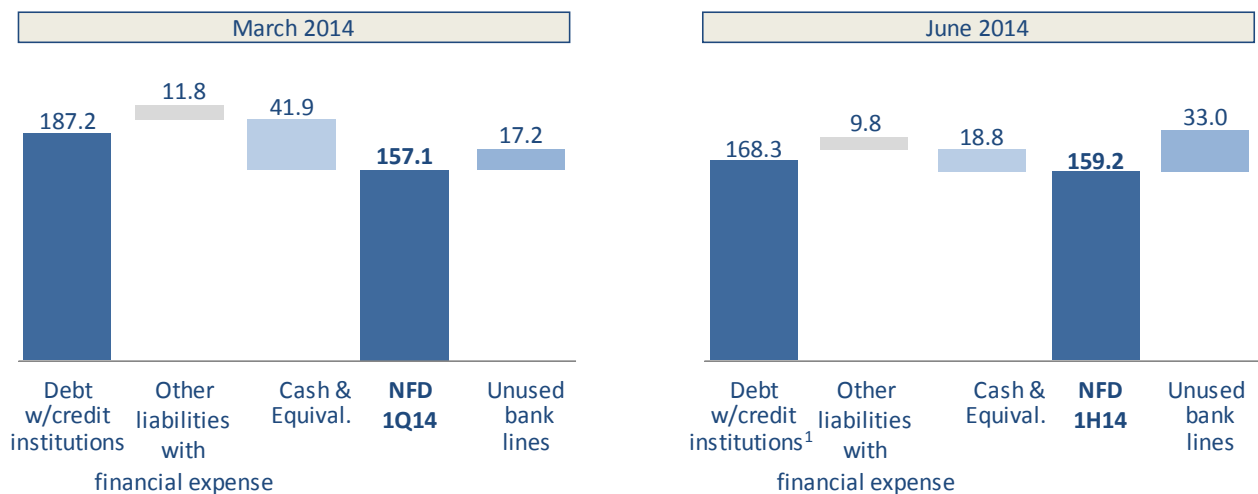
Short term borrowings and other financial liabilities include debt with credit institutions of 20,411 thousand euros, which decreased because of the syndicated loan, and other liabilities with a current financial cost of 4,165 thousand euros, mainly pension plans.

Long term bank borrowings and other financial liabilities include: a) debt with credit institutions of 147,875 thousand euros, which increased because of the syndicated loan and which includes 2,443 thousand euros from the mark to market valuation of the derivatives (signed with more than one financial institutions), and b) other liabilities with a non-current financial cost of 5,627 thousand euros, including mainly pension plans and compensation pending payment, associated with the downsizing at ABC in 2009.

Following the signing of the syndicated loan, and in order to hedge the interest rate paid, in March 2014 VOCENTO carried out a swap transaction for the interest rate on the syndicated loan, totalling 87,637 thousand euros.

In addition, in order to optimize its cash position and reduce interest payments, VOC has improved its cash pooling and reduced the “cash and cash equivalents” item by 17.5 million euros, with the amount drawn down from the revolving credit line (tranche B) reduced by the same amount. As a result of this, debt with credit institutions has been reduced, as have the interest payments associated with the credit line, while there has been an increase in the amount that has not been drawn down from the credit lines.

Composition of net financial debt, Jun14 vs. Mar14



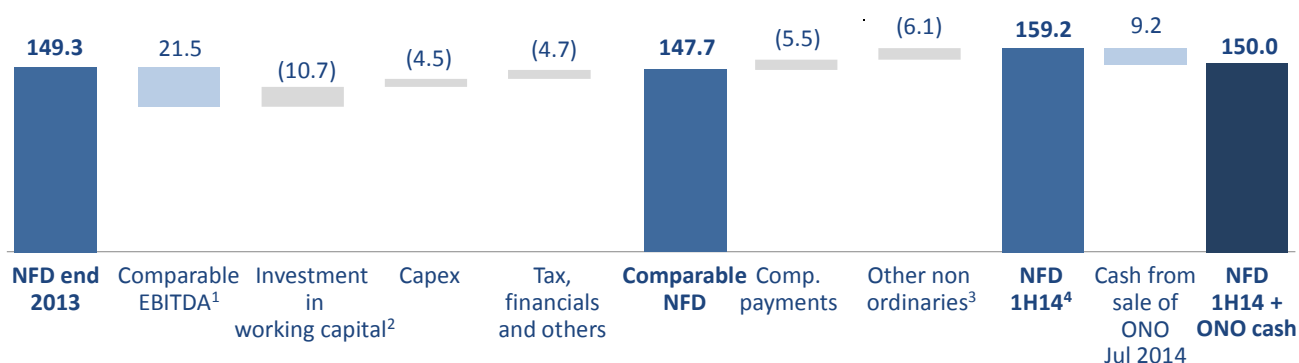
To better understand the variation in debt, ordinary and extraordinary changes are analysed separately. The most significant ordinary variations in 1H14 were as follows:

- (i) Variation in working capital of -10,674 thousand euros mainly due to the recovery of balances with clients, the impact in the balances for customers and suppliers due to the end of DTT broadcasting of two channels, the spin-off of part of the film distribution business and payments made to paper providers. The management of working capital (including the variation of inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT)) remains one of the key priorities in the company’s daily activities.
- (ii) Investments in fixed and intangible assets: cash exits of a total of 4,464 thousand euros, mainly linked to the digital activity.

Non-recurring items include:

- (iii) Compensation for personnel adjustment measures: there were cash exits in 1H14 of 5,492 thousand euros, mainly in the Regional Newspapers and in Corporate.
- (iv) Other non-ordinaries including expenses associated with the arrangement of the syndicated loan, the accounting adjustment (is not a cash outflow) of the mark to market valuation of the derivative, and the loan made to the ABC Foundation for 1,926 thousand euros.

Analysis of movement of net financial debt 1H14-2013 (€m)



Note 1: excluding personnel adjustment measures 1H14 €-4.8m and 1H13 €-0.6m. Note 2: variation of inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT). Note 3: including arrangement fee, associated expenses and derivative effects of the syndicated loan, and payments to the ABC Foundation.

Other current liabilities

The variation in Other Liabilities is due mainly to the reduction of balances with suppliers, because of the lower level of activity at Content in both television and film distribution, and the lower balances with suppliers of paper.

Cash flow statement

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	% Var
Net profit attributable to the parent	(4,114)	(8,165)	4,051	49.6%
Adjustments to net profit	22,496	25,438	(2,942)	(11.6%)
Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital	18,382	17,273	1,109	6.4%
Changes in working capital	(12,600)	(9,835)	(2,765)	(28.1%)
Other payables without financial cost	3,842	(9,827)	13,669	139.1%
Other payables with financial cost	(3,028)	(4,064)	1,036	25.5%
Income tax paid	(513)	(820)	307	37.4%
Interests deduction for tax purposes	(2,012)	(476)	(1,536)	(322.7%)
Net cash flow from operating activities (I)	4,072	(7,749)	11,821	152.5%
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(4,464)	(4,958)	494	10.0%
Net proceed on disposal of financial assets	453	110	343	311.8%
Interests and dividends received	340	342	(2)	(0.6%)
Other receivables and payables (investing)	0	0	0	n.a.
Net cash flow from investing activities (II)	(3,671)	(4,506)	835	18.5%
Interests and dividends paid	(10,396)	(8,544)	(1,852)	(21.7%)
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	(3,967)	17,770	(21,737)	(122.3%)
Other receivables and payables (financing)	5	191	(186)	(97.4%)
Equity related instruments without financial cost	(1,033)	(105)	(928)	(883.8%)
Equity related instruments with financial cost	(1,025)	(4,622)	3,597	77.8%
Net cash flows from financing activities (III)	(16,416)	4,690	(21,106)	(450.0%)
Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)	(16,016)	(7,565)	(8,451)	(111.7%)
Cash and cash equivalents at beginning of the year	34,721	40,295	(5,574)	(13.8%)
Cash and cash equivalents at end of year	18,706	32,731	(14,026)	(42.9%)

Net cash flow from operating activities was 4,072 thousand euros, including: a) payments of -5,492 thousand euros associated with the personnel adjustment measures, and b) a variation in working capital of -12,600 thousand euros which excluding non-ordinary items (the loan to the ABC Foundation) would have been -10,674 thousand euros, mainly due to the lower balance with suppliers of television services and paper already mentioned.

Net cash flow from investing activities was -3,671 thousand euros, mainly as a result of investments in fixed assets (see Capex section).

Net cash flow from financing activity was -16,416 thousand euros, and included interest and dividend payments paid by subsidiaries of VOCENTO of -10,396 thousand euros, and the repayment of debt in the period.

Capex

Controlling investments in order to preserve cash is one of the main targets of VOCENTO's financial management. Investments are currently associated mainly with the development of new sources of digital revenues.

Detail of Capex by business area

	IFRS (thousand euros)								
	1H14			1H13			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Newspapers	1,498	517	2,016	626	941	1,567	872	(424)	449
Audiovisual	51	37	87	614	135	748	(563)	(98)	(661)
Classified	135	10	145	192	14	206	(57)	(4)	(61)
Other	6	289	295	3	278	281	3	12	15
Corporate	271	20	291	934	12	945	(662)	8	(654)
TOTAL	1,961	873	2,834	2,369	1,379	3,748	(407)	(506)	(914)

The difference between the exit of cash because of investments in fixed assets (4,464 thousand euros) and the Capex recorded in accounts (2,834 thousand euros) is mainly due to pending payments for investments made in 2013.

Information by business area

This section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating result of each business area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Newspapers	208,326	217,974	(9,648)	(4.4%)
Audiovisual	28,964	36,945	(7,980)	(21.6%)
Classified	6,103	6,501	(398)	(6.1%)
Other	6,875	7,674	(799)	(10.4%)
Corporate and adjustments	(2,007)	(2,439)	432	17.7%
Total Revenues	248,261	266,655	(18,393)	(6.9%)
EBITDA				
Newspapers	18,411	18,971	(560)	(2.9%)
Audiovisual	4,228	3,359	869	25.9%
Classified	(456)	(1,326)	870	65.6%
Other	1,451	1,740	(289)	(16.6%)
Corporate and adjustments	(7,003)	(7,167)	165	2.3%
Total EBITDA	16,632	15,576	1,056	6.8%
Comparable EBITDA¹				
Newspapers	21,449	19,929	1,520	7.6%
Audiovisual	4,647	3,529	1,118	31.7%
Classified	(378)	(1,382)	1,004	72.6%
Other	1,451	1,759	(309)	(17.5%)
Corporate and adjustments	(5,695)	(7,682)	1,986	25.9%
Total comparable EBITDA	21,473	16,154	5,319	32.9%
EBIT				
Newspapers	10,371	10,027	344	3.4%
Audiovisual	1,407	(794)	2,201	277.2%
Classified	(981)	(2,035)	1,054	51.8%
Other	943	1,159	(217)	(18.7%)
Corporate and adjustments	(7,371)	(7,568)	196	2.6%
Total EBIT	4,369	790	3,579	453.0%
Comparable EBIT^{1 2}				
Newspapers	13,419	10,977	2,442	22.2%
Audiovisual	1,791	(670)	2,461	367.5%
Classified	(903)	(2,090)	1,187	56.8%
Other	943	1,132	(189)	(16.7%)
Corporate and adjustments	(6,064)	(8,082)	2,019	25.0%
Total comparable EBIT	9,187	1,267	7,920	625.3%

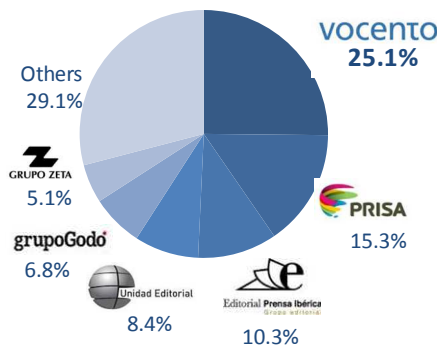
¹ Excluding personnel adjustment measures 1H14 -4,842 thousand euros and -578 1H13 thousand euros.

² Excluding result from sale of fixed assets 1H14 24 thousand euros and 1H13 101 thousand euros.

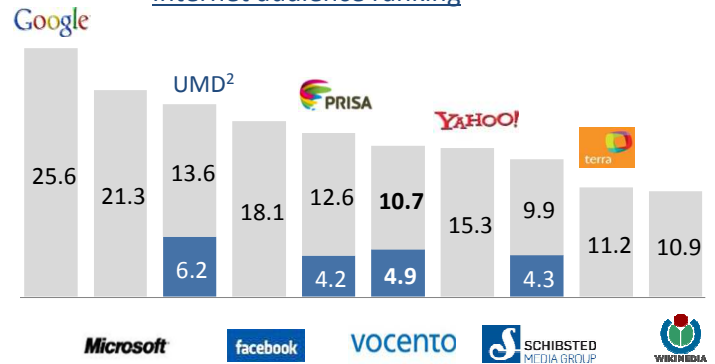
Newspapers (online and offline)

VOCENTO has consolidated its undisputed leadership of the general press sector with a market share of circulation of 25.1% (35.7% including the circulation of newspapers which form part of *Tarifa Única 3.0*), almost 10 p.p. more than the number two media group (with almost 2.6 million readers, according to the 2nd EGM survey of 2014). It is also the leader on the Internet with more than 15 million unique monthly users according to comScore (May 2014).

Market share of ordinary circulation¹⁰



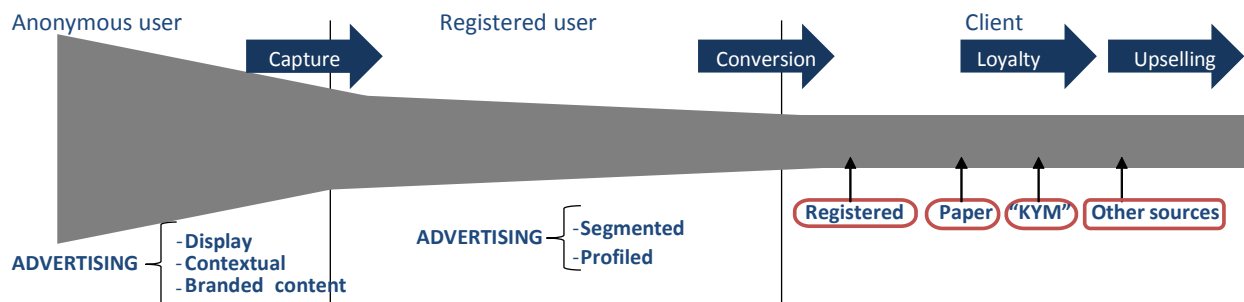
Internet audience ranking¹¹



The transformation of the ways in which people consume news and the continuous development of new technological devices are leading to increased consumption of news from mobile devices. This trend represents a double opportunity for VOCENTO, to access new readers and to develop new, complementary business models.

VOCENTO is working on a number of strategic initiatives that aim, firstly, to deepen the understanding of users and their behaviour, based on Big Data, the capture, storage, mining, sharing and analysis of large volumes of data. The company has implemented the MDM (Master Data Management) platform, which delivers a single view of the user regardless of the access platform (with users recorded via print, digital or e-commerce transactions). Secondly, it aims to enable multi-platform publishing, with 'mobile first' as the main driver, as Internet access is increasingly being made from mobile telephones and tablets.

Leveraging user behaviour and digital transformation

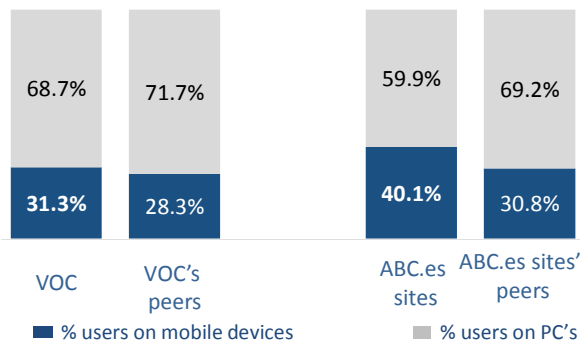


VOCENTO has made more progress in this area than its competitors, both at group level and in particular at the ABC websites. This has been reflected in the changing profile of unique users in the media sector, with an increasing proportion coming from mobile devices such as tablets and mobile phones. VOCENTO is ahead of its peers in this trend, both at group level and in particular for the ABC sites.

¹⁰ Source OJD. Data not audited. Ordinary circulation includes kiosk sales and individual subscriptions.

¹¹ Source comScore May 2014.

Increased proportion of mobile users at VOC than at peers¹²



Advertisers are responding to this trend in readership. According to i2p, in the first half of 2014, Internet advertising represented 11% of the total, or 208.4 million euros.

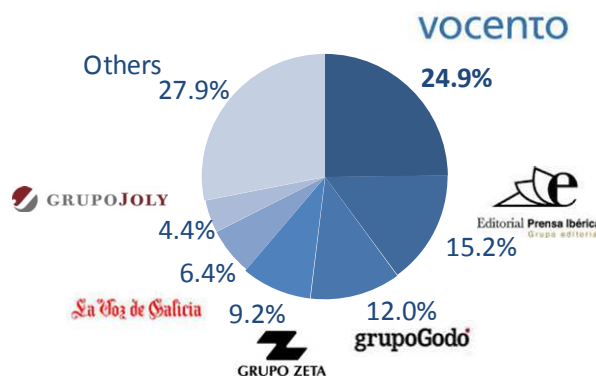
Regional Newspapers

This segment consists of 11 regional titles and their 11 local portals, the regional Printing business, the Distribution activity, and other businesses such as local advertising sales and other subsidiaries.

VOCENTO is the undisputed leader of the regional press markets of Spain due to the deep roots and excellent positioning of its 11 regional newspapers: El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, El Norte de Castilla, La Verdad, Ideal, Las Provincias, Sur, El Comercio, Hoy and La Rioja. The strength of these titles, some of which are over 100 hundred years old, their high level of local recognition and their strong links to their regions have turned them into clear references in their markets.

VOCENTO's regional newspapers maintained their leadership in terms of circulation in the first half of 2014, with market share in the regional press of 24.9%¹³, ahead of the second largest regional press group on 15.2%.

Share of regional press circulation 1H14



In terms of the readership for regional newspapers, VOCENTO remains the leader both in the offline market (with over 2¹⁴ million readers, 0.7 million readers more than the number two regional press group), and also online, with a readership of 15¹⁵ million unique monthly users. Every one of the eleven portals is the audience leader in their markets, except for El Comercio Digital.

¹² Source comScore MMX Multiplatform May14. Vocento peers include Prisa and UMD (Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica).

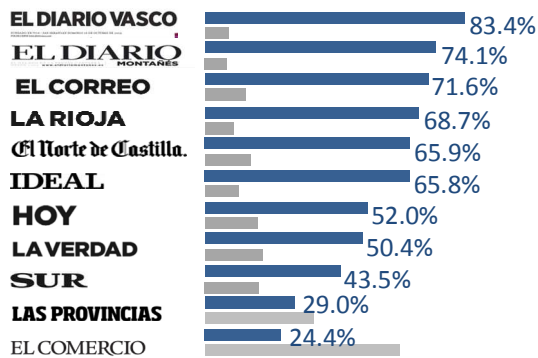
Peers of ABC.es websites include El País sites and El Mundo.es sites.

¹³ Source OJD January-June 2014. Data not audited.

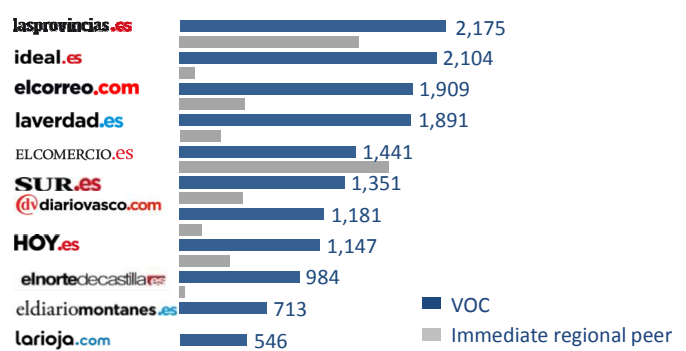
¹⁴ Source EGM 2nd accumulated survey 2014.

¹⁵ Source comScore MMX Multiplatform May14. Total readership is aggregated from the eleven Local Portals.

Share of circulation in title's area of influence¹⁶ (%)



Audience of local portals (million u.m.u.)¹⁷



In the first half of 2014, the main focus has been on reinforcing the leadership of the newspapers, regardless of the device used to read them, to continue to invest in high quality content to differentiate from third parties, and to win new readers and revenues. To generate these revenues, VOC is working in three main areas:

- Strengthening e-commerce initiatives such as Oferplan, Ticketing and Guapabox: all three have had a positive performance, meeting their targets and growing their businesses, with Guapabox now profitable, and winning new customers
- Advertising strategies to improve revenues from digital advertising inventories (helping to control online advertising rates)
- Digital transformation, to improve the positioning and perception of our titles: in the first half, the digital editions have undergone a major redesign which will enable new sales opportunities while also continuing to develop hyper-local sections and content and analysing the options for the selective sale of digital content.

In terms of profitability, VOCENTO is continuing to optimize its processes and resources, without affecting the quality of its editorial output.

National Newspaper - ABC

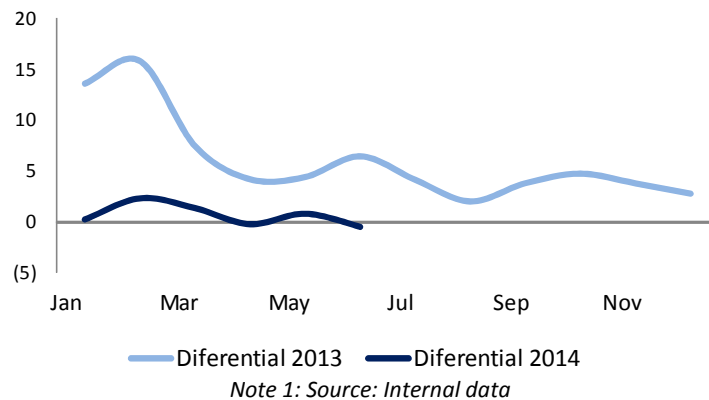
ABC is VOCENTO's national daily newspaper and is now more than 110 years old. ABC is focusing its efforts on maintaining its position as a leading national newspaper and on strengthening its position in different media vehicles: ABC print+ ABC on Kiosko y Más (with an improvement of its editorial content) + ABC.es, with all the support that has come from the agreement with COPE (see the Radio section). This combination has enabled the development of editorial synergies and the attraction of new digital audiences, in order to achieve profitability and enable improvements in EBITDA.

- Ordinary circulation in Spain, including kiosk sales and individual subscriptions, ABC continues to close the gap to the number two general newspaper in Spain, El Mundo, to 10,000 copies from 34,000 in January-June 2013 (see chart on page 6).
- Kiosk sales in the Madrid region, the main market for the national press, where ABC is already in the number two position.

¹⁶ Source OJD January-June 2014. Data not audited. Competitor share in grey.

¹⁷ Source: comScore MMX Multiplatform May 2014. Competitor share in grey.

ABC vs. El Mundo in kiosk circulations in the Madrid region.
Performance of kiosk sales (data in thousands)

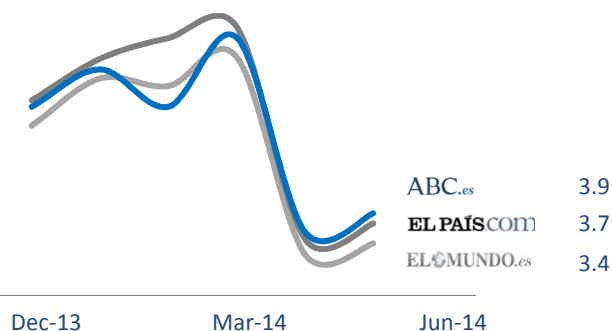


(iii) Ordinary circulation on Sundays, the day of the week with the highest sales. ABC already sells 9,979 copies than El Mundo (183,902 for ABC vs. 173,923 copies for El Mundo), compared to being behind by 24,767 copies in 1H13.

ABC continues to focus part of its efforts on high quality, profitable circulation, reducing in a controlled manner non-ordinary circulation. Following the decreases achieved in previous years, and according to 1H14 figures, non-ordinary circulation is now 89.5% of total circulation, compared to an average of our peers of 79.5%, particularly 84,8% at El Mundo and 74.2% at La Razón.

Likewise, in the digital business, abc.es is continuing to increase its market share and strengthen its position, with close to 1 million unique monthly users. Of these, c.4 million come from mobile access, illustrating the potential value of ABC's readership.

Performance of unique monthly users on mobile devices (million u.m.u.¹⁸)



In the first half of 2014, in order to improve profitability, a number of actions were implemented: i) compensating for the fall in circulation by increasing cover prices (as carried out in January 2014, with a cover price increase on Monday-Friday from €1.3 to €1.4, and on Sundays from €2.5 to €2.8), ii) maintaining the focus on high quality circulation and closing the gap even further to the most immediate competitor, while optimizing promotions, iii) continuing to develop new lines of revenues, such as ABC on Kiosko y Más, targeting the profitable growth of user numbers on the platform, iv) improving the offering for mobile devices, including both editorial content and products such as Oferplan, and finally v) continuing with savings measures, enabling current levels of positive EBITDA to be maintained.

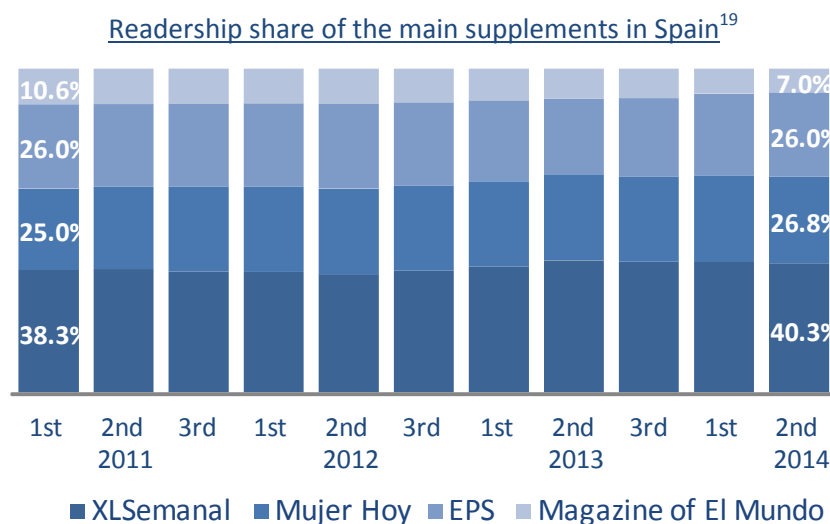
¹⁸ Source: ComScore Multiplatform.

Supplements and Magazines

VOCENTO publishes the two most read supplements in the ranking of supplements in Spain: XL Semanal and Mujer Hoy. XL Semanal is the most read Sunday supplement in Spain, with leading women's supplement Mujer Hoy in second place. The quality of the journalists at XL Semanal and its rigorous commitment to information are a major part of its success and are responsible for its differentiation from its main competitors. The supplements are distributed with all Vocento's newspapers at the weekend and with other high profile regional newspapers.

The Magazines and Supplements of VOCENTO have a combined readership of 4.1 million readers, with XL Semanal the clear leader in its sector (2.3 million readers, around 1 million readers more than its most immediate competitor according to the second EGM survey of 2014), while Mujer Hoy has 1.5 million readers.

VOC has continued to improve its positioning over the last four years, with a combined market share (XL Semanal + Mujer Hoy) of readership in the top four of Spanish supplements, as shown in the following graph:



In the digital business, the online audience is 1,2²⁰m of unique users reaching #4 in its category.

In terms of advertising, according to internal data both supplements have continued to increase their market share. In the Sunday supplement market, where advertising revenues have weakened, XL Semanal has increased its share by 3.2 p.p; in the women's supplement market, where advertising has stabilised, the share was higher by 26.0 p.p. in the first five months of 2014.

Mujer Hoy is the second most widely read supplement and is the leading women's supplement in its category in an increasingly competitive market. To celebrate its fifteenth anniversary, the supplement has undergone a major redesign and its editorial offering has been strengthened, with more pages and more content.

Hoy Corazón, a magazine which covers celebrity news and which has been well received by the market, has no competition in the weekend supplements market, and completed seven years of life in 2012. At the start of the year, La Voz de Galicia began to distribute the supplement, increasing its coverage and raising its nationwide profile.

¹⁹ Source: EGM surveys. Share based on readership, with overlaps. Total readership is sum of VOC supplements.

²⁰ Source: comScore MMX Multiplatform May 2014.

In the financial information segment, Inversión y Finanzas is the leading weekly finance magazine by kiosk sales (with 51,000 readers according to the 2nd EGM survey of 2014), and covers stock market and financial news with accuracy and professionalism. In the first half of 2014, new e-commerce initiatives have been rolled out, including Guapabox, with activities in various sectors that are designed to find new sources of revenues, providing high quality content from a low cost structure.

Printing and Distribution

The Print Media activity is supported by Printing and Distribution businesses.

In the Printing area, the company remains focused on improving profitability by making the most of its technical resources, enabling it to improve print quality while reducing unit costs.

In the Distribution business, again to improve processes and margins, VOCENTO is looking to achieve savings by automating manual tasks, implementing point-to-point control of the distribution of newspapers and optimizing the structure and points of sale based on financial criteria.

This section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating result of the Newspapers business area.

Newspapers (offline and online)

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Regionals	147,138	152,210	(5,072)	(3.3%)
ABC	57,073	61,655	(4,581)	(7.4%)
Supplements& Magazines	15,419	16,274	(855)	(5.3%)
Adjustments intersegment	(11,304)	(12,165)	861	7.1%
Total Revenues	208,326	217,974	(9,648)	(4.4%)
EBITDA				
Regionals	16,622	18,705	(2,082)	(11.1%)
ABC	1,032	(301)	1,333	443.2%
Supplements& Magazines	757	567	190	33.5%
Total EBITDA	18,411	18,971	(560)	(2.9%)
Comparable EBITDA¹				
Regionals	19,493	19,445	47	0.2%
ABC	1,082	(298)	1,380	463.4%
Supplements& Magazines	874	781	93	11.9%
Total comparable EBITDA	21,449	19,929	1,520	7.6%
EBIT				
Regionals	11,853	13,584	(1,731)	(12.7%)
ABC	(2,044)	(3,943)	1,899	48.2%
Supplements & Magazines	562	386	176	45.5%
Total EBIT	10,371	10,027	344	3.4%
Comparable EBIT^{1 2}				
Regionals	14,734	14,317	417	2.9%
ABC	(1,994)	(3,940)	1,946	49.4%
Supplements& Magazines	679	600	79	13.2%
Total comparable EBIT	13,419	10,977	2,442	22.2%

Note: The main principal eliminations are due to: a) the supplement revenues (XL Semanal, Mujer Hoy and Hoy Corazón) that TESA makes to the Regional Press and ABC and, b) revenues from the distribution of ABC by Beralán y c) printing activity of ABC by the regional printing plants.

¹ Excluding adjustment measures 1H14 -3,038 thousand euros and 1H13 -958 thousand euros.

² Excluding Result from sale of fixed assets 1H14 -10 thousand euros and 1H13 8 thousand euros.

Operating Revenues: 208,326 thousand euros in the first half of 2014, decreasing by -4.4% mainly as a consequence of lower circulation sales at the Regional newspapers and a lower level of promotions at ABC.

Circulation sales: 103,725 thousand euros (-4.2%).

Revenues from the circulation sales of the Regional Press fell by -5.4% in 1H14, because of a fall in circulation of -7.1% in the period. The slower decline in revenues was due to a generalised increase in the cover prices of most of the regional newspapers on Saturdays and Sundays.

At ABC, revenues from circulation sales decreased by -0.7%, as a result of the increase to cover prices in January, from €1.3 to €1.4 from Mondays to Fridays and from €2.5 to €2.8 on Sundays. In 1H14, ABC's

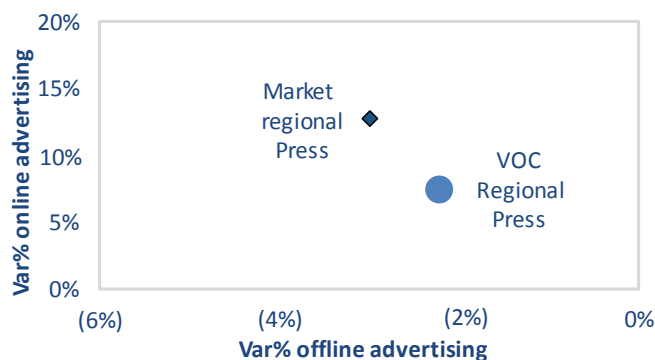
average circulation was 133,038 copies per day, a decrease of -7.7% vs. -10.6% for the national press market (see analysis of circulation on pages 18-19).

Finally, the performance of revenues from circulation sales of Supplements and Magazines (-7.5%) was a result of the lower level of circulation for the newspapers with which the supplements are distributed.

Advertising Sales: 71,375 thousand euros, -2.1% compared to 1H13. Regional newspapers and ABC recorded a decrease of -1.7% and again outperformed the advertising market in press and on the Internet. Offline brands reported a decline of -3.5% and online brands grew by +8.6%, compared to -5.5% and +3.8% for the market, respectively, according to i2p (see chart on page 6).

Regional Newspapers recorded advertising sales of 45,956 thousand euros, -1.1% vs. 1H13, with regional advertising on local newspapers outperforming national advertising.

Gross advertising revenues, VOC Regional newspapers and peers, Jan-May14¹ (%)



Note 1: internal data. Gross print advertising.

At **ABC**, advertising revenues decreased by -3.9% in 1H14, with the fall in offline advertising sales of -7.4% partly compensated by advertising growth at ABC.es of +13.8%.

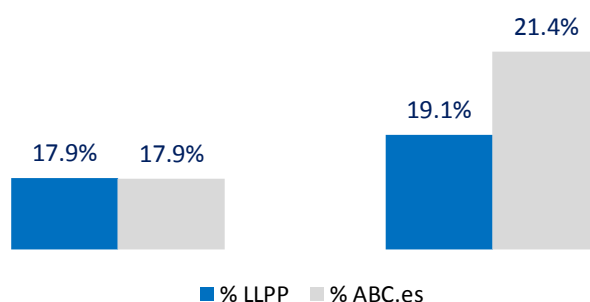
Gross advertising revenues, ABC and peers, Jan-May14¹ (%)



Note 1: internal data. Gross print advertising.

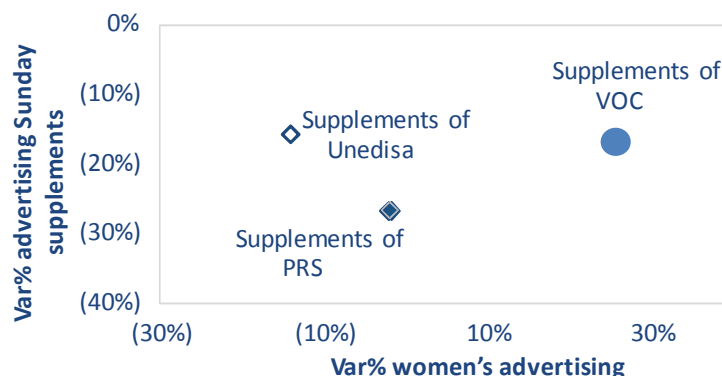
The steady roll-out of the complementary digital business continues to be reflected in the increased contribution of digital revenues, both at Regional (19.1% +1.2 p.p.), and at ABC (21.4%, +3.5 p.p.).

Contribution of digital business (advertising + other revenues/e-commerce to total advertising + other revenues/e-commerce) at VOC brands (%)



Advertising revenues from Supplements and Magazines decreased by -3.8% compared to a -9.2% decline for the market. Highlights included the performance of the women's supplement *Mujer Hoy*, distributed on Saturdays, which reported increased advertising spend especially in high end segments (beauty and fashion), and with an increased market share following the redesign and improvement of the product.

Gross advertising revenues, Sunday supplements and women's supplements, Jan-May2014¹ (%)



Note 1: internal data. Gross advertising data.

Other Revenues: 33,227 thousand euros, -9.8%, mainly a consequence of the reduced level of promotions at ABC.

Comparable EBITDA²¹: 21,449 thousand euros, an improvement of +1,520 thousand euros.

Performance of Comparable EBITDA and advertising at Newspapers 1H14 (€m)

IFRS Thousand Euro	Comparable EBITDA			Advertising
	1H14	1H13	Var Abs	Var Abs ¹
Regional brands	19,493	19,445	47	(493)
ABC	1,082	(298)	1,380	(768)
Supplements & Magazines	874	781	93	(262)
Total	21,449	19,929	1,520	(1,509)

Nota 1: the total figure for advertising includes eliminations in the area.

The variable net margin on the circulation sales of ABC and the regional newspapers (revenues from circulation sales less the direct associated costs of printing, distribution, marketing and supplies) improved by +100 thousand euros vs. 1H13.

²¹ Excluding adjustment measures 1H14 -3,038 thousand euros and 1H13 -958 thousand euros

The combined impact of the reduction in variable costs associated with operations and the implementation of efficiency measures has resulted in a decline of comparable costs by -5.6%²², as shown in the following table:

Performance of comparable costs at Newspapers 1H14 (€m)

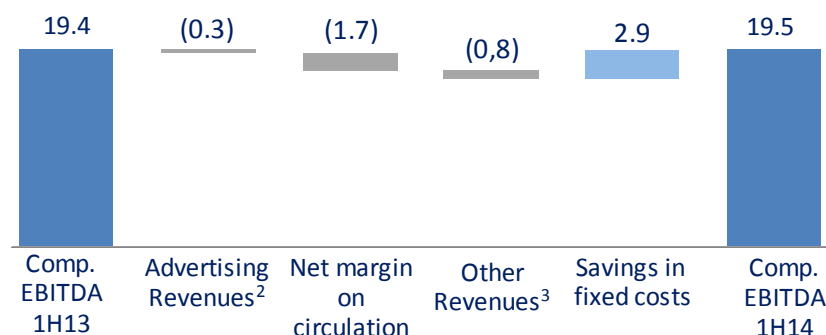
Like for like opex (thousand euros)	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Regionals	(127,645)	(132,765)	(5,120)	(3.9%)
ABC	(55,992)	(61,952)	(5,961)	(9.6%)
Supplements & Magazines	(14,544)	(15,493)	(948)	(6.1%)
Adjustments	11,304	12,165	861	7.1%
Total	(186,877)	(198,045)	(11,168)	(5.6%)

- (i) **Regional:** comparable EBITDA of 19,493 thousand euros, a similar level to in 1H13 (variation +47 thousand euros), with costs reduced by -5,120 thousand euros. The comparable EBITDA margin in 1H14/13 increased by +0.5 p.p. to 13.2%.

The main savings made were the result of the improvement in the margin on promotions, because of the reduction and optimization in the number of promotions, as well as reductions in fixed costs, mainly in personnel expenses. The net margin on circulation sales decreased in the quarter because of lower circulation, but continues to make an important contribution. The fall in other revenues was mainly a result of lower revenues from distribution and printing for third parties.

Regional Newspapers: performance of comparable EBITDA¹

Absolute variation in Revenues and comparable EBITDA, in million euros



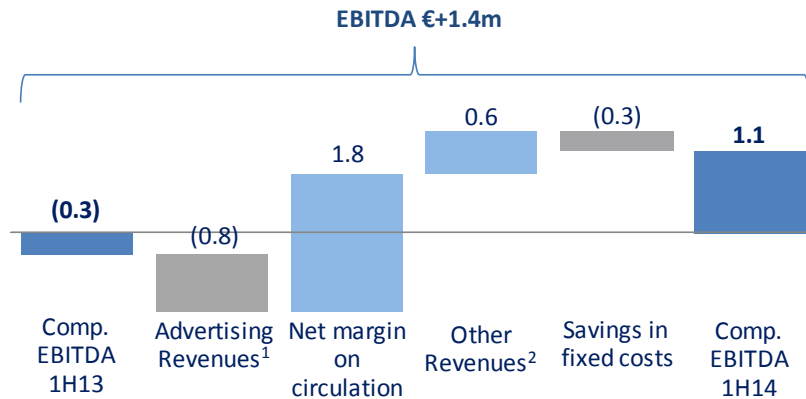
Note 1: excluding restructuring 1H13 €-0.7m and personnel adjustment measures 1H14 €-2.9m. Note 2: print and digital. Note 3: including among others advertising in subsidiaries, circulation sales from the distribution company and the margin on promotions.

- (ii) **ABC:** EBITDA improved by +1,380 thousand euros in 1H14 to 1,082 thousand euros, as a result of an improvement in the net margin on circulation sales by +1,847 thousand euros and the improvement in the margin on promotions, as the following page shows:

²² Excluding adjustment measures 1H14 -3,038 thousand euros and 1H13 -958 thousand euros.

ABC brand: performance of comparable EBITDA

Absolute variation of revenues and comparable EBITDA in millions of euros



Note 1: print and digital activity. Note 2: including among others the margin on promotions.

- (iii) Supplements and Magazines: Comparable EBITDA of 874 thousand euros vs. 781 thousand euros in 1H13, with cost reductions more than offsetting the impact of the fall in revenues. The comparable EBITDA margin of the area increased by 0.9 p.p. to 5.7%.

Audiovisual

VOCENTO has a presence in the audiovisual market, with a national television license, regional television licenses, a network of radio licenses, shareholdings in content producers and the management of a catalogue of film rights.

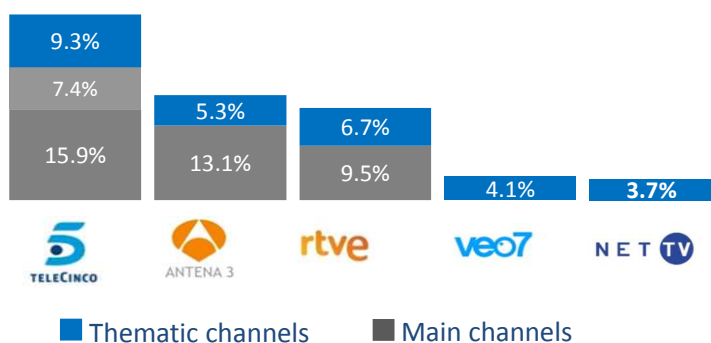
Television

VOCENTO via its 55% stake in the share capital of Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), in which Grupo Intereconomía has a 25% stake and The Walt Disney Company Iberia, S.L. has a 20% stake, is one of four private companies to have a national free-to-air DTT license. Following the Government's decision to close nine DTT channels, broadcasting of Intereconomía and MTV has ceased, with Disney Channel and Paramount Channel still on air. This means that VOCENTO remains present in the niche television market with international partners who are global leaders in entertainment, guaranteeing the medium and long term future of NET TV.

The broadcast channels had combined market share of 3.7% in June 2014²³. This positioning in the television sector enables VOCENTO to reduce its exposure to the economic cycle, while contributing to its overall goal of profitability.

²³ Source: Kantar Media June 2014. Not including pay-DTT channels

Audience share by family of channels, June 2014 (%)



Source: Kantar media

Radio

In response to the challenging economic and advertising environment, and as part of VOCENTO's Efficiency Plan at VOCENTO (see Relevant Fact of 19 December 2012), an alliance was agreed with Cadena COPE which was authorized by the Comisión Nacional de Competencia (CNC) on 15 March 2013.

The integration process and the implementation of the project have been successfully completed, with the positive impacts of the agreement reflected in results from the second quarter of 2013. 2014 will be the first full year in which earnings will fully incorporate the effects of this agreement.

The alliance between the two media groups has taken the form of a strategic agreement between Cadena COPE and ABC that aims to strengthen their shared editorial approach and defend the same values. Both parties are very pleased with the results of the agreement, which has been a clear success that has been consolidated over the course of 2014.

The agreement represents the merger of the broadcasters owned by Vocento, as part of ABC Punto Radio, with the broadcasters of the Cadena COPE network. In addition, the news broadcasts of Cadena COPE are being introduced with the slogan "with the force of ABC," associating the COPE and ABC brands. Vocento appoints the News Coordinator and the presenter of the morning and midday broadcasts. The programming, presenters and content of Cadena COPE receive a special emphasis in the pages of ABC.

The strategic alliance also includes the presence of ABC journalists and presenters on the main news and opinion programmes of Cadena COPE and joint work by both editorial teams on issues of common interest. An Editorial Committee has been established that comprises of representatives of both media.

Likewise, the two groups have integrated the radio portals COPE, Cadena 100 and Rock FM on the ABC website to strengthen both media in the competitive online market for information and news.

Audiovisual Production and Distribution -Veralia

The presence of VOCENTO in the audiovisual production sector (the production of entertainment and drama programmes and the distribution of films) is based on: a) Veralia Contenidos, a holding company for audiovisual production companies, which includes BocaBoca Producciones, Europroducciones (with a presence in Italy through its subsidiary Europroduzione Italia), Hill Valley and b) Veralia Cine, which has a catalogue of rights for 244 films.

- The Veralia production companies currently have various formats in development, preproduction, production, and broadcasting, including "21 días", "Guinness," and "Conexión Samanta" (Cuatro), "Contigo Aprendí" (various regional broadcasters), "A Tu Vera" (Castilla la Mancha TV) and "Guinness World Records" (Canale5, Italy). Recent broadcasts include the end-of-year gala on TVE and the mini-series "Rescatando a Sara" for Atresmedia.

The current television market is being impacted not only by the advertising crisis but also by the high level of volatility in audiences and the reduction in the number of players, which has increased the pressure on both demand and on the price of the productions, affecting both revenues and production margins of the entire audiovisual production sector, including Vocento's business in this area.

Veralia has responded by, among other measures, internationalising its productions. The "21 días" format has been successfully adapted in the Netherlands, Italy and France, and more recently in Canada and Chile. In addition, agreements have been reached with various international companies to produce new formats into the Spanish and Italian markets.

- In the film distribution area, Veralia Cine, in 2013 an agreement was made with the minority shareholders of Veralia, as a result of which Vocento has been released from its obligations to acquire new films in return for managing the film catalogue. This has significantly reduced the volatility of results, eliminated capex and improved profitability.

This section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating result of the Audiovisual business area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
DTT	18,437	24,896	(6,459)	(25.9%)
Radio	2,011	1,666	344	20.7%
Content	8,734	10,609	(1,875)	(17.7%)
Adjustments intersegment	(218)	(227)	9	3.9%
Total Revenues	28,964	36,945	(7,980)	(21.6%)
EBITDA				
DTT	1,371	3,993	(2,622)	(65.7%)
Radio	1,042	(1,336)	2,379	178.0%
Content	1,815	702	1,112	158.4%
Total EBITDA	4,228	3,359	869	25.9%
Comparable EBITDA¹				
DTT	1,372	4,012	(2,640)	(65.8%)
Radio	1,155	(1,216)	2,371	195.0%
Content	2,120	734	1,386	189.0%
Total comparable EBITDA	4,647	3,529	1,118	31.7%
EBIT				
DTT	1,222	3,809	(2,587)	(67.9%)
Radio	1,068	(1,498)	2,566	171.3%
Content	(884)	(3,105)	2,222	71.5%
Total EBIT	1,407	(794)	2,201	277.2%
Comparable EBIT^{1,2}				
DTT	1,223	3,828	(2,605)	(68.1%)
Radio	1,147	(1,448)	2,595	179.2%
Content	(578)	(3,050)	2,471	81.0%
Total comparable EBIT	1,791	(670)	2,461	367.5%

Note: Eliminations are the result of the sale of programmes from the production companies to National DTT and Radio.

Note: EBIT and comparable EBIT at Content include the amortization of goodwill in the Tripictures film catalogue of 1,004 thousand euros in 1H14 and 1,202 thousand euros in 1H13.

¹ Excluding adjustment measures 1H14 -419 thousand euros and 1H13 -170 thousand euros

² Excluding Result from sale of fixed assets 1H14 of 34 thousand euros and 1H13 of 46 thousand euros.

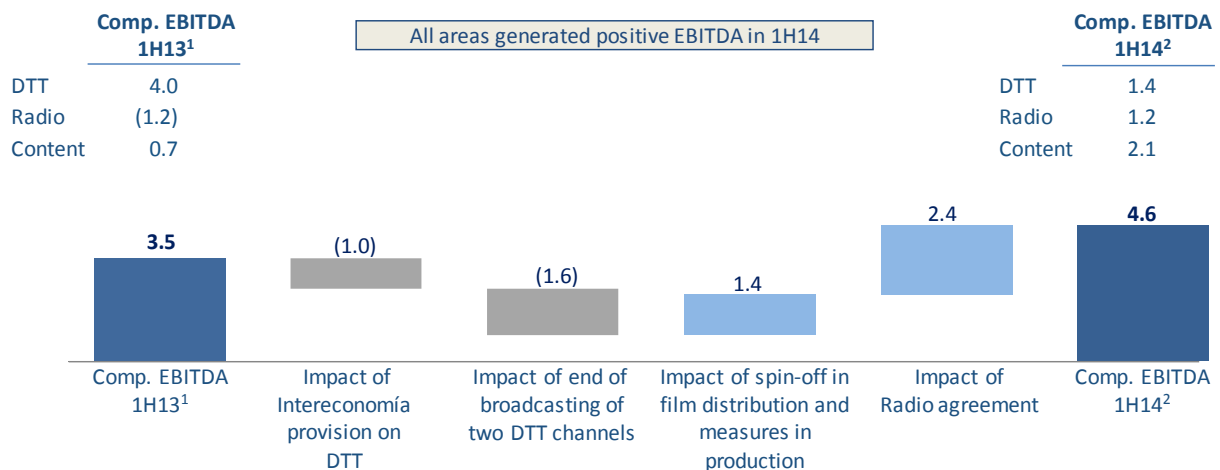
Operating Revenues: 28,964 thousand euros, -21.6% due to changes in the perimeter: i) a decline in DTT revenues of -25.9% because of the termination of nationwide DTT broadcasting of MTV and Intereconomía, and ii) lower revenues from film distribution (in the Content area) as a result of the transfer of part of this business to a third party at the end of 2013.

Comparable EBITDA²⁴: 4,647 thousand euros, an improvement of 1,118 thousand euros from 1H13, with all divisions reporting positive EBITDA despite the changes to the perimeter that have been mentioned above:

²⁴ Excluding adjustment measures 1H14 -419 thousand euros and 1H13 -170 thousand euros.

- (i) **DTT**: positive comparable EBITDA of 1,372 thousand euros in 1H14, a decrease of -2,640 thousand euros from 1H13. This was a result of the lower level of activity following the end of broadcasting at two of the channels of the multiplex, and the effect of the provision made in 1Q14 for unrecoverable loans to Intereconomía, of 1,041 thousand euros.
- (ii) **Radio**: positive comparable EBITDA of 1,155 thousand euros compared to -1,216 thousand euros in 1H13. The positive commercial and strategic agreement with COPE had an impact on results starting in 2Q13, when the agreement was approved by the competition authorities.
- (iii) **Content**: comparable EBITDA of 2,120 thousand euros vs. 734 thousand euros in 1H13. In 1Q14, costs were incurred because of the final launches in the DVD window of new film releases from 2013, with an impact on costs that was not repeated in 2Q14. In 2Q14, the Content area recorded positive EBITDA of 1,754 thousand euros.

Comparable EBITDA of the Audiovisual area (€m)



Note 1: adjusted for investment in restructuring 1H13 €-0.1m in Radio (total area €-0.2m due to rounding).

Note 2: adjusted for investment in restructuring 1H14 €-0.1m at Radio and €-0.3m at Content.

Comparable Operating Result (because of the level of amortization in this area, commentary is provided on the operating result) rose to 1,791 thousand euros vs. -670 thousand euros in 1H13, as a result of the improvement in the business and the lower level of amortization in the Content area, which decreased by -1,085 thousand euros in 1H14.

Classifieds

The nationwide Classifieds network of VOCENTO is unique in the Spanish media sector, thanks to its specialist team and its customer-focused service culture. These characteristics are supported by ABC.es and the network of regional brands, providing a nationwide service that is characterised by its content as well as by its understanding of the segment.

The portals are present in the three main markets for Internet classified advertising: in real estate with pisos.com (top#3 in its category), employment with Infoempleo.com (top#2) and automotive with autocasion.com (top#7). In addition, the directories portal 11870.com has an audience of 1 million unique users and is one of the leading portals for recommendations of websites and businesses in Spain.

In the first half of 2014, the company continued to focus on optimizing revenue generation from advertising and on implementing its sales strategy, while maintaining its cost structure to help the division progress on its path to profitability.

This section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating result of the Classifieds business area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Classified	6,103	6,501	(398)	(6.1%)
Total Revenues	6,103	6,501	(398)	(6.1%)
EBITDA				
Classified	(456)	(1,326)	870	65.6%
Total EBITDA	(456)	(1,326)	870	65.6%
Comparable EBITDA¹				
Classified	(378)	(1,382)	1,004	72.6%
Total comparable EBITDA	(378)	(1,382)	1,004	72.6%
EBIT				
Classified	(981)	(2,035)	1,054	51.8%
Total EBIT	(981)	(2,035)	1,054	51.8%
Comparable EBIT¹				
Classified	(903)	(2,090)	1,187	56.8%
Total comparable EBIT	(903)	(2,090)	1,187	56.8%

¹ Excluding adjustment measures 1H14 -78 thousand euros and 1H13 55 thousand euros

Operating Revenues: 6,103 thousand euros, down 6.1% as a result of the sale of Infoempleo's solutions division in 4Q13 (pro forma revenues +7.0%), with the automotive and employment sectors making the largest contribution. Advertising revenues in the area rose by 8.6%.

Comparable EBITDA: -378 thousand euros, with losses narrowing by 72.6% from 1H13 as a result of cost reduction measures, in particular the optimization of sales teams (reinforcing telesales) and savings in personnel expenses, especially in the central structure.

Others

This segment includes B2B business Sarenet, which provides Internet services and voice and data services to companies. It also includes the results from the digital operations of que.es, before its divestment in July 2013.

This section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating result of the Others business area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
B2B	6,892	7,502	(611)	(8.1%)
Qué!	(17)	187	(204)	(109.0%)
Adjustments intersegment	0	(15)	15	100.0%
Total Revenues	6,875	7,674	(799)	(10.4%)
EBITDA				
B2B	1,476	1,832	(355)	(19.4%)
Qué!	(25)	(92)	66	72.2%
Total EBITDA	1,451	1,740	(289)	(16.6%)
Comparable EBITDA¹				
B2B	1,476	1,832	(355)	(19.4%)
Qué!	(25)	(72)	47	64.7%
Total comparable EBITDA	1,451	1,759	(309)	(17.5%)
EBIT				
B2B	968	1,282	(313)	(24.5%)
Qué!	(25)	(122)	97	79.2%
Total EBIT	943	1,159	(217)	(18.7%)
Comparable EBIT¹				
B2B	968	1,234	(266)	(21.6%)
Qué!	(25)	(103)	77	75.3%
Total comparable EBIT	943	1,132	(189)	(16.7%)

¹ Excluding investment in restructuring of -19 thousand euros in 1H13.

Operating Revenues: 6,875 thousand euros, down -10.4% as a result of the performance in B2B.

Comparable EBITDA: 1,451 thousand euros.

Operating data

Newspapers

Average Circulation Data	1H14	1H13	Var Abs
National Press - ABC	133,038	144,104	(11,066)
Regional Press			
El Correo	78,041	83,641	(5,600)
El Diario Vasco	56,390	59,499	(3,109)
El Diario Montañés	26,471	27,762	(1,291)
Ideal	21,435	23,123	(1,688)
La Verdad	18,900	21,073	(2,173)
Hoy	12,365	13,443	(1,078)
Sur	19,290	20,835	(1,545)
La Rioja	10,820	11,637	(817)
El Norte de Castilla	22,291	25,129	(2,838)
El Comercio	18,260	19,711	(1,451)
Las Provincias	19,873	21,392	(1,519)
TOTAL Regional Press	304,136	327,245	(23,109)

Sources:OJD. 1H14 non audited data.

Audience	2nd Survey 14	2nd Survey 13	Var Abs
National Press - ABC	517,000	577,000	(60,000)
Regional Press	2,038,000	2,241,000	(203,000)
El Correo	419,000	453,000	(34,000)
El Diario Vasco	248,000	254,000	(6,000)
El Diario Montañés	164,000	185,000	(21,000)
Ideal	185,000	209,000	(24,000)
La Verdad	209,000	228,000	(19,000)
Hoy	134,000	138,000	(4,000)
Sur	129,000	166,000	(37,000)
La Rioja	88,000	97,000	(9,000)
El Norte de Castilla	177,000	204,000	(27,000)
El Comercio	158,000	160,000	(2,000)
Las Provincias	127,000	147,000	(20,000)

Supplements

XL Semanal	2,271,000	2,535,000	(264,000)
Mujer Hoy	1,509,000	1,618,000	(109,000)
Mujer Hoy Corazón	314,000	335,000	(21,000)
Inversión y Finanzas	51,000	53,000	(2,000)
Monthly Unique uses (Th)	may-14	jun-13	Var Abs
Vocento	15,545	n/a	n/a

Source: comScore

Audiovisual

National TV Market	jun-14	jun-13	Var Abs
Audience share Net TV	3.7%	4.5%	(0.8) p.p.

Source: Kantar Media last month.

Disclaimer

This document contains forward-looking statements regarding intention, expectations or estimates of the Company or its management at the date of issue thereof, relating to various aspects, including the growth of various lines of business and the business overall, the market share, the results of the Company and other aspects of the activity and status thereof.

Analysts and investors should bear in mind that such estimates do not amount to any warranty as to the future behaviour or results of the Company, and they shall bear all risks and uncertainties with regard to relevant aspects, and thus, the real future results and behaviour of the Company might be substantially different from what is stated in the said predictions or estimates.

The statements in this document should be taken into account by any persons or entities who may have to make decisions or prepare or disseminate opinions on securities issued by the Company and, in particular, by the analysts who handle this document. All are invited to consult the documentation and information published or registered by the Company before the National Securities Market Commission.

The financial information contained in this document has been prepared under International Financial Reporting Standards (IFRS). This financial information is unaudited and, therefore, is subject to potential future modifications.

This document is only provided for information purposes and does not constitute, nor may it be interpreted as, an offer to sell or exchange or acquire, or solicitation for offers to purchase or accept any kind of compromise.

Certain numerical figures included in this document have been rounded. Therefore, discrepancies in tables and graphs between totals and the sums of the amounts listed may occur due to such rounding.

Translation of a report originally issued in Spanish. In the event of a discrepancy, the Spanish-language version prevails.

Contact

Investor and Shareholder Relations

C/ Pintor Losada, 7

48004 Bilbao

Bizkaia

Tel.: +34 94.473.25.67

e-mail: ir@vocento.com

1H14 Results

The logo graphic for Vocento consists of several overlapping, semi-transparent light blue circles that form a stylized, multi-petaled flower or sunburst shape. The word "vocento" is centered over this graphic in a bold, blue, sans-serif font.

vocento

29 July 2014

ver, escuchar, leer y sentir.

Disclaimer

This document contains forward-looking statements regarding intention, expectations or estimates of the Company or its management at the date of issue thereof, relating to various aspects, including the growth of various lines of business and the business overall, the market share, the results of the Company and other aspects of the activity and status thereof.

Analysts and investors should bear in mind that such estimates do not amount to any warranty as to the future behaviour or results of the Company, and they shall bear all risks and uncertainties with regard to relevant aspects, and thus, the real future results and behaviour of the Company might be substantially different from what is stated in the said predictions or estimates.

The statements in this statement should be taken into account by any persons or entities who may have to make decisions or prepare or disseminate opinions on securities issued by the Company and, in particular, by the analysts who handle this document. All are invited to consult the documentation and information published or registered by the Company before the National Securities Market Commission.

The financial information contained in this document has been prepared under International Financial Reporting Standards (IFRS). This financial information is unaudited and, therefore, is subject to potential future modifications.

This document is only provided for information purposes and does not constitute, nor may it be interpreted as, an offer to sell or exchange or acquire, or solicitation for offers to purchase or accept any kind of compromise.

Certain numerical figures included in this document have been rounded. Therefore, discrepancies in tables and graphs between totals and the sums of the amounts listed may occur due to such rounding.

Translation of a report originally issued in Spanish. In the event of a discrepancy, the Spanish-language version prevails.

Main achievements in 1H14

Targets met, despite weaker advertising in 2Q

- Advertising deterioration in 2Q, especially national advertising, partly because of the World Cup
- Continued migration of VOC revenue mix to digital: 24.3% of the total (+2.5 p.p.)
- VOC brands continue to increase their market share of circulation and advertising
- ABC maintained circulation sales in 1H14 because of increase in cover prices

Profitability criteria: comparable EBITDA 1H14 €21.5m, up €+5.3m (+32.9%)

- Newspapers: cost efficiency is the main driver at both ABC and Regional. Positive contribution from new digital businesses of €1.2m
- Positive performance at Audiovisual following measures taken at Content, and despite the negative impact of the switch-off of two TV channels
- EBIT improves to €+4.4m, 5x the level of 1H13, because of lower amortization at Content
- Consolidated net result 1H14, excluding extraordinaries, practically at break- even (€-0.1m)

Financial position sustained

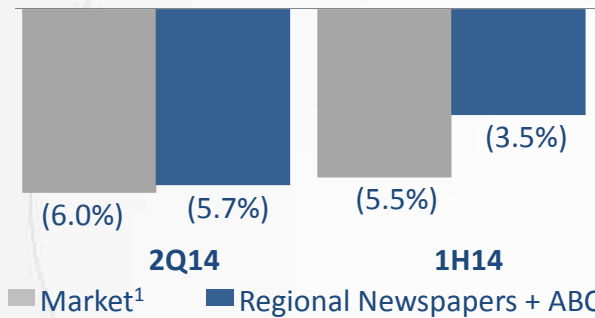
- Increase in NFD 1H14 to €159m: positive cash generation from the ordinary business and non-recurring exits of cash, mainly as a result of restructuring measures and the syndicated loan
- Sale of Ono: cash entry of €9.2m has been received in July

Advertising: VOC increases market share in 2Q14, despite having no sports title

- Total VOC advertising sales decreased by -2.4% in 2Q14 (1H14 -1.8%), supported by digital
- **VOC press brands outperformed the sector**, both offline and online
- **The general press does not benefit from sports events**: as in the 2010 World Cup, advertising in the general press underperformed the market by 10 points

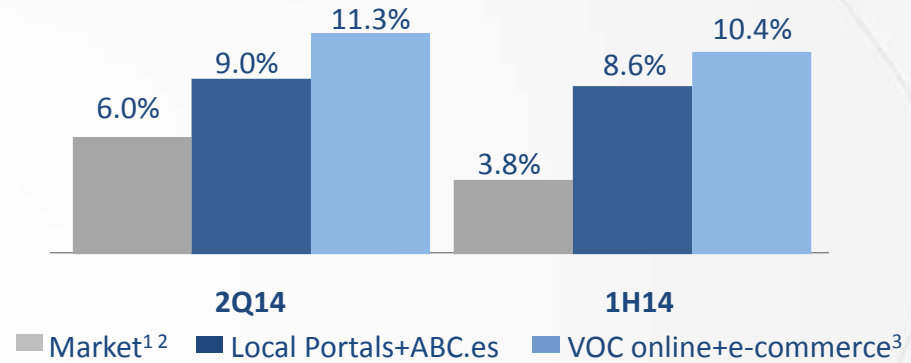
VOC outperforms the advertising market,¹ offline...

Variation in advertising spend %



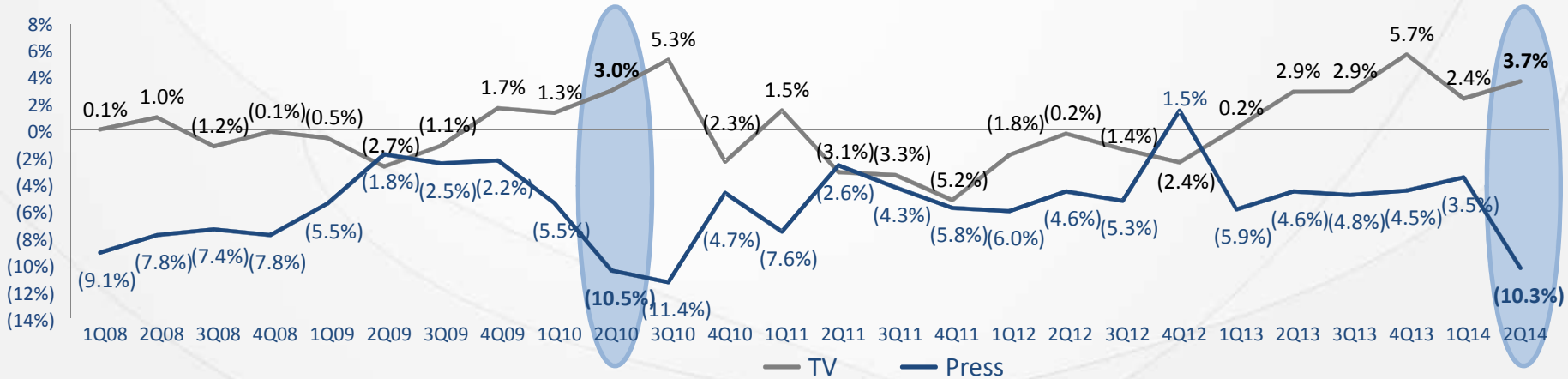
...and online

Variation in advertising spend %



Differential between press and TV widens, as in previous World Cup¹

Growth differential between press and TV vs. total advertising spend %

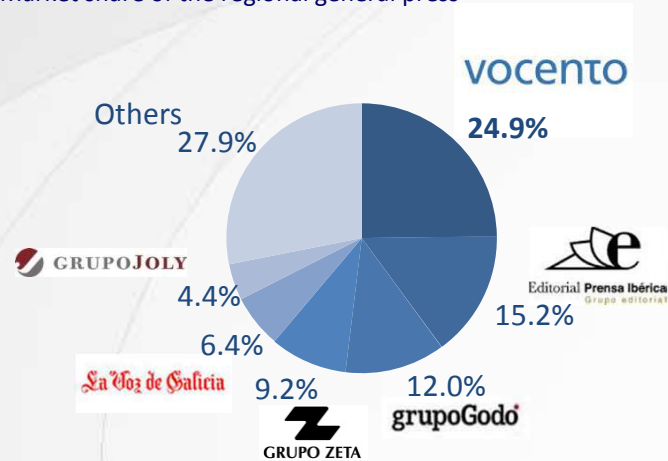


Note 1: source i2p. Note 2: Online advertising spend does not include search engine advertising. Note 3: includes all VOC Internet advertising revenues.

Regional Newspapers: stability and profitability in leadership positions

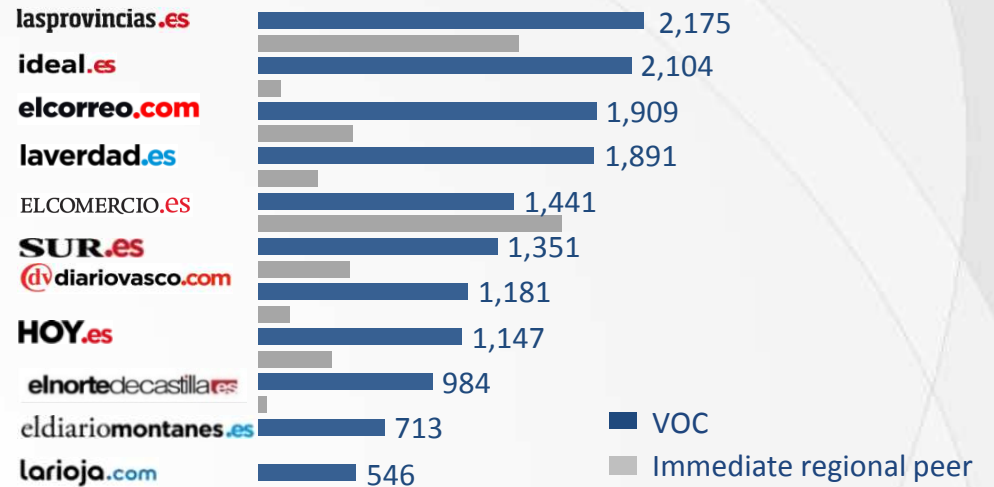
Maintaining clear leadership of regional circulation¹ ...

Market share of the regional general press



... and of online readers,² key to the new digital business

Thousands of unique monthly users



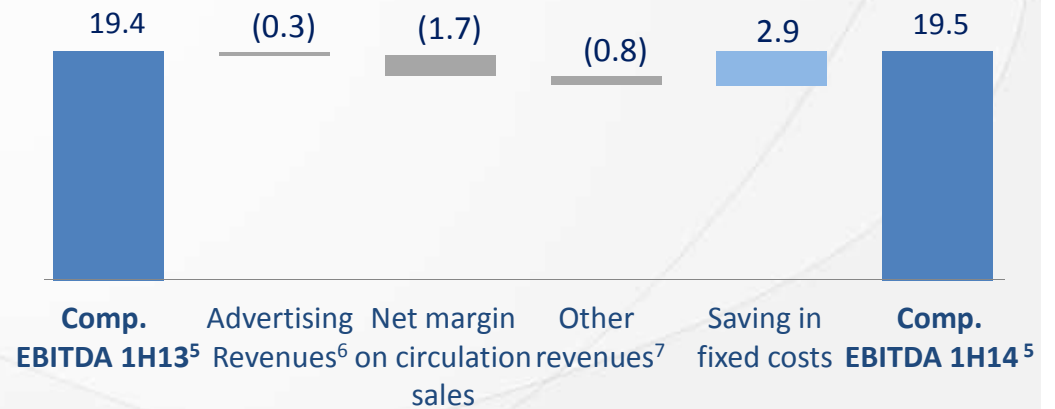
Regional outperforms offline and grows online³

Data of advertising variation in %. Data Jan-May14



EBITDA maintained at regional⁴ thanks to cost savings

Variation 1H14 vs. 1H13 except comparable EBITDA (€m)

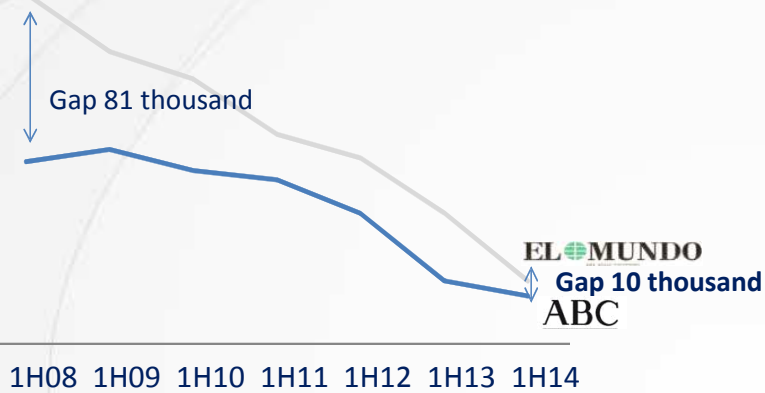


Note 1: OJD 1H14 data not audited. Note 2: source comScore MMX Multiplatform May14. Note 3: internal data. Note 4: print, digital and other businesses. Note 5: excluding restructuring 1H13 €-0.7m and personnel adjustment measures 1H14 €-2.9m. Note 6: print and digital. Note 7: includes, among others, advertising sales of other subsidiaries, circulation sales of distribution company and margin on promotions.

ABC: improvements in market share and EBITDA

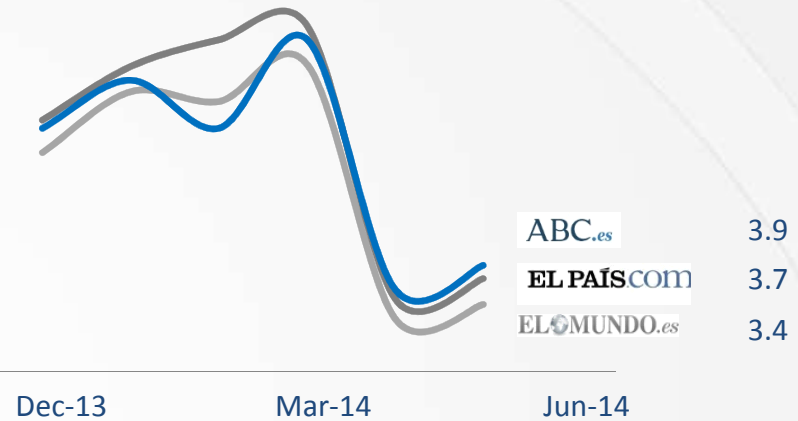
Improved share of ordinary circulation¹

Performance of kiosk sales and individual subscriptions 1H08-1H14 (thousands)



ABC.es sites is the mobility leader

Unique exclusive mobile monthly users Dec13-May14 (millions)



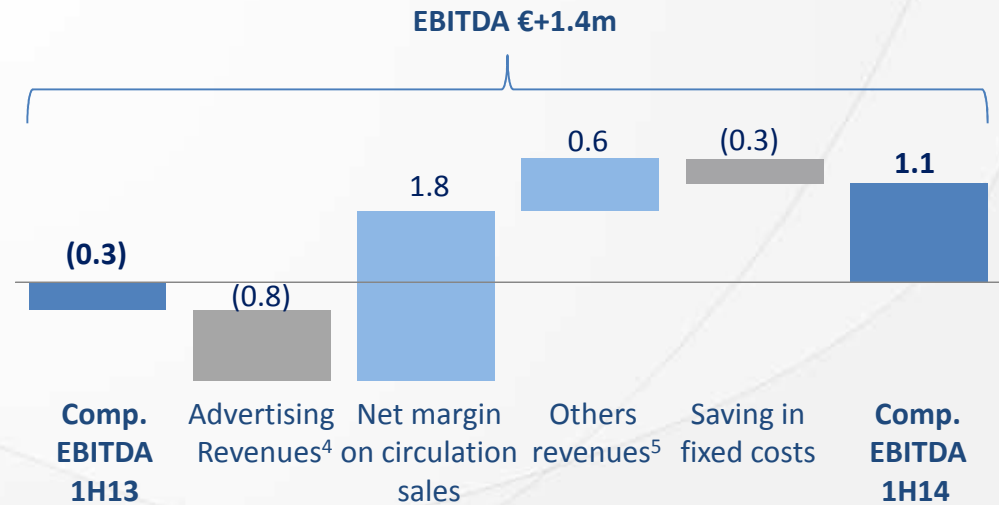
...continues to win advertising market share³

Data of advertising variation in %. Jan-May 2014



ABC EBITDA improves thanks to revenues and costs

Variation 1H14 vs. 1H13 except for comparable EBITDA (€m)



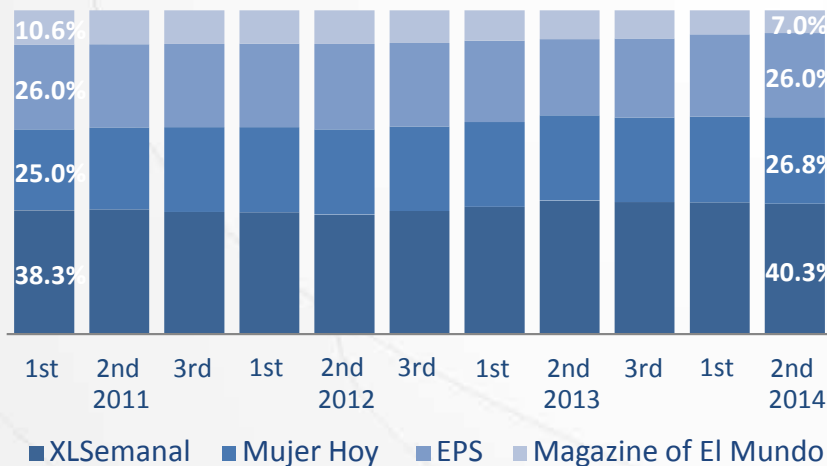
Note 1: OJD data from Dec13 not audited. Note 2: source comScore MMX Multiplatform. Exclusive mobility includes only mobile devices. Note 3: internal data May14/May13. Gross advertising. Note 4: print and digital. Note 5: includes among others the promotion on margins.

Supplements and magazines: improvement in share and positioning

- Clear leadership position in supplements market, XL Semanal + Mujer Hoy
- Redesign of the women's portal after 15 years of life and renewed commitment to editorial
- **Advertising in the supplements outperforms the market:** Supplements and Magazines 1H14 -3.8% vs. Sunday supplements market -9.2%¹
 - Mujer Hoy : advertising revenues increase (+24.2%) thanks to high- end segment (beauty and fashion)
- Mujerhoy.com **1.2m of unique users is #4** in its category
- Improvement in **comparable EBITDA margin 1H14 by +1.4 p.p.** vs. 1H13

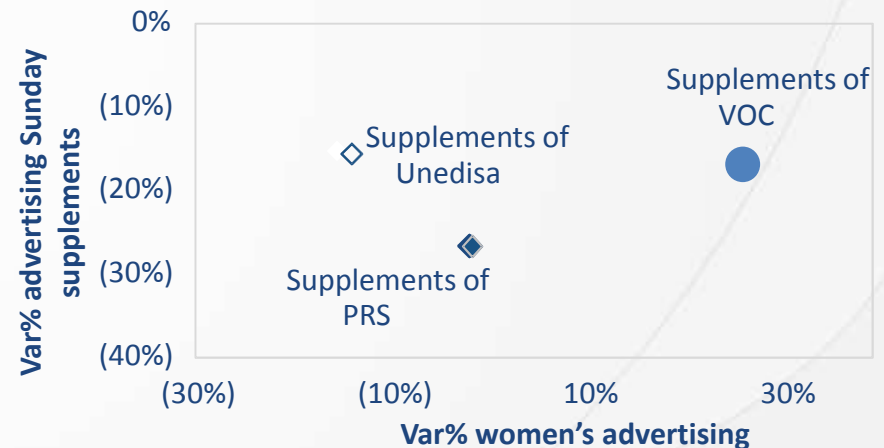
Steady expansion of market share² ...

Market share of readership for supplements



... reflected in advertising³

Variation in advertising spend in Sunday supplements and women's supplements. Data for change in advertising in %. Jan-May 2014.



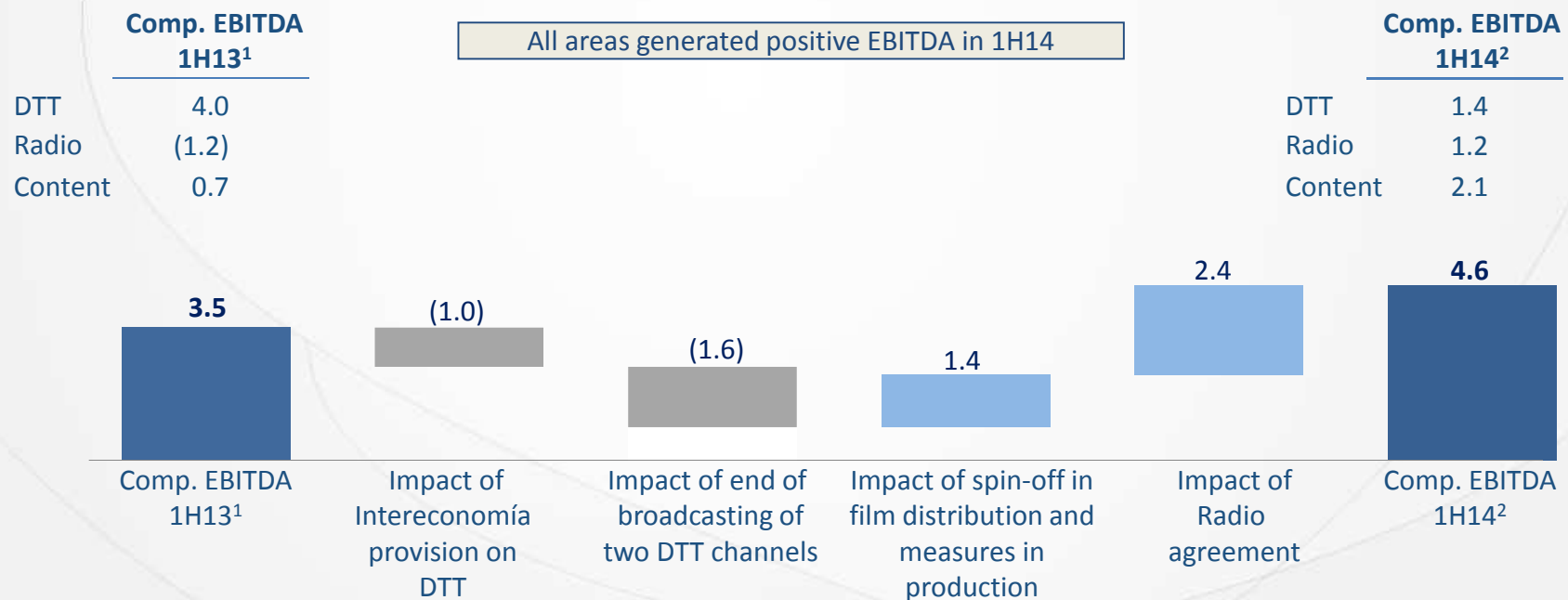
Note 1: source i2p. Note 2: EGM accumulated surveys. Shares calculated using contacts (overlapping readers may exist). Note 3: internal data, variation YoY % January-May 2014. Gross advertising.

Audiovisual: all areas with positive EBITDA in 1H14 after measures taken

- **DTT remains profitable despite the end of broadcasting of two channels** and the provision for Intereconomía
 - Negative impact of Intereconomía provision in 1Q14 €-1.0m and end of MTV broadcasts in Feb14
 - VOC has agreed to continue broadcasting Disney and Paramount
- **Radio reaches positive EBITDA following strategic agreement with COPE** implemented in 2Q13
 - Positive impact on COPE's listener numbers of contribution of new antennas
- **Content reaches positive EBITDA following the measures adopted**
 - Film distribution: following extraordinary costs in 1Q14 (last DVD launches of previous new releases) EBITDA 2Q14 €1.8m

Variation in comparable EBITDA by concept

Data in variation in €m 1H14 vs 1H13 except comparable EBITDA

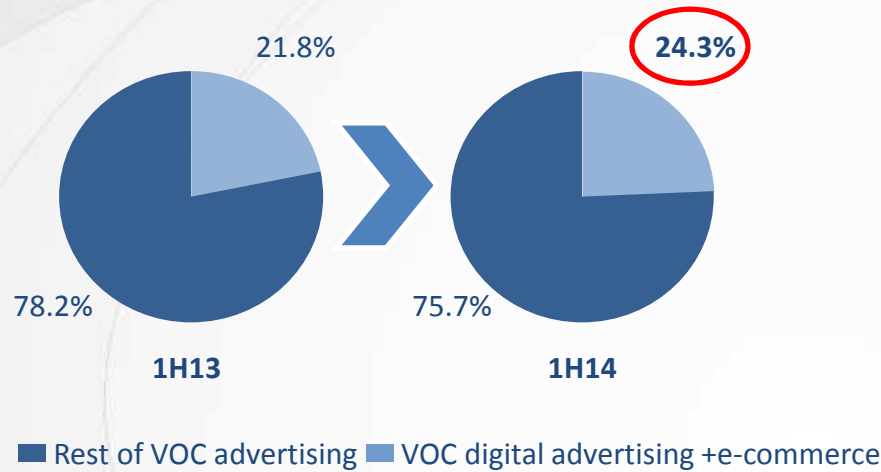


Note 1: adjusted for investment in restructuring 1H13 €-0.1m in Radio (total area €-0.2m due to rounding). Note 2: adjusted for investment in restructuring 1H14 €-0.1m in Radio and €-0.3m in Content.

New initiatives and online growth

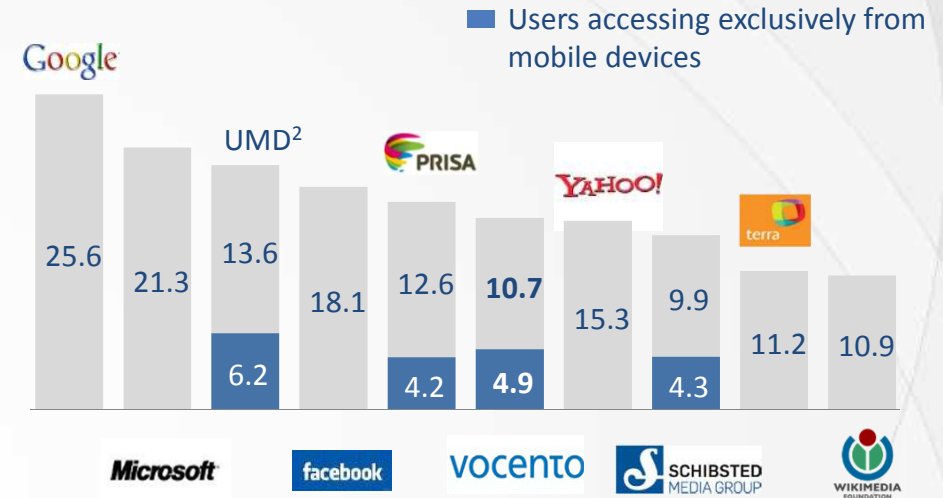
Increased contribution from online advertising and new digital businesses to VOC

Breakdown of advertising revenues of VOC (%)



Greater proportion of mobile users than at peers¹

Million unique monthly users



New sources of digital revenues contribute total positive EBITDA 1H14 of €1.2m



16% of total digital revenues 1H14



Online sale of tickets to shows and events



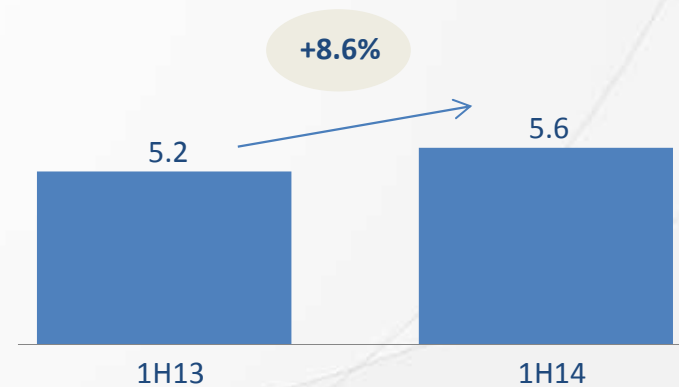
Revenues 1H14 +57%
Registered users >165 k



Promotion of cosmetic products from leading brands

Growth of advertising at Classifieds

Performance of advertising revenues in the Classifieds area (%)



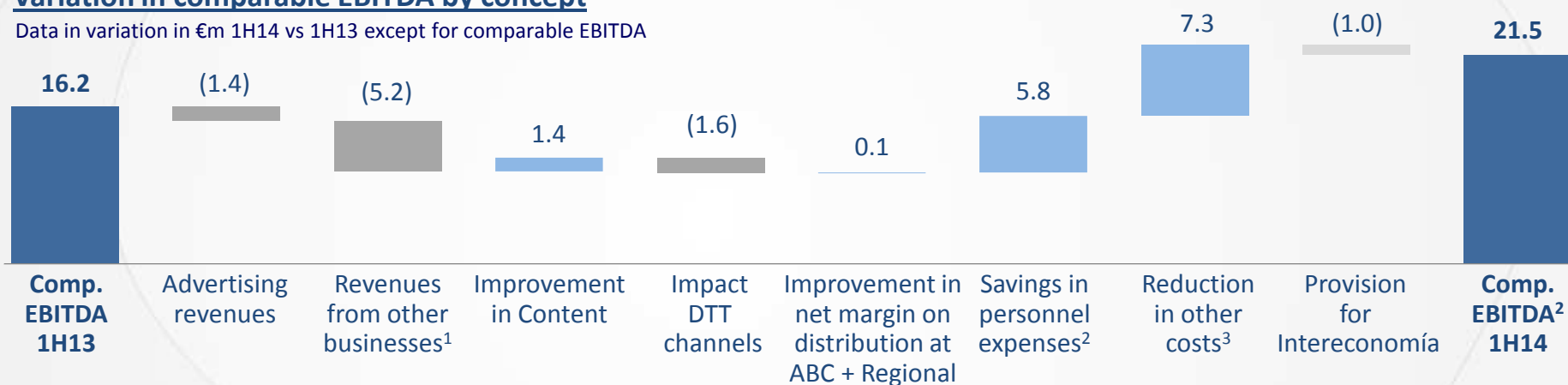
Note 1: source comScore MMX Multiplatform May14. Note 2: UMD= Unidad de Medios Digitales including Unidad Editorial, Zeta and Prensa Ibérica.

Comparable EBITDA 1H14 up €+5.3m: focus on execution and cost controls

- **Improvement in EBITDA 1H14 maintained across all areas, despite a weaker 2Q14 for advertising**
 - Comparable operating expenses -9.5%: led by decline in spending on promotions (1H14 -32.8%) and lower comparable personnel expenses (1H14 -6.8%)
 - By area, Audiovisual leads the reduction in comparable costs (1H14 -27.2%) following the end of broadcasting of two TV channels and the spin-off of the film distribution business
- **Personnel adjustment measures in 1H14 of €-4.8m and provision for Intereconomía of €-1.0m**

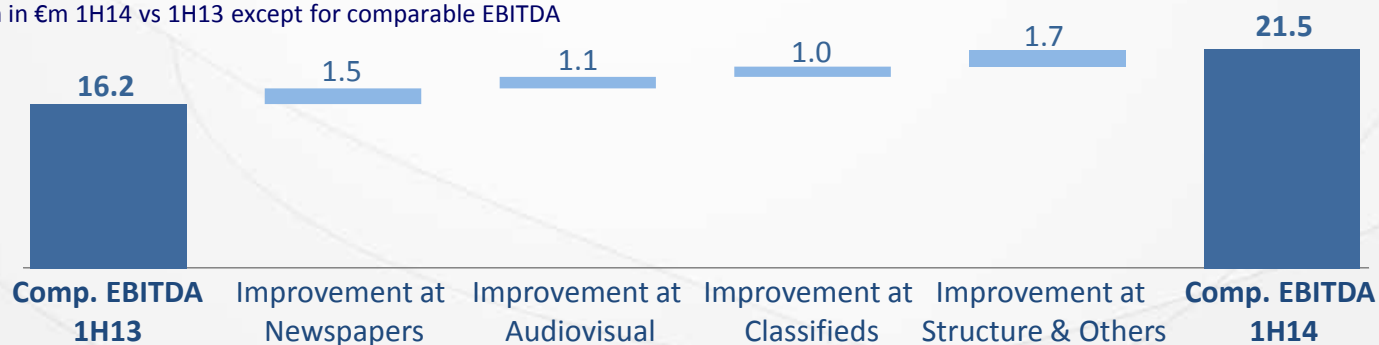
Variation in comparable EBITDA by concept

Data in variation in €m 1H14 vs 1H13 except for comparable EBITDA



Increase in comparable EBITDA by business area

Data in variation in €m 1H14 vs 1H13 except for comparable EBITDA



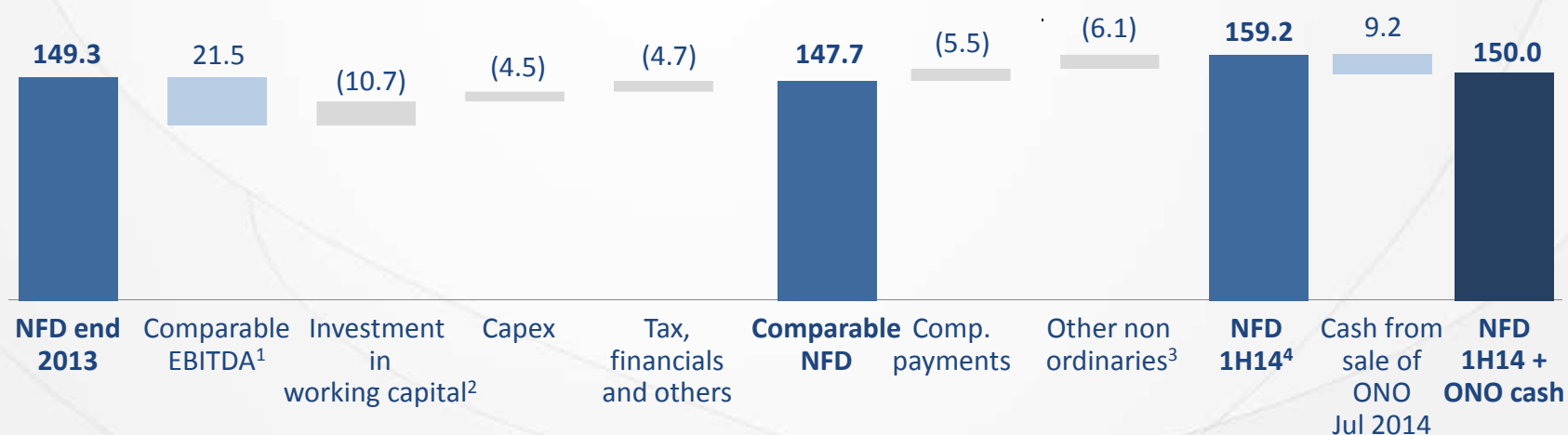
Note 1: radio, classifieds, newspaper promotions, circulation sales of supplements and other businesses. Note 2: excluding personnel adjustment measures 1H14 €-4.8m and 1H13 €-0.6m. Note 3: sales, promotional and administrative expenses at Regional and ABC, and costs of production, sales and administration at other areas except Content.

Net financial position sustained

- **Positive cash generation from the ordinary business, €+1.6m**
 - Control of Capex: investment mainly associated with Internet
 - Investment in working capital: decline in activity with suppliers, following change of business model at Tripictures (Content), the end of two DTT channels, and active management of trade debt in 1H14
- **Non-recurring cash exits and other adjustments, €-11.6m**
 - Payments linked to personnel restructuring measures implemented (€-5.5m)
 - Payments and accounting effects of the syndicated loan, mark to market of the derivative, and others
- **Sale of ONO: cash advanced in 2014 for €+9.2m**, following approval from Competition (CNC)
- Optimization of cash
- **Treasury stock position of 3.1%** on 30 June 2014

NFD levels sustained

Changes to Net Financial Debt, December 2013-1H14. Data in €m



Note 1: excluding personnel adjustment measures 1H14 €-4.8m and 1H13 €-0.6m. Note 2: variation in inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT). Note 3: including arrangement fee, associated expenses and accounting effect on NFD of interest rate swap on syndicated loan, and extraordinary payment to the ABC Foundation.

Financial appendix 1H14 vs. 1H13

Consolidated Profit and Loss Account 1H14

IFRS	1H14	1H13	Var %
Data in €m			
Circulation revenues	103.6	108.2	(4.2%)
Advertising revenues	78.4	79.9	(1.8%)
Other revenues	66.2	78.6	(15.7%)
Operating revenues	248.3	266.7	(6.9%)
Comparable opex¹	(226.8)	(250.5)	(9.5%)
Comparable EBITDA¹	21.5	16.2	32.9%
Compensation and personal adjust measures	(4.8)	(0.6)	88.1%
EBITDA	16.6	15.6	6.8%
Amortization	(12.3)	(14.9)	(17.5%)
Impairment/Gains on disposals of assets	0.0	0.1	(76.7%)
Operating result (EBIT)	4.4	0.8	453.0%
Profit of companies acc. Equity method	0.0	(0.0)	n.r.
Financial result and other	(5.1)	(5.4)	4.3%
Net gains on disposal of non-current assets	(0.4)	0.4	(200.6%)
Corporation tax	(1.0)	(1.4)	28.9%
Net result for the year before minorities	(2.1)	(5.6)	63.1%
Minorities	(2.0)	(2.5)	19.6%
Net result of the parent company	(4.1)	(8.2)	49.6%

Note 1: excluding personnel adjustment measures 1H14 €-4.8m and 1H13 €-0.6m.

Consolidated Balance Sheet, 30 June 2014

IFRS

Data in €m

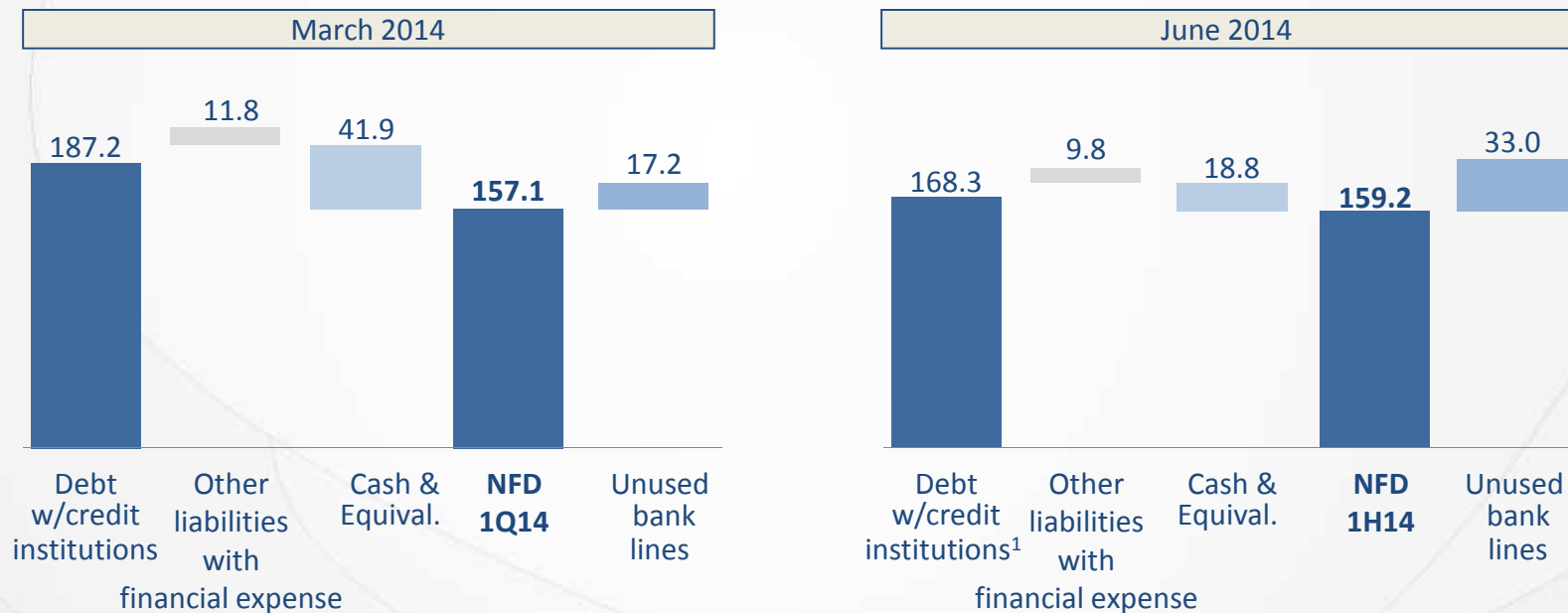
	1H14	2013		1H14	2013
Non current assets	560.5	568.0	Total Equity	343.7	349.9
Intangible assets	157.0	159.7			
Property, plant and equipment	175.5	182.4			
Investments in Associates	10.6	10.7			
Other non current assets	217.4	215.3			
Current assets	148.0	172.8	Total liabilities	365.0	391.1
Other current assets	129.3	138.1	Financial debt	175.8	184.4
Cash and cash equivalents	18.7	34.7	Other non current liabilities	68.5	68.3
Assets held for sale	0.2	0.2	Other current liabilities	120.7	138.4
Total Assets	708.7	741.0	Total Equity & liabilities	708.7	741.0
			Net financial debt	159.2	149.3

Optimization of cash management

- **Optimization of cash position by making improvements to the group’s cash pooling, to reduce interest payments:** cash and cash equivalents have been reduced by €17.5m, reducing the amount drawn down from the revolving credit line (tranche B) by the same amount. As a result, debt with credit institutions has been reduced, as have the interest payments associated with this credit line

Compostion of Net Financial Debt Jun 2014 vs. Mar 2014

Data in €m



Note 1: including arrangement expenses for the syndicated loan of €2.3m

Variation in NFD 1H14

IFRS

Data in €m

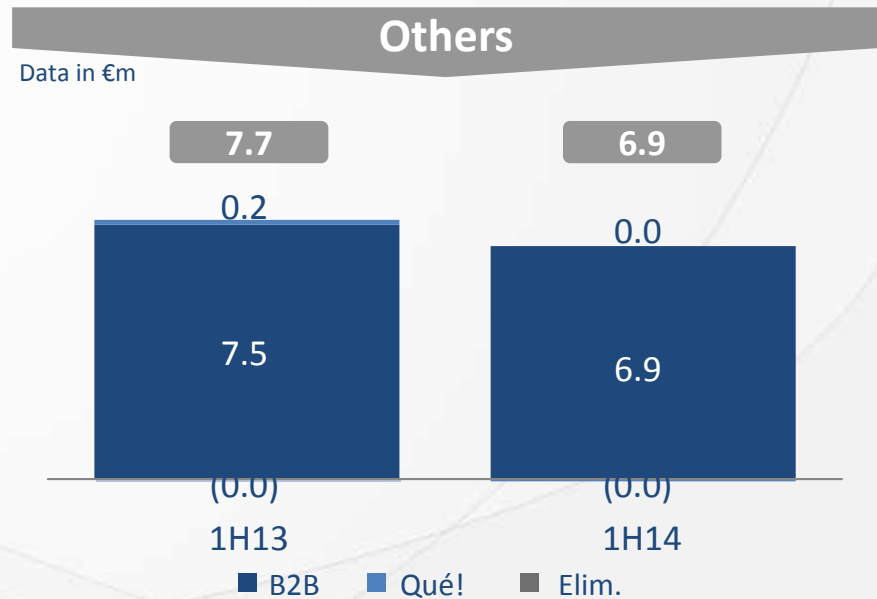
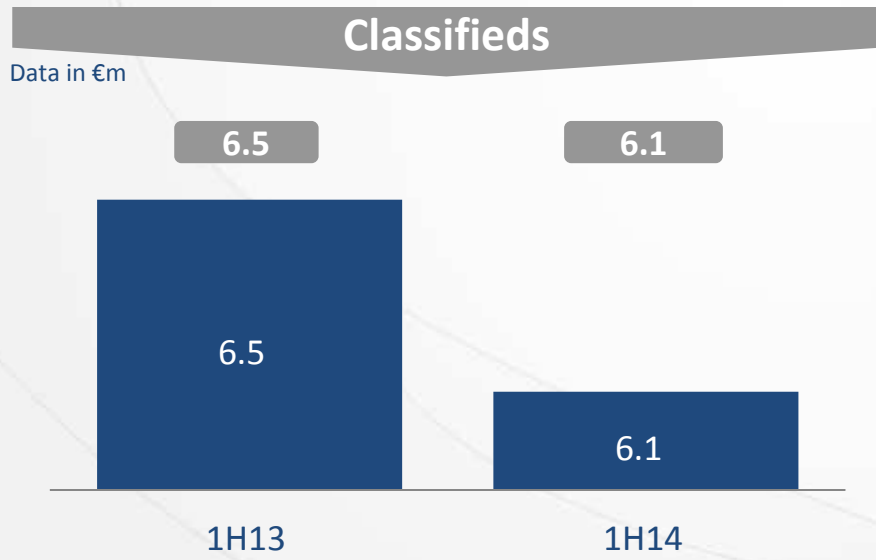
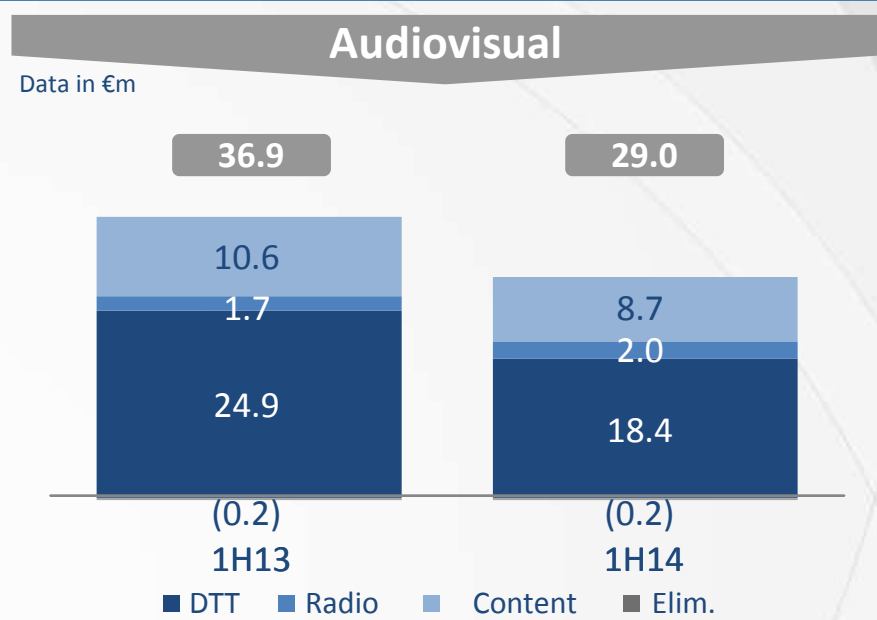
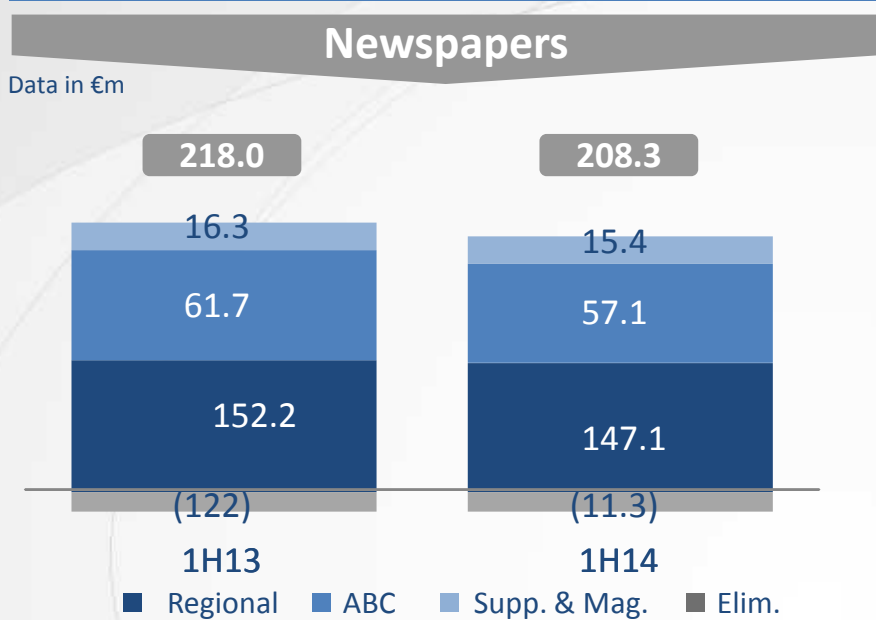
	1H14	1H13
Comparable EBITDA	21.5	16.2
Variation in working capital ¹	(10.7)	(9.8)
Capex	(4.5)	(5.0)
Other items ²	2.5	8.2
Cash flow from operating activities	8.9	9.5
Dividends and interest received	0.3	0.7
Dividends and interest paid ³	(7.6)	(8.5)
Total recurring cash flow	1.6	1.7
Payment for personnel restructuring and sale of non-strategic assets	(5.3)	(17.3)
Other non-recurring items with an impact on cash flow ⁴	(6.2)	0.0
Change in NFD	(10.0)	(15.6)
	NDF 1H14	159.2
	NDF 2013	149.2

Note 1: Excluding arrangement fee, associated expenses and effects of derivatives on the syndicated loan, and payments to the ABC Foundation.

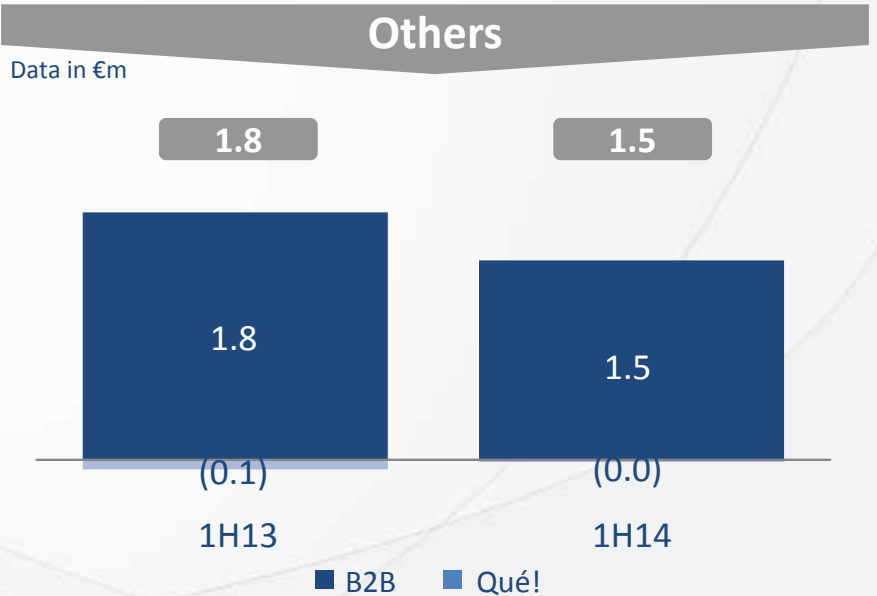
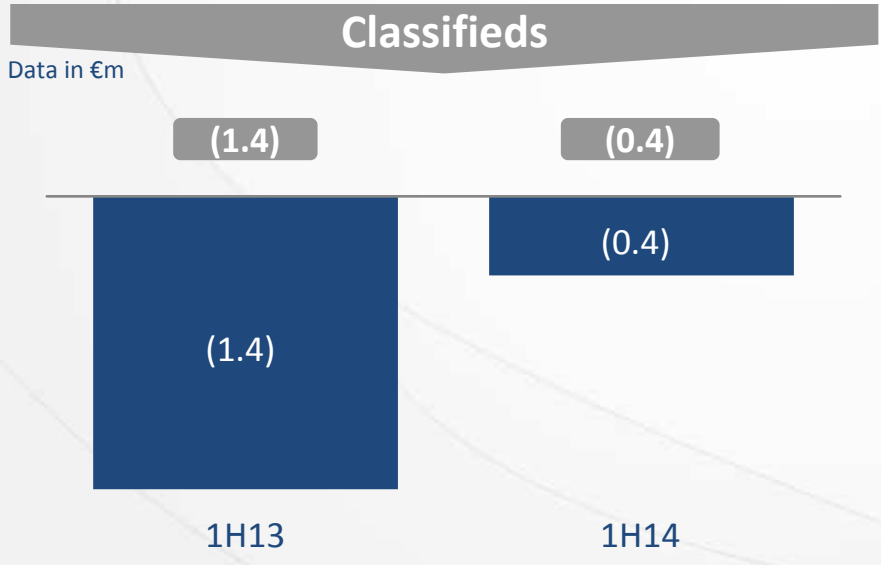
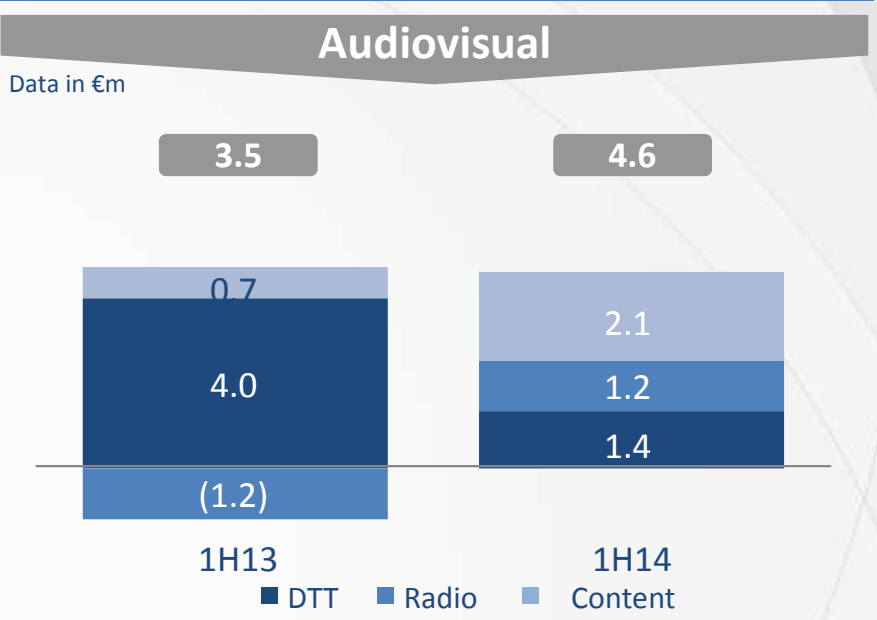
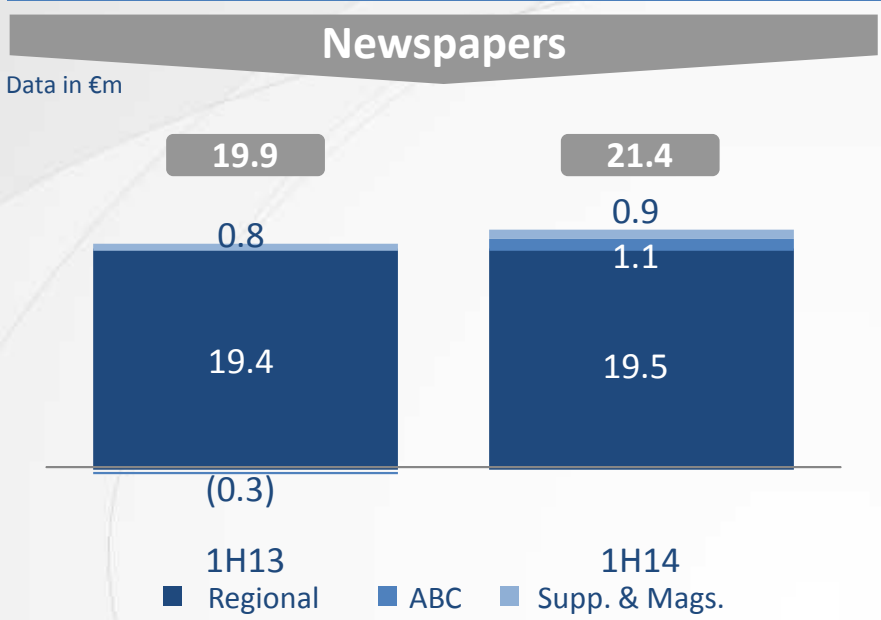
Note 2: Capital gains tax paid and payment for withholding of interest. Note 3: dividends to subsidiaries with minority interest. Note 4:

arrangement fee, associated expenses and effects of derivatives on the syndicated loan, and payments to the ABC Foundation.

Revenues by business area



Comparable EBITDA¹ by business area



Note 1: excluding personnel adjustment measures, Newspapers 1H14 €-3.0m and 1H13 €-1.0m, Audiovisual 1H14 €-0.4m and 1H13 €-0.2m and Classifieds 1H14 €-0.1m and 1H13 €0.1m.

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla.

EL COMERCIO

LA VOZ

ABC
www.abc.es

INVERSIÓN

XI Semanal

Colpisa

mujer hoy.com

K+ KIOSKO y MAS

Hoy Corazón

Mujer hoy

COPE

con la fuerza de ABC

LAS PROVINCIAS

hillvalley

infoempleo.com

11870.COM

EUROTV producciones

BOCA BOCA PRODUCCIONES

pisos.com

veralia

finanzas.com

VOCENTO

NET TV

AUTOCASION.com

larioja.com

Paramount CHANNEL

DISNEY CHANNEL

elcorreo.com

diariovasco.com

laverdad.es

ideal.es

HOY.es

SUR.es

ABC.es

eldiariomontanes.es

elnortedecastilla.es

ELCOMERCIO.es

lavozdigital.es

lasprovincias.es

ver, escuchar, leer y sentir.



Legal Disclaimer

This document contains forward-looking statements regarding intention, expectations or estimates of the Company or its management at the date of issue thereof, relating to various aspects, including the growth of various lines of business and the business overall, the market share, the results of the Company and other aspects of the activity and status thereof.

Analysts and investors should bear in mind that such estimates do not amount to any warranty as to the future behaviour or results of the Company, and they shall bear all risks and uncertainties with regard to relevant aspects, and thus, the real future results and behaviour of the Company might be substantially different from what is stated in the said predictions or estimates.

The statements in this statement should be taken into account by any persons or entities who may have to make decisions or prepare or disseminate opinions on securities issued by the Company and, in particular, by the analysts who handle this document. All are invited to consult the documentation and information published or registered by the Company before the National Securities Market Commission.

The financial information contained in this document has been prepared under International Financial Reporting Standards (IFRS). This financial information is unaudited and, therefore, is subject to potential future modifications.

This document is only provided for information purposes and does not constitute, nor may it be interpreted as, an offer to sell or exchange or acquire, or solicitation for offers to purchase or accept any kind of compromise.

CONSOLIDATED BALANCE SHEETS**VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**

Thousand Euro	1H14	2013	Var abs
ASSETS			
NON CURRENT ASSETS			
Intangible assets	157.049	159.662	(2.613)
Goodwill	116.504	116.326	178
Intangible assets	40.545	43.336	(2.791)
Property, plant and equipment	175.491	182.365	(6.875)
Investments accounted for using the equity method	10.580	10.676	(96)
Financial assets	11.150	11.208	(59)
Non-current investment securities	10.657	10.676	(19)
Other non current financial assets	493	533	(40)
Other non current receivables	2.622	434	2.188
Deferred tax assets	203.598	203.676	(78)
	560.489	568.022	(7.532)
CURRENT ASSETS			
Inventories	14.885	13.983	902
Trade and other receivables	107.071	114.123	(7.052)
Tax receivables	7.344	9.947	(2.603)
Cash and cash equivalents	18.706	34.721	(16.015)
	148.006	172.774	(24.769)
Assets held for sale and discontinued operations	193	193	0
TOTAL ASSETS	708.689	740.990	(32.301)

Thousand of Euros	1H14	2013	Var abs
EQUITY AND LIABILITIES			
Equity			
Of the Parent	280.446	286.067	(5.621)
Share capital	24.994	24.994	0
Reserves	290.173	307.682	(17.509)
Treasury shares	(30.607)	(31.474)	867
Net profit for the year	(4.114)	(15.135)	11.021
Of minority interest	63.288	63.835	(547)
NON CURRENT LIABILITIES			
Deferred income	(0)	15	(15)
Provisions	5.781	5.387	394
Bank borrowings and other financial liabilities	151.699	63.824	87.875
Other non-current payables	24.937	24.956	(19)
Deferred tax liabilities	37.790	37.915	(124)
	220.208	132.098	88.110
CURRENT LIABILITIES			
Bank borrowings and other financial liabilities	24.081	120.589	(96.508)
Trade and other payables	108.707	120.316	(11.608)
Tax payables	11.958	18.085	(6.127)
	144.747	258.990	(114.243)
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	708.689	740.990	(32.301)

NET DEBT

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	2013	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (short term)	24.081	120.589	(96.508)	(80,0%)
Bank borrowings and other financial liabilities (long term)	151.699	63.824	87.875	137,7%
Gross Debt	175.781	184.414	(8.633)	(4,7%)
Cash and cash equivalents	18.706	34.721	(16.015)	(46,1%)
Other non current financial asstes	133	415	(282)	(68,1%)
Deferred expenses	2.297	0	2.297	n.a.
Net cash position/ (net debt)	(159.239)	(149.277)	(9.962)	(6,7%)

CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Circulation revenues	103.614	108.206	(4.592)	(4,2%)
Advertising revenues	78.404	79.853	(1.450)	(1,8%)
Other revenues	66.244	78.595	(12.352)	(15,7%)
Total revenue	248.261	266.655	(18.393)	(6,9%)
Staff costs	(84.009)	(85.543)	(1.534)	(1,8%)
Procurements	(43.415)	(45.730)	(2.315)	(5,1%)
External Services	(102.611)	(118.010)	(15.399)	(13,0%)
Provisions	(1.595)	(1.794)	(200)	(11,1%)
Operating expenses (without D&A)	(231.630)	(251.078)	(19.449)	(7,7%)
EBITDA	16.632	15.576	1.056	6,8%
Depreciation and amortization	(12.287)	(14.887)	(2.601)	(17,5%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. as	24	101	(78)	(76,7%)
EBIT	4.369	790	3.579	453,0%
Impairments/reversal of other intangible assets	0	0	0	n.a.
Profit of companies acc. equity method	45	(5)	50	n.r.
Net financial income	(5.127)	(5.359)	232	4,3%
Net gains on disposal of non- current assets	(358)	356	(714)	(200,6%)
Profit before taxes	(1.072)	(4.218)	3.146	74,6%
Corporation tax	(1.007)	(1.416)	409	28,9%
Net profit for the year	(2.079)	(5.634)	3.555	63,1%
Minority interests	(2.035)	(2.531)	496	19,6%
Net profit attributable to the parent	(4.114)	(8.165)	4.051	49,6%
Staff costs ex non recurring costs	(79.168)	(84.965)	(5.798)	(6,8%)
Operating Expenses ex non recurring costs	(226.788)	(250.501)	(23.712)	(9,5%)
Comparable EBITDA	21.473	16.154	5.319	32,9%
Comparable EBIT	9.187	1.267	7.920	625,3%

CASH FLOW STATEMENT

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS			
	1H14	1H13	Var Abs	% Var
Net profit attributable to the parent	(4.114)	(8.165)	4.051	49,6%
Adjustments to net profit	22.496	25.438	(2.942)	(11,6%)
Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital	18.382	17.273	1.109	6,4%
Changes in working capital	(12.600)	(9.835)	(2.765)	(28,1%)
Other payables without financial cost	3.842	(9.827)	13.669	139,1%
Other payables with financial cost	(3.028)	(4.064)	1.036	25,5%
Income tax paid	(513)	(820)	307	37,4%
Interests deduction for tax purposes	(2.012)	(476)	(1.536)	(322,7%)
Net cash flow from operating activities (I)	4.072	(7.749)	11.821	152,5%
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(4.464)	(4.958)	494	10,0%
Net proceed on disposal of financial assets	453	110	343	311,8%
Interests and dividends received	340	342	(2)	(0,6%)
Other receivables and payables (investing)	0	0	0	n.a.
Net cash flow from investing activities (II)	(3.671)	(4.506)	835	18,5%
Interests and dividends paid	(10.396)	(8.544)	(1.852)	(21,7%)
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	(3.967)	17.770	(21.737)	(122,3%)
Other receivables and payables (financing)	5	191	(186)	(97,4%)
Equity related instruments without financial cost	(1.033)	(105)	(928)	(883,8%)
Equity related instruments with financial cost	(1.025)	(4.622)	3.597	77,8%
Net cash flows from financing activities (III)	(16.416)	4.690	(21.106)	(450,0%)
Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)	(16.016)	(7.565)	(8.451)	(111,7%)
Cash and cash equivalents at beginning of the year	34.721	40.295	(5.574)	(13,8%)
Cash and cash equivalents at end of year	18.706	32.731	(14.026)	(42,9%)

[CAPEX: \(Additions to PPE and intangible assets\)](#)

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS								
	1H14			1H13			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Newspapers	1.498	517	2.016	626	941	1.567	872	(424)	449
Audiovisual	51	37	87	614	135	748	(563)	(98)	(661)
Classified	135	10	145	192	14	206	(57)	(4)	(61)
Other	6	289	295	3	278	281	3	12	15
Corporate	271	20	291	934	12	945	(662)	8	(654)
TOTAL	1.961	873	2.834	2.369	1.379	3.748	(407)	(506)	(914)

LINES OF ACTIVITY
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
Newspapers	52.575	54.566	(1.992)	(3,7%)	103.725	108.265	(4.540)	(4,2%)
Audiovisual	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Other	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Corporate and adjustments	(66)	(32)	(33)	(103,2%)	(111)	(59)	(52)	(88,1%)
Total Circulation Revenues	52.509	54.534	(2.025)	(3,7%)	103.614	108.206	(4.592)	(4,2%)
Advertising Revenues								
Newspapers	33.122	33.385	(263)	(0,8%)	71.375	72.884	(1.509)	(2,1%)
Audiovisual	729	1.097	(368)	(33,6%)	1.464	1.820	(355)	(19,5%)
Classified	2.587	2.381	206	8,6%	5.611	5.169	442	8,6%
Other	14	53	(39)	(73,5%)	17	103	(87)	(83,9%)
Corporate and adjustments	(45)	(74)	29	39,0%	(63)	(122)	59	48,1%
Total Advertising Revenues	36.406	36.842	(435)	(1,2%)	78.404	79.853	(1.450)	(1,8%)
Other Revenues								
Newspapers	15.695	17.070	(1.376)	(8,1%)	33.227	36.825	(3.599)	(9,8%)
Audiovisual	14.251	17.771	(3.521)	(19,8%)	27.500	35.125	(7.625)	(21,7%)
Classified	255	685	(430)	(62,8%)	493	1.332	(840)	(63,0%)
Other	3.387	3.776	(390)	(10,3%)	6.858	7.571	(713)	(9,4%)
Corporate and adjustments	(824)	(1.198)	374	31,2%	(1.833)	(2.258)	425	18,8%
Total Other Revenues	32.762	38.105	(5.342)	(14,0%)	66.244	78.595	(12.352)	(15,7%)
Total Revenues								
Newspapers	101.391	105.022	(3.631)	(3,5%)	208.326	217.974	(9.648)	(4,4%)
Audiovisual	14.980	18.869	(3.889)	(20,6%)	28.964	36.945	(7.980)	(21,6%)
Classified	2.841	3.066	(224)	(7,3%)	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
Other	3.400	3.829	(428)	(11,2%)	6.875	7.674	(799)	(10,4%)
Corporate and adjustments	(935)	(1.305)	370	28,3%	(2.007)	(2.439)	432	17,7%
Total Revenues	121.678	129.481	(7.803)	(6,0%)	248.261	266.655	(18.393)	(6,9%)
EBITDA								
Newspapers	6.188	5.637	552	9,8%	18.411	18.971	(560)	(2,9%)
Audiovisual	663	228	434	190,4%	4.228	3.359	869	25,9%
Classified	(469)	(844)	375	44,4%	(456)	(1.326)	870	65,6%
Other	703	857	(155)	(18,1%)	1.451	1.740	(289)	(16,6%)
Corporate and adjustments	(4.591)	(3.756)	(835)	(22,2%)	(7.003)	(7.167)	165	2,3%
Total EBITDA	2.493	2.122	371	17,5%	16.632	15.576	1.056	6,8%
EBITDA Margin								
Newspapers	6,1%	5,4%	0,7 p.p.		8,8%	8,7%	0,1 p.p.	
Audiovisual	4,4%	1,2%	3,2 p.p.		14,6%	9,1%	5,5 p.p.	
Classified	(16,5%)	(27,5%)	11,0 p.p.		(7,5%)	(20,4%)	12,9 p.p.	
Other	20,7%	22,4%	(1,7) p.p.		21,1%	22,7%	(1,6) p.p.	
Corporate and adjustments	491,1%	287,9%	203,2 p.p.		348,8%	293,9%	55,0 p.p.	
Total EBITDA Margin	2,0%	1,6%	0,4 p.p.		6,7%	5,8%	0,9 p.p.	
EBIT								
Newspapers	1.954	1.181	773	65,4%	10.371	10.027	344	3,4%
Audiovisual	(810)	(1.855)	1.044	56,3%	1.407	(794)	2.201	277,2%
Classified	(740)	(1.207)	466	38,7%	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
Other	446	540	(93)	(17,3%)	943	1.159	(217)	(18,7%)
Corporate and adjustments	(4.764)	(3.957)	(807)	(20,4%)	(7.371)	(7.568)	196	2,6%
Total EBIT	(3.914)	(5.297)	1.383	26,1%	4.369	790	3.579	453,0%
EBIT Margin								
Newspapers	1,9%	1,1%	(0,2) p.p.		5,0%	4,6%	(0,0) p.p.	
Audiovisual	(5,4%)	(9,8%)	(0,3) p.p.		4,9%	(2,1%)	(0,3) p.p.	
Classified	(26,0%)	(39,4%)	(2,1) p.p.		(16,1%)	(31,3%)	(2,6) p.p.	
Other	13,1%	14,1%	0,2 p.p.		13,7%	15,1%	0,3 p.p.	
Corporate and adjustments	509,6%	303,3%	(2,2) p.p.		367,2%	310,3%	0,5 p.p.	
Total EBIT Margin	(3,2%)	(4,1%)	(0,2) p.p.		1,8%	0,3%	(0,2) p.p.	
Comparable EBITDA								
Newspapers	8.895	6.048	2.848	47,1%	21.449	19.929	1.520	7,6%
Audiovisual	968	301	667	221,7%	4.647	3.529	1.118	31,7%
Classified	(391)	(900)	508	56,5%	(378)	(1.382)	1.004	72,6%
Other	703	877	(174)	(19,9%)	1.451	1.759	(309)	(17,5%)
Corporate and adjustments	(3.059)	(4.203)	1.143	27,2%	(5.695)	(7.682)	1.986	25,9%
Total comparable EBITDA	7.115	2.123	4.992	235,2%	21.473	16.154	5.319	32,9%
Comparable EBIT								
Newspapers	4.837	1.589	3.248	204,4%	13.419	10.977	2.442	22,2%
Audiovisual	(505)	(1.820)	1.315	72,3%	1.791	(670)	2.461	367,5%
Classified	(662)	(1.262)	600	47,5%	(903)	(2.090)	1.187	56,8%
Other	446	559	(113)	(20,2%)	943	1.132	(189)	(16,7%)
Corporate and adjustments	(3.232)	(4.404)	1.172	26,6%	(6.064)	(8.082)	2.019	25,0%
Total comparable EBIT	885	(5.338)	6.223	116,6%	9.187	1.267	7.920	625,3%

NEWSPAPERS

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
Regionals	37.673	39.617	(1.943)	(4,9%)	74.471	78.731	(4.261)	(5,4%)
ABC	14.351	14.341	10	0,1%	28.070	28.260	(190)	(0,7%)
Supplements & Magazines	4.068	4.458	(390)	(8,8%)	8.112	8.770	(659)	(7,5%)
Adjustments intersegment	(3.518)	(3.850)	332	8,6%	(6.928)	(7.497)	570	7,6%
Total Circulation Revenues	52.575	54.566	(1.992)	(3,7%)	103.725	108.265	(4.540)	(4,2%)
Advertising Revenues								
Regionals	21.848	21.894	(46)	(0,2%)	45.956	46.449	(493)	(1,1%)
ABC	8.556	8.535	21	0,2%	18.846	19.614	(768)	(3,9%)
Supplements & Magazines	2.752	3.010	(257)	(8,5%)	6.612	6.874	(262)	(3,8%)
Adjustments intersegment	(34)	(54)	19	35,7%	(38)	(53)	15	28,1%
Total Advertising Revenues	33.122	33.385	(263)	(0,8%)	71.375	72.884	(1.509)	(2,1%)
Other Revenues								
Regionals	12.934	13.013	(78)	(0,6%)	26.712	27.030	(318)	(1,2%)
ABC	4.545	6.085	(1.540)	(25,3%)	10.158	13.781	(3.623)	(26,3%)
Supplements & Magazines	357	290	67	23,1%	695	630	66	10,5%
Adjustments intersegment	(2.142)	(2.318)	176	7,6%	(4.339)	(4.615)	276	6,0%
Total Other Revenues	15.695	17.070	(1.376)	(8,1%)	33.227	36.825	(3.599)	(9,8%)
Total Revenues								
Regionals	72.455	74.523	(2.068)	(2,8%)	147.138	152.210	(5.072)	(3,3%)
ABC	27.452	28.961	(1.509)	(5,2%)	57.073	61.655	(4.581)	(7,4%)
Supplements & Magazines	7.178	7.758	(580)	(7,5%)	15.419	16.274	(855)	(5,3%)
Adjustments intersegment	(5.694)	(6.221)	527	8,5%	(11.304)	(12.165)	861	7,1%
Total Revenues	101.391	105.022	(3.631)	(3,5%)	208.326	217.974	(9.648)	(4,4%)
EBITDA								
Regionals	6.700	7.609	(909)	(12,0%)	16.622	18.705	(2.082)	(11,1%)
ABC	(361)	(1.990)	1.629	81,9%	1.032	(301)	1.333	443,2%
Supplements & Magazines	(151)	18	(168)	(948,9%)	757	567	190	33,5%
Total EBITDA	6.188	5.637	552	9,8%	18.411	18.971	(560)	(2,9%)
EBITDA Margin								
Regionals	9,2%	10,2%	(1,0) p.p.		11,3%	12,3%	(1,0) p.p.	
ABC	(1,3%)	(6,9%)	5,6 p.p.		1,8%	(0,5%)	2,3 p.p.	
Supplements & Magazines	(2,1%)	0,2%	(2,3) p.p.		4,9%	3,5%	1,4 p.p.	
Total EBITDA Margin	6,1%	5,4%	0,7 p.p.		8,8%	8,7%	0,1 p.p.	
EBIT								
Regionals	4.113	5.039	(926)	(18,4%)	11.853	13.584	(1.731)	(12,7%)
ABC	(1.897)	(3.786)	1.889	49,9%	(2.044)	(3.943)	1.899	48,2%
Supplements & Magazines	(262)	(72)	(190)	(261,9%)	562	386	176	45,5%
Total EBIT	1.954	1.181	773	65,4%	10.371	10.027	344	3,4%
EBIT Margin								
Regionals	5,7%	6,8%	(1,1) p.p.		8,1%	8,9%	(0,9) p.p.	
ABC	(6,9%)	(13,1%)	6,2 p.p.		(3,6%)	(6,4%)	2,8 p.p.	
Supplements & Magazines	(3,6%)	(0,9%)	(2,7) p.p.		3,6%	2,4%	1,3 p.p.	
Total EBIT Margin	1,9%	1,1%	0,8 p.p.		5,0%	4,6%	0,4 p.p.	
Comparable EBITDA								
Regionals	9.287	7.992	1.295	16,2%	19.493	19.445	47	0,2%
ABC	(319)	(1.989)	1.670	84,0%	1.082	(298)	1.380	463,4%
Supplements & Magazines	(72)	45	(117)	(261,6%)	874	781	93	11,9%
Total comparable EBITDA	8.895	6.048	2.848	47,1%	21.449	19.929	1.520	7,6%
Comparable EBIT								
Regionals	6.877	5.419	1.457	26,9%	14.734	14.317	417	2,9%
ABC	(1.855)	(3.785)	1.930	51,0%	(1.994)	(3.940)	1.946	49,4%
Supplements & Magazines	(184)	(45)	(138)	(305,5%)	679	600	79	13,2%
Total comparable EBIT	4.837	1.589	3.248	204,4%	13.419	10.977	2.442	22,2%

AUDIOVISUAL
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Advertising Revenues								
DTT	697	748	(51)	(6,8%)	1.399	1.477	(78)	(5,3%)
Radio	32	349	(318)	(90,9%)	66	343	(277)	(80,8%)
Content	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments intersegment	729	1.097	(368)	(33,6%)	1.464	1.820	(355)	(19,5%)
Other Revenues								
DTT	10.270	11.654	(1.384)	(11,9%)	17.039	23.419	(6.381)	(27,2%)
Radio	956	485	471	97,2%	1.945	1.323	621	47,0%
Content	3.133	5.771	(2.638)	(45,7%)	8.734	10.609	(1.875)	(17,7%)
Adjustments intersegment	(109)	(139)	30	21,9%	(218)	(227)	9	3,9%
Total Other Revenues	14.251	17.771	(3.521)	(19,8%)	27.500	35.125	(7.625)	(21,7%)
Total Revenues								
DTT	10.968	12.402	(1.435)	(11,6%)	18.437	24.896	(6.459)	(25,9%)
Radio	988	834	154	18,4%	2.011	1.666	344	20,7%
Content	3.133	5.771	(2.638)	(45,7%)	8.734	10.609	(1.875)	(17,7%)
Adjustments intersegment	(109)	(139)	30	21,9%	(218)	(227)	9	3,9%
Total Revenues	14.980	18.869	(3.889)	(20,6%)	28.964	36.945	(7.980)	(21,6%)
EBITDA								
DTT	270	1.674	(1.404)	(83,9%)	1.371	3.993	(2.622)	(65,7%)
Radio	554	(1.453)	2.007	138,1%	1.042	(1.336)	2.379	178,0%
Content	(161)	7	(169)	n.r.	1.815	702	1.112	158,4%
Total EBITDA	663	228	434	190,4%	4.228	3.359	869	25,9%
EBITDA Margin								
DTT	2,5%	13,5%	(11,0) p.p.		7,4%	16,0%	(8,6) p.p.	
Radio	56,1%	(174,2%)	230,3 p.p.		51,8%	(80,2%)	132,1 p.p.	
Content	(5,2%)	0,1%	(5,3) p.p.		20,8%	6,6%	14,2 p.p.	
Total EBITDA Margin	4,4%	1,2%	3,2 p.p.		14,6%	9,1%	5,5 p.p.	
EBIT								
DTT	195	1.581	(1.386)	(87,7%)	1.222	3.809	(2.587)	(67,9%)
Radio	528	(1.537)	2.065	134,3%	1.068	(1.498)	2.566	171,3%
Content	(1.533)	(1.898)	365	19,2%	(884)	(3.105)	2.222	71,5%
Total EBIT	(810)	(1.855)	1.044	56,3%	1.407	(794)	2.201	277,2%
EBIT Margin								
DTT	1,8%	12,7%	(11,0) p.p.		6,6%	15,3%	(8,7) p.p.	
Radio	53,4%	(184,3%)	237,7 p.p.		53,1%	(89,9%)	143,1 p.p.	
Content	(48,9%)	(32,9%)	(16,0) p.p.		(10,1%)	(29,3%)	19,2 p.p.	
Total EBIT Margin	(5,4%)	(9,8%)	4,4 p.p.		4,9%	(2,1%)	7,0 p.p.	
Comparable EBITDA								
DTT	270	1.692	(1.422)	(84,1%)	1.372	4.012	(2.640)	(65,8%)
Radio	554	(1.348)	1.902	141,1%	1.155	(1.216)	2.371	195,0%
Content	144	(44)	188	430,8%	2.120	734	1.386	189,0%
Total comparable EBITDA	968	301	667	221,7%	4.647	3.529	1.118	31,7%
Comparable EBIT								
DTT	195	1.599	(1.404)	(87,8%)	1.223	3.828	(2.605)	(68,1%)
Radio	528	(1.470)	1.998	135,9%	1.147	(1.448)	2.595	179,2%
Content	(1.227)	(1.949)	721	37,0%	(578)	(3.050)	2.471	81,0%
Total comparable EBIT	(505)	(1.820)	1.315	72,3%	1.791	(670)	2.461	367,5%

CLASSIFIED**VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Circulation Revenues	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Advertising Revenues								
Classified	2.587	2.381	206	8,6%	5.611	5.169	442	8,6%
Total Advertising Revenues	2.587	2.381	206	8,6%	5.611	5.169	442	8,6%
Other Revenues								
Classified	255	685	(430)	(62,8%)	493	1.332	(840)	(63,0%)
Total Other Revenues	255	685	(430)	(62,8%)	493	1.332	(840)	(63,0%)
Total Revenues								
Classified	2.841	3.066	(224)	(7,3%)	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
Total Revenues	2.841	3.066	(224)	(7,3%)	6.103	6.501	(398)	(6,1%)
EBITDA								
Classified	(469)	(844)	375	44,4%	(456)	(1.326)	870	65,6%
Total EBITDA	(469)	(844)	375	44,4%	(456)	(1.326)	870	65,6%
EBITDA Margin								
Classified	(16,5%)	(27,5%)	11,0 p.p.		(7,5%)	(20,4%)	12,9 p.p.	
Total EBITDA Margin	(16,5%)	(27,5%)	11,0 p.p.		(7,5%)	(20,4%)	12,9 p.p.	
EBIT								
Classified	(740)	(1.207)	466	38,7%	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
Total EBIT	(740)	(1.207)	466	38,7%	(981)	(2.035)	1.054	51,8%
EBIT Margin								
Classified	(26,0%)	(39,4%)	13,3 p.p.		(16,1%)	(31,3%)	15,2 p.p.	
Total EBIT Margin	(26,0%)	(39,4%)	13,3 p.p.		(16,1%)	(31,3%)	15,2 p.p.	
Comparable EBITDA								
Classified	(391)	(900)	508	56,5%	(378)	(1.382)	1.004	72,6%
Total comparable EBITDA	(391)	(900)	508	56,5%	(378)	(1.382)	1.004	72,6%
Comparable EBIT								
Classified	(662)	(1.262)	600	47,5%	(903)	(2.090)	1.187	56,8%
Total comparable EBIT	(662)	(1.262)	600	47,5%	(903)	(2.090)	1.187	56,8%

OTHERS
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
B2B	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Qué!	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Circulation Revenues	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Advertising Revenues								
B2B	14	13	1	7,4%	33	28	6	20,9%
Qué!		40	(40)	(99,2%)	(17)	76	(92)	(122,3%)
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Advertising Revenues	14	53	(39)	(73,5%)	17	103	(87)	(83,9%)
Other Revenues								
B2B	3.387	3.735	(349)	(9,3%)	6.858	7.475	(616)	(8,2%)
Qué!	0	48	(48)	(100,0%)	0	111	(111)	(100,0%)
Adjustments intersegment	0	(8)	8	100,0%	0	(15)	15	100,0%
Total Other Revenues	3.387	3.776	(390)	(10,3%)	6.858	7.571	(713)	(9,4%)
Total Revenues								
B2B	3.400	3.748	(348)	(9,3%)	6.892	7.502	(611)	(8,1%)
Qué!		88	(88)	(99,6%)	(17)	187	(204)	(109,0%)
Adjustments intersegment	0	(8)	8	100,0%	0	(15)	15	100,0%
Total Revenues	3.400	3.829	(428)	(11,2%)	6.875	7.674	(799)	(10,4%)
EBITDA								
B2B	713	927	(214)	(23,1%)	1.476	1.832	(355)	(19,4%)
Qué!	(10)	(70)	60	85,3%	(25)	(92)	66	72,2%
Total EBITDA	703	857	(155)	(18,1%)	1.451	1.740	(289)	(16,6%)
EBITDA Margin								
B2B	21,0%	24,7%	(3,8) p.p.		21,4%	24,4%	(3,0) p.p.	
Qué!	n/m	(79,2%)	n/m		150,8%	(49,0%)	199,8 p.p.	
Total EBITDA Margin	20,7%	22,4%	(1,7) p.p.		21,1%	22,7%	(1,6) p.p.	
EBIT								
B2B	456	625	(169)	(27,0%)	968	1.282	(313)	(24,5%)
Qué!	(10)	(85)	75	88,0%	(25)	(122)	97	79,2%
Total EBIT	446	540	(93)	(17,3%)	943	1.159	(217)	(18,7%)
EBIT Margin								
B2B	13,4%	16,7%	(3,3) p.p.		14,0%	17,1%	(3,0) p.p.	
Qué!	n/m	(79,2%)	n/m		150,8%	(65,4%)	199,8 p.p.	
Total EBIT Margin	13,1%	14,1%	(1,0) p.p.		13,7%	15,1%	(1,4) p.p.	
Comparable EBITDA								
B2B	713	927	(214)	(23,1%)	1.476	1.832	(355)	(19,4%)
Qué!	(10)	(51)	40	79,7%	(25)	(72)	47	64,7%
Total comparable EBITDA	703	877	(174)	(19,9%)	1.451	1.759	(309)	(17,5%)
Comparable EBIT								
B2B	456	625	(169)	(27,0%)	968	1.234	(266)	(21,6%)
Qué!	(10)	(66)	56	84,4%	(25)	(103)	77	75,3%
Total comparable EBIT	446	559	(113)	(20,2%)	943	1.132	(189)	(16,7%)