

vocento



VOCENTO, S.A. y Sociedades Dependientes

**Informe de Gestión Intermedio Consolidado correspondiente al
primer semestre de 2013**

29 de julio de 2013

INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

Durante la primera mitad de 2013 la economía mantiene la tendencia de contracción. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el PIB ha descendido en el primer trimestre de 2013 un -0,5% intertrimestral (implica una caída anualizada estimada del -2,0%), y la tasa intertrimestral estimada para 2T13 por el Banco de España sería del -0,1%. Las perspectivas de cara a la segunda parte año son más positivas a pesar de que persisten los riesgos sobre la demanda externa por la desaceleración macroeconómica en los mercados emergentes, y no se espera aportación positiva de la demanda interna, debido al freno sobre el consumo derivado de la elevada tasa de desempleo, la reducción de la renta disponible de los hogares y la restricción del crédito.

Las últimas estimaciones publicitarias publicadas por i2p apuntan a una caída del mercado publicitario en 2013 del -11,3%, con un descenso del -15,1% en prensa y un ligero crecimiento del +0,6% en Internet.

Frente a este prolongado periodo de crisis económica y publicitaria, VOCENTO se centra en dos objetivos principales: a) mantener la fortaleza y liderazgo de sus marcas y utilizar esta ventaja competitiva para la obtención de nuevas oportunidades de negocio con un creciente peso de Internet y b) buscar la mejora de rentabilidad del Grupo sin deteriorar la posición financiera. En este segundo objetivo es clave la ejecución del Plan de Eficiencia (ver Hecho Relevante de 19 de diciembre de 2012), cuyos resultados son visibles en estos resultados.

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 organiza la información de gestión, para las evaluaciones de los riesgos y rendimientos de la empresa, de acuerdo a las distintas líneas de actividad definidas: Medios Impresos, Audiovisual, Internet y Otros Negocios. Este mismo esquema, útil y fiable para la gestión del Grupo, es el utilizado para el reporte al mercado. Esta agrupación de la información presenta todos los periódicos, todas las ediciones digitales, la radio, la televisión digital, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada línea de actividad. Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los segmentos mencionados.

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

A continuación a efectos informativos se muestran gráficamente las áreas de actividad en las que opera VOCENTO:

Desglose de la estructura de "reporting" por áreas de actividad de VOCENTO

MEDIOS IMPRESOS

PRENSA REGIONAL	PRENSA NACIONAL	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
-----------------	-----------------	------------------------

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ La Verdad ▪ El Diario Vasco ▪ El Norte de Castilla ▪ El Diario Montañés ▪ Ideal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur ▪ Las Provincias ▪ El Comercio ▪ Hoy ▪ La Rioja | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Hoy Corazón ▪ Inversión y Finanzas |
|--|---|---|

AUDIOVISUAL

TDT	RADIO	CONTENIDOS
-----	-------	------------

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT nacional - Net TV ▪ TDT regionales | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Licencias de radio analógica ▪ Licencias de radio digital | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia <p>Producción: Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, y Hill Valley)</p> <p>Distribución: Tripictures</p> |
|---|--|--|

INTERNET

EDICIONES DIGITALES	PORTALES VERTICALES	CLASIFICADOS Y DIRECTORIOS	B2B
---------------------	---------------------	----------------------------	-----

- | | | | |
|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 portales locales ▪ ABC.es ▪ Que.es | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com | <p>Clasificados: Pisos.com, Infoempleo, Autocasión</p> <p>Directorios: 11870 (35%)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sarenet |
|---|--|--|---|

OTROS NEGOCIOS

IMPRESIÓN	DISTRIBUCIÓN	OTROS
-----------	--------------	-------

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comeco Impresión | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribuciones Comecosa | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Otras participadas multimedia regional |
|--|---|--|

NOTA IMPORTANTE

Para facilitar el análisis de la información y poder apreciar la evolución orgánica de la Compañía, a lo largo del informe se explica siempre cuando los gastos de explotación, el EBITDA y/o el EBIT, están afectados por costes de reestructuración no recurrentes o extraordinarios. Igualmente, en lo que respecta al Resultado Neto, se matizará si está impactado por a) saneamientos de balance vía deterioros de fondo de comercio e inmovilizado, b) efectos impositivos derivados y otros, y c) impactos de cierre de negocios y cambios en modelo de negocio.

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

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

- **Ralentización de la caída publicitaria y mejor comportamiento que el sector en prensa e Internet, en un entorno difícil**
- **Mayor peso de digital (publicidad e e-commerce) en ingresos: 21,9%**
- **ABC: la actividad editora alcanza EBITDA positivo en 2T13. Ingresos ABC.es 1S13 +41,3%**
- **El impacto positivo del Plan de Eficiencia permite EBITDA 2T13 plano, a pesar de la caída en ingresos publicitarios de más de 12 millones de euros**

- **La estrategia actual de las marcas de VOCENTO atenúa el impacto del ciclo en un entorno de mercado difícil: mejor comportamiento publicitario y cambio de perfil de ingresos:**
 - (i) Ralentización en la caída de ingresos de publicidad de las marcas de VOCENTO en prensa e Internet, 1T13 -17,4%¹ y 2T13 -13,3%¹. Además, se produce un mejor comportamiento publicitario que el mercado en 1S13 de las marcas tanto en offline (cabeceras regionales y ABC -17,8% vs. -19,7%¹ del mercado) como en online (Ediciones Digitales VOC +0,8% vs. -4,1%¹ del mercado).
 - (ii) Mayor peso de digital en ingresos: los ingresos publicitarios y de e-commerce de Internet 1S13 aportan el 21,9% (+6,0 p.p. vs. 1S12) del total de ingresos publicitarios y de e-commerce. Además, los ingresos de publicidad+ e-commerce de las Ediciones Digitales se incrementan +11,5% en 1S13.
 - (iii) Desarrollo de nuevos negocios digitales: aportación creciente de Oferplan y Kiosko y Más, con EBITDA agregado 1S13 de 1.550 miles de euros. Reciente lanzamiento de plataforma de venta online de entradas y eventos.
- **El Plan de Eficiencia y la mejora de los negocios en pérdidas permiten mantener EBITDA a pesar del deterioro del ciclo, y mejorar el apalancamiento operativo:**
 - (i) Ejecución del Plan de Eficiencia al 100% con materialización de los ahorros en 2T13 según lo previsto. Ahorro de costes comp. 2T13 -15,9%² y gastos de personal -13,1%² (vs. 1T13 - 7,1%²).
 - (ii) Medios Impresos: absorción de la caída publicitaria (-18.514 miles de euros en 1S13) con ahorros de costes que permite una variación de EBITDA comp. 1S13 de -2.741 miles de euros. Mejora del margen EBITDA 2T13, tanto en las Marcas Regionales (+0,4 p.p.) como en el perímetro ABC (+2,1 p.p.). El negocio de prensa de ABC obtiene EBITDA positivo en 2T13, por primera vez desde 2T07.
 - (iii) Audiovisual: todos los negocios reportan EBITDA positivo en 2T13. Variación del EBITDA comparable 1S13 en -1.947 miles de euros, principalmente por débil comportamiento en Contenidos, dónde se ha aplicado un plan de reestructuración “ad hoc” en junio y julio de 2013.

NIIF Miles de Euros	EBITDA comparable			Publicidad
	1S13	1S12	Var Abs	Var Abs (1S13/12)
Medios Impresos	13.527	16.268	(2.741)	(18.514)
Audiovisual	3.537	5.484	(1.947)	(6.551)
Internet	1.410	479	931	(441)
Otros Negocios	5.323	6.310	(986)	(151)
Estructura y Otros	(7.643)	(7.780)	138	(256)
Total	16.154	20.759	(4.606)	(25.914)

- **Deuda financiera neta de 158.559 miles de euros, lo que supone mantenerse en niveles de diciembre 2012 si se excluye el efecto del Plan de Eficiencia:**
 - (i) Plan de Eficiencia: salidas de caja 1S13 -16.883 miles de euros por la inversión en reestructuración.
 - (ii) Protección de caja: capital circulante 1S13 -9.835 miles de euros por efecto de mayor venta de publicidad en 2T13 vs. 1T13, y CAPEX selectivo vinculado a nuevas fuentes de ingresos digitales.

¹ Ingresos publicitarios de ABC + ABC.es + Prensa Regional + Portales Locales

² Excluye inversión reestructuración 2T13 -577 miles euros, 2T12 -1.664 miles euros, 1T13 - 1mil euros y 1T12 -1.258 miles euros.

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	108.206	118.382	(10.176)	(8,6%)
Ventas de publicidad	79.853	105.767	(25.914)	(24,5%)
Otros ingresos	78.595	91.949	(13.353)	(14,5%)
Ingresos de explotación	266.655	316.097	(49.443)	(15,6%)
Personal	(85.543)	(97.433)	(11.890)	(12,2%)
Aprovisionamientos	(45.730)	(55.014)	(9.283)	(16,9%)
Servicios exteriores	(118.010)	(143.459)	(25.448)	(17,7%)
Provisiones	(1.794)	(2.354)	(560)	(23,8%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(251.078)	(298.260)	(47.181)	(15,8%)
EBITDA	15.576	17.838	(2.262)	(12,7%)
Amortizaciones	(14.887)	(17.420)	(2.533)	(14,5%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	101	(415)	517	124,4%
EBIT	790	3	787	n.r.
Saneamiento de fondo de comercio	0	(19.146)	19.146	100,0%
Resultado sociedades método de participación	(5)	(489)	484	99,0%
Diferencial financiero y otros	(5.359)	(1.754)	(3.605)	(205,6%)
Resultado neto enaj. activos no corrientes	356	(6)	362	n.r.
Resultado antes de impuestos	(4.218)	(21.392)	17.174	80,3%
Impuesto sobre sociedades	(1.416)	7.508	(8.924)	(118,9%)
Resultado neto antes de minoritarios	(5.634)	(13.884)	8.250	59,4%
Accionistas minoritarios	(2.531)	(4.575)	2.044	44,7%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(8.165)	(18.459)	10.294	55,8%
Ventas de publicidad ex Qué! y Radio	79.512	96.018	(16.506)	(17,2%)
Gastos explotación sin amort. comparables ¹	(250.501)	(295.338)	(44.837)	(15,2%)
EBITDA comparable ¹	16.154	20.759	(4.606)	(22,2%)
EBIT comparable ^{1 2}	1.267	3.340	(2.073)	(62,1%)

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

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

Nota 1: Excluye costes restructuración VOC 1S13 -578 miles de euros y 1S12 -2.922 miles de euros.

Nota 2: Excluye Resultado por enajenación del inmovilizado.

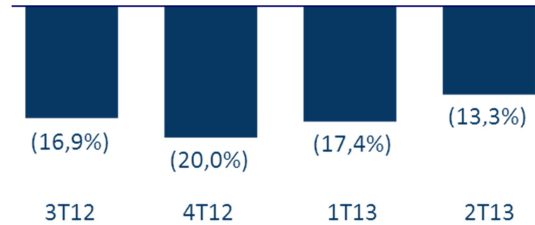
Ingresos de explotación

Los ingresos totales 1S13 alcanzan 266.655 miles de euros, cayendo un -15,6% comparado con 1S12:

- (i) Ventas de ejemplares, la reducción del -8,6%, incluye un descenso en Prensa Regional del -6,5% y en ABC del -13,4%. La evolución está condicionada por el foco de VOCENTO en la difusión de calidad que permite mejorar el margen neto por ejemplar. Así, la reducción controlada de la difusión no rentable o no ordinaria asciende en ABC al -28,3% y en Prensa Regional al 29,1%.
- (ii) Los ingresos por venta de publicidad se reducen un -24,5%, -17,2% ajustados por Qué! y Radio (cierre de la actividad editora del diario gratuito Qué! en julio de 2012 y, cambio de modelo de negocio en Radio tras acuerdo de emisión en cadena con COPE, dónde los correspondientes ingresos publicitarios desaparecen).

En 2T13, se observa una ralentización en la caída de ingresos publicitarios off y online de las marcas de prensa de VOCENTO (Prensa Regional y ABC).

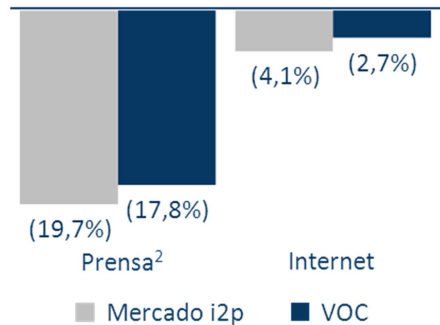
Evolución publicidad marcas VOC¹ (prensa + ediciones digitales) 3T12- 2T13 (%)



Nota 1: suma de ABC + ABC.es + Prensa Regional + Portales Locales

Cabe destacar el mejor comportamiento que el mercado en ingresos publicitarios en 1S13 de las marcas de prensa de VOCENTO, tanto en offline (cabeceras regionales y ABC -17,8% vs. -19,7% del mercado según i2p), como en online (Portales Locales y ABC.es +3,3% vs. -4,1% del mercado según i2p). Este mejor comportamiento que el mercado también se observa en el perímetro total de los ingresos de publicidad de VOCENTO en Internet, que se reducen un -2,7% vs. el -4,1% mencionado.

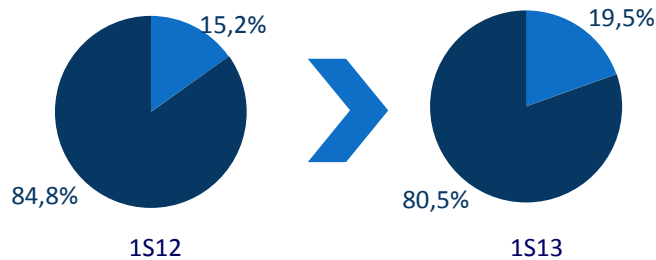
Evolución publicidad de VOC en prensa e internet vs. mercado¹ 1S13 (%)



Nota 1: fuente i2p primer semestre 2013. Nota 2: suma de Prensa Regional + ABC.

El peso del negocio digital sigue creciendo en el perfil de ingresos publicitarios de VOCENTO. Los ingresos totales de publicidad de VOCENTO provenientes del área de Internet representan en 1S13 el 19,5% de los ingresos publicitarios totales de VOCENTO, un crecimiento de +4,4 p.p. en comparación con 1S12.

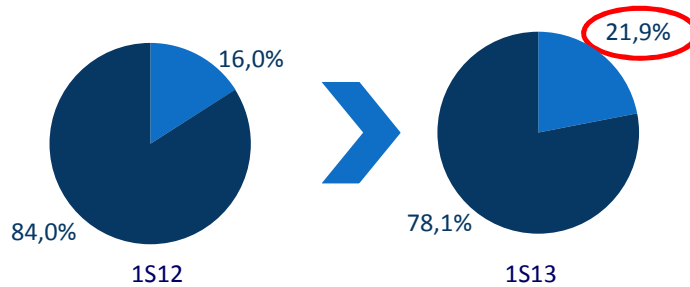
Mayor peso de digital en los ingresos publicitarios totales de VOC (%)



- (iii) Otros Ingresos caen un -14,5%, debido, entre otros, a la menor actividad en el área de Contenidos, que se compensa en parte por la aportación creciente de nuevos negocios digitales (i.e. Oferplan, comercialización de ofertas de descuento). Además, a partir de 2T13 comienzan a contabilizarse los ingresos derivados del acuerdo con COPE.

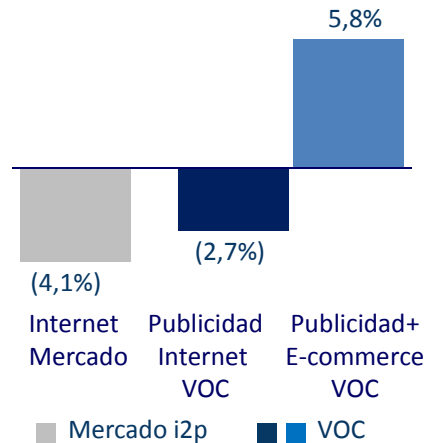
El incremento de la exposición a digital en ingresos, teniendo en cuenta no solo los ingresos de publicidad digital de VOCENTO, sino también los ingresos derivados de nuevos modelos digitales basados en e-commerce (i.e. Oferplan, Kiosco y más, y a partir de 3T13 Entradas.com), se refleja en un crecimiento del peso de estos de +6,0 p.p. vs. 1S12 hasta el 21,9% de los ingresos.

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



Siguiendo este mismo análisis combinado del negocio digital, se observa un crecimiento total en ingresos por estos conceptos (publicidad + e-commerce) del +5,8% en 1S13, que permite, como se refleja en el siguiente gráfico, atenuar parte del actual ciclo económico.

Evolución del negocio digital de VOC vs. mercado¹ 1S13 (%)



Nota 1: fuente i2p 1S13. Nota 2: ingresos publicidad de Internet de VOCENTO + otros ingresos (e-commerce).

Gastos de explotación

Los costes comparables en 1S13 descienden un -15,2%, -44.837 miles de euros, excluida la inversión en reestructuración en 1S13 por importe de -578 miles de euros y en 1S12 por un total de -2.922 miles de euros.

Las medidas de control y reducción de costes son generalizadas en todas las áreas y en línea con el objetivo de rentabilidad en la parte baja del ciclo. Dicho objetivo ha sido reforzado con el Plan de Eficiencia (ver Hecho Relevante de 19 de diciembre de 2012), cuyo impacto se pone de manifiesto a partir de 2T13. Así, el efecto combinado de ambos más la reducción de costes variables asociados a la operativa del negocio, llevan a reducción total de costes comparables en 2T13 del -15,9% vs. una minoración en 1T13 del -14,5%, de los que costes de personal comparables 2T13 se reducen un -13,1% vs. 1T13 -7,1%.

Por área de negocio, destaca el descenso en 1S13 de costes operativos comparables en el área de Medios Impresos del -14,3% (costes comparables, excluido Qué!: 1S13 -11,4%, 2T13 -12,2% y 1T13 -10,6%), y en el área Audiovisual, donde se reducen un -32,4%. Esta disminución en Audiovisual está explicada por la menor actividad en el área de Contenidos y por el impacto en costes del acuerdo de radio enmarcado en el Plan de Eficiencia.

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

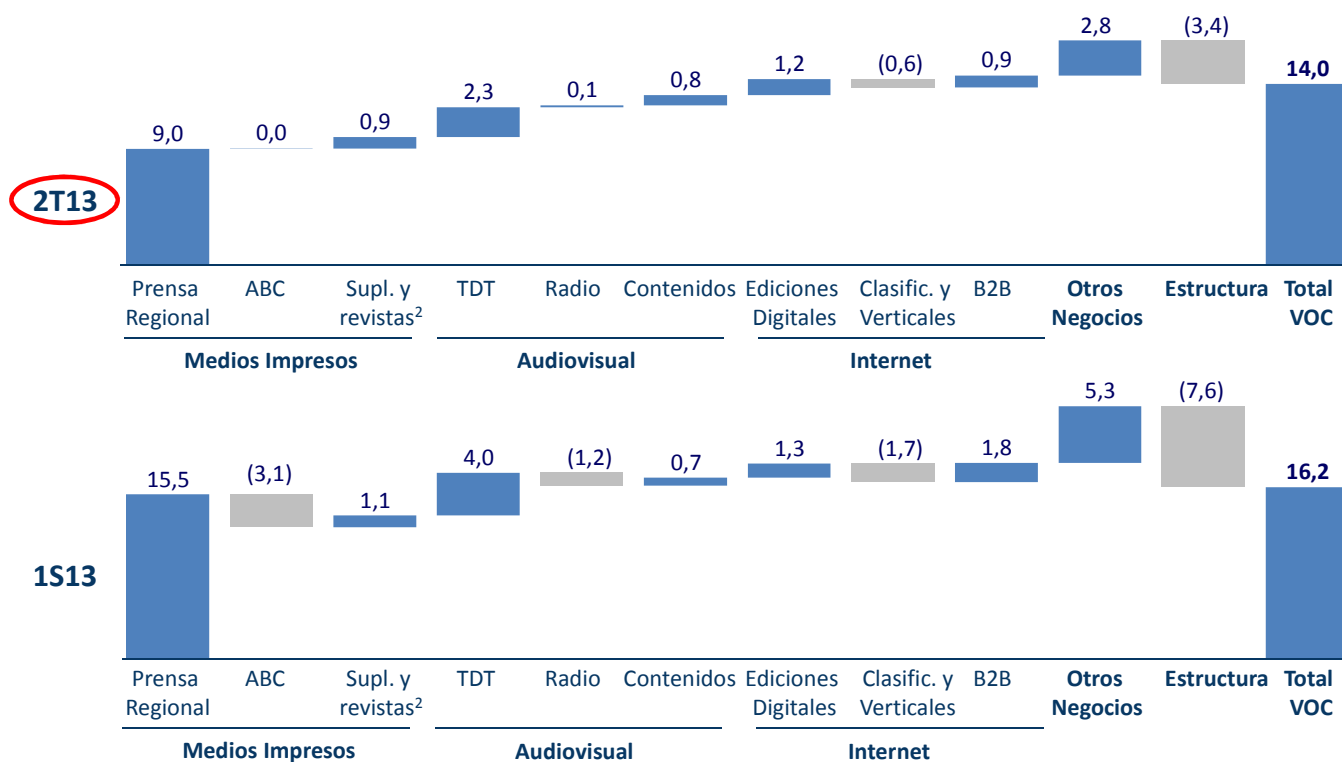
Costes operativos comparables (miles de euros)	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Medios Impresos	(160.849)	(187.644)	(26.795)	(14,3%)
Audiovisual	(33.410)	(49.410)	(16.000)	(32,4%)
Internet	(26.496)	(27.421)	(925)	(3,4%)
Otros Negocios	(75.926)	(83.475)	(7.549)	(9,0%)
Estructura y eliminaciones	46.180	52.612	6.432	12,2%
Total	(250.501)	(295.338)	(44.837)	(15,2%)

EBITDA comparable

El EBITDA comparable en 1S13 alcanza 16.154 miles de euros vs. 20.759 miles de euros en 1S12. Dada la importancia del impacto del Plan de Eficiencia en 2T13, realizamos el análisis también desde la óptica del segundo trimestre.

En 2T13, todas las áreas de negocio aportaron EBITDA positivo, excepto Clasificados, Portales Verticales y Estructura, este último como centro de costes. Las variaciones con respecto al periodo correspondiente anterior se muestran a continuación:

Desglose de EBITDA comparable¹ por área de negocio 2T y 1S (€m)



Nota 1: excluye inversión reestructuración 1S12 €-2,9m, 1S13 €-0,6m, 2T12 €-1,7m y 2T13 €-0,6m. Nota 2: incluye aportación marginal de Qué!.

Por área de negocio cabe destacar: (ver más detalle en cada una de las áreas)

- (i) Medios Impresos³: EBITDA comparable en 1S13 positivo de 13.527 miles de euros, con un descenso respecto a 1S12 de -2.741 miles de euros, a pesar de la caída publicitaria en 1S13 de -18.514 miles de euros.
- (ii) Audiovisual⁴: variación de EBITDA comparable en 1S13 de -1.947 miles de euros, consecuencia principalmente del descenso en el área de Contenidos por un total de -3.780 miles de euros, afectado por los menores estrenos de cine de Tripictures durante el 1S13 y por la menor actividad de las productoras derivada del ciclo económico.

La puesta en marcha de los acuerdos estratégicos en TDT autonómica y Radio permite que, pese al descenso en Contenidos, el EBITDA comparable en 2T13 apenas varíe vs. 2T12 (-69 miles de euros), y que todos los negocios de Audiovisual estén en EBITDA positivo.
- (iii) Internet⁵: la mejora en EBITDA comparable en 1S13 es resultado del mejor comportamiento en ingresos de las Ediciones Digitales, con un creciente peso de los nuevos negocios digitales que apenas llevan implícito incremento de estructura.
- (iv) Otros negocios: el deterioro de -986 miles de euros está vinculando a la menor actividad, tanto en distribución como en impresión, por la menor venta de periódicos, manteniéndose sin embargo las rentabilidades planas en el área de Distribución (en torno al 1%) y por encima del 20% en Impresión.

En todas las áreas de negocio se hace notorio que la reducción de costes absorbe sobradamente la caída de ingresos publicitarios, excepto en las áreas de Otros negocio y Estructura donde por modelo de negocio no aplica la variación publicitaria. A continuación, se muestra un resumen comparativo de EBITDA comparables vs. variación de ingresos publicitarios en 1S:

Evolución del EBITDA comparable³ por área de negocio 1S13 (€m)

NIIF Miles de Euros	EBITDA comparable			Publicidad
	1S13	1S12	Var Abs	Var Abs (1S13/12)
Medios Impresos	13.527	16.268	(2.741)	(18.514)
Audiovisual	3.537	5.484	(1.947)	(6.551)
Internet	1.410	479	931	(441)
Otros Negocios	5.323	6.310	(986)	(151)
Estructura y Otros	(7.643)	(7.780)	138	(256)
Total	16.154	20.759	(4.606)	(25.914)

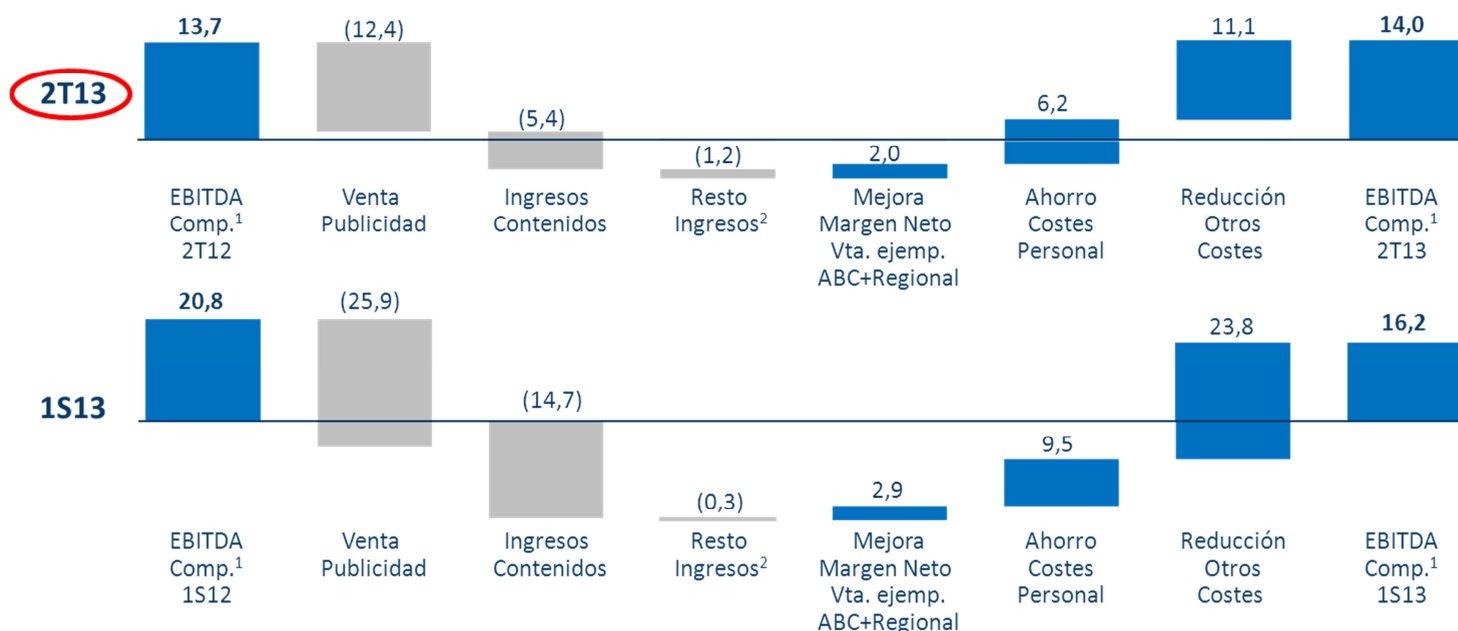
Por último, en los siguientes gráficos, se observa como el descenso de la venta de publicidad y el débil comportamiento en ingresos del área de Contenidos se compensan con: a) la mejora del margen neto de la venta de ejemplares, b) el ahorro en costes de personal fruto de las inversiones sucesivas en reestructuración, enmarcadas las acometidas en 2013 dentro del Plan de Eficiencia y c) la reducción de otros costes, no solo vinculados al Plan de Eficiencia, sino también al descenso de actividad por tratarse de costes variables (i.e. contenidos, descenso de la difusión en costes de impresión y distribución, etc.).

³ MMII: excluye inversión en reest. 1S13 -380 miles de euros y 1S12 -2.409 miles de euros.

⁴ Audiovisual: excluye inversión en reest. 1S13 -170 miles de euros y 1S12 -46 miles de euros.

⁵ Internet: excluye inversión en reestructuración 1S13 64 miles de euros y 1S12 -69 miles de euros.

Detalle del movimiento de EBITDA comparable¹ vs. año anterior (€m)
Datos en variación vs año anterior excepto EBITDA comparable



Nota 1: excluye inversión reestructuración 1S12 €-2,9m, 1S13 €-0,6m, 2T12 €-1,7m y 2T13 €-0,6m. Nota 2: TDT, promociones de los diarios, venta de ejemplares de Suplementos y Revistas y Otros Negocios.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación comparable de 1.267 miles de euros se ve positivamente afectado por el descenso de las amortizaciones que se reducen en -2.533 miles de euros en comparación con 1S12 (principalmente Contenidos, con un descenso de -1.279 miles de euros en 1S13), y por el Resultado por enajenación de inmovilizado, positivo en 1S13 (derivado de desinversiones de materiales de Radio) y negativo en 1S12 (derivado del cierre de la edición impresa de Qué!).

Diferencial financiero

El diferencial financiero comparable 1S13 se incrementa en -906 miles de euros. El resultado 1S12 incluye un ingreso financiero de 2.694 miles de euros derivado de la negociación de la opción de venta de Las Provincias (ver Hecho Relevante publicado 10 de mayo de 2012).

Resultado neto enaj. activos no corrientes

Saldo de 356 miles de euros, principalmente derivado de la venta de la participación en Videomedia.

Impuesto sobre sociedades

A pesar de las pérdidas, se incurre en un gasto por impuestos de -1.416 miles de euros en 1S13 debido en parte a las regularizaciones de bases imponibles negativas.

Accionistas minoritarios

La variación en accionistas minoritarios 1S13 por importe de 2.044 miles de euros es debido al menor resultado en las áreas de Prensa Regional, TDT Nacional y Contenidos.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 1S13 asciende a -8.165 miles de euros. Cabe destacar que excluyendo la inversión en reestructuración y otros extraordinarios por impuestos, el resultado 2T13 hubiera sido positivo por 102 miles de euros.

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	2012	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	585.047	597.187	(12.140)	(2,0%)
Activo Intangible	171.129	174.784	(3.655)	(2,1%)
Propiedad, planta y equipo	190.422	197.409	(6.986)	(3,5%)
Part.valoradas por el método de participaci	10.402	10.098	304	3,0%
Otros activos no corrientes	213.093	214.897	(1.804)	(0,8%)
Activos Corrientes	196.448	211.588	(15.140)	(7,2%)
Efectivo y otros medios equivalentes	32.732	40.295	(7.564)	(18,8%)
Otros activos corrientes	163.716	171.293	(7.576)	(4,4%)
Activos mantenidos para la venta	193	193	0	0,0%
TOTAL ACTIVO	781.688	808.969	(27.281)	(3,4%)
Patrimonio neto	359.962	369.227	(9.264)	(2,5%)
Deuda financiera	192.370	183.287	9.083	5,0%
Otros pasivos	229.356	256.456	(27.100)	(10,6%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	781.688	808.969	(27.281)	(3,4%)

Otros activos corrientes

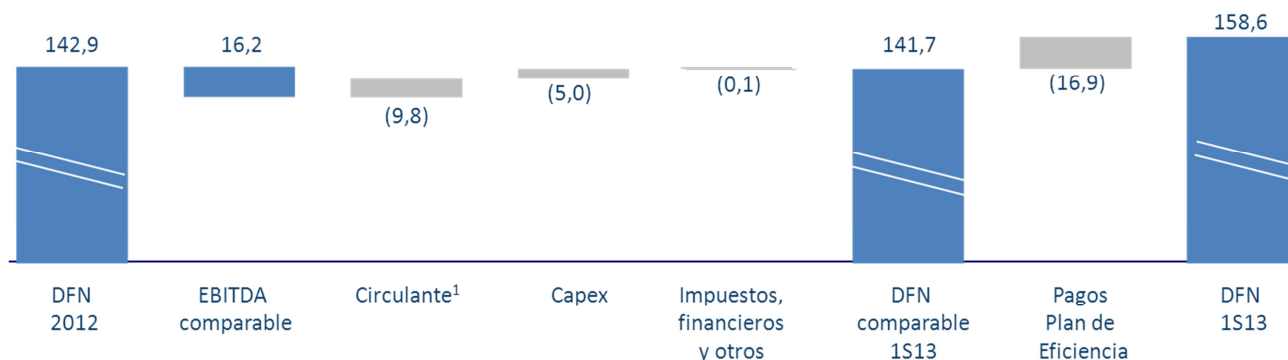
La disminución en el saldo por importe de -7.576 miles de euros corresponde principalmente al menor saldo de clientes derivado del descenso en ingresos, así como a la reducción en el nivel de existencias.

Deuda financiera neta

La deuda financiera neta en el periodo se sitúa en 158.559 miles de euros, que incluye Efectivo y otros medios equivalentes por importe de 32.732 miles de euros y Otros activos financieros corrientes por 1.080 miles de euros.

VOCENTO habría reducido la deuda financiera neta hasta 141.676 miles de euros en comparación con 142.936 miles de euros a cierre de 2012, excluyendo los pagos por la inversión en reestructuración vinculada al Plan de Eficiencia.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta jun2013-dic2012 (€m)



Nota 1: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).

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

- (i) Inversión en reestructuración vinculado al Plan de Eficiencia: se producen salidas de caja en 1S13 por un importe total de -16.883 miles de euros;

- (ii) Variación en capital circulante de -9.835 miles de euros debida, entre otros, a: a) el efecto de mayor venta de publicidad en 2T13 vs. 1T13, b) la recuperación de saldos de clientes, que incluye el cobro de Administraciones Públicas por Real Decreto Ley 4/2012 para Entidades Locales y 7/2012 para Comunidades Autónomas por importe total de 1.907 miles de euros (en 1S12 se contabilizaron 10.734 miles de euros; se estima que en 2013 quedan pendientes de cobro por este concepto aproximadamente 900 miles de euros), y c) al menor stock de existencias (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.

- (iii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -4.958 miles de euros, vinculadas principalmente a las áreas de Internet y Audiovisual.

Desglose de Deuda Financiera Neta (€m)

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	2012	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a c.p.	108.243	78.964	29.279	37,1%
Endeudamiento financiero a l.p.	84.127	104.323	(20.196)	(19,4%)
Endeudamiento financiero bruto	192.370	183.287	9.083	5,0%
Efectivo y otros medios equivalentes	32.732	40.295	(7.564)	(18,8%)
Otros activos financieros no corrientes	1.080	55	1.025	n.r.
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(158.559)	(142.936)	(15.623)	(10,9%)

El endeudamiento a c.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 100.971 miles de euros, cuyo incremento obedece a la reclasificación de deuda de largo a corto plazo, y b) otros pasivos con coste financiero corrientes por 7.271 miles de euros (que incluyen planes de pensiones).

El endeudamiento a l.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 74.418 miles de euros que se reducen por la reclasificación a corto plazo mencionada y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 9.709 miles de euros (que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009).

VOCENTO dispone asimismo de líneas de crédito no utilizadas de aproximadamente 31.000 miles de euros.

Otros pasivos

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

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	1S12	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	(8.165)	(18.459)	10.294	55,8%
Ajustes resultado del ejercicio	25.438	37.940	(12.502)	(33,0%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	17.273	19.481	(2.208)	(11,3%)
Variación capital circulante	(9.835)	13.744	(23.579)	(171,6%)
Otras partidas a pagar sin coste financiero	(9.826)	(14.470)	4.644	32,1%
Otras partidas a pagar con coste financiero	(4.065)	(202)	(3.863)	n.r.
Impuesto sobre las ganancias pagado	(820)	(8)	(812)	n.r.
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(476)	(3.107)	2.631	84,7%
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	(7.749)	15.438	(23.187)	(150,2%)
Adiciones al inm. material e inmaterial	(4.958)	(6.635)	1.677	25,3%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	350	0	350	n.a.
Dividendos e intereses cobrados	342	530	(188)	(35,5%)
Otros cobros y pagos (inversión)	(240)	0	(240)	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	(4.506)	(6.105)	1.599	26,2%
Dividendos e intereses pagados	(8.544)	(9.572)	1.028	10,7%
Disposición/ (devolución) de deuda bancaria	17.770	(4.808)	22.578	469,6%
Otros cobros y pagos (financiación)	191	679	(488)	(71,8%)
Operaciones societarias sin coste	(105)	(6.640)	6.535	98,4%
Operaciones societarias con coste	(4.622)	0	(4.622)	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	4.690	(20.341)	25.031	123,1%
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(7.565)	(11.008)	3.443	31,3%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	40.295	53.346	(13.051)	(24,5%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	32.730	42.338	(9.608)	(22,7%)

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a -7.749 miles de euros que incluye entre otros: a) pagos relacionados con la inversión en reestructuración de 2012 (Plan de Eficiencia) por -16.883 miles de euros y b) la variación en el capital circulante por -9.835 miles de euros anteriormente mencionada.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -4.506 miles de euros debido principalmente a la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a 4.690 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO con un pago de -8.544 miles de euros, el pago de -2.664 miles de euros relacionado con el ejercicio de la opción de venta parcial de Las Provincias (ver Hecho Relevante publicado 10 de mayo de 2012), así como disposición de deuda en el periodo.

La deuda bruta en el periodo se incrementa en +9.083 miles de euros cuyo movimiento se desglosa en el Estado de flujos de efectivo en las siguientes partidas: amortización de deuda por otras partidas a pagar con coste financiero de 4.065 miles de euros, disposición de deuda bancaria de 17.770 miles de euros, y amortización de deuda por operaciones societarias con coste financiero por 4.622 miles de euros.

Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

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

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y el CAPEX contable (-1.210 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2012.

	NIIF (miles de euros)								
	1S13			1S12			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Medios Impresos	498	729	1.228	687	2.541	3.228	(189)	(1.812)	(2.001)
Audiovisual	614	135	748	933	325	1.258	(320)	(190)	(510)
Internet	786	292	1.078	749	835	1.584	37	(543)	(506)
Otros Negocios	29	204	233	33	190	222	(3)	14	11
Estructura	442	19	461	239	58	297	203	(39)	164
TOTAL	2.369	1.379	3.748	2.641	3.949	6.589	(272)	(2.569)	(2.842)

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			
	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Medios Impresos	174.375	203.912	(29.537)	(14,5%)
Audiovisual	36.946	54.893	(17.947)	(32,7%)
Internet	27.906	27.900	6	0,0%
Otros Negocios	81.249	89.784	(8.535)	(9,5%)
Estructura y Otros	(53.823)	(60.392)	6.569	10,9%
Total Ingresos de Explotación	266.655	316.097	(49.443)	(15,6%)
EBITDA				
Medios Impresos	13.147	13.859	(712)	(5,1%)
Audiovisual	3.366	5.437	(2.071)	(38,1%)
Internet	1.474	410	1.064	259,6%
Otros Negocios	4.723	6.215	(1.492)	(24,0%)
Estructura y Otros	(7.133)	(8.084)	950	11,8%
Total EBITDA	15.576	17.838	(2.262)	(12,7%)
EBITDA comparable¹				
Medios Impresos	13.527	16.268	(2.741)	(16,9%)
Audiovisual	3.537	5.484	(1.947)	(35,5%)
Internet	1.410	479	931	194,5%
Otros Negocios	5.323	6.310	(986)	(15,6%)
Estructura y Otros	(7.643)	(7.780)	138	1,8%
Total EBITDA comparable	16.154	20.759	(4.606)	(22,2%)
EBIT				
Medios Impresos	9.774	9.726	48	0,5%
Audiovisual	(787)	(237)	(550)	(232,5%)
Internet	(512)	(1.879)	1.367	72,7%
Otros Negocios	(92)	1.098	(1.190)	(108,3%)
Estructura y Otros	(7.593)	(8.706)	1.113	12,8%
Total EBIT	790	3	787	n.r.
EBIT comparable^{1 2}				
Medios Impresos	10.143	12.497	(2.354)	(18,8%)
Audiovisual	(662)	(189)	(473)	(250,3%)
Internet	(622)	(1.758)	1.136	64,6%
Otros Negocios	509	1.193	(684)	(57,3%)
Estructura y Otros	(8.101)	(8.403)	302	3,6%
Total EBIT comparable	1.267	3.340	(2.073)	(62,1%)

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

¹ Excluye inversión en reestructuración 1S13 -578 miles de euros y 1S12 -2.922 miles de euros

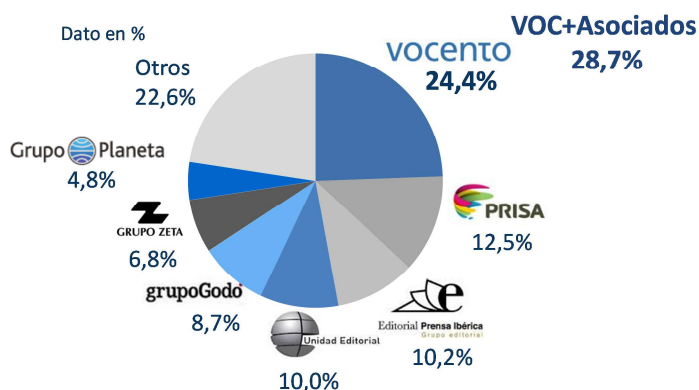
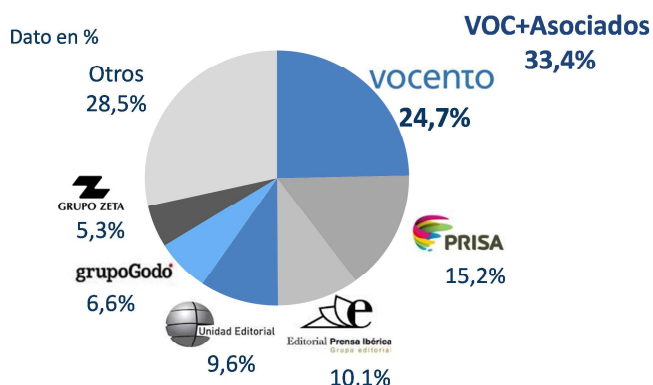
² Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 1S13 101 miles de euros y 1S12 -415 miles de euros

Medios Impresos

VOCENTO consolida su liderazgo indiscutible en prensa de información general según OJD (datos enero-junio 2013) y también EGM (2ª ola ac. 2013), con cerca de 3 millones de lectores. Dicho liderazgo se ve ampliado si se consideran los medios con los que VOC mantiene alianzas estratégicas (e.g. tarifa comercial 3.0). Este liderazgo operativo se traslada también en términos de cuota publicitaria, tal y como se observa en los gráficos siguientes:

Cuota de difusión ordinaria¹

Cuota de publicidad offline²



Nota 1: Fuente OJD ene-dic12, Diarios generalistas. Incluye venta en quiosco y suscripciones individuales. Nota 2: Fuente i2p 1S13. Diarios generalistas.

Esta posición se ve reforzada en Internet donde VOCENTO alcanza 11,4 millones de usuarios únicos mensuales según ComScore (junio 2013). (ver análisis en el área de internet)

Dada la transformación de los hábitos de consumo de noticias y la aparición de nuevos soportes tecnológicos, la estrategia de VOCENTO se centra en sus marcas, con desarrollo offline y online complementario. Por ello, para entender correctamente el modelo de negocio de VOCENTO, las áreas de Medios Impresos e Internet deben ser analizadas en su conjunto.

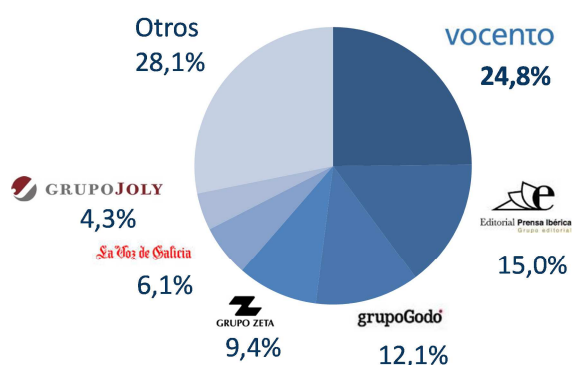
Prensa Regional

VOCENTO es el líder indiscutible de la prensa regional 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. El poder de prescripción de estas marcas, 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 la primera mitad de 2013, alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 24,9%⁶, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,0%.

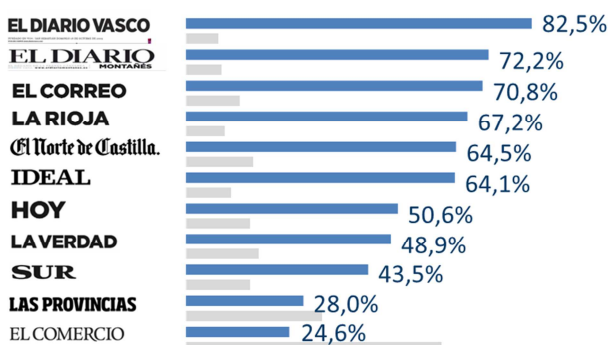
⁶ Fuente: OJD enero-junio 2013. Datos no auditados.

Cuota de difusión prensa regional 1S13⁷

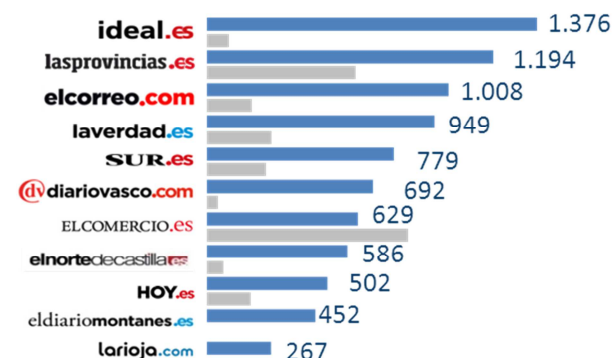


En cuanto a la audiencia de las cabeceras regionales, VOCENTO se mantiene también como líder tanto en soporte offline como online. En offline, las cabeceras regionales registran según la última ola acumulada e EGM, un crecimiento de audiencias del +2,7%⁸, en comparación con un retroceso del resto de la prensa de pago del -3,9%⁸. Así, alcanzan una audiencia conjunta de 2.250 miles de lectores, ampliando su diferencial sobre el segundo grupo de medios regionales hasta los 810 miles lectores. En online, alcanzan una audiencia de 8,4⁹ millones de usuarios únicos mensuales, siendo cada uno de los portales líder en audiencia en su mercado de referencia, con la excepción de El Comercio Digital.

Cuota difusión área influencia por cabecera⁷ (%)



Audiencia portales locales⁹(miles de u.u.m.)



El foco estratégico de VOCENTO en el durante el primer semestre de 2013 ha sido:

- (i) Mantener el liderazgo de sus marcas regionales tanto en prensa escrita como en digital continuando con la mejora del producto y la adaptación del negocio para acceder a nuevas audiencias. Como ejemplo, en 1S13 se produce el lanzamiento de un periódico en ruso desde el Sur de Málaga, cuyos indicadores tanto, en términos de difusión como de publicidad, son muy satisfactorios.
- (ii) Mejorar la cuota de mercado publicitario gracias entre otros el desarrollo de la tarifa comercial 3.0.
- (iii) Desarrollar nuevas fuentes de ingresos no vinculadas a la publicidad y basadas en e-commerce: Las marcas, gracias a su poder de prescripción, son la palanca del negocio y por ello facilitan el éxito de nuevos servicios. Dentro de las iniciativas hacia nuevas audiencias e ingresos, sigue destacando la plataforma Kiosko y Más como soporte de pago con contenido audiovisual y

⁷ Fuente: OJD enero-junio 2013. Datos no auditados.

⁸ Fuente: EGM 2ª ola acumulada 2013. Variaciones sobre la 2ª ola acumulada de 2012.

⁹ Fuente: ComScore junio 2013. Total de audiencia como agregado de audiencias de los once Portales Locales.

Oferplan.com, que permite la comercialización de ofertas de descuento a los usuarios de las ediciones digitales de VOCENTO aprovechando su poder de prescripción, que se construye en ambos soportes, papel y digital (para mayor detalle ver área de negocio de Internet).

- (iv) Ejecutar las medidas, enmarcadas en el Plan de Eficiencia, de control de costes y obtención de ahorros operativos para seguir la adaptación al actual entorno de crisis económica. Dichas medidas permiten mantener los márgenes operativos y avanzar en el apalancamiento operativo que se pondrá de manifiesto en la recuperación de ciclo.

Prensa Nacional- ABC

ABC, decano de la prensa generalista nacional en España y con más de cien años de historia, es un punto de referencia ineludible en la historia de los siglos XX y XXI.

ABC ha concentrado sus esfuerzos en el posicionamiento de marca en diferentes soportes: ABC prensa + ABC en Kiosko y Más (con una mejora en sus contenidos editoriales) + ABC.es + radio, con el apoyo derivado del acuerdo de emisión en cadena con COPE (ver apartado de Radio). Esta combinación de soportes permite el desarrollo de sinergias editoriales y la captación de nuevas audiencias “digitales” con el objetivo de avanzar hacia la rentabilidad.

Dentro de la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos destacan Oferplan, el análisis de la venta de contenido editorial digital selectivo, y las nuevas aplicaciones y contenidos para plataformas de movilidad como Kiosko y Mas. Estas iniciativas se refuerzan con acuerdos comerciales con distribuidores (e.g. integración de ABC.es en Microsoft Windows 8 a través de Bing Daily).

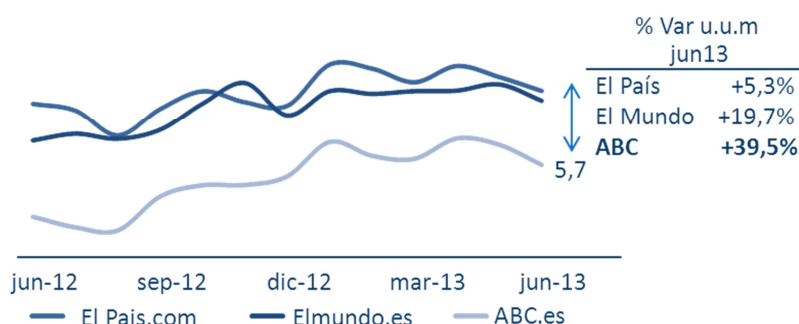
En relación con los costes operativos, el Plan de Eficiencia supone una continuación en las medidas de ahorro ejecutadas por la compañía: a) reducción de la difusión no rentable con una mejora del margen de venta de la difusión rentable, b) ahorros de papel y control de la paginación, y c) ahorros en distribución y control de las promociones (manteniendo la calidad de las promociones, pero adaptada al entorno macroeconómico).

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

- (i) Mejora de la oferta editorial tras la incorporación de dos de las firmas más prestigiosas del periodismo actual: el columnista David Gistau y el ilustrador José María Nieto.
- (ii) Difusión: mantenimiento del foco en difusión de calidad que permite mejorar el margen neto por ejemplar.
- (iii) Audiencia online: ABC.es alcanza los 5,7¹⁰ millones de usuarios únicos mensuales. El crecimiento en audiencia debido entre otros a la mejora de contenidos, a la integración del portal de COPE en ABC.es, y al impulso comercial de la edición digital, permite reducir de forma significativa el gap en usuarios únicos versus comparables y mantener la tendencia de crecimiento publicitario online (publicidad 1S13 +41,3%).

¹⁰ Fuente: ComScore junio 2013.

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



Fuente: ComScore junio 2013

- (iv) Nuevas fuentes de ingresos: aportación creciente de Oferplan y de Kiosco y más en línea con la positiva experiencia de la Prensa Regional, y reciente lanzamiento de una plataforma de venta online de entradas a espectáculos o eventos con la colaboración de Entradas.com desde ABC.es.

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, que destaca por la calidad de sus firmas y su decidida apuesta informativa.

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

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada de 4,5 millones de lectores, con un claro liderazgo de XL Semanal (2,5 millones de lectores; más de 1,1 millones de lectores sobre su inmediato competidor) y Mujer Hoy (con 1,6 millones de lectores). Los suplementos se distribuyen con todos los periódicos de Vocento durante el fin de semana así como con otros diarios regionales de reconocido prestigio.

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

Durante la primera mitad de 2013, el mantenimiento de la elevada cuota de mercado de los suplementos se complementa con el refuerzo del posicionamiento online, estratégico en VOCENTO, y que tiene su reflejo en los portales Mujerhoy y Finanzas, con un nivel de audiencia de 0,6 millones y 0,5 millones de usuarios únicos, respectivamente.

Durante 2013, el objetivo es potenciar los ingresos y la cuota publicitaria desarrollando acciones on/off y diseñar acciones especiales para anunciantes a través de la creación de un nuevo área de Eventos. La potenciación de los ingresos por nuevas vías debe ayudar, en un contexto de mercado complejo, a defender una apuesta informativa de calidad y rentable cada semana.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Prensa Regional	110.414	126.155	(15.741)	(12,5%)
Prensa Nacional	58.314	66.512	(8.199)	(12,3%)
Suplementos y Revistas	15.624	19.358	(3.734)	(19,3%)
Prensa Gratuita	2	3.967	(3.966)	(100,0%)
Eliminaciones	(9.978)	(12.081)	2.103	17,4%
Total Ingresos de Explotación	174.375	203.912	(29.537)	(14,5%)
EBITDA				
Prensa Regional	15.332	17.495	(2.163)	(12,4%)
Prensa Nacional	(3.116)	(2.933)	(183)	(6,2%)
Suplementos y Revistas	922	1.994	(1.071)	(53,7%)
Prensa Gratuita	8	(2.698)	2.705	100,3%
Total EBITDA	13.147	13.859	(712)	(5,1%)
EBITDA comparable¹				
Prensa Regional	15.497	18.451	(2.954)	(16,0%)
Prensa Nacional	(3.115)	(2.118)	(997)	(47,0%)
Suplementos y Revistas	1.137	2.006	(870)	(43,3%)
Prensa Gratuita	8	(2.071)	2.079	100,4%
Total EBITDA comparable	13.527	16.268	(2.741)	(16,9%)
EBIT				
Prensa Regional	13.408	15.254	(1.846)	(12,1%)
Prensa Nacional	(4.520)	(4.123)	(397)	(9,6%)
Suplementos y Revistas	878	1.788	(910)	(50,9%)
Prensa Gratuita	8	(3.193)	3.200	100,2%
Total EBIT	9.774	9.726	48	0,5%
EBIT comparable^{1 2}				
Prensa Regional	13.562	16.162	(2.600)	(16,1%)
Prensa Nacional	(4.519)	(3.317)	(1.202)	(36,2%)
Suplementos y Revistas	1.092	1.800	(708)	(39,3%)
Prensa Gratuita	8	(2.148)	2.156	100,4%
Total EBIT comparable	10.143	12.497	(2.354)	(18,8%)

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, y b) por los ingresos derivados de la venta y reparto de suscripciones entre los diferentes periódicos de VOCENTO.

¹ Excluye costes de reestructuración 1S13 de -380 miles de euros y 1S12 de -2.409 miles de euros

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S13 por 11 miles de euros y 1S12 -362 miles de euros

Ingresos de Explotación: asciende a 174.375 miles de euros (-14,5%) como consecuencia principalmente del descenso de los ingresos publicitarios, el impacto de la menor difusión ordinaria y la reducción controlada de la difusión no ordinaria para la mejora de la rentabilidad.

Ventas de ejemplares: asciende a 90.555 miles de euros (-8,0%). VOCENTO centra sus esfuerzos en la difusión de calidad y rentable, reduciendo de forma controlada la difusión no ordinaria.

Los ingresos de Prensa Regional descienden en 1S13 un -6,5%. En este periodo la difusión ordinaria ha descendido un -10,0% (difusión en quiosco y suscripciones individuales), mientras que la difusión no ordinaria registra una caída del -29,1%.

La caída en la venta de ejemplares de ABC del -13,4% es consecuencia de la caída de la difusión ordinaria (-19,8%) y de la reducción controlada la difusión no ordinaria, que según datos 1S13 desciende un -28,3%. ABC alcanza un promedio de difusión en 1S13 de 144.069 ejemplares diarios.

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 +2.944 miles de euros vs. 1S12, resultado de la estrategia de VOCENTO centrada en la difusión de calidad y rentable.

Por su parte, la evolución de los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas (-11,3%) es resultado de la menor difusión de los diarios con los que se distribuyen los suplementos.

Ventas de Publicidad: asciende a 61.920 miles de euros (-23,0%, o -19,1% ajustado por perímetro tras la decisión de cierre en julio de 2012 de la actividad editora de Qué!). Los diarios de VOCENTO vuelven a registrar un mejor comportamiento publicitario que el mercado, al caer un -17,3% en Prensa Regional y -19,0% en ABC en comparación con un -19,7% del mercado según i2p.

En Prensa Regional se alcanzan unas ventas de publicidad de 39.319 miles de euros debido en parte a la tarifa comercial 3.0 que permite la comercialización de la publicidad nacional con cabeceras de otros grupos.

En ABC, los ingresos publicitarios ascienden a 16.352 miles de euros muestra de la eficacia comercial por la venta conjunta de la marca ABC (ABC prensa + ABC.es + ABC en Kiosko y Más). Adicionalmente, la marca consigue, según datos de mayo, incrementar los precios medios en +0,5%, frente a caídas en el mercado de sus principales comparables (precio medio calculado como inversión publicitaria dividido entre mancha publicitaria).

Otros Ingresos: ascienden a 21.900 miles de euros (-12,7%), reflejo principalmente, del menor esfuerzo en promociones en Prensa Regional.

EBITDA comparable¹¹: asciende a 13.527 miles de euros, un descenso de -2.741 miles de euros, compensándose gran parte de la caída publicitaria (variación 1S13 -18.514 miles de euros) con diversas medidas de ahorro incluidas en el Plan de Eficiencia. Si se analiza la evolución por trimestres, se observa una mejoría en 2T13 vs. 1T13:

Evolución del EBITDA comparable Medios Impresos 1S13 (€m)

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable				
	1S13	1S12	Var Abs	Var abs 1T13	Var abs 2T13
Prensa Regional	15.497	18.451	(2.954)	(1.783)	(1.171)
Prensa Nacional	(3.115)	(2.118)	(997)	(1.485)	488
Suplementos y Revistas	1.137	2.006	(870)	(308)	(562)
Prensa Gratuita	8	(2.071)	2.079	1.055	1.023
Total	13.527	16.268	(2.741)	(2.520)	(221)

El impacto de la reducción de costes variables y el Plan de Eficiencia acometido en el primer semestre de 2013 se refleja en una reducción de los costes comparables del -14,3%¹¹, -11,4% ajustados por perímetro, tal y como se muestra en la tabla siguiente.

¹¹ Excluye costes de reestructuración 1S13 de -380 miles de euros y 1S12 -2.409 miles de euros

Evolución de los costes comparables Medios Impresos 1S13 (€m)

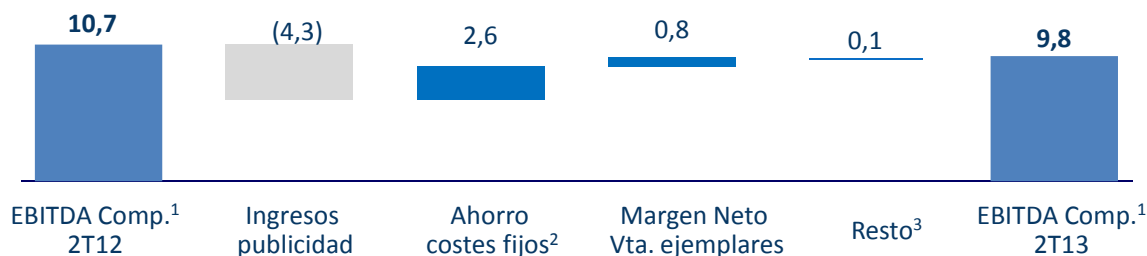
Costes operativos comparables (miles de euros)	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Prensa Regional	(94.917)	(107.704)	(12.787)	(11,9%)
Prensa Nacional	(61.429)	(68.631)	(7.202)	(10,5%)
Suplementos y Revistas	(14.487)	(17.352)	(2.865)	(16,5%)
Prensa Gratuita	6	(6.039)	(6.044)	(100,1%)
Eliminaciones	9.978	12.081	2.103	17,4%
Total	(160.849)	(187.644)	(26.795)	(14,3%)
Total costes ex-Que!	(160.855)	(181.606)	(20.751)	(11,4%)

- (i) Prensa Regional: EBITDA comparable de 15.497 miles de euros en 1S13, -2.954 miles de euros vs. 1S12, con una reducción de costes de -12.787 miles de euros, derivados en parte del Plan de Eficiencia que compensa el impacto de la caída en ingresos publicitarios (-8.251 miles de euros). El margen EBITDA comparable en 1S13 se mantiene prácticamente plano (13,8% incluyendo la actividad digital vs. 13,9% en 1S12).

El análisis combinado del EBITDA comparable 2T13 de las marcas regionales (prensa y portales locales) permite observar la materialización del Plan de Eficiencia, tanto por la mejora del margen EBITDA comparable 2T13 hasta el 16,0% desde el 15,6% en 2T12, como en la mejora del margen neto por venta de ejemplares. Por otro lado, destacar el menor esfuerzo promocional realizado en el área y el mantenimiento estable del margen de promociones.

Prensa Regional + Portales Locales: evolución del EBITDA comparable¹ 2T

Datos en millones de euros



Nota 1: excluye inversión reestructuración 2T13 €-0,1m y 2T12 €-0,4m de actividad editora y digital. Nota 2: incluye costes personal, administración, diversos y provisiones de tráfico. Nota 3: variación costes de Portales Locales, ingresos de e-commerce y margen de promociones.

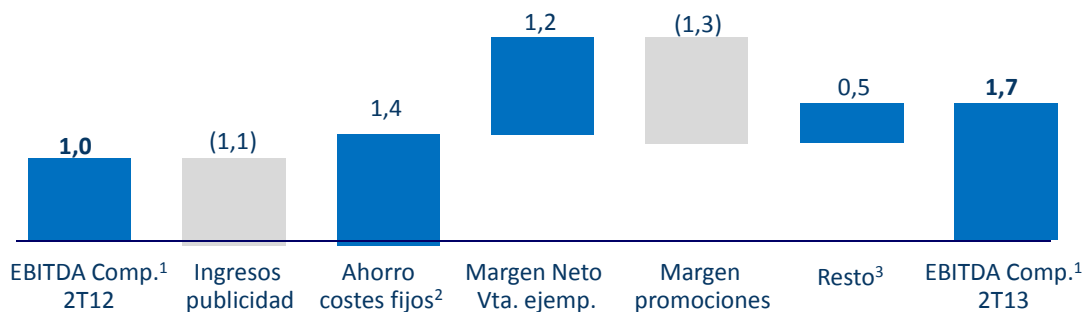
- (ii) ABC: se sitúa en un EBITDA comparable de -3.115 miles de euros vs. -2.118 miles de euros en 1S12, con una reducción de costes de -7.202 miles de euros.

Es importante poner el foco en el comportamiento del 2T13 para valorar el impacto de las medidas de ahorro vinculadas al Plan de Eficiencia. Así se observa, que en 2T13 el perímetro de ABC (actividad editora, digital y plantas de impresión) mejora el EBITDA positivo respecto al mismo periodo del año anterior en 683 miles de euros, a pesar de la caída en ingresos de publicidad, y que la actividad editora alcanza "break even" de EBITDA (12 miles de euros) por primera vez desde 2T07.

Adicionalmente, y como se muestra en el siguiente gráfico, se sigue produciendo una mejora del margen neto por venta de ejemplares, que incrementa en el periodo de análisis +1.214 miles de euros. En el lado contrario, durante el 2T13 se realiza un mayor esfuerzo en promociones que afectan negativamente en EBITDA del semestre al empeorar el margen de promociones en -1.319 miles de euros.

Perimetro marca ABC: evolución del EBITDA comparable¹ 2T

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable¹ en millones de euros



Nota 1: excluye inversión reestructuración 2T12 €-0,3m de actividad editora y digital. Nota 2: incluye costes personal, administración, diversos y provisiones de tráfico. Nota 3: variación EBITDA imprentas, variación costes de ABC.es e ingresos de e-commerce.

- (iii) Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de 1.137 miles de euros, una variación de -870 miles de euros vs. 1S12, absorbiendo gran parte de la caída en ingresos publicitarios, que asciende a un total de -2.489 miles de euros.

Audiovisual

VOCENTO opera de forma integrada en el mercado audiovisual a través de una licencia nacional de televisión, de su presencia editorial a través de una red de licencias de radio, de una productora de contenidos y una distribuidora de películas.

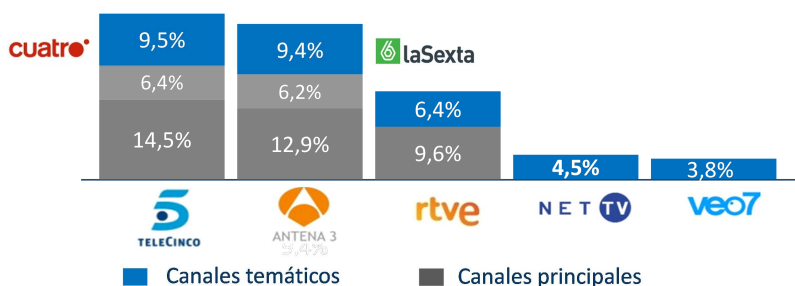
Tras los acuerdos estratégicos alcanzados en TV y radio, VOCENTO mantiene una puerta abierta de cara al futuro audiovisual al conservar la propiedad de las licencias, a la vez que cumple el objetivo de rentabilidad al alcanzar el conjunto del área audiovisual un EBITDA positivo.

Televisión

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

VOCENTO, a través de NET TV, ha realizado una apuesta por una televisión de nicho y rentable con socios internacionales y líderes mundiales en entretenimiento. El conjunto de los canales (Canal Disney, Paramount Channel, MTV e Intereconomía) cierra el mes de junio con una audiencia del 4,5%¹². Este posicionamiento en televisión permite a VOCENTO tener menor exposición al ciclo económico y a una posible transformación más profunda del sector de TV (i.e. competencia de las nuevas tecnologías como plataformas de distribución de contenidos audiovisuales), a la vez que contribuye de forma significativa con el objetivo de rentabilidad global del Grupo.

Cuota de audiencia por familia de canales junio 2013¹² (%)



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 autorizada por la Comisión Nacional de Competencia (CNC) el pasado 15 de marzo de 2013.

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

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

¹² Fuente: Kantar Media junio 2013. No incluye canales TDT de pago.

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

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

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

Producción Audiovisual y Distribución-Veralia

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción y distribución de películas) se configura en torno a Veralia Contenidos, holding de producción audiovisual que agrupa las marcas de BocaBoca Producciones, Europroducciones (con presencia en Italia a través de su filial Europroduzione Italia), Hill Valley y Tripictures, la distribuidora cinematográfica independiente líder en España.

Las productoras de Veralia en la actualidad tienen entre desarrollo, preproducción, producción y emisión 10 formatos diferentes, entre los que destaca, aparte de “21 días”, “Mezzogiorno in Famiglia”, “Guinness” y “Conexión Samanta”. Ante este adverso entorno macroeconómico, Tripictures ha pospuesto la mayor parte de sus estrenos a la segunda mitad del año. En 2013, destaca el estreno de “El vuelo” con Denzel Washington, y próximamente, “Cruce de Caminos” con Ryan Gosling o “Jobs” dirigida por Joshua Michael Stern y que narra la vida de Steve Jobs.

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, afectando por tanto a la facturación y a los márgenes de producción.

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, generalmente con positivos datos de audiencia.

Por el lado de los costes, y tras un deterioro adicional del mercado durante la primera mitad de 2013, Veralia ha acometiendo un plan de reestructuración “ad hoc” en junio y julio para la reducción de costes de estructura y mejora de márgenes en este difícil entorno.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	24.896	23.697	1.199	5,1%
Radio	1.668	6.458	(4.791)	(74,2%)
Contenidos	10.609	25.343	(14.734)	(58,1%)
Eliminaciones	(227)	(606)	379	62,6%
Total Ingresos de Explotación	36.946	54.893	(17.947)	(32,7%)
EBITDA				
TDT	3.993	3.717	276	7,4%
Radio	(1.329)	(2.739)	1.410	51,5%
Contenidos	702	4.459	(3.757)	(84,3%)
Total EBITDA	3.366	5.437	(2.071)	(38,1%)
EBITDA comparable¹				
TDT	4.012	3.709	303	8,2%
Radio	(1.209)	(2.739)	1.530	55,9%
Contenidos	734	4.514	(3.780)	(83,7%)
Total EBITDA comparable	3.537	5.484	(1.947)	(35,5%)
EBIT				
TDT	3.809	3.463	346	10,0%
Radio	(1.491)	(3.097)	1.606	51,9%
Contenidos	(3.105)	(603)	(2.502)	(415,0%)
Total EBIT	(787)	(237)	(550)	(232,5%)
EBIT comparable^{1 2}				
TDT	3.828	3.455	373	10,8%
Radio	(1.441)	(3.096)	1.655	53,5%
Contenidos	(3.050)	(549)	(2.501)	(455,9%)
Total EBIT comparable	(662)	(189)	(473)	(250,3%)

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

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

Nota: el EBIT y EBIT comparable de Contenidos incluye la amortización del fondo de comercio asignado al catálogo de películas de Tripictures en 1S13 por 1.202 miles de euros y en 1S12 por 1.344 miles de euros.

¹ *Excluye costes de reestructuración 1S13 -170 miles de euros y 1S12 -46 miles de euros.*

² *Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 1S13 46 miles de euros y 1S12 -1 mil de euros.*

Ingresos de Explotación: alcanzan en 1S13 36.946 miles de euros, un -32,7%, principalmente por:

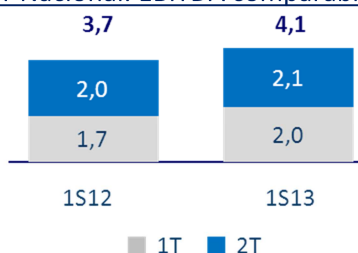
- (i) La menor actividad del área de Contenidos (ingresos 1S13 -58,1%), afectada por el actual ciclo económico.
- (ii) El acuerdo estratégico con COPE en radio supone el cambio de modelo de explotación, dónde se deja de ingresar venta publicitaria y la facturación se contabiliza por "otros ingresos". Esto explica la variación de ingresos 1S13 de -74,2%.
- (iii) Incremento de ingresos en televisión del +5,1% hasta 24.896 miles de euros, reflejo de la positiva estrategia en TDT Nacional que se refuerza tras la alianza alcanzada con Paramount Channel.

EBITDA comparable¹³: 3.537 miles de euros que muestran una progresiva recuperación en la rentabilidad de los negocios en pérdidas. Destacar que todas los negocios del área alcanzan EBITDA positivo en 2T13, debido entre otros, al positivo impacto del Plan Eficiencia.

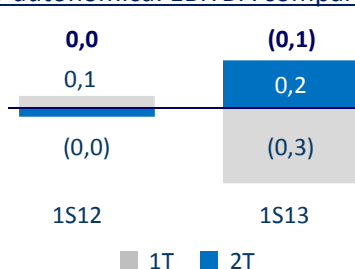
- (i) **TDT:** EBITDA comparable positivo de 4.012 miles de euros en 1S13, una mejora de +303 miles de euros vs. 1S12. TDT Nacional mejora su EBITDA comparable 1S13 en +430 miles de euros, y TDT Autonómica, tras el cambio de proveedor de contenidos, obtiene un EBITDA comparable 2T13 positivo de 202 miles de euros, tras EBITDA negativo de -306 miles de euros en 1T13.
- (ii) **Radio:** EBITDA comparable 1S13 de -1.209 miles de euros vs. -2.739 miles de euros en 1S12. El acuerdo con COPE tiene su reflejo en una mejora de la evolución del EBITDA comparable de +1.498 miles de euros en 2T13, permitiendo EBITDA positivo de 139 miles de euros en 2T13.
- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable de 734 miles de euros, lo que supone una variación de -3.780 miles de euros comparado con 1S12 por la menor actividad de las productoras y, la caída de facturación de los estrenos de películas en cine. El deterioro de EBITDA es menor que en ingresos dado que los costes son también proporcionalmente menores al descenso de la demanda.

La mejor evolución en 2T13 vs. 1T13 se evidencia en los siguiente gráficos:

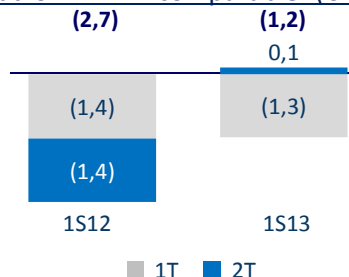
TDT Nacional: EBITDA comparable (€m)



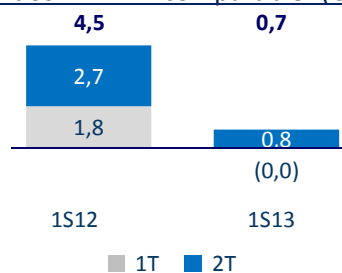
TDT autonómica: EBITDA comparable (€m)



Radio: EBITDA comparable¹ (€m)



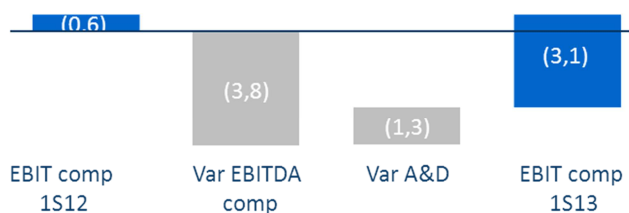
Contenidos: EBITDA comparable² (€m)



Nota 1: excluye inversión en reestructuración 1T13 €-0,1m. Nota 2: excluye inversión reestructuración 1T13 €0,1m y 2T13 €-0,1m.

EBIT comparable: (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a -662 miles de euros, un descenso de -473 miles de euros vs. 1S12, principalmente por la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye -1.279 miles de euros en 1S13.

Evolución EBIT y EBITDA comparables de Contenidos 1S12 y 1S13 (€m)



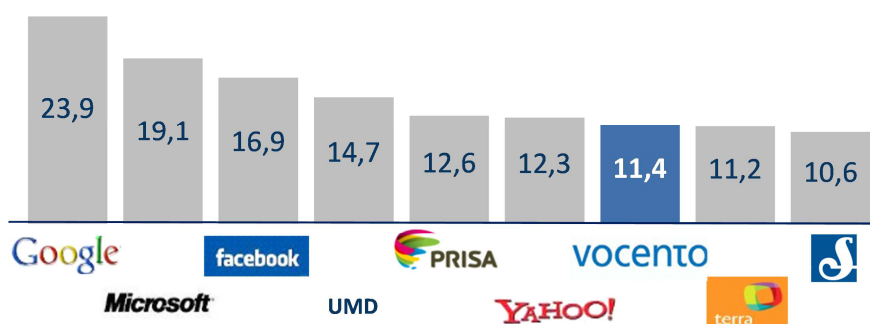
¹³ Excluye costes de reestructuración 1S13 -170 miles de euros y 1S12 -46 miles de euros.

Internet

VOCENTO cuenta con una amplia presencia online gracias a la fortaleza de su portfolio de marcas en los mercados nacional y regional: Ediciones Digitales (portales de noticias que incluyen tanto las cabeceras regionales y ABC.es), Portales Verticales (mujerhoy.com, finanzas.com), Clasificados (pisos.com, infoempleo.com, y Autocasion.com) y Directorios (11870.com). La presencia en Internet se completa con B2B a través de Sarenet, compañía que ofrece soluciones de conectividad a empresas.

VOCENTO se sitúa como líder en la categoría de noticias, ocupando el séptimo¹⁴ puesto en el ranking total de audiencias con más de 11 millones de usuarios.

Ranking de audiencia en Internet junio 2013¹⁴ (millones usuarios únicos mes)



Las ediciones digitales de las cabeceras regionales de VOCENTO son marcas líderes y referencia online en cada uno de los mercados en los que operan por el estrecho vínculo con sus comunidades locales y la fortaleza de sus marcas. Durante 2013, se siguen realizando mejoras del producto con la incorporación de nuevos contenidos y secciones locales, servicios y utilidades (e.g. nuevos canales de salud y de viajes) como medio no solo de información, sino de participación a través de las comunidades y ocio, gracias al formato audiovisual.

Por su parte, la mejora de contenidos en ABC.es, se pone de manifiesto en el crecimiento del tráfico (crecimiento jun13 del +39,5%). ABC.es, tras la integración del portal de COPE, ha incorporado nuevos contenidos que mejoran la oferta, especialmente en deportes, así como nuevos canales temáticos (ABC Gentestilo, ABC Tec, ABC Innova, ABC Deportes, ABC Familia), dirigidos a segmentos de mercado clave. Además, se ha producido la integración del portal hoyCinema y el relanzamiento canal Tecnología.

Vocento ha potenciado durante este semestre dos líneas estratégicas: movilidad y conocimiento del usuario. La apuesta por ofrecer su oferta editorial en los nuevos dispositivos (smartphones y tablets) se ha hecho tangible en nuevos desarrollos en plataformas ya consolidadas como iOS y Android, así como en las nuevas plataformas multi-dispositivo, como Windows 8. También se han desarrollado nuevas iniciativas en el ámbito de las denominadas "Segundas pantallas" (interacción tablet-móvil con TV conectadas). Asimismo, Vocento ha impulsado su estrategia basada en el conocimiento del usuario, desarrollando la nueva plataforma de Registro único del grupo y plataforma de pago, que simplificará el registro de los usuarios en las distintas webs del grupo, así como la compra de productos y servicios. Impulsando el conocimiento del usuario, se podrán ofrecer contenidos, productos y servicios más adecuados a los intereses y perfiles de los lectores.

A lo largo de 2013 se ha impulsado la relación con grandes jugadores del mercado como Amazon o Microsoft. Con Amazon se ha empezado a trabajar en distintas iniciativas de movilidad, e-commerce y

¹⁴ Fuente: ComScore junio 2013.

presencia editorial que se materializarán a lo largo del segundo semestre de año. Con Microsoft se ha conseguido ser socio de referencia dentro del sector media a través de un acuerdo marco por el que las webs editoriales de Vocento desarrollan contenidos para su publicación en diferentes productos y servicios móviles de Microsoft, trabajando además conjuntamente en pilotos de innovación.

En 2013, VOCENTO centra su objetivo en la búsqueda de nuevos ingresos digitales, en la adaptación del contenido a nuevas plataformas y en la necesidad de optimizar la estrategia de comercialización:

- (i) Nuevos formatos y publicidad contextual: formatos exclusivos para anunciantes, especialmente para contenidos audiovisuales y aplicaciones móviles, así como la puesta en marcha de publicidad contextual participando en la denominada red PAN (Publisher Audience Network), una herramienta contextual y semántica, que aporta información sobre el perfil de los usuarios y contextualización de los contenidos con propuestas publicitarias afines para un inventario común, con capacidad local, en multiplataforma y en tiempo real.
- (ii) Ingresos por pago por Contenidos selectivo: la apuesta principal para poner en valor los contenidos sigue siendo el proyecto estratégico Kiosko y Más, donde cada cabecera de VOCENTO está ofreciendo sus contenidos réplica de papel en modelo de ejemplar o suscripción, enriquecidos con las prestaciones que permiten los nuevos dispositivos (lectura Smartflow para navegación táctil, inclusión de videos y fotogalerías, weblinks para actualización continua de noticias, traductor, etc).
- (iii) Otros ingresos: lanzamiento de Oferplan.com en ABC, con una sección diaria de ofertas locales en las que VOCENTO tiene previsto el lanzamiento de nuevos productos de comercio electrónico vinculados a otros segmentos, que generen ingresos alternativos a la publicidad. En julio, ABC.es, ha lanzado una nueva sección de venta online de entradas a espectáculos o eventos en Madrid y en el resto de la península (www.entradas.abc.es). En una segunda fase, implantará en el resto de cabeceras regionales de VOCENTO. Esta nueva plataforma se desarrolla en colaboración con el líder del mercado a nivel nacional, Entradas.com y ofrece tanto a anunciantes como a lectores una solución integrada y única para la Comunicación, Publicidad y Venta Electrónica de los principales eventos que tienen lugar diariamente en toda la geografía española. Así, VOCENTO completa la oferta de ocio local, uno de los pilares de nuestra información.

Como proyecto estratégico del Grupo, Kiosko y Más es el principal quiosco multiplataforma de España. En un año, la plataforma ha multiplicado el número de grupos editoriales asociados al proyecto que supera ya los 70, y englobando una oferta de 400 periódicos y revistas en su catálogo. Grupos como RBA, G+J, Godó, Zeta o Hearst, entre otros, participan en la mayor alianza editorial online de Europa.

Kiosko y Más es número 1 en ventas en la categoría de noticias en el App Store en 2013, según revisión anual de Apple. Cabe destacar que durante la primera mitad de 2013 se ha alcanzado un crecimiento anual de suscriptores de VOC en el mes de junio superior al +50%.

Por otra parte, la red de clasificados nacional de VOCENTO es única en el sector de los medios de comunicación españoles, al estar reforzado 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. VOCENTO está presente con marcas nacionales en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet: inmobiliario con pisos.com (top#5¹⁵ de la categoría), empleo con Infoempleo.com (top#2) y motor con autocasión.com (top#7).

Por último, el portal de directorios 11870.com con una audiencia cercana a los 705¹⁵ mil usuarios únicos, es el portal de recomendaciones de sitios y negocios más importante de España.

¹⁵ Fuente: ComScore junio 2013.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Ediciones Digitales	12.916	11.588	1.328	11,5%
Portales Verticales	674	934	(261)	(27,9%)
Clasificados	6.501	7.301	(800)	(11,0%)
B2B	7.966	8.262	(296)	(3,6%)
Eliminaciones	(150)	(185)	35	18,7%
Total Ingresos de Explotación	27.906	27.900	6	0,0%
EBITDA				
Ediciones Digitales	1.337	15	1.322	n.r.
Portales Verticales	(356)	(199)	(157)	(78,7%)
Clasificados	(1.326)	(1.517)	191	12,6%
B2B	1.819	2.111	(292)	(13,8%)
Total EBITDA	1.474	410	1.064	259,6%
EBITDA comparable¹				
Ediciones Digitales	1.328	60	1.268	n.r.
Portales Verticales	(356)	(199)	(157)	(78,8%)
Clasificados	(1.382)	(1.493)	112	7,5%
B2B	1.819	2.111	(292)	(13,8%)
Total EBITDA comparable	1.410	479	931	194,5%
EBIT				
Ediciones Digitales	751	(578)	1.328	229,9%
Portales Verticales	(492)	(370)	(122)	(32,9%)
Clasificados	(2.035)	(2.448)	413	16,9%
B2B	1.263	1.517	(253)	(16,7%)
Total EBIT	(512)	(1.879)	1.367	72,7%
EBIT comparable¹				
Ediciones Digitales	743	(481)	1.225	254,5%
Portales Verticales	(492)	(370)	(122)	(32,9%)
Clasificados	(2.090)	(2.424)	334	13,8%
B2B	1.216	1.517	(301)	(19,8%)
Total EBIT comparable	(622)	(1.758)	1.136	64,6%

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

Nota: Las principales eliminaciones provienen del servicio de conectividad se producen fundamentalmente entre Sarenet (B2B) y el resto de las sociedades que componen el área de actividad de Internet.

¹ Excluye inversión en reestructuración de 1S13 64 miles de euros y -69 miles de euros en 1S12.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S13 46 y 1S12 -52 miles de euros.

Ingresos de Explotación: ascienden a 27.906 miles de euros (+0,0%).

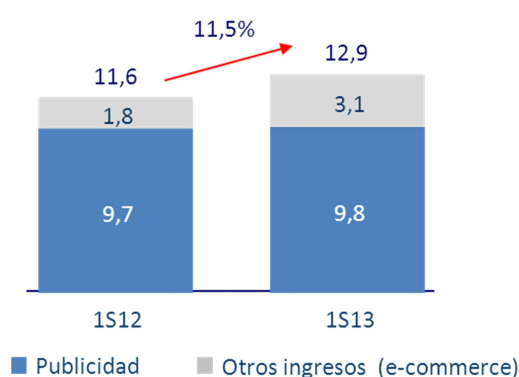
Venta de Publicidad: alcanza 15.603 miles de euros, lo que supone una caída del -2,7%, un comportamiento mejor que el registrado por el mercado que según i2p se contrajo en 1S13 un -4,1%. El descenso de ingresos incluye un crecimiento de la publicidad de las Ediciones Digitales en un +0,8%, y el impacto negativo del deterioro macroeconómico y publicitario en los ingresos de publicidad de los

Portales Verticales y Clasificados (-5,0%), aunque en este caso a una menor tasa en 2T13 (-1,7%) que en 1T13 (-8,7%).

Otros Ingresos: alcanzan 12.304 miles de euros, un crecimiento del +3,8%, gracias a la creciente aportación de los nuevos negocios digitales desarrollados por VOCENTO, basados principalmente en modelos e-commerce como Oferplan. El crecimiento en 1S13 de las Ediciones Digitales por este concepto ha sido del +67,9%.

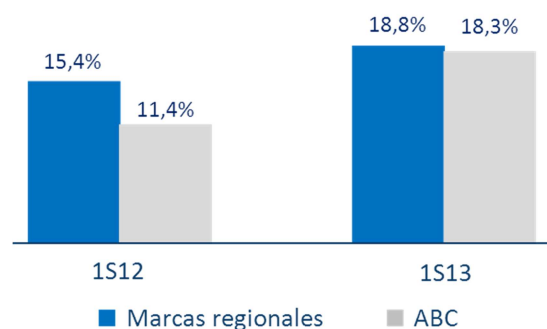
Es relevante realizar una lectura conjunta de las dos principales fuentes de ingresos de las ediciones digitales: ingresos por publicidad por un lado, e ingresos por nuevos modelos basados en e-commerce por el otro. El crecimiento combinado de ambas fuentes en ingresos alcanza en 1S13 un +11,5%, atenuando parte del impacto del ciclo económico.

Desglose de ingresos de las Ediciones Digitales de VOC (€m y % de variación)



Esta paulatina incorporación del modelo complementario digital se refleja en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en las marcas regionales (18,8%, +3,4 p.p.), como en ABC (18,3%, +6,9 p.p.). Destaca el crecimiento total de ingresos de ABC.es de un +41,3%, y de las marcas digitales regionales del +4,8%.

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



EBITDA comparable¹⁶: mejora en +931 miles de euros hasta 1.410 miles de euros, gracias a la mejora de las Ediciones Digitales que alcanzan un EBITDA en 1S13 de 1.328 miles de euros, con una mejora de +1.268 miles de euros. Este crecimiento de EBITDA se pone de manifiesto tanto en los Portales Locales (incremento de margen EBITDA 1S13 de +7,5 p.p.), como en ABC.es (variación del margen EBITDA 1S13 de +19,3 p.p.), y es resultado del crecimiento en ingresos, pero no de estructuras adicionales vinculadas a los nuevos negocios digitales.

¹⁶ Excluye inversión en reestructuración de 1S13 64 miles de euros y -69 miles de euros en 1S12.

Cabe destacar en relación a los nuevos negocios digitales que los ingresos procedentes de Oferplan y Kiosco y Más representan en 1S13 el 19,0% de los ingresos totales de las ediciones digitales. En el caso de Kiosco y Más, el crecimiento de ingresos es del 75,1%. Estos crecimientos permiten alcanzar un EBITDA agregado en 1S13 de ambas iniciativas de 1.550 miles de euros al no tener que incurrir en importantes costes de estructura adicionales.

Otros Negocios

En el área de impresión y con la finalidad de conseguir sinergias operativas, VOCENTO trabaja continuamente en la optimización y concentración de la actividad de impresión de ciertos periódicos regionales. La mejora de la rentabilidad se consigue por el aprovechamiento de los recursos técnicos y la capacidad, 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.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S13	1S12	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Distribucion	59.140	65.080	(5.940)	(9,1%)
Impresión	19.934	21.742	(1.807)	(8,3%)
Otras Participadas	2.260	3.137	(877)	(28,0%)
Eliminaciones	(86)	(175)	89	50,9%
Total Ingresos de Explotación	81.249	89.784	(8.535)	(9,5%)
EBITDA				
Distribucion	543	467	76	16,2%
Impresión	4.169	5.660	(1.491)	(26,3%)
Otras Participadas	11	88	(77)	(87,4%)
Total EBITDA	4.723	6.215	(1.492)	(24,0%)
EBITDA comparable¹				
Distribucion	605	477	127	26,6%
Impresión	4.708	5.742	(1.035)	(18,0%)
Otras Participadas	11	90	(79)	(87,5%)
Total EBITDA comparable	5.323	6.310	(986)	(15,6%)
EBIT				
Distribucion	365	271	95	35,1%
Impresión	(454)	757	(1.211)	(160,0%)
Otras Participadas	(3)	71	(73)	(103,8%)
Total EBIT	(92)	1.098	(1.190)	(108,3%)
EBIT comparable¹				
Distribucion	427	281	146	52,0%
Impresión	84	840	(755)	(90,0%)
Otras Participadas	(3)	72	(75)	(103,5%)
Total EBIT comparable	509	1.193	(684)	(57,3%)

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

Nota: Las eliminaciones que se producen se deben: a) la distribución de los gratuitos por parte de las distribuidoras y b) a la eliminación de la impresión de los gratuitos.

Excluye inversión en reestructuración de -601 miles de euros en 1S13 y de -95 miles de euros en 1S12.

Ingresos de Explotación: 81.249 miles de euros, -9,5%, por la vinculación al área de Medios Impresos.

EBITDA comparable: asciende a 5.323 miles de euros. En el área de Impresión, el EBITDA alcanza 4.708 miles de euros, y en Distribución, 605 miles de euros.

Datos operativos

Medios Impresos

Datos de Difusión Media	1S13	1S12	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	144.069	180.756	(36.687)	(20,3%)
Prensa Regional				
El Correo	83.640	92.514	(8.874)	(9,6%)
El Diario Vasco	59.501	64.503	(5.003)	(7,8%)
El Diario Montañés	27.762	29.760	(1.997)	(6,7%)
Ideal	23.123	25.804	(2.682)	(10,4%)
La Verdad	21.178	26.433	(5.255)	(19,9%)
Hoy	13.443	16.292	(2.849)	(17,5%)
Sur	20.835	23.366	(2.531)	(10,8%)
La Rioja	11.637	12.745	(1.108)	(8,7%)
El Norte de Castilla	25.129	28.559	(3.431)	(12,0%)
El Comercio	19.711	21.306	(1.595)	(7,5%)
Las Provincias	21.392	25.490	(4.098)	(16,1%)
TOTAL Prensa Regional	327.349	366.771	(39.422)	(10,7%)

Fuente: OJD. Datos 1S13 no certificados.

Audiencia	2ª Ola 13	2ª Ola 12	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	577.000	641.000	(64.000)	(10,0%)
Prensa Regional	2.241.000	2.174.000	67.000	3,1%
El Correo	453.000	433.000	20.000	4,6%
El Diario Vasco	254.000	241.000	13.000	5,4%
El Diario Montañés	185.000	174.000	11.000	6,3%
Ideal	209.000	172.000	37.000	21,5%
La Verdad	228.000	265.000	(37.000)	(14,0%)
Hoy	138.000	137.000	1.000	0,7%
Sur	166.000	152.000	14.000	9,2%
La Rioja	97.000	96.000	1.000	1,0%
El Norte de Castilla	204.000	215.000	(11.000)	(5,1%)
El Comercio	160.000	142.000	18.000	12,7%
Las Provincias	147.000	147.000	0	0,0%
Suplementos				
XL Semanal	2.535.000	2.614.000	(79.000)	(3,0%)
Mujer Hoy	1.618.000	1.872.000	(254.000)	(13,6%)
Mujer Hoy Corazón	335.000	326.000	9.000	2,8%
Inversión y Finanzas	53.000	56.000	(3.000)	(5,4%)

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	jun-13	jun-12	Var Abs
NET TV audiencia	4,5%	4,5%	0,0 p.p.

Fuente: Kantar Media último mes.

Internet

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	jun-13	jun-12	Var Abs	%
Vocento	11.364	11.175	189	1,7%

Fuente: ComScore.

Aviso Legal

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

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

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

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

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

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

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7

28027 Madrid

Tel.: 91.339.98.09

Fax: 91.742.63.52

e-mail: ir@VOCENTO.com



Resultados 1S13
29 de julio de 2013

VOCENTO 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.

Resumen 1S13

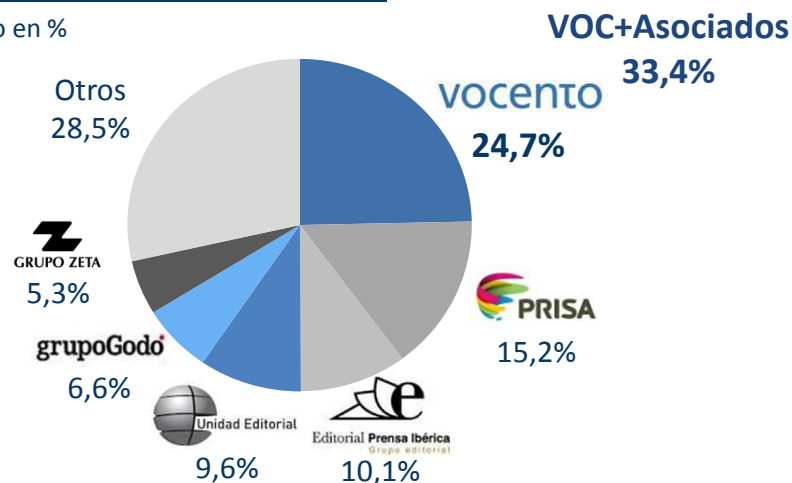
- ▶ **La estrategia actual de VOCENTO permite atenuar el impacto del ciclo**
 - VOCENTO se confirma como el grupo líder en el sector prensa, por difusión ordinaria y ventas de publicidad offline
 - Continúa el mejor comportamiento publicitario que el mercado en prensa e Internet, en un entorno difícil
 - Creciente peso de publicidad online y nuevos negocios digitales sin incremento de estructura de costes
 - Mal comportamiento del área de Contenidos: aplicación de plan de reestructuración “ad-hoc” en Junio y Julio 2013
- ▶ **Mejora de los negocios en pérdidas y positivo impacto del Plan de Eficiencia en 2T13**
 - EBITDA 2T13 positivo en el perímetro de la marca de ABC; además, por primera vez desde 2T07, también positivo en el negocio de prensa
 - Audiovisual: todas las áreas en EBITDA positivo en 2T13
 - Plan de Eficiencia: ejecución al 100% y objetivos de reducción de costes alcanzados
- ▶ **Posición financiera neta diferencial ante incertidumbre del ciclo**
 - Deuda financiera neta de €158,6m vs. €142,9m en dic12 tras salida de caja por Plan de Eficiencia de €-16,9m
 - Supone generación de caja positiva 1S13, antes del Plan de Eficiencia
 - Estricta gestión del circulante y CAPEX selectivo

VOC grupo líder de prensa online y offline en España

- ▶ Marcas líderes en España por difusión ordinaria y venta de publicidad...
- ▶ ... y dentro del top 10 del ranking de audiencias de Internet

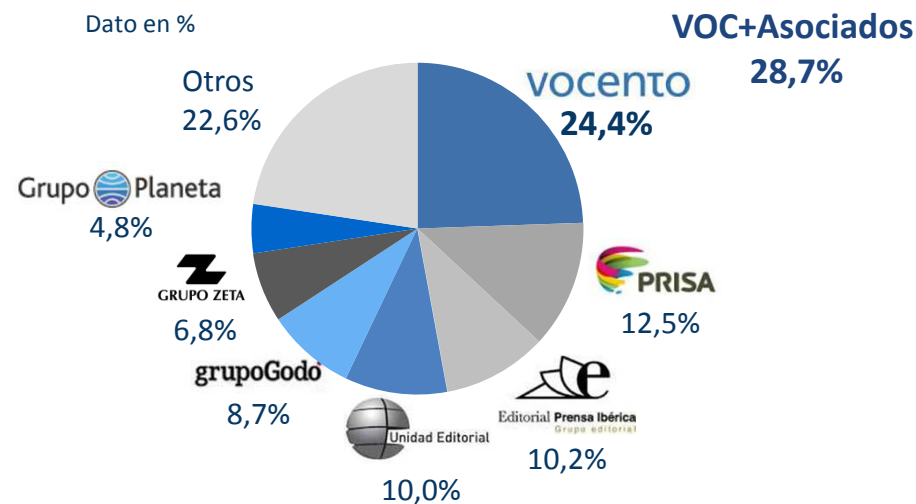
Cuota de difusión ordinaria¹

Dato en %



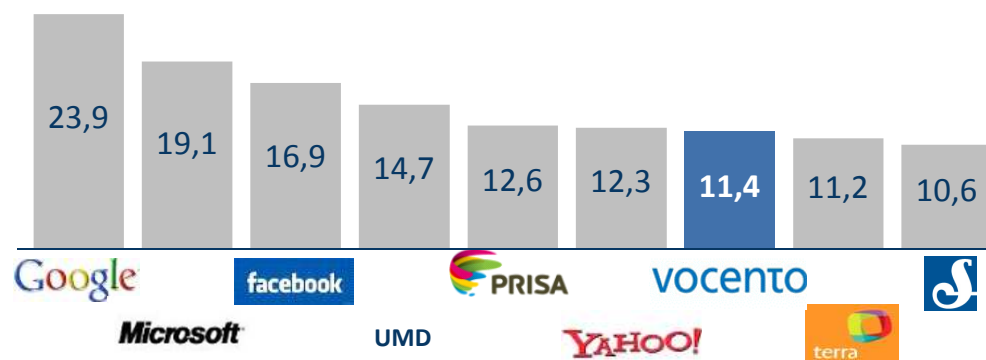
Cuota de publicidad offline²

Dato en %



Ranking de audiencia en Internet³

Millones de usuarios únicos mensuales



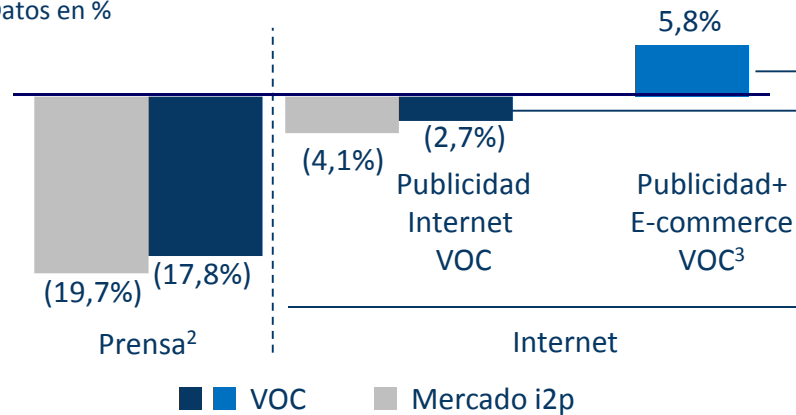
Nota 1: Fuente OJD ene-jun13, Diarios generalistas. Incluye venta en quiosco y suscripciones individuales. Nota 2: Fuente i2p 1S13. Diarios generalistas. Nota 3: ComScore jun 2013.

Mejora de cuota de mercado publicitario y cambio de mix de ingresos

- ▶ Continúa el mejor comportamiento que mercado de ingresos publicitarios en prensa e Internet, en un entorno difícil
- ▶ Ralentización de la caída de la inversión publicitaria en prensa e Internet en 2T13
- ▶ Creciente peso de publicidad online y nuevos negocios digitales (e-commerce) en el mix de ingresos

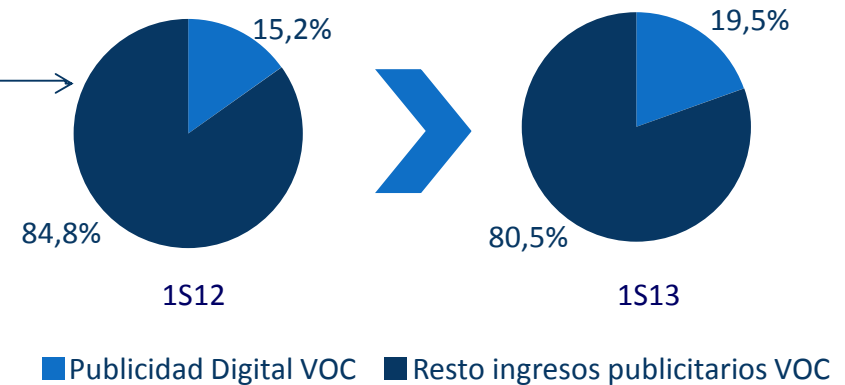
Evolución publicidad VOC vs. mercado¹ 1S13

Datos en %



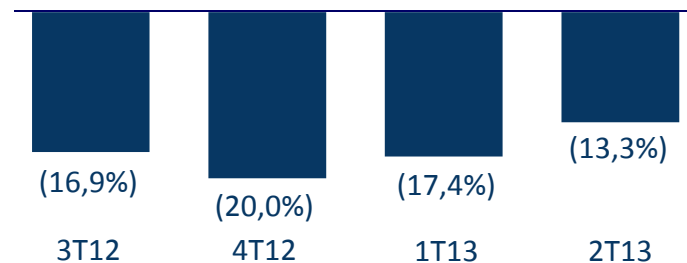
VOC: mix de ingresos de publicidad

Datos en %



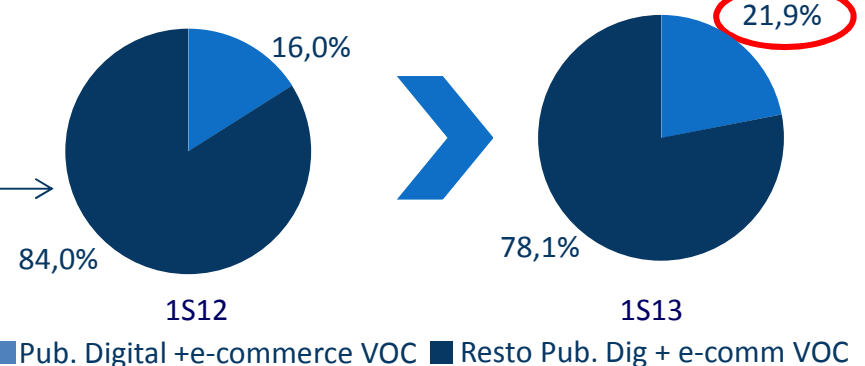
Evolución publicidad marcas VOC⁴ (prensa + ediciones digitales) 3T12- 2T13

Datos en %



VOC: mix de ingresos de publicidad + e-commerce

Datos en %



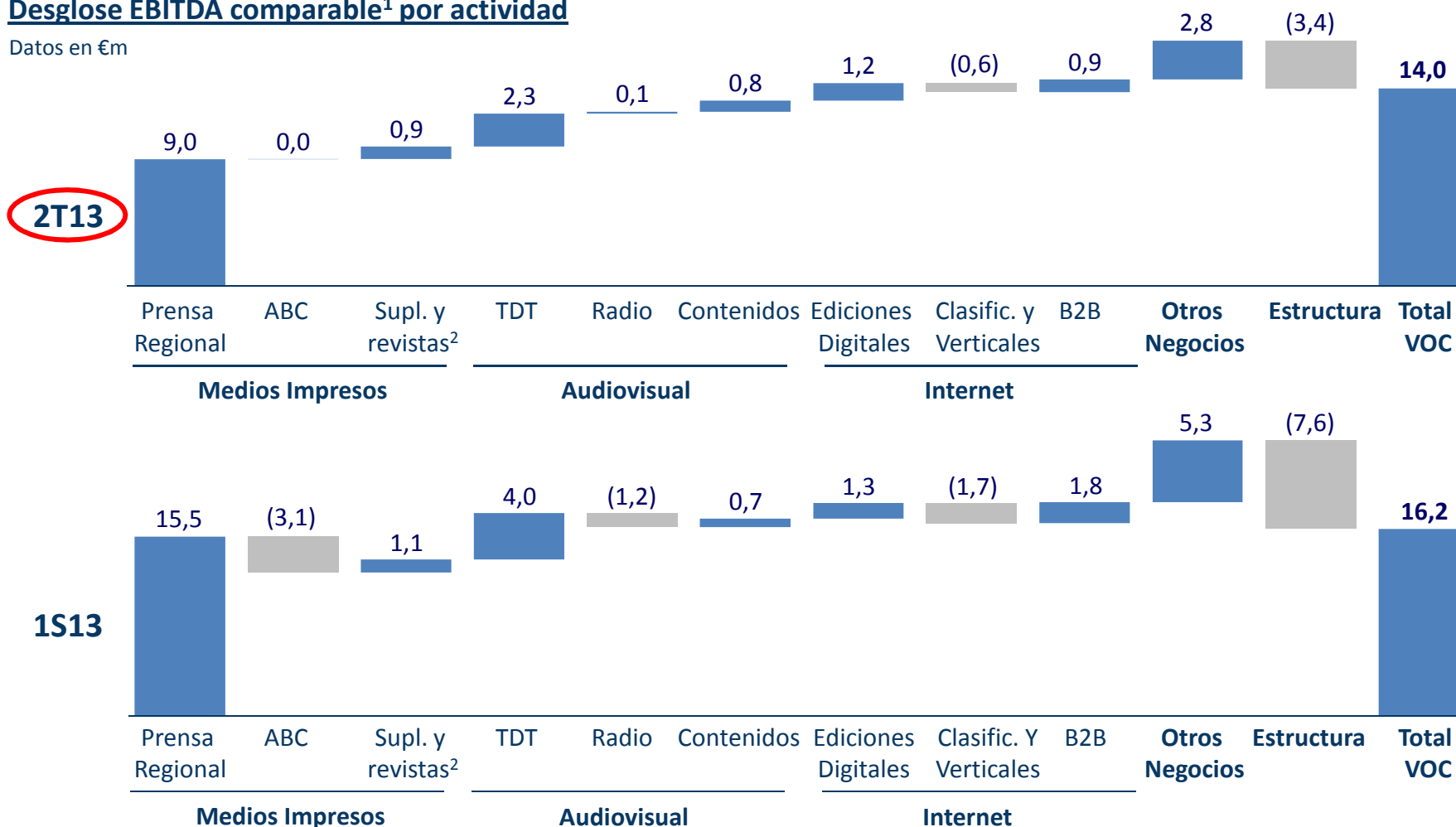
Nota 1: fuente i2p. Nota 2: Prensa Regional + ABC. Nota 3: ingresos de publicidad de Internet de VOCENTO + e-commerce. Nota 4: ABC + ABC.es + Prensa Regional + Portales Locales.

Composición EBITDA comparable de VOCENTO

- ▶ En 2T13, todos los negocios entran en EBITDA positivo excepto Clasificados, Portales Verticales y Estructura como centro de costes

Desglose EBITDA comparable¹ por actividad

Datos en €m



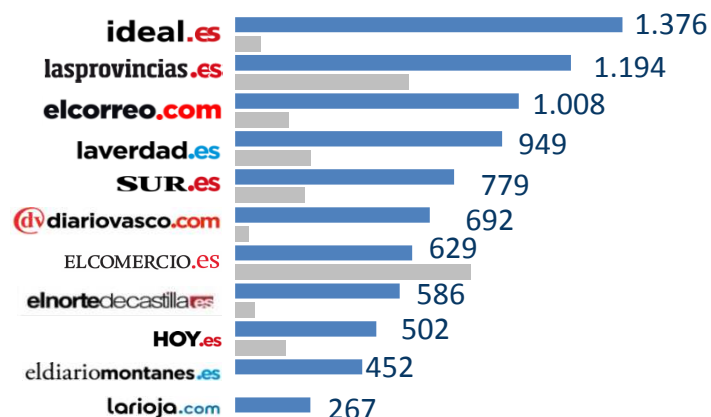
Nota 1: excluye inversión reestructuración 1S12 €-2,9m, 1S13 €-0,6m, 2T12 €-1,7m y 2T13 €-0,6m. Nota 2: incluye aportación marginal de Qué!

Marcas regionales: liderazgo, exposición digital y rentabilidad

- ▶ Liderazgo de las marcas regionales en offline y online
- ▶ Incremento de exposición al negocio digital (publicidad + e-commerce)
- ▶ Ligera mejora de rentabilidad en 2T13 a pesar del deterioro de ingresos publicitarios (2T13 €-4,3m)

Portales Locales vs. inmediato competidor

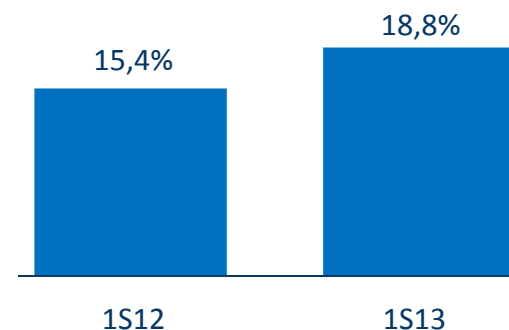
Dato en miles de usuarios únicos mensuales



Fuente: ComScore jun13.

Peso negocio digital s/ ingresos totales¹ prensa regional

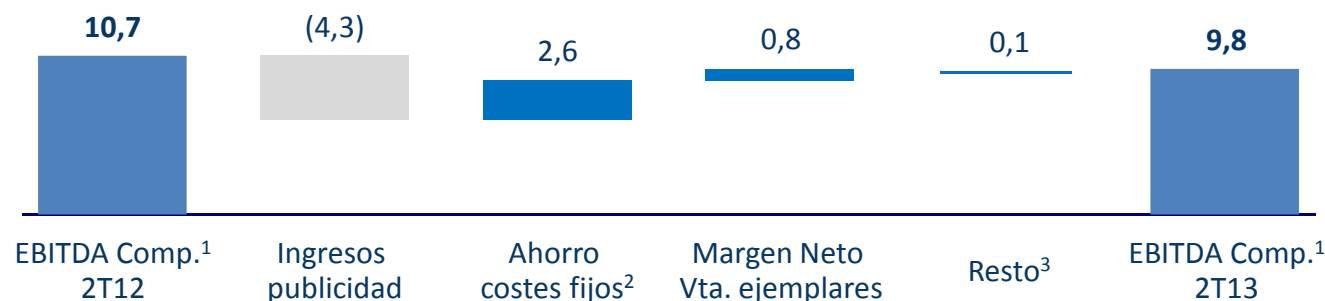
Dato en %



Nota 1: suma de publicidad y otros ingresos de PPLL.

Prensa Regional + Portales Locales: evolución del EBITDA comparable¹ 2T

Datos en millones de euros



- Mejora del margen neto de venta de ejemplares
- Mejora del margen EBITDA comparable 2T13 16,0% vs. 15,6% en 2T12

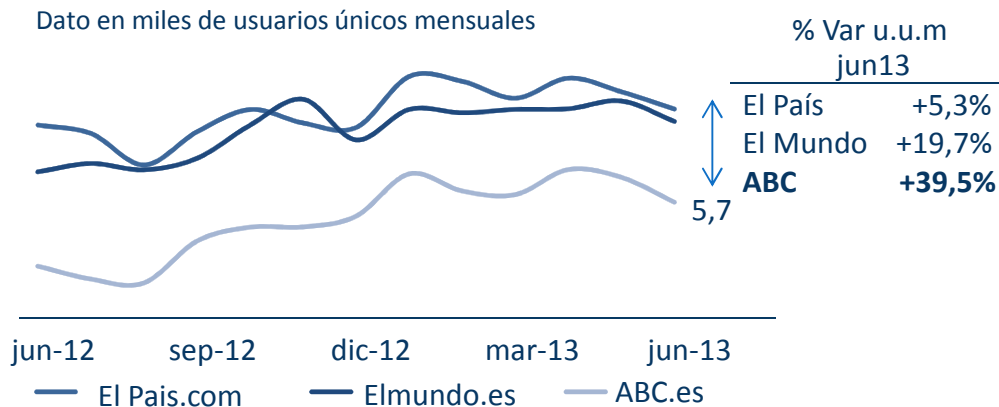
Nota 1: excluye inversión reestructuración 2T13 €-0,1m y 2T12 €-0,4m de actividad editora y digital. Nota 2: incluye costes personal, administración, diversos y provisiones de tráfico. Nota 3: variación costes de Portales Locales, ingresos de e-commerce, otros ingresos y margen de promociones.

ABC: difusión de calidad, negocio digital y control de pérdidas

- ▶ Reducción controlada de difusión no ordinaria y cierre gap de ABC.es vs. comparables
- ▶ Mayor exposición al negocio digital: crecimiento ingresos ABC.es 1S13 +41,3%
- ▶ Mejora rentabilidad 2T13 y EBITDA positivo en el negocio de prensa (ingresos publicitarios €-1,1m)

ABC.es vs. comparables

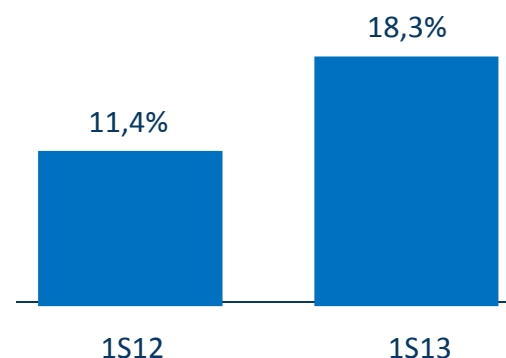
Dato en miles de usuarios únicos mensuales



Fuente: ComScore jun13.

Peso negocio digital sobre ingresos totales ABC¹

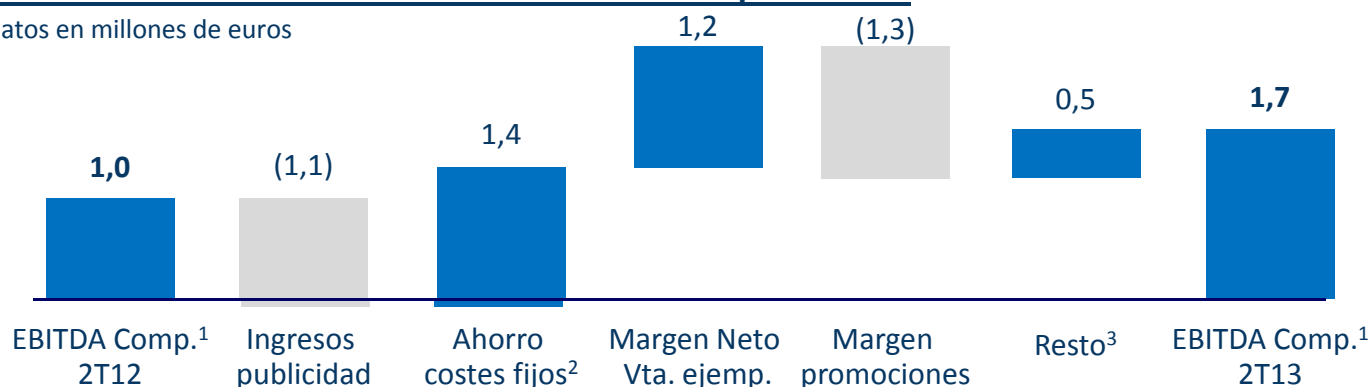
Dato en %



Nota 1: suma de publicidad y otros ingresos de ABC.es.

Perímetro marca ABC: evolución del EBITDA comparable¹ 2T

Datos en millones de euros



- Mejora del margen neto por venta de ejemplares
- EBITDA 2T13 positivo en todas las áreas de ABC (incluido negocio de prensa)

Nota 1: excluye inversión reestructuración 2T12 €-0,3m de actividad editora y digital. Nota 2: incluye costes personal, administración, diversos y provisiones de tráfico. Nota 3: variación EBITDA imprentas, variación costes de ABC.es, ingresos de e-commerce y otros ingresos.

Creciente aportación de nuevos negocios digitales y publicidad online

- ▶ El esfuerzo de diversificación en nuevas líneas de negocio digitales (basadas en modelos de pago e-commerce) tiene reflejo tanto en ingresos como en rentabilidad
- ▶ Los ingresos de las Ediciones Digitales de VOCENTO registran un crecimiento en 1S13 del +11,5%

Nuevas fuentes de ingresos (e-commerce)



Supone 20% del total ingresos 1S13 de las ediciones digitales

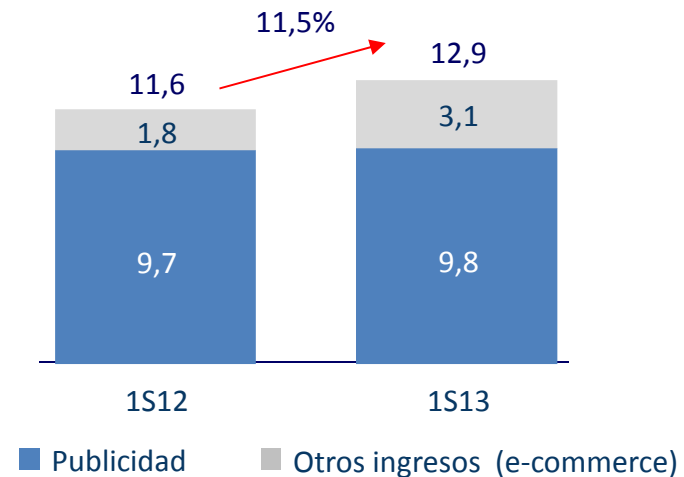


Crecimiento en ingresos 1S13 +75%

EBITDA agregado 1S13 €1,6m, sin costes de estructura adicionales

Desglose de ingresos Ediciones Digitales de VOC

Datos en millones de euros y crecimiento en %



Nuevo lanzamiento de plataforma e-commerce



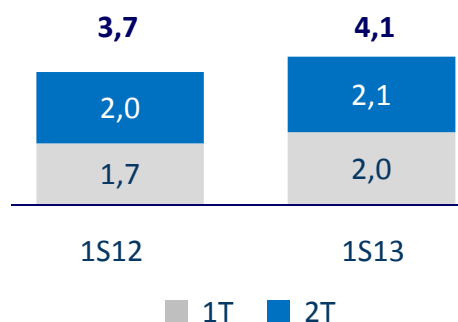
- Nuevo proyecto de venta online de entradas a espectáculos o eventos con la colaboración de Entradas.com
- Lanzamiento en Julio 2013 en ABC.es

Audiovisual: todas las áreas en EBITDA positivo 2T13

- ▶ TDT Nacional: modelo de nicho y rentable
- ▶ TDT Autonómica: EBITDA positivo por cambio proveedor en 2T13
- ▶ Radio: EBITDA positivo en 2T13 tras acuerdo con COPE
- ▶ Contenidos: rápida implantación de medidas adicionales en costes en 2T13 tras reducción ingresos

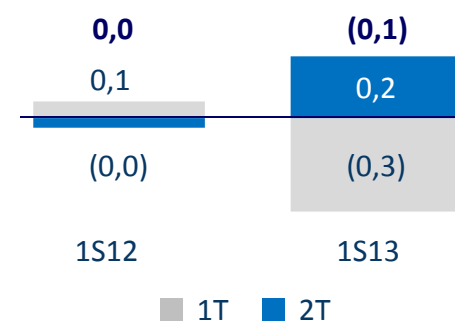
TDT nacional: EBITDA comparable

Datos en €m



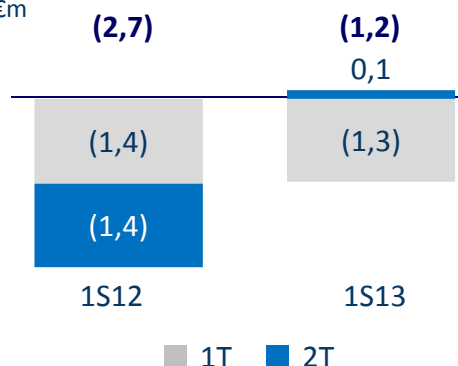
TDT autonómica: EBITDA comparable

Datos en €m



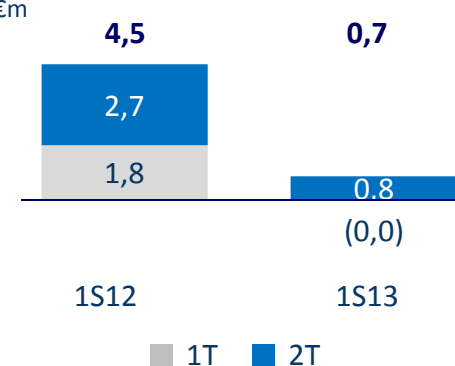
Radio: EBITDA comparable¹

Datos en €m



Contenidos: EBITDA comparable²

Datos en €m



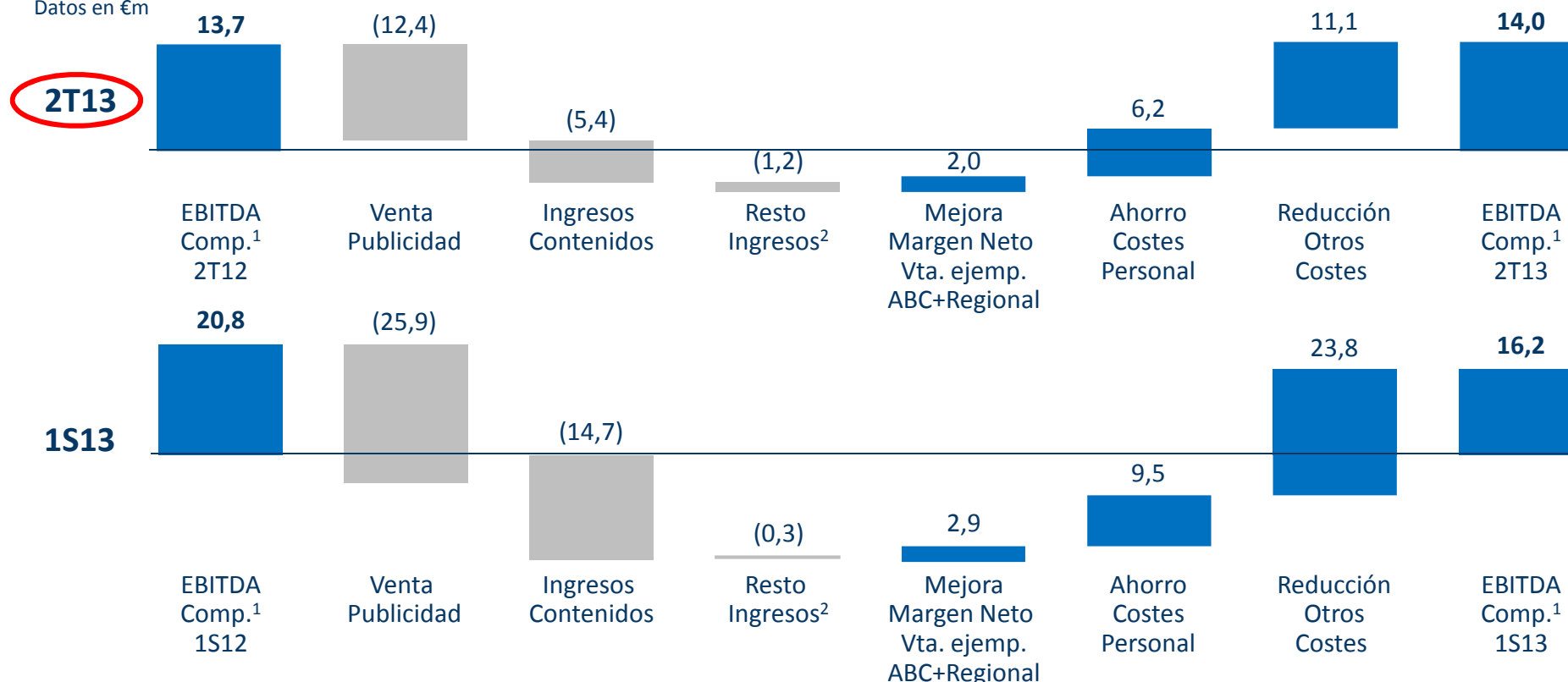
Nota 1: excluye inversión en reestructuración en 1T13 por €-0,1m. Nota 2: excluye inversión en reestructuración en 1T13 por €0,1m y 2T13 €-0,1m.

EBITDA: mejora en 2T13 pese al impacto del ciclo

- ▶ Zoom en 2T13 por la relevancia del impacto del Plan de Eficiencia
 - Mejora en EBITDA 2T13 vs. 2T12 en €0,3m vs. descenso publicidad €-12,4m
 - La obtención de ahorros del Plan de Eficiencia en línea con lo previsto, permite compensar impacto del ciclo en EBITDA y mejorar el apalancamiento operativo

Datos de variación vs año anterior excepto EBITDA comparable

Datos en €m



Nota 1: excluye inversión reestructuración 1S12 €-2,9m, 1S13 €-0,6m, 2T12 €-1,7m y 2T13 €-0,6m. Nota 2: TDT, promociones de los diarios, venta de ejemplares de Suplementos y Revistas y Otros Negocios.

Mantenimiento posición financiera neta

- ▶ VOCENTO tiene posición de generación de caja positiva en 1S13 antes del Plan de Eficiencia
 - Plan de Eficiencia: salidas de caja por importe de €-16,9m
- ▶ Protección de caja como objetivo clave:
 - Gestión del circulante: cobros de las AA.PP. según RD: €1,9m en 1S13 (pendiente €0,9m). Inversión 1S13 €-9,8m por el efecto de las ventas de publicidad
 - CAPEX selectivo y vinculación a nuevas fuentes de ingresos digitales
- ▶ Líneas de crédito disponibles aproximadamente €31m en VOCENTO
- ▶ Posición autocartera de 3,1% a 30 de junio de 2013

Análisis del movimiento de deuda financiera neta jun2013-dic2012

Datos en €m



Nota 1: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).



Información Financiera 1S13

Cuenta de Resultados Consolidada 1S13

NIIF. €m	1S13	1S12	Var %
Ventas de ejemplares	108,2	118,4	(8,6%)
Ventas de publicidad	79,9	105,8	(24,5%)
Otros ingresos	78,6	91,9	(14,5%)
Ingresos de explotación	266,7	316,1	(15,6%)
EBITDA	15,6	17,8	(12,7%)
Amortizaciones	(14,9)	(17,4)	(14,5%)
Rdo. enajenación inmovilizado	0,1	(0,4)	124,4%
Rdo. de explotación (EBIT)	0,8	0,0	n.r.
Saneamiento de fondo de comercio	0,0	(19,1)	100,0%
Rdo. Sociedades método participación	(0,0)	(0,5)	99,0%
Diferencial financiero y otros	(5,0)	(1,8)	(184,3%)
Impuesto sobre sociedades	(1,4)	7,5	(118,9%)
Resultado neto del ejercicio antes minorit.	(5,6)	(13,9)	59,4%
Minoritarios	(2,5)	(4,6)	44,7%
Rdo. Neto atribuible a la soc. dominante	(8,2)	(18,5)	55,8%
Gastos explotación comparables¹	(250,5)	(295,3)	(15,2%)
EBITDA comparable¹	16,2	20,8	(22,2%)
EBIT comparable^{1 2}	1,3	3,3	(62,1)

**Ex Radio
y Qué!
-17,2%**

n.r.: el diferencial es en valor absoluto >1.000%. Nota 1: excluye inversión reestructuración 1S12 €-2,9m, 1S13 €-0,6m. Nota 2: excluye Rdo. enajenación inmovilizado.

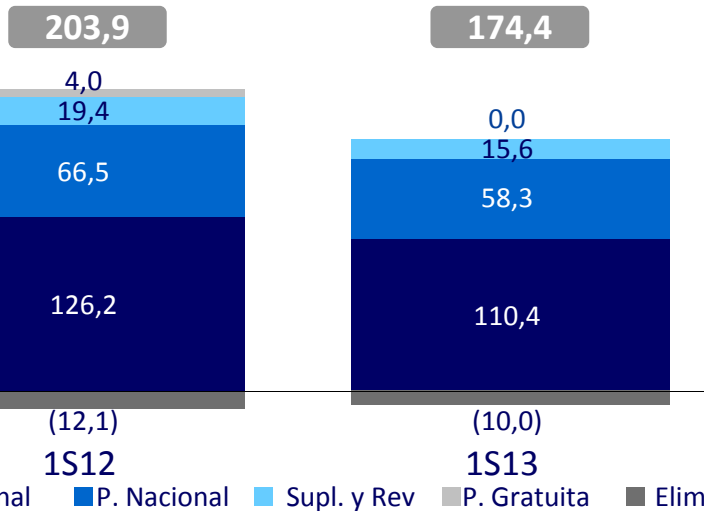
Balance Consolidado a 30 de junio de 2013

NIF. €m	1S13	2012		1S13	2012
Activos no corrientes	585,0	597,2	Patrimonio neto	360,0	369,2
Activo intangible	171,1	174,8			
Propiedad, planta y equipo	190,4	197,4			
Part. por método participación	10,4	10,1			
Otros activos no corrientes	213,1	214,9			
Activos corrientes	196,4	211,6	Total pasivo	421,7	439,7
Otros activos corrientes	163,7	171,3	Deuda financiera	192,4	183,3
Efectivo y medios equivalentes	32,7	40,3	Otros pasivos	229,4	256,5
Activos mantenidos a la venta	0,2	0,2			
Total Activo	781,7	809,0	Total Pasivo	781,7	809,0

Ingresos por área de negocio

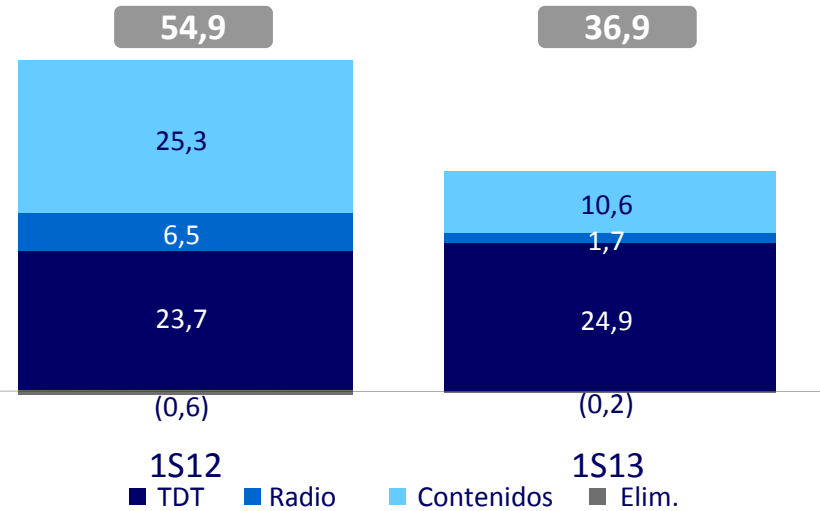
Medios Impresos

Datos en € m



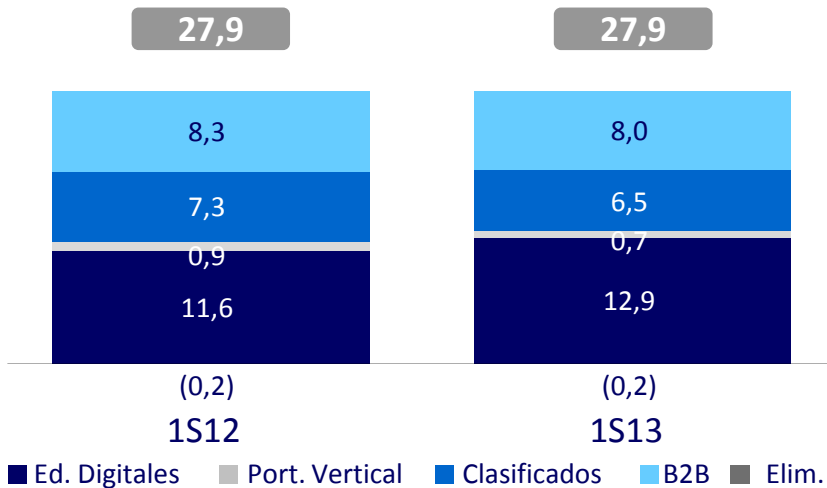
Audiovisual

Datos en € m



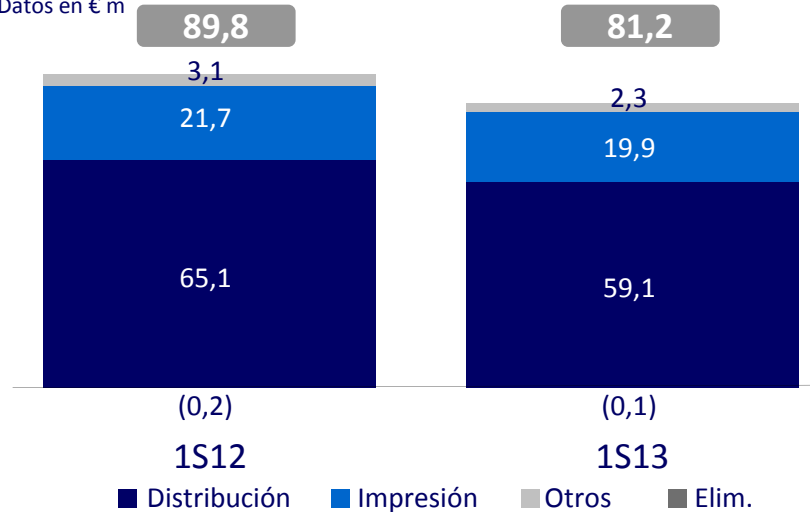
Internet

Datos en € m



Otros Negocios

Datos en € m



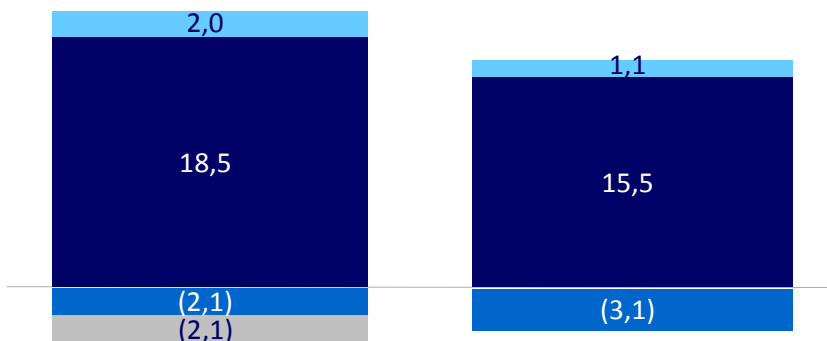
EBITDA comparable¹ por área de negocio

Medios Impresos

Datos en € m

16,3

13,5



1S12

1S13

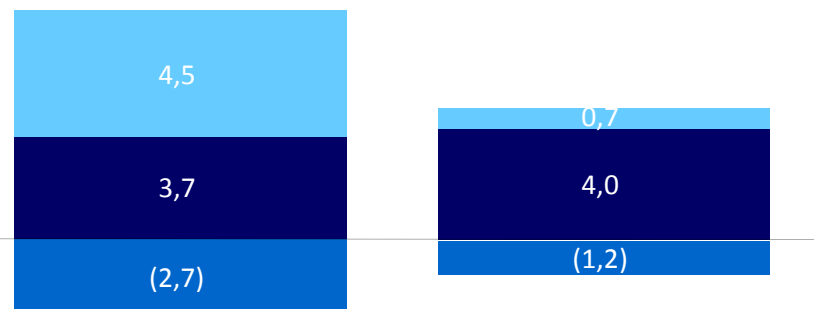
■ P.Regional ■ P.Nacional ■ Supl. y Rev ■ P.Gratis

Audiovisual

Datos en € m

5,5

3,5



1S12

1S13

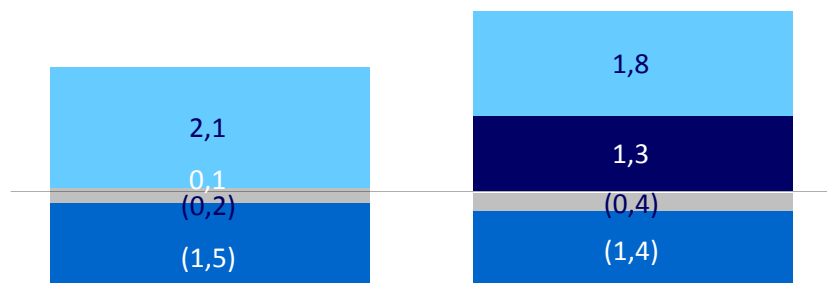
■ TDT ■ Radio ■ Contenidos

Internet

Datos en € m

0,5

1,4



1S12

1S13

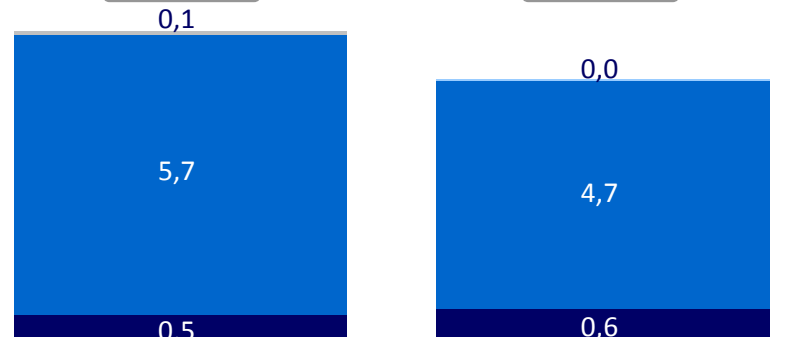
■ Ed. Digitales ■ Port. Vertical ■ Clasificados ■ B2B

Otros Negocios

Datos en € m

6,3

5,3



1S12

1S13

■ Distribución ■ Impresión ■ Otros

Nota 1: excluye inversión reestructuración: MMII 1S12 €-2,4m y 1S13 €-0,4m; Audiovisual 1S13 €-0,2m, Internet 1S12 €-0,1m y 1S13 €0,1m, y Otros Negocios 1S12 €-0,1m y 1S13 €-0,6m

Departamento de Relación con Inversores y Accionistas

Directora de Relación con Inversores

Loles Mendoza

Relación con Inversores

Javier García Echegaray

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7

28027 Madrid

Tel.: 91.743.81.04

Fax: 91.742.63.52

e-mail: ir@vocento.com

VOCENTO ver, escuchar, leer y sentir.

vocento



VOCENTO, S.A. and Subsidiaries

**Consolidated Intermediate Management Report corresponding to the
first half of 2013**

29 July 2013

INTRODUCTION: VOCENTO AND THE ECONOMIC ENVIRONMENT

In the first half of 2013 the economy continued to contract. According to the Instituto Nacional de Estadística (INE), in the first quarter of the year the economy declined by -0.5% quarter-on-quarter (implying an annualised decline of -2.0%), and the Bank of Spain estimates a quarterly decline of -0.1% in 2Q13. For the second half of the year, the outlook is more positive, although there are persistent risks to external demand because of the economic slowdown in emerging markets and a positive contribution is not expected from internal demand, due to the impact on consumption of the high rate of unemployment, the reduction in household available income and the restriction of credit.

The latest estimates from i2p are for a fall in the advertising market of -11.3% in 2013, with a decline of -15.1% for the press and a slight increase of +0.6% for Internet.

Throughout this extended economic and advertising recession, VOCENTO has been focused on two main objectives: a) maintaining the strength and leadership of its brands and using this competitive advantage to obtain new business opportunities, with an increasing weight for Internet, and b) improving the Group's profitability without damaging its financial position. To achieve the later, the implementation of the Efficiency Plan has been critical (see Relevant Fact of 19 December 2012), and its results are visible in these quarter.

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 compose the media business.

The management of Vocento, in order to evaluate the risks and returns of the company, structures management information along the following business lines: Print Media, Audiovisual, Internet and Other Businesses. This structuring of the information has proved useful and reliable for company management, and it is used for financial reporting to the market. The information includes all the newspapers, digital editions, radio, digital television stations, etc., where VOCENTO is present, which are all allocated to their respective business lines. The comments and comparisons contained within this Management Report are based on these segments.

The financial information contained in this document has been prepared in accordance with the International Financial Reporting Standards adopted by the European Union (IFRS).

For information purposes, the following chart shows the areas where VOCENTO operates:

Breakdown of the reporting structure by business area of VOCENTO

PRINT MEDIA			
REGIONAL PRESS		NATIONAL PRESS	SUPPLEMENTS & MAGAZINES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ La Verdad ▪ El Diario Vasco ▪ El Norte de Castilla ▪ El Diario Montañés ▪ Ideal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sur ▪ Las Provincias ▪ El Comercio ▪ Hoy ▪ La Rioja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Hoy Corazón ▪ Inversión y Finanzas

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

INTERNET			
DIGITAL EDITIONS	VERTICAL PORTALS	CLASSIFIEDS & DIRECTORIES	B2B
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 Local Portals ▪ ABC.es ▪ Que.es 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com 	Classifieds: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión 	Directories: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11870 (35%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sarenet

OTHER BUSINESSES		
PRINTING	DISTRIBUTION	OTHER
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comeco Impresión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribuciones Comecosa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Other regional multimedia companies

IMPORTANT NOTE

To facilitate the analysis of this information and to understand the organic performance of the Company, this report always notes when operating expenses, EBITDA, and or EBIT are impacted by non-recurring or extraordinary items. Similarly, when related to the Net Result, it will be explained if it is impacted by: a) write-down of goodwill and fixed assets, b) tax effects of these and others, and c) the impact of the closure of businesses and changes to business models.

These adjustments are explained in detail and indicated as appropriate throughout this report, including in tables and appendices.

Highlights of the financial performance of the businesses

- **Slowdown in the fall in advertising and outperforming the print and Internet sectors, in difficult market conditions**
- **Increased contribution of digital revenues (advertising + e-commerce): 21.9%**
- **ABC: the print business reports positive EBITDA in 2Q13. ABC.es revenues +41.3% in 1H13**
- **The positive impact of the Efficiency Plan enabled stable EBITDA in 2Q13, despite a fall in advertising revenues of more than 12 million euros**
- **The current strategy of VOCENTO's brands is mitigating the impact of the economic cycle in a challenging market environment: outperforming in advertising and changing the revenue mix:**
 - (i) Slowdown in the rate of decline of VOCENTO brands in press and Internet: -17.4%¹ in 1Q13 and -13.3%¹ in 2Q13. VOCENTO brands outperformed the market in 1H13 in offline (regional titles and ABC -17.8% vs. the market -19.7%¹) and online (VOC Digital Editions +0.8% vs. the market -4.1%¹).
 - (ii) Increased contribution of digital revenues: Internet advertising and e-commerce contributed 21.9% of total advertising and e-commerce revenues in 1H13 (+6.0 p.p. vs. 1H12). Additionally, Digital Editions registered a revenue growth (advertising + e-commerce) of +11,5% in 1H13.
 - (iii) Development of new digital businesses: increased contribution from Oferplan and Kiosko y Más, with combined EBITDA in 1H13 of 1,550 thousand euros. Recent launch of a platform for online ticket sales for shows and events.
- **The Efficiency Plan and the target of achieving profitability at loss making businesses have helped to maintain EBITDA, despite the deterioration of the cycle, and to improve operational gearing:**
 - (i) 100% of the Efficiency Plan has been implemented, resulting in the expected cost savings in 2Q13. Comparable costs 2Q13 -15.9%² and personnel expenses -13.1%² (vs. 1Q13 -7.1%²).
 - (ii) Print Media: the decline in advertising (-18,514 thousand euros in 1H13) was absorbed by cost savings, enabling a variation in comparable EBITDA of -2,741 thousand euros in 1H13. The 2Q13 EBITDA margin improved at both the Regional Brands (+0.4 p.p.) and at the ABC perimeter (+2.1 p.p.). In 2Q13, the print business of ABC reported positive EBITDA for the first time since 2Q07.
 - (iii) Audiovisual: all businesses reported positive EBITDA in 2Q13. There was a variation in comparable EBITDA of -1,947 thousand euros in 1H13, mainly because of a weak performance in the Content area, where an *ad hoc* restructuring plan was implemented in June and July 2013.

IFRS thousand euros	Comparable EBITDA			Advertising
	1H13	1H12	Var Abs	Var Abs (1H13/12)
Print Media	13,527	16,268	(2,741)	(18,514)
Audiovisual	3,537	5,484	(1,947)	(6,551)
Internet	1,410	479	931	(441)
Other Businesses	5,323	6,310	(986)	(151)
Corporate and Other	(7,643)	(7,780)	138	(256)
Total	16,154	20,759	(4,606)	(25,914)

- **Net financial debt of 158,559 thousand euros, or stable compared to December 2012 excluding the impact of the Efficiency Plan:**
 - (i) Efficiency Plan: cash outflows 1H13 -16,883 thousand euros related to the investment in restructuring.
 - (ii) Protection of cash: working capital 1H13 -9,835 thousand euros as a result of higher advertising sales in 2Q13 than 1Q13, and selective Capex associated with new sources of digital revenues.

¹ Advertising revenues of ABC + ABC.es + Regional Press+ Local Portals

² Excluding investment in restructuring 2Q13 -577 thousand euros, 2Q12 -1,664 thousand euros, 1Q13 -1 thousand euros and 1Q12 -1,258 thousand euros.

Main financial data

Consolidated Profit and Loss Account

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Circulation revenues	108,206	118,382	(10,176)	(8.6%)
Advertising revenues	79,853	105,767	(25,914)	(24.5%)
Other revenues	78,595	91,949	(13,353)	(14.5%)
Total revenue	266,655	316,097	(49,443)	(15.6%)
Staff costs	(85,543)	(97,433)	(11,890)	(12.2%)
Procurements	(45,730)	(55,014)	(9,283)	(16.9%)
External Services	(118,010)	(143,459)	(25,448)	(17.7%)
Provisions	(1,794)	(2,354)	(560)	(23.8%)
Operating expenses (without D&A)	(251,078)	(298,260)	(47,181)	(15.8%)
EBITDA	15,576	17,838	(2,262)	(12.7%)
Depreciation and amortization	(14,887)	(17,420)	(2,533)	(14.5%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. assets	101	(415)	517	124.4%
EBIT	790	3	787	n.r.
Impairments/reversal of other intangible assets	0	(19,146)	19,146	100.0%
Profit of companies acc. equity method	(5)	(489)	484	99.0%
Net financial income	(5,359)	(1,754)	(3,605)	(205.6%)
Net gains on disposal of non- current assets	356	(6)	362	n.r.
Profit before taxes	(4,218)	(21,392)	17,174	80.3%
Corporation tax	(1,416)	7,508	(8,924)	(118.9%)
Net profit for the year	(5,634)	(13,884)	8,250	59.4%
Minority interests	(2,531)	(4,575)	2,044	44.7%
Net profit attributable to the parent	(8,165)	(18,459)	10,294	55.8%
Advertising revenues ex Qué! & Radio	79,512	96,018	(16,506)	(17.2%)
Operating Expenses ex non recurring costs ¹	(250,501)	(295,338)	(44,837)	(15.2%)
Comparable EBITDA ¹	16,154	20,759	(4,606)	(22.2%)
Comparable EBIT ^{1 2}	1,267	3,340	(2,073)	(62.1%)

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

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

Note 1: Excluding restructuring costs VOC 1H13 -578 thousand euros and 1H12 -2,922 thousand euros.

Note 2: Excluding result from divestment of fixed assets.

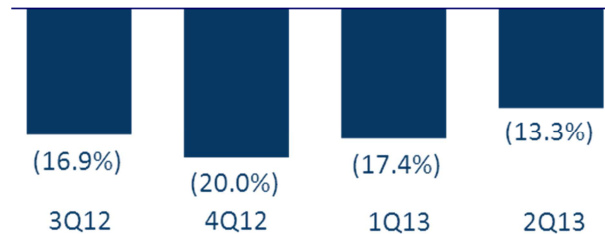
Operating revenues

Total revenues reached 266,655 thousand euros in 1H13, down -15.6% compared to 1H12:

- (i) Circulation revenues decreased by -8.6%, including a decline of -6.5% at Regional Press and -13.4% at ABC. This performance reflected VOCENTO's focus on high quality circulation, which enabled an increase in the net margin on circulation sales. The controlled reduction of non-ordinary circulation was -28.3% at ABC and 29.1% at Regional Press.
- (ii) Revenues from advertising sales fell by -24.5%, or by -17.2% when adjusted for Qué! after the closure of the print edition in July 2012, and Radio, due to the change of the business model following the broadcasting agreement with COPE, which eliminated the advertising revenues corresponding to this business.

In 2Q13, there was a slowdown in the rate of decline for the offline and online advertising revenues of VOCENTO's press brands (Regional Press and ABC).

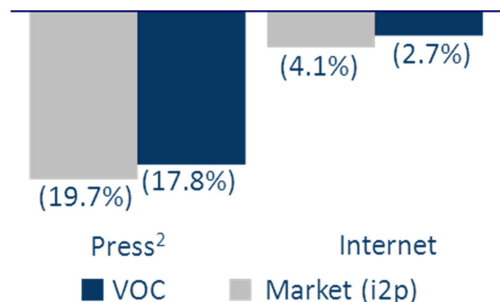
Advertising performance of VOC brands¹ (print + digital editions) 3Q12- 2Q13 (%)



Note 1: sum of ABC + ABC.es + Regional Press + Local Portals

In 1H13 VOCENTO's press brands outperformed the market in terms of advertising revenues, both in offline formats (regional titles and ABC -17.8% vs. -19.7% for the market, according to i2p) and online (Local Portals and ABC.es +3.3% vs. -4.1% for the market, according to i2p). This outperformance was also recorded for the total perimeter of VOC's Internet advertising revenues, which fell by -2.7% vs. the -4.1% level estimated by i2p.

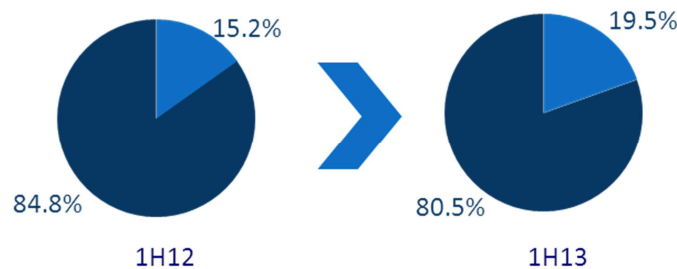
Performance of VOC advertising in print and internet vs. market¹ 1H13 (%)



Note 1: source i2p 1H13. Note 2: sum of Regional Press + ABC.

The digital business continues to account for an increasing weight of VOCENTO's advertising revenues. Internet advertising revenues represented 19.5% of VOCENTO's total advertising revenues in 1H13, up +4.4p.p. from 1H12.

Increased weight of digital in VOC advertising revenues (%)

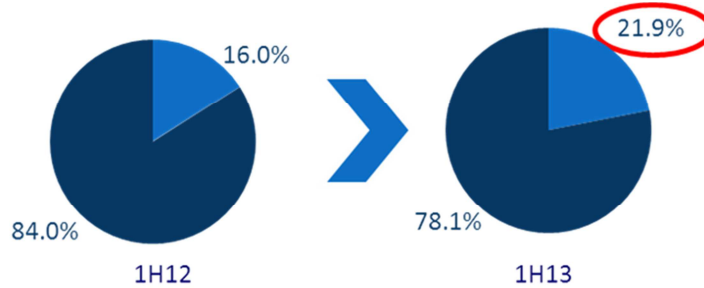


- (iii) Other Revenues -14.5% as a result, among other factors, of the lower level of activity in the Content area, partly offset by the increased contribution of new digital businesses (e.g. the

Oferplan discount offers). In addition, from 2Q13 revenues derived from the agreement with COPE began to be booked.

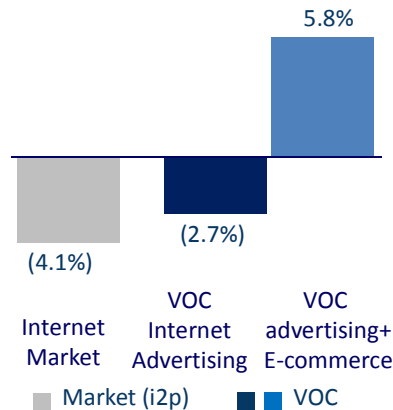
The increased exposure of the revenue profile to digital, including not only the digital advertising revenues of VOCENTO but also revenues from new digital business models based on e-commerce (e.g. Oferplan, Kiosko y más and from 3Q13 Entradas.com), is reflected in the +6.0 p.p. increase from 1H12 in the contribution of these revenues, which now represent 21.9% of advertising revenues.

Change of profile of total advertising revenues towards digital and new businesses (%)



Applying this analysis to the combined digital business, it can be seen that in 1H13 there was a +5.8% increase in revenues from these businesses (advertising + e-commerce), enabling to mitigate the impact of the fall in revenues in current economic conditions to be partly offset, as the following chart shows:

Development of VOC digital business vs. the market¹ 1H13 (%)



Note 1: source i2p 1H13. Note 2: VOCENTO Internet advertising revenues + other revenues (e-commerce).

Operating expenses

Comparable costs fell by -15.2% in 1H13, -44,837 thousand euros, excluding the investment made in restructuring in 1H13 of -578 thousand euros and in 1H12 of -2,922 thousand euros.

Cost controls and reductions are generalised across all areas, in line with the objective for profitability even at the bottom of the economic cycle. This target was reiterated in the Efficiency Plan that was disclosed to the market (Relevant Fact of 19 December 2012), the impact of which began to be seen in 2Q13. The combined effect of these efforts, plus the reduction in the variable costs associated with business operations, was for comparable costs to be reduced by a total of -15.9% in 2Q13 vs. -14.5% in 1Q13, with comparable personnel expenses down -13.1% in 2Q13 vs. -7.1% in 1Q13.

By business area, highlights include the -14.3% decline in comparable operating costs in the Print Media area in 1H13 (comparable costs excluding Qué! 1H13, -11.4%, 2Q13 -12.2% and 1Q13 -10.6%), and in the Audiovisual area, where there was a reduction of -32.4%. The reduction at Audiovisual was the result of the lower level of activity in the Content area and by the impact on costs of the implementation of the radio agreement as part of the Efficiency Plan.

Detail of comparable operating expenses by business area

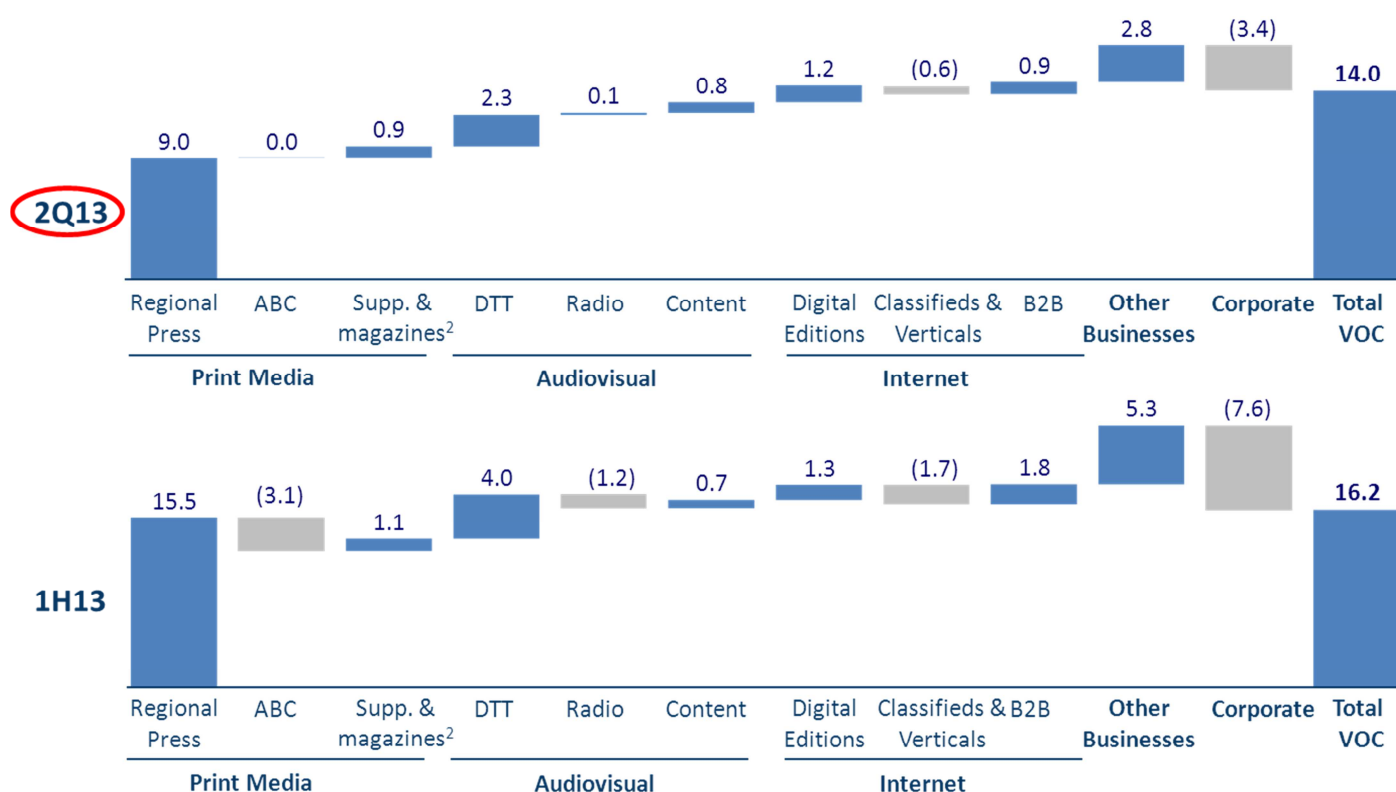
<u>Like for like opex (thousand euros)</u>	<u>1H13</u>	<u>1H12</u>	<u>Var Abs</u>	<u>Var %</u>
Print Media	(160,849)	(187,644)	(26,795)	(14.3%)
Audiovisual	(33,410)	(49,410)	(16,000)	(32.4%)
Internet	(26,496)	(27,421)	(925)	(3.4%)
Other Businesses	(75,926)	(83,475)	(7,549)	(9.0%)
Corporate and adjustments	46,180	52,612	6,432	12.2%
Total	(250,501)	(295,338)	(44,837)	(15.2%)

Comparable EBITDA

Comparable EBITDA in 1H13 was 16,154 thousand euros vs. 20,759 thousand euros in 1H12. Because of the significant impact of the Efficiency Plan in 2Q13, analysis here is focused on the second quarter.

In 2Q13, all the business areas contributed positive EBITDA, except for Classifieds, Vertical Portals, and Corporate, where central costs are allocated. The following chart shows the variation from the previous period:

Breakdown of comparable EBITDA¹ by business area 2Q and 1H (€m)



Note 1: excluding investment in restructuring 1H12 €-2.9m, 1H13 €-0.6m, 2Q12 €-1.7m and 2Q13 €-0.6m.

Note 2: includes marginal contribution from Qué!

By business area, highlights include: (more detail is available in each corresponding section)

- (i) Print Media³: positive comparable EBITDA in 1H13 of 13,527 thousand euros, down -2,741 thousand euros from 1H12 despite an advertising decline of -18,514 thousand euros in 1H13.

³ Print Media: excluding investment in restructuring 1H13 -380 thousand euros and 1H12 -2,409 thousand euros.

- (ii) Audiovisual⁴: variation in comparable EBITDA in 1H13 of -1,947 thousand euros, mainly as a result of the -3,780 thousand euros decline in the Content area, which was impacted by the lower number of cinema releases from Tripictures in 1H13 and the lower level of activity at the content producers because of the economic cycle.

The execution of the strategic agreements in regional DTT and Radio have meant that despite the decline in the Content area, comparable EBITDA in 2Q13 was almost stable compared to 2Q12 (-69 thousand euros), and all the Audiovisual businesses reported positive EBITDA.

- (iii) Internet⁵: the improvement in comparable EBITDA in 1H13 is the result of the improved performance in revenues of the Digital Editions, with an increased contribution from new digital businesses with no major increase in structural costs.

- (iv) Other businesses: the decline of -986 thousand euros is associated with the decrease in the level of activity in both distribution and printing, because of the lower level of newspaper sales, although margins have remained stable at around 1% in the Distribution area and above 20% in Printing.

In all the business areas, cost cuts have more than absorbed the full decline of advertising revenues, except in the Other businesses and Central areas, where variations in advertising are not applicable. The following table compares the comparable EBITDA and variation in advertising revenues of each area in 1H:

Performance of comparable EBITDA³ by business area 1H13 (€m)

IFRS thousand euros	Comparable EBITDA			Advertising
	1H13	1H12	Var Abs	Var Abs (1H13/12)
Print Media	13,527	16,268	(2,741)	(18,514)
Audiovisual	3,537	5,484	(1,947)	(6,551)
Internet	1,410	479	931	(441)
Other Businesses	5,323	6,310	(986)	(151)
Corporate and Other	(7,643)	(7,780)	138	(256)
Total	16,154	20,759	(4,606)	(25,914)

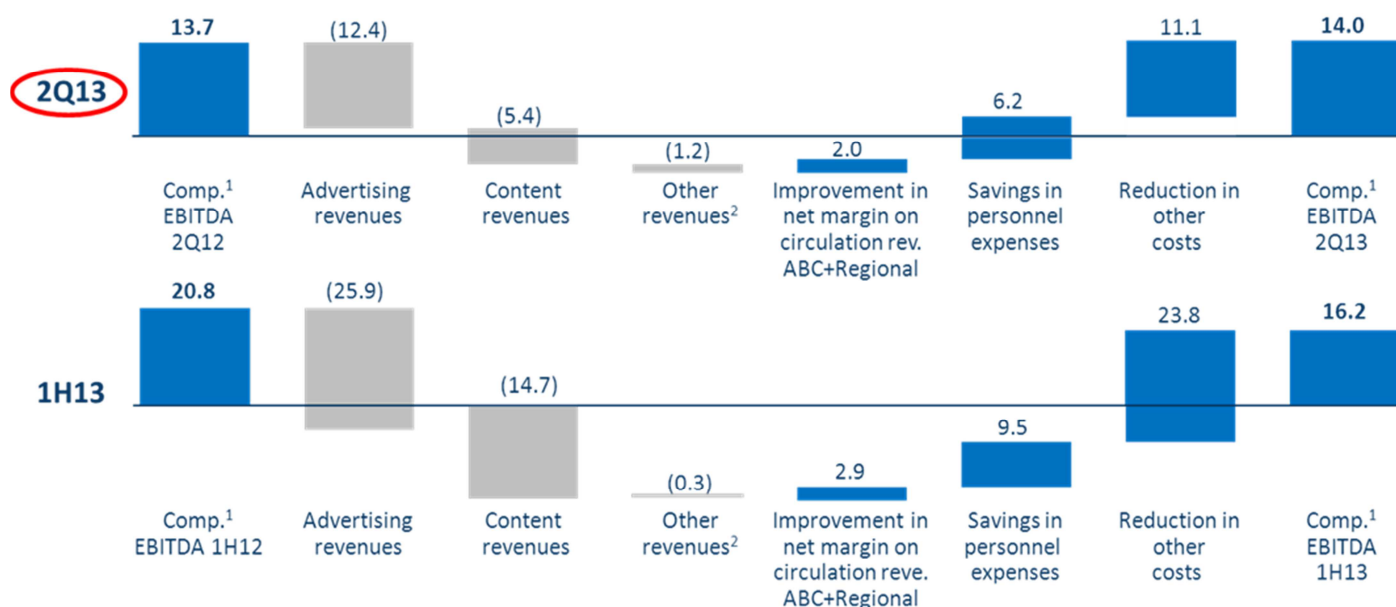
Finally, the following charts show how the decline in advertising revenues and the weak performance of Content revenues has been offset by: a) the improvement in the net margin on circulation revenues, b) the saving in personnel expenses as a result of continued investments in restructuring, including those carried out in 2013 under the Efficiency Plan, and c) the reduction of other costs, not only as part of the Efficiency Plan, but also because of the fall in variable costs because of the lower level of activity (i.e. content, lower printing and distribution costs because of lower circulation, etc.).

⁴ Audiovisual: excluding investment in restructuring 1H13 -170 thousand euros and 1H12 -46 thousand euros.

⁵ Internet: excluding investment in restructuring 1H13 64 thousand euros and 1H12 -69 thousand euros.

Detail of the movement of comparable EBITDA¹ vs. previous year (€m)

Data in variation vs. previous year except for comparable EBITDA



Note 1: excluding investment in restructuring 1H12 €-2.9m, 1H13 €-0.6m, 2Q12 €-1.7m and 2Q13 €-0.6m.

Note 2: DTT, newspaper promotions, circulation sales of Supplements and Magazines and Other Businesses.

Operating result (EBIT)

The comparable operating result of 1,267 thousand euros was positively affected by the reduction in depreciation by -2,533 thousand euros compared to 1H12 (mainly due to the Content area, where depreciation was reduced by -1,279 thousand euros in 1H13) and by the Result from the divestment of non-current assets, which was positive in 1H13 (thanks to the divestment of Radio assets) and negative in 1H12 (the closure of the print edition of Qué!).

Net financial result

The comparable net financial result for 1H13 increased by -906 thousand euros. The result in 1H12 included financial income of +2,684 thousand euros from the renegotiation of the put option on Las Provincias (see Relevant Fact of 10 May 2012).

Result from divestment of non-current assets

356 thousand euros, mainly as a result of the sale of the stake in Videomedia.

Corporation tax

Despite the losses, a tax expense of -1,416 thousand euros was incurred in 1H13, due partly to the regularisation of the negative tax bases.

Minority interest

The variation in minority interest in 1H13 of 2,044 thousand euros was due to the lower level of results in the Regional Press, National DTT and Content areas.

Net result attributable to the parent company

The net consolidated result in 1H13 was -8,165 thousand euros. It should be noted that excluding the investment in restructuring and other extraordinary tax effects, the 2Q13 result would have been a positive 102 thousand euros.

Consolidated balance sheet

Miles de Euros	IFRS			
	1H13	2012	Var abs	% Var
Non current assets	585,047	597,187	(12,140)	(2.0%)
Intangible assets	171,129	174,784	(3,655)	(2.1%)
Property, plant and equipment	190,422	197,409	(6,986)	(3.5%)
Investments accounted using equity method	10,402	10,098	304	3.0%
Other non current assets	213,093	214,897	(1,804)	(0.8%)
Current assets	196,448	211,588	(15,140)	(7.2%)
Cash and cash equivalents	32,732	40,295	(7,564)	(18.8%)
Other current assets	163,716	171,293	(7,576)	(4.4%)
Assets held for sale	193	193	0	0.0%
TOTAL ASSETS	781,688	808,969	(27,281)	(3.4%)
Equity	359,962	369,227	(9,264)	(2.5%)
Bank borrowings and other fin. liabilities	192,370	183,287	9,083	5.0%
Other liabilities	229,356	256,456	(27,100)	(10.6%)
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	781,688	808,969	(27,281)	(3.4%)

Other current assets

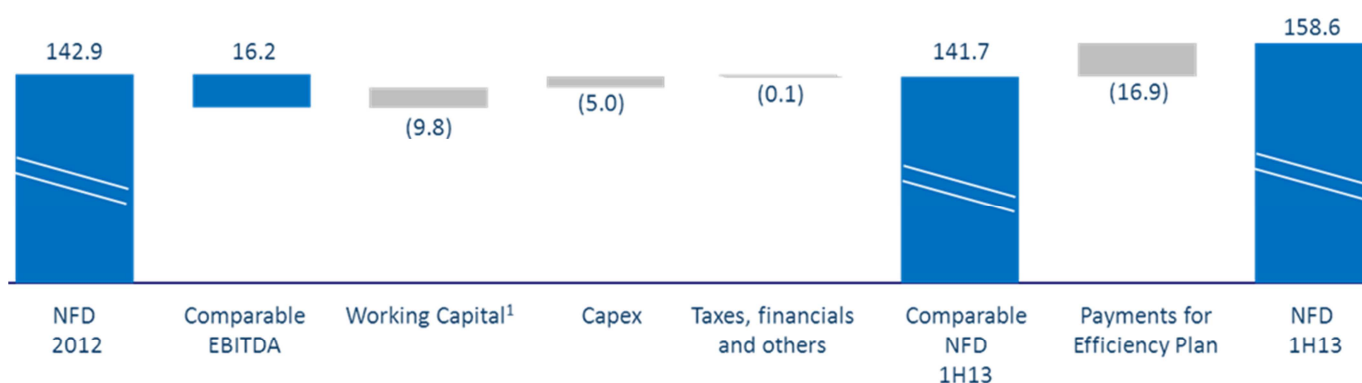
The amount declined by -7,576 thousand euros, corresponding mainly to lower balances from clients because of the decline in revenues, as well as the reduction of inventories.

Net financial debt

The net financial debt in the period was 158,559 thousand euros, including cash and cash equivalents of 32,732 thousand euros and other current financial assets of 1,080 thousand euros.

VOCENTO would have reduced its net financial debt to 141,676 thousand euros compared to 142,936 thousand euros at the end of 2012, excluding the payments made for the investment in restructuring associated with the Efficiency Plan.

Analysis of the movement of net financial debt Jun2013-Dec2012 (€m)



Note 1: variation in inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT).

The most significant variations in the movement of net financial debt are a result of:

- (i) Investment in restructuring associated with the Efficiency Plan: there was a total cash outflows of -16,883 thousand euros in 1H13;

- (ii) Variation in working capital of -9,835 thousand euros, due, among other factors, to: a) the effect of higher advertising revenues in 2Q13 than 1Q13, b) the recovery of balances from clients, including receivables from the Public Administration in accordance with Royal Decree 4/2012 for Local Authorities and 7/2012 for Regional Authorities, totalling 1,907 thousand euros (compared to 10,734 thousand euros in 1H12; an estimated c. 900 thousand euros are pending in 2013 for this concept), and c) a lower level of inventories (paper);

The management of working capital (including variation in inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT)) continues to be one of the main priorities of the company's daily operations;

- (iii) Investments in fixed and intangible assets: total cash exits of -4,958 thousand euros, mainly in the Internet and Audiovisual areas.

Breakdown of Net Financial Debt (€m)

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	2012	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (short term)	108,243	78,964	29,279	37.1%
Bank borrowings and other financial liabilities (long term)	84,127	104,323	(20,196)	(19.4%)
Gross Debt	192,370	183,287	9,083	5.0%
Cash and cash equivalents	32,732	40,295	(7,564)	(18.8%)
Other non current financial asstes	1,080	55	1,025	n.r.
Net cash position/ (net debt)	(158,559)	(142,936)	(15,623)	(10.9%)

Short term borrowings and other financial liabilities include: a) debt with credit institutions of 100,971 thousand euros, which increased because of the reclassification of long term debt as short term debt, and b) other liabilities with a current financial cost of 7,271 thousand euros, including pension plans.

Long term bank borrowings and other financial liabilities include: a) debt with credit institutions of 74,418 thousand euros, which was reduced because of the reclassification of debt to short term as mentioned above, and b) other liabilities with a non-current financial cost of 9,709 thousand euros, including mainly pension plans and compensation pending payment, associated with the restructuring plan at ABC in 2009.

VOCENTO also has available to it unused credit lines of about 31,000 thousand euros.

Other liabilities

The variation in Other Liabilities is due mainly to the reduction of balances with suppliers, mainly because of the lower level of activity in the Content area, and the application of provisions corresponding to the restructuring measures.

Cash flow statement

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	% Var
Net profit attributable to the parent	(8,165)	(18,459)	10,294	55.8%
Adjustments to net profit	25,438	37,940	(12,502)	(33.0%)
Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital	17,273	19,481	(2,208)	(11.3%)
Changes in working capital	(9,835)	13,744	(23,579)	(171.6%)
Other payables without financial cost	(9,826)	(14,470)	4,644	32.1%
Other payables with financial cost	(4,065)	(202)	(3,863)	n.r.
Income tax paid	(820)	(8)	(812)	n.r.
Interests deduction for tax purposes	(476)	(3,107)	2,631	84.7%
Net cash flow from operating activities (I)	(7,749)	15,438	(23,187)	(150.2%)
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(4,958)	(6,635)	1,677	25.3%
Net proceed on disposal of financial assets	350	0	350	n.a.
Interests and dividends received	342	530	(188)	(35.5%)
Other receivables and payables (investing)	(240)	0	(240)	n.a.
Net cash flow from investing activities (II)	(4,506)	(6,105)	1,599	26.2%
Interests and dividends paid	(8,544)	(9,572)	1,028	10.7%
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	17,770	(4,808)	22,578	469.6%
Other receivables and payables (financing)	191	679	(488)	(71.8%)
Equity related instruments without financial cost	(105)	(6,640)	6,535	98.4%
Equity related instruments with financial cost	(4,622)	0	(4,622)	n.a.
Net cash flows from financing activities (III)	4,690	(20,341)	25,031	123.1%
Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)	(7,565)	(11,008)	3,443	31.3%
Cash and cash equivalents at beginning of the year	40,295	53,346	(13,051)	(24.5%)
Cash and cash equivalents at end of year	32,730	42,338	(9,608)	(22.7%)

Net cash flow from operating activities was -7,749 thousand euros, including: a) payments associated with the investment made in restructuring in 2012 (the Efficiency Plan) of -16,883 thousand euros, and b) the variation in working capital of -9,835 thousand euros that has been discussed before.

Net cash flow from investing activities was -4,506 thousand euros, mainly due to investments in fixed assets (see Capex section).

Net cash flow from financing activity was 4,690 thousand euros, and included interest and dividend payments from subsidiaries of VOCENTO with a payment of -8,544 thousand euros, the payment of -2,664 thousand euros for the put option of Las Provincias (see Relevant Fact of 10 May 2012), and the repayment of debt in the period.

Gross debt in the period increased by +9,083 thousand euros, which in the Cash flow statement is itemised as follows: amortization of debt with other payables with a financial cost of 4,065 thousand euros, the drawdown of bank debt of 17,770 thousand euros, and the payment of debt for corporate transactions with a financial cost of 4,622 thousand euros.

Capex

The control of investment in order to protect cash is one of the main objectives of VOCENTO's financial management. Currently, investments are mainly associated with developing new sources of digital revenues.

The difference between cash outflows because of investments in fixed assets and the Capex booked in accounts (-1,210 thousand euros) is mainly because payments are pending for investments made in 2012.

Thousand Euro	IFRS								
	1H13			1H12			Var abs.		
	Intang.	Tang.	Total	Intang.	Tang.	Total	Intang.	Tang.	Total
Print Media	498	729	1,228	687	2,541	3,228	(189)	(1,812)	(2,001)
Audiovisual	614	135	748	933	325	1,258	(320)	(190)	(510)
Internet	786	292	1,078	749	835	1,584	37	(543)	(506)
Other Businesses	29	204	233	33	190	222	(3)	14	11
Corporate and Others	442	19	461	239	58	297	203	(39)	164
TOTAL	2,369	1,379	3,748	2,641	3,949	6,589	(272)	(2,569)	(2,842)

Information by business area

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

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Print Media	174,375	203,912	(29,537)	(14.5%)
Audiovisual	36,946	54,893	(17,947)	(32.7%)
Internet	27,906	27,900	6	0.0%
Other Businesses	81,249	89,784	(8,535)	(9.5%)
Corporate and Other	(53,823)	(60,392)	6,569	10.9%
Total Revenues	266,655	316,097	(49,443)	(15.6%)
EBITDA				
Print Media	13,147	13,859	(712)	(5.1%)
Audiovisual	3,366	5,437	(2,071)	(38.1%)
Internet	1,474	410	1,064	259.6%
Other Businesses	4,723	6,215	(1,492)	(24.0%)
Corporate and Other	(7,133)	(8,084)	950	11.8%
Total EBITDA	15,576	17,838	(2,262)	(12.7%)
Comparable EBITDA¹				
Print Media	13,527	16,268	(2,741)	(16.9%)
Audiovisual	3,537	5,484	(1,947)	(35.5%)
Internet	1,410	479	931	194.5%
Other Businesses	5,323	6,310	(986)	(15.6%)
Corporate and Other	(7,643)	(7,780)	138	1.8%
Total comparable EBITDA	16,154	20,759	(4,606)	(22.2%)
EBIT				
Print Media	9,774	9,726	48	0.5%
Audiovisual	(787)	(237)	(550)	(232.5%)
Internet	(512)	(1,879)	1,367	72.7%
Other Businesses	(92)	1,098	(1,190)	(108.3%)
Corporate and Other	(7,593)	(8,706)	1,113	12.8%
Total EBIT	790	3	787	n.r.
Comparable EBIT^{1,2}				
Print Media	10,143	12,497	(2,354)	(18.8%)
Audiovisual	(662)	(189)	(473)	(250.3%)
Internet	(622)	(1,758)	1,136	64.6%
Other Businesses	509	1,193	(684)	(57.3%)
Corporate and Other	(8,101)	(8,403)	302	3.6%
Total comparable EBIT	1,267	3,340	(2,073)	(62.1%)

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

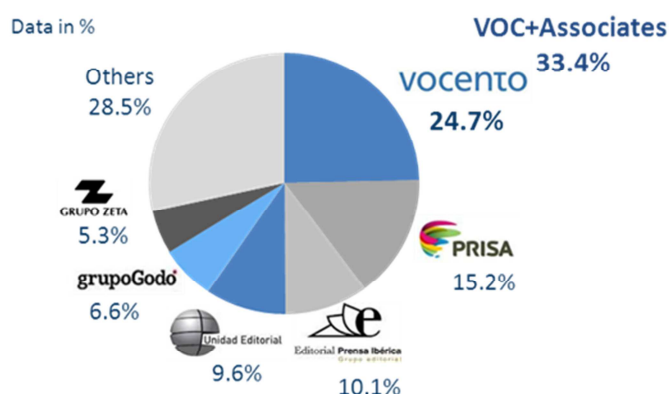
¹ Excluding investment in restructuring 1H13 -578 thousand euros and 1H12 -2,922 thousand euros

² Excluding result from divestment of fixed assets 1H13 101 thousand euros and 1H12 -415 thousand euros

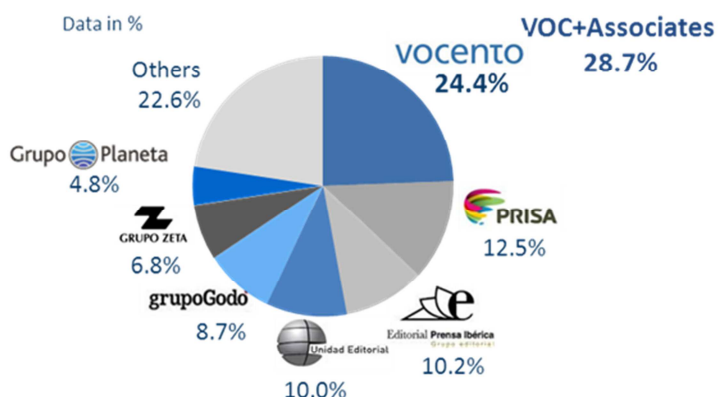
Print Media

VOCENTO has consolidated its undisputed leadership of the general press sector, with close to 3 million readers according to both the OJD (January-June 2013) and the EGM (2nd survey of 2013). This leadership is increased if those media with which VOC has strategic alliances (e.g. from *tarifa comercial 3.0*) are included. VOCENTO is also the leader of the advertising market as well of circulation, as the following charts show:

Share of ordinary circulation¹



Share of offline advertising²



Note 1: Source OJD Jan-Dec12, General newspapers. Includes kiosk sales and individual subscriptions. Note 2: Source i2p 1H13. General newspapers.

This leadership is consolidated on the Internet, with 11.4 million unique monthly users according to ComScore (June 2013), (see analysis in the Internet section).

Given the ongoing transformation of ways of consuming news, and the emergence of new technologies, the strategy of VOCENTO is based on its brands and on their complementary offline and online development. As a result, to fully understand the VOCENTO business model, the Print Media and Internet areas should be analysed jointly.

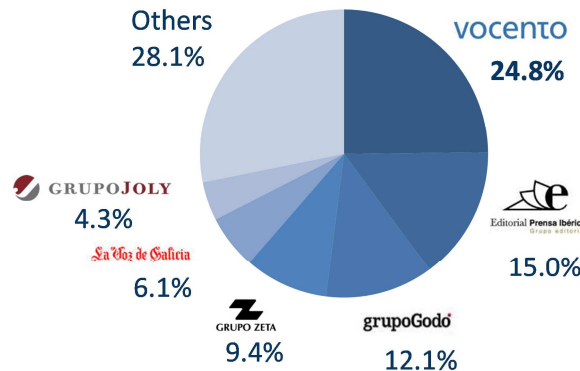
Regional Press

VOCENTO is the undisputed leader of the Spanish press 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 brands, their high level of local recognition and their strong links to their regions have turned them into clear references in their areas.

VOCENTO's regional newspapers maintained their leadership in the first half of 2013, with market share in regional press of 24.9%⁶, ahead of the second largest regional media group on 15.0%.

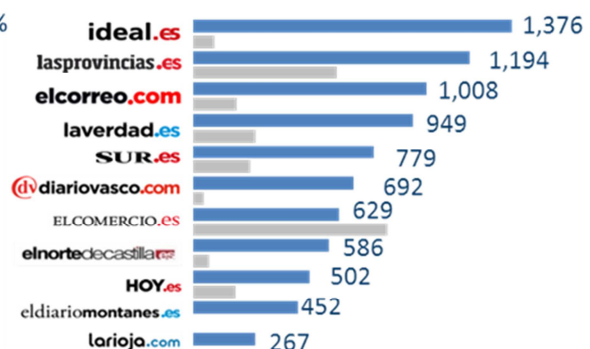
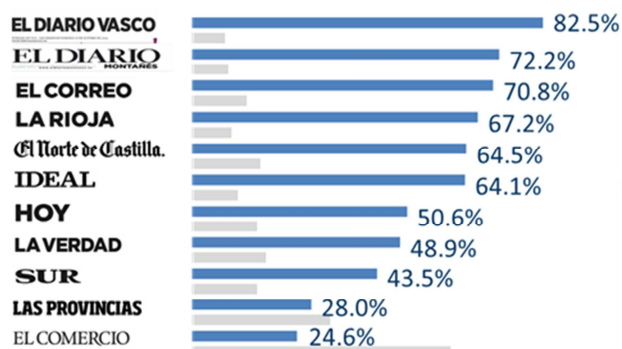
⁶ Source: OJD January-June 2013. Data not audited.

Share of regional press circulation 1H13⁷



In terms of readership for regional newspapers, VOCENTO remains the leader both in the offline market and the online market. In offline, according to the most recent EGM survey, its newspapers have increased their readership by +2.7%⁸, while the rest of the paid press suffered a decline of -3.9%⁸. As a result, the Group reaches a readership of 2,250 thousand people, increasing the gap to the number two regional media group to 810 thousand readers. Online, it has an audience of 8.4⁹ million unique monthly users, with each of the portals being audience leaders in their markets except for El Comercio Digital.

Share of circulation in area of influence, by title⁷ (%) Audience of local portals⁹ (thousand u.m.u.)



The strategic focus of VOCENTO in the first half of 2013 has been on:

- (i) Maintaining the leadership of its regional brands in both print and digital, continuing to improve the products and adapt the business to reach new audiences. For example, in 1H13 a newspaper in Russian was launched by Sur in Malaga, and has recorded very satisfactory advertising and circulation indicators.
- (ii) Improving the share of the advertising markets, thanks to the use of *Tarifa Comercial 3.0* among others.
- (iii) Developing new sources of revenues that are not linked to advertising and are based on e-commerce. Thanks to their influence and power, the brands are a lever for businesses and support the launch of new services. Of the initiatives to find new audiences and revenues, highlights continue to be the Kiosko y Más paid for platform with audiovisual content and Oferplan.com, which enables the marketing of discount offers to the readers of the digital editions of VOCENTO,

⁷ Source: OJD January-June 2013. Data not audited.

⁸ Source: EGM 2nd survey 2013. Variations to second survey of 2012.

⁹ Source: ComScore June 2013. Total audience is an aggregate of the audiences of the eleven Local Portals.

making the most of the brand power in both print and online versions (for more information, see the Internet section).

- (iv) Implementing the measures of the Efficiency Plan to control costs and obtain operating savings and continue to adapt to the ongoing recession. These measures have enabled operating margins to be maintained and progress to be made in achieving the operational gearing that will become apparent when the economy recovers.

National Press - ABC

With a history of over one hundred years, ABC is the oldest general newspaper in the country and a landmark in the history of Spain in the twentieth and twenty first century.

ABC has focused its efforts on positioning the brand in its different vehicles: ABC press + ABC on Kiosko y Más (with an improvement of its editorial content) + ABC.es + radio, with 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 audiences and has brought the profitability target closer.

The search for new revenue sources includes Oferplan, the analysis of selective sales of editorial digital content, and new applications and content for mobile platforms such as Kiosko y Mas. These initiatives have been supported by comercial agreements with distributors (e.g. the integration of ABC.es on Microsoft Windows 8 via Bing Daily).

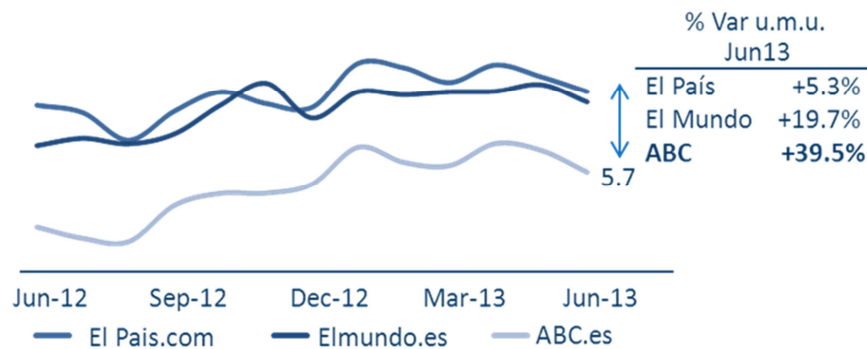
In terms of operating costs, the Efficiency Plan represents the continuation of the savings measures already implemented by the company: a) reduction of unprofitable circulation with an improvement in the margin on circulation sales, b) savings in paper and control of pagination, and c) savings in distribution and promotions (maintaining the quality of add-ons but adapting them to the macroeconomic environment).

In the first half of 2013, ABC achieved the following:

- (i) Improved its editorial offering by adding two of the most prestigious names in current journalism: columnist David Gistau and illustrator José María Nieto.
- (ii) Maintained the focus on high quality circulation, enabling an improvement in the net margin per copy.
- (iii) Online, ABC.es reached 5.7¹⁰ million unique monthly users. The increase in audience is due among other factors to the improvement in content, the integration of the COPE portal with ABC.es, and the sales strategy of the digital edition, and has led to a significant reduction in the gap in unique users to its peers, while maintaining the trend for increasing online advertising (advertising in 1H13 +41.3%).

¹⁰ Source: ComScore June 2013.

Unique monthly users at ABC.es vs. peers (million u.m.u.)



Source: ComScore June 2013

- (iv) New sources of revenues: an increased contribution from Oferplan and Kiosko y más in line with the positive experience of the Regional Press, plus the recent launch of a platform for online sales of tickets to shows and events, working with Entradas.com on ABC.es.

Supplements and Magazines

VOCENTO publishes the two leading supplements in the ranking of supplements in Spain: XL Semanal and Mujer Hoy. XL Semanal is the most read Sunday supplement in Spain, with high editorial quality and informational content.

Mujer Hoy is the second most read supplement and is the leading women's supplement in its category in a very competitive market. Hoy Corazón has no competition in the supplement market and is devoted to celebrity news, with a high level of appreciation in the market.

The Magazines and Supplements of VOCENTO have a combined readership of 4.5 million readers, with XL Semanal the clear leader in its sector (2.5 million readers, more than 1.1 million more than its most immediate competitor), while Mujer Hoy has 1.6 million readers. The supplements are distributed with all Vocento newspapers at the weekend and with other prestigious regional newspapers.

In the financial information segment, Inversión y Finanzas is the leading weekly finance magazine by kiosk sales, and covers stock market and financial news with accuracy and professionalism.

In the first half of 2013, the supplements maintained their high market share and complemented this by strengthening their online positioning, which is a strategic aim for VOCENTO, with the Mujerhoy and Finanzas portals reporting audiences of 0.6 million and 0.5 million unique users respectively.

In 2013, the aim is to increase revenues and improve the share of the advertising market by carrying out online/offline actions and designing special initiatives for advertisers by creating a new area of Events. Increasing revenues from new sources should help to continue to provide high quality information on a profitable basis every week, in challenging market conditions.

The following section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating profit of the Print Media area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Regional Press	110,414	126,155	(15,741)	(12.5%)
National Press	58,314	66,512	(8,199)	(12.3%)
Supplements & Magazines	15,624	19,358	(3,734)	(19.3%)
Free Press	2	3,967	(3,966)	(100.0%)
Adjustments Intersegment	(9,978)	(12,081)	2,103	17.4%
Total Revenues	174,375	203,912	(29,537)	(14.5%)
EBITDA				
Regional Press	15,332	17,495	(2,163)	(12.4%)
National Press	(3,116)	(2,933)	(183)	(6.2%)
Supplements & Magazines	922	1,994	(1,071)	(53.7%)
Free Press	8	(2,698)	2,705	100.3%
Total EBITDA	13,147	13,859	(712)	(5.1%)
Comparable EBITDA¹				
Regional Press	15,497	18,451	(2,954)	(16.0%)
National Press	(3,115)	(2,118)	(997)	(47.0%)
Supplements & Magazines	1,137	2,006	(870)	(43.3%)
Free Press	8	(2,071)	2,079	100.4%
Total comparable EBITDA	13,527	16,268	(2,741)	(16.9%)
EBIT				
Regional Press	13,408	15,254	(1,846)	(12.1%)
National Press	(4,520)	(4,123)	(397)	(9.6%)
Supplements & Magazines	878	1,788	(910)	(50.9%)
Free Press	8	(3,193)	3,200	100.2%
Total EBIT	9,774	9,726	48	0.5%
Comparable EBIT^{1,2}				
Regional Press	13,562	16,162	(2,600)	(16.1%)
National Press	(4,519)	(3,317)	(1,202)	(36.2%)
Supplements & Magazines	1,092	1,800	(708)	(39.3%)
Free Press	8	(2,148)	2,156	100.4%
Total comparable EBIT	10,143	12,497	(2,354)	(18.8%)

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 sale and distribution of subscriptions to the different newspapers of VOCENTO

¹ Excluding restructuring costs 1H13 -380 thousand euros and 1H12 -2,409 thousand euros

² Excluding result from divestment of fixed assets 1H13 11 thousand euros and 1H12 -362 thousand euros

Operating Revenues: 174,375 thousand euros (-14.5%) mainly because of the decline in advertising revenues, the lower level of ordinary circulation and the controlled decline of non-ordinary circulation, in order to improve profitability.

Circulation Revenues: 90,555 thousand euros (-8.0%). VOCENTO is focused on high quality and profitable circulation and is reducing non-ordinary circulation in a controlled way.

Revenues at the Regional Press fell by -6.5% in 1H13. During this period, ordinary circulation (kiosk sales and individual subscriptions) fell by -10.0% while non-ordinary circulation fell by -29.1%.

The -13.4% fall in circulation sales at ABC is a result of the -19.8% fall in ordinary circulation and the controlled reduction of non-ordinary circulation, which fell by -28.3% in 1H13. ABC had average circulation of 144,069 copies per day in 1H13.

The variable net margin on the circulation revenues of ABC and the regional newspapers (revenues from circulation sales minus the direct associated costs of printing, distribution, marketing and supplies) improved by +2,944 thousand euros vs. 1H12, reflecting VOCENTO's focus on high quality, profitable circulation.

The performance of Revenues from the sales of Supplements and Magazines (-11.3%) reflected the lower circulation of the newspapers with which the supplements are distributed.

Advertising Sales: 61,920 thousand euros (-23.0% or -19.1% when adjusted for the decision to close the print edition of Qué! in July 2012). VOCENTO's newspapers again outperformed the advertising market, with Regional Press recording a decline of -17.3% and ABC -19.0% compared to -19.7% for the market, according to i2p.

The Regional Press recorded 39,319 thousand euros of advertising revenues, partly thanks to *tarifa comercial 3.0*, which enabled it to sell national advertising with titles of other groups.

At ABC, advertising revenues were 16,352 thousand euros, reflecting the commercial success of the combined sales of the ABC brand (ABC print edition + ABC.es + ABC on Kiosko y Más). In addition, the brand was able to increase its average advertising prices by +0.5%, according to data for May, compared to decreases at its main competitors (the average prices is calculated as the advertising spend divided by advertising space).

Other Revenues: 21,900 thousand euros (-12.7%), reflecting mainly the reduction of promotions at the Regional Press.

Comparable EBITDA¹¹: 13,527 thousand euros, down -2,741 thousand euros, with a large part of the fall in advertising (1H13 down -18,514 thousand euros) offset by various savings measures included in the Efficiency Plan. On a quarterly basis, there was an improvement in 2Q13 vs. 1Q13:

Performance of comparable EBITDA of Print Media 1H13 (€m)

IFRS Thousand Euro	Comparable EBITDA				
	1H13	1H12	Var Abs	Var abs 1Q13	Var abs 2Q13
Regional Press	15,497	18,451	(2,954)	(1,783)	(1,171)
National Press	(3,115)	(2,118)	(997)	(1,485)	488
Supplements & Magazines	1,137	2,006	(870)	(308)	(562)
Free Press	8	(2,071)	2,079	1,055	1,023
Total	13,527	16,268	(2,741)	(2,520)	(221)

The impact of the reduction of variable costs and the Efficiency Plan implemented in the first half of 2013 resulted in a reduction in comparable costs of -14.3%¹¹, or -11.4% when adjusted for the perimeter, as the following table shows:

¹¹ Excluding restructuring costs 1H13 of -380 thousand euros and 1H12 -2.409 thousand euros

Comparable costs in Print Media, 1H13 (€m)

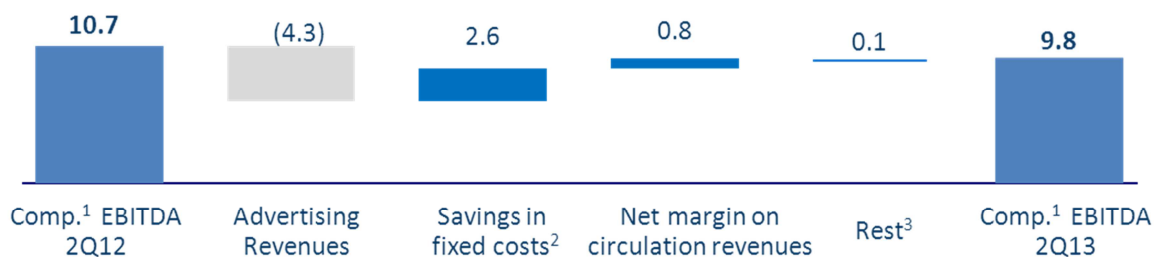
Like for like opex (thousand euros)	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Regional Press	(94,917)	(107,704)	(12,787)	(11.9%)
National Press	(61,429)	(68,631)	(7,202)	(10.5%)
Supplements & Magazines	(14,487)	(17,352)	(2,865)	(16.5%)
Free Press	6	(6,039)	(6,044)	(100.1%)
Adjustments	9,978	12,081	2,103	17.4%
Total	(160,849)	(187,644)	(26,795)	(14.3%)
Total ex Qué! costs	(160,855)	(181,606)	(20,751)	(11.4%)

- (i) **Regional Press**: comparable EBITDA of 15,497 thousand euros in 1H13, -2,954 thousand euros vs. 1H12, with costs reduced by -12,787 thousand euros, partly thanks to the Efficiency Plan, offsetting the impact of the fall in advertising revenues (-8,251 thousand euros). The comparable EBITDA margin in 1H13 remained practically flat (13.8% including the digital activity vs. 13.9% in 1H12).

A combined analysis of the comparable EBITDA of the regional brands in 2Q13 (print editions and local portals) shows that the Efficiency Plan has resulted both in the improvement of the comparable EBITDA margin in 2Q13, to 16.0% from 15.6% in 2Q12, and in the improvement of the net margin on circulation sales. In addition, the reduced promotional effort in the area helped to keep the margin on add-ons stable.

Regional Press + Local Portals: comparable EBITDA¹ 2Q

Data in million euros



Note 1: excluding investment in restructuring 2Q13 €-0.1m and 2Q12 €-0.4m in the print and digital activity.

Note 2: including personnel costs, administrative, various and traffic provisions. Note 3: variation in costs at Local Portals, e-commerce revenues and margin on add-ons.

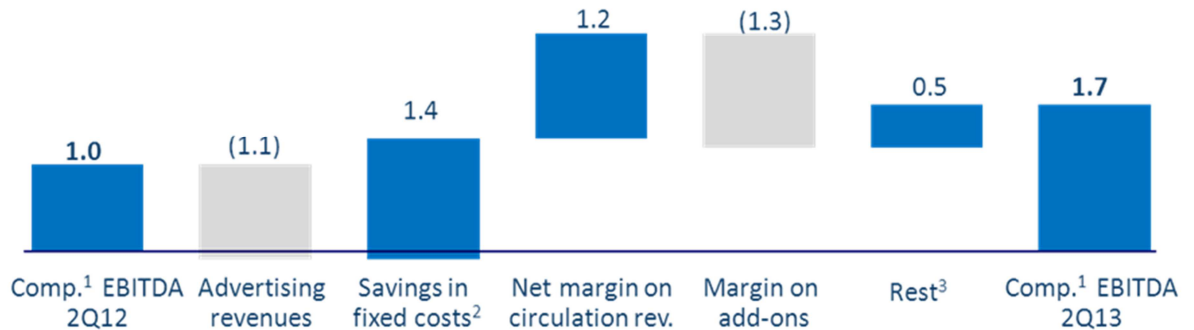
- (ii) **ABC**: comparable EBITDA of -3,115 thousand euros vs. -2,118 thousand euros in 1H12, with costs reduced by -7,202 thousand euros.

It is important to focus on the performance in 2Q13, in order to assess the impact of the savings measures associated with the Efficiency Plan. In 2Q13 the ABC brand (print, digital and printing plants) improved EBITDA by 683 thousand euros compared to the same period in the previous year, despite the fall in advertising revenues, while the print activity reached EBITDA breakeven (12 thousand euros) for the first time since 2Q07.

In addition, as shown by the following chart, the net margin on circulation sales has continued to improve, increasing in the period by +1,214 thousand euros. In contrast, in 2Q13 there was a greater effort in add-ons, with a negative impact on EBITDA in the half by reducing the margin on promotions by -1,319 thousand euros.

ABC brand perimeter: performance of comparable¹ EBITDA in 2Q

Absolute variation in Revenues and comparable EBITDA¹ in million euros



Note 1: excluding investment in restructuring in 2Q12 €-0.3m in the print and digital business. Note 2: including personnel costs, administrative, various and provisions. Note 3: variation of EBITDA from printing units, variation in costs of ABC.es and e-commerce revenues.

- (iii) Supplements and Magazines: comparable EBITDA of 1,137 thousand euros, a variation of -870 thousand euros vs. 1H12, absorbing a large part of the total decrease of -2,489 thousand euros in revenues.

Audiovisual

VOCENTO has an integrated presence in the audiovisual market, with a national television license, an editorial presence in a network of radio licences, a content producer and a film distributor.

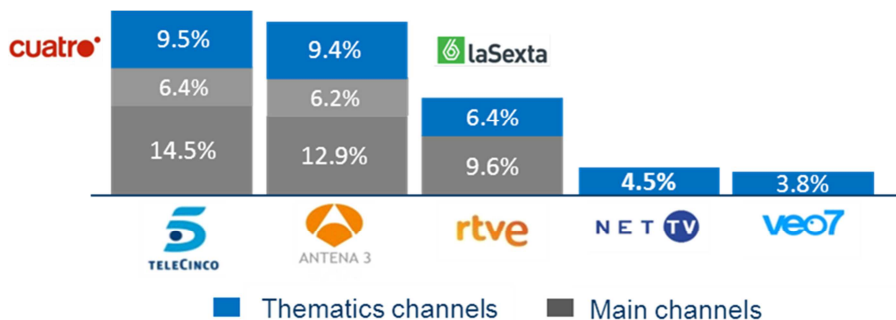
Following the strategic agreements made in TV and radio, VOCENTO continues to have options for the future of the audiovisual sector, as it has retained the ownership of licenses, while complying with its profitability target by achieving positive EBITDA in the Audiovisual area.

Television

VOCENTO via its indirect 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 DTT license, which broadcasts 4 free-to-air television channels.

With NET TV, VOCENTO, has made a solid commitment to profitable, niche television, with international partners and global leaders in entertainment. The combined channels (Disney Channel, Paramount Channel, MTV and Intereconomía) ended June with an audience share of 4.5%¹². This positioning in the television area enables VOCENTO to reduce its exposure to the economic cycle and to a possible far-reaching transformation of the sector (such as the competition from new technological platforms for distributing audiovisual content) while also complying with the Company's overall goal of profitability.

Audience share by family of channels June 2013¹² (%)



Radio

In response to the challenging economic and advertising environment, and as part of the 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.

All the integration processes and the implementation of the project have now been successfully carried out, and the positive impacts of the agreement began to be reflected in results in the second quarter of 2013.

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.

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 broadcasts with ABC.

¹² Source: Kantar Media June 2013. Not including pay-DTT channels.

Vocento appoints the News Coordinator and the presenter of the midday broadcast. The programming, presenters and content of Cadena COPE receive a special emphasis in the pages of ABC.

The strategic agreement also involves the participation of ABC journalists and presenters in the main news and opinion programming of COPE and both editorial teams are working on areas of common interest. An Editorial Committee with representatives from both media has been established.

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 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 the film distributor Tripictures, the leading independent distributor in Spain.

The Veralia production companies currently have 10 different formats in development, preproduction, production, and broadcasting, including “21 días”, “Mezzogiorno in Famiglia”, “Guinness,” and “Conexión Samanta.” Because of the difficult economic conditions, Tripictures has postponed most of its releases until the second half of the year. In 2013, highlights included “Flight” with Denzel Washington, “The Place beyond the Pines,” with Ryan Gosling, or “Jobs,” directed by Joshua Michael Stern, about Steve Jobs.

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.

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, generally with positive audience data.

On the cost side, following an additional deterioration in the market in the first half of 2013, Veralia carried out an *ad hoc* restructuring plan in June and July to reduce costs and improve margins in these difficult conditions.

The following section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating profit of the Audiovisual area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Total Revenues				
DTT	24,896	23,697	1,199	5.1%
Radio	1,668	6,458	(4,791)	(74.2%)
Content	10,609	25,343	(14,734)	(58.1%)
Adjustments Intersegment	(227)	(606)	379	62.6%
Total Revenues	36,946	54,893	(17,947)	(32.7%)
EBITDA				
DTT	3,993	3,717	276	7.4%
Radio	(1,329)	(2,739)	1,410	51.5%
Content	702	4,459	(3,757)	(84.3%)
Total EBITDA	3,366	5,437	(2,071)	(38.1%)
Comparable EBITDA¹				
DTT	4,012	3,709	303	8.2%
Radio	(1,209)	(2,739)	1,530	55.9%
Content	734	4,514	(3,780)	(83.7%)
Total comparable EBITDA	3,537	5,484	(1,947)	(35.5%)
EBIT				
DTT	3,809	3,463	346	10.0%
Radio	(1,491)	(3,097)	1,606	51.9%
Content	(3,105)	(603)	(2,502)	(415.0%)
Total EBIT	(787)	(237)	(550)	(232.5%)
Comparable EBIT^{1 2}				
DTT	3,828	3,455	373	10.8%
Radio	(1,441)	(3,096)	1,655	53.5%
Content	(3,050)	(549)	(2,501)	(455.9%)
Total comparable EBIT	(662)	(189)	(473)	(250.3%)

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

Note: Eliminations are due to the sale of production programs to DTT.

Note: EBIT and Comparable EBIT of Content segment include the goodwill amortization assigned to Tripictures' film catalogue of 1,202 thousand euros in 1H13 and 1,344 thousand euros in 1H12.

¹ Excluding restructuring costs 1H13 -170 thousand euros and 1H12 -46 thousand euros.

² Excluding result from divestment of fixed assets 1H13 46 thousand euros and 1H12 -1 mil de euros.

Operating Revenues: in 1H13 totalled 36,946 thousand euros, down -32.7%, mainly because of:

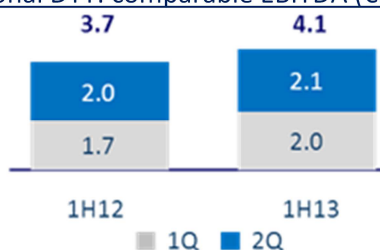
- (i) Reduced level of activity at Content (1H13 revenues -58.1%), impacted by current economic conditions.
- (ii) The strategic agreement with COPE in the radio area has changed the business model, with advertising sales no longer being booked and revenues being recorded as "other revenues." This is the reason for the -74.2% variation in revenues in 1H13.
- (iii) An increase in television revenues of +5.1% to 24,896 thousand euros, reflecting the positive performance of National DTT, which has been strengthened by the agreement with Paramount Channel.

Comparable EBITDA¹³: 3,537 thousand euros, reflecting a gradual recovery in the profitability of the loss-making businesses. All businesses in the area achieved positive EBITDA in 2Q13, thanks among other factors to the Efficiency Plan.

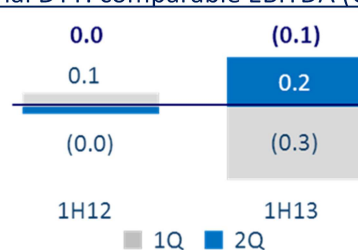
- (i) **DTT**: positive comparable EBITDA of 4,012 thousand euros in 1H13, an improvement of +303 thousand euros vs. 1H12. National DTT improved its comparable EBITDA in 1H13 by +430 thousand euros, and Regional DTT, following the change of content supplier, obtained positive comparable EBITDA in 2Q13 of 202 thousand euros, following negative EBITDA of -306 thousand euros in 1Q13.
- (ii) **Radio**: Comparable EBITDA in 1H13 of -1,209 thousand euros vs. -2,739 thousand euros in 1H12. The agreement with COPE has been reflected in an improvement in comparable EBITDA of +1,498 thousand euros in 2Q13, enabling positive EBITDA of 139 thousand euros in 2Q13.
- (iii) **Content**: Comparable EBITDA of 734 thousand euros, a variation of -3,780 thousand euros compared to 1H12 because of the lower level of activity of the production companies and the fall in revenues from cinema releases. The fall in EBITDA has been less than the fall in revenues, as costs have decreased by more than the decrease in demand.

The improvement in 2Q13 vs. 1Q13 can be seen in the following charts:

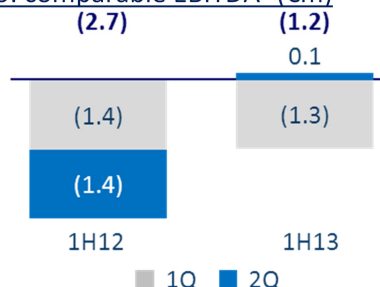
National DTT: comparable EBITDA (€m)



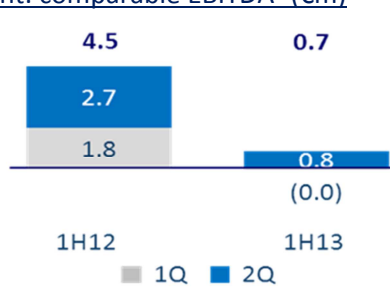
Regional DTT: comparable EBITDA (€m)



Radio: comparable EBITDA¹ (€m)



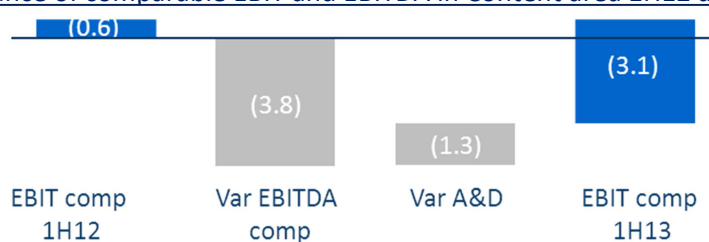
Content: comparable EBITDA² (€m)



Note1: excluding investment in restructuring 1Q13 €-0.1m. Note 2: excluding investment in restructuring 1Q13 €0.1m and 2Q13 €-0.1m.

Comparable EBIT: (given the level of amortization in this area, the Operating Result is provided) -662 thousand euros, down -473 thousand euros vs. 1H12, mainly because of the lower level of amortization in the Content area, down -1,279 thousand euros in 1H13.

Performance of comparable EBIT and EBITDA in Content area 1H12 and 1H13 (€m)



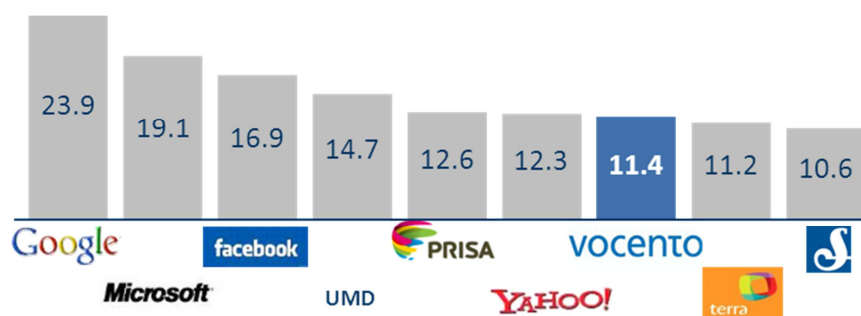
¹³ Excluding restructuring costs 1H13 -170 thousand euros and 1H12 -46 thousand euros.

Internet

VOCENTO has an extensive online presence that is based on the strength of its diverse portfolio of brands in the national and regional markets, including: Digital Editions (news portals including the regional titles and ABC.es), Vertical Portals (mujerhoy.com, finanzas.com), Classifieds (pisos.com, infoempleo.com, Autocasion.com) and Directories (11870.com). This presence is completed in B2B by Sarenet, a company which provides companies with connectivity solutions.

VOCENTO is the leader of the news category, and in the number seven¹⁴ position of the total ranking of audiences with over 11 million users.

Internet audience ranking, June 2013¹⁴ (million unique monthly users)



The digital editions of the regional titles of VOCENTO are leading brands in their markets, thanks to their close ties to the communities they serve. In 2013, the products continued to be improved with the incorporation of new content and local sections and services (such as new health and travel channels), providing not only information but also participation in online communities and leisure options thanks to their audiovisual content.

Elsewhere, the improvement of content at ABC.es has been reflected in increased traffic (Jun13 +39.5%). ABC.es, following the integration of the COPE portal, has added new content that has improved its offer, especially in sport, as well as new thematic channels (ABC Gentestilo, ABC Tec, ABC Innova, ABC Deportes, ABC Familia) for important segments of the market. In addition, it has integrated hoyCinema and relaunched the Technology channel.

In the first half of the year, Vocento focused on two strategic areas: mobility and understanding the user. The commitment to make the editorial content available on new devices (smartphones and tablets) resulted in new developments for existing platforms such as iOS and Android and new multi-device platforms such as Windows 8. New initiatives were also rolled out in the area of 'second screens' (mobile-tablet interaction with connected TVs). In its strategy to understand users, Vocento rolled out its new single registration platform and payment platform for the group, simplifying the registration of users on the various group websites and the purchasing process. By having a better understanding of its users, Vocento will be able to offer content, products and services that are more appropriate for their profiles and interests.

In 2013, Vocento also enhanced its relations with major market players such as Amazon and Microsoft. With Amazon, it began to work on various initiatives for mobility, e-commerce and editorial presence which will be seen in the second half of the year. Vocento has become a leading partner in the media sector for Microsoft, following a framework agreement under which the editorial websites of Vocento are developing content for publication on Microsoft's mobile products and services, as well as working on pilot projects together.

¹⁴Source: ComScore June 2013.

In 2013, VOCENTO is focusing on looking for new sources of digital revenues, adapting content for new platforms, and optimizing its commercial strategy:

- (i) New formats and contextual advertising: exclusive formats for advertisers, especially audiovisual content and mobile applications, and developing contextual advertising by participating in PAN (Publisher Audience Network), a contextual and semantic system that provides information about users and contextualised content with advertising from a common inventory but with local capacity, on multiple platforms, in real time.
- (ii) Revenues from selective paid content: the main strategy for maximising the value of content continues to be the strategic project Kiosko y Más, on which every VOCENTO title is offering a replica of the print copy for subscribers, enriched with the services enabled by new devices (Smartflow for tactile browsing, videos and galleries, weblinks for updating news continuously, translation, etc.).
- (iii) Other revenues: launch of Oferplan.com on ABC, with a daily section of local offers, where VOCENTO plans to launch new e-commerce services linked to other segments, generating alternative revenues to advertising. In July, ABC.es launched a new section for online ticket sales for shows and events in Madrid and the rest of continental Spain (www.entradas.abc.es). In a second phase, this will be launched in VOCENTO's other regional titles. This new platform is being developed in partnership with the leader in the Spanish market, Entradas.com, and it provides advertisers and users with a single integrated solution for Communications, Advertising and Electronic Sales for the main events everyday all across Spain. As a result, VOCENTO is completing its local leisure offering, one of the cornerstones of its information service.

A strategic project for the Group, Kiosko y Más is the leading multi-platform kiosk in Spain. In one year, the platform has significantly increased the number of publishers involved, who now number more than 70, offering some 400 newspapers and magazines in the catalogue. Companies such as RBA, G+J, Godó, Zeta and Hearst, among others, are participating in the largest online publishing alliance in Europe.

Kiosko y Más has been the number 1 in the news category in the App Store in 2013, according to Apple's annual review. In the first half of 2013, the annual increase in VOC subscribers in June was over +50%.

Meanwhile, the nationwide Classifieds network of VOCENTO is unique in the Spanish media sector, supported by ABC.es and leveraging the network of regional brands to provide a nationwide service that is characterised by understanding of the segment and the scope of the content. VOCENTO is present in the three main markets for Internet classified advertising: in real estate with pisos.com (top#5¹⁵ in its category), employment with Infoempleo.com (top#2) and automotive with autocasion.com (top#7).

Finally, the directories portal 11870.com has an audience of close to 705¹⁵ thousand unique users and is the most important portal for recommendations of websites and businesses in Spain

¹⁵ Source: ComScore June 2013.

The following section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating profit of the Internet area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Digital Editions	12,916	11,588	1,328	11.5%
Vertical Portals & Others	674	934	(261)	(27.9%)
Classified	6,501	7,301	(800)	(11.0%)
B2B	7,966	8,262	(296)	(3.6%)
Adjustments Intersegment	(150)	(185)	35	18.7%
Total Revenues	27,906	27,900	6	0.0%
EBITDA				
Digital Editions	1,337	15	1,322	n.r.
Vertical Portals & Others	(356)	(199)	(157)	(78.7%)
Classified	(1,326)	(1,517)	191	12.6%
B2B	1,819	2,111	(292)	(13.8%)
Total EBITDA	1,474	410	1,064	259.6%
Comparable EBITDA¹				
Digital Editions	1,328	60	1,268	n.r.
Vertical Portals & Others	(356)	(199)	(157)	(78.8%)
Classified	(1,382)	(1,493)	112	7.5%
B2B	1,819	2,111	(292)	(13.8%)
Total comparable EBITDA	1,410	479	931	194.5%
EBIT				
Digital Editions	751	(578)	1,328	229.9%
Vertical Portals & Others	(492)	(370)	(122)	(32.9%)
Classified	(2,035)	(2,448)	413	16.9%
B2B	1,263	1,517	(253)	(16.7%)
Total EBIT	(512)	(1,879)	1,367	72.7%
Comparable EBIT¹				
Digital Editions	743	(481)	1,225	254.5%
Vertical Portals & Others	(492)	(370)	(122)	(32.9%)
Classified	(2,090)	(2,424)	334	13.8%
B2B	1,216	1,517	(301)	(19.8%)
Total comparable EBIT	(622)	(1,758)	1,136	64.6%

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

Note: The main eliminations are due to the connectivity service, mainly between Sarenat (B2B) and the rest of companies in the Internet business area.

¹ Excluding investment in restructuring of 1H13 64 thousand euros and -69 thousand euros in 1H12.

² Excluding result from divestment of fixed assets 1H13 46 and 1H12 -52 thousand euros.

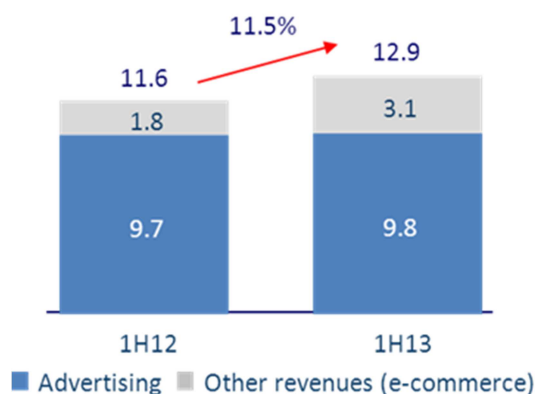
Operating Revenues: 27,906 thousand euros (+0,0%).

Advertising Revenues: 15,603 thousand euros, down -2.7%, outperforming the market which according to i2p contracted by -4.1%. The total decline in revenues included an increase in advertising revenues at the Digital Editions by +0.8% and the negative impact of the economic and advertising downturn on advertising revenues at the Vertical Portals and Classifieds (-5.0%), although at a lower rate in 2Q13 (-1.7%) than in 1Q13 (-8.7%).

Other Revenues: 12,304 thousand euros, up +3.8%, thanks to the increased contribution of the new digital businesses rolled out by VOCENTO, based mainly on e-commerce business models such as Oferplan. In 1H13, the Digital Editions recorded a growth of +67.9% in revenues from this concept.

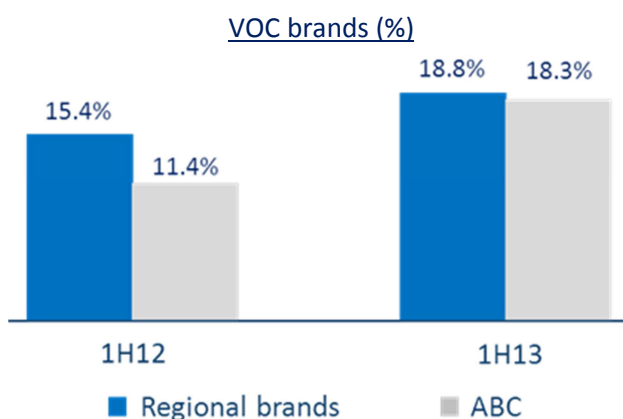
It is important to note that the revenues of the Digital Editions derive from two main sources: advertising revenues and revenues from new e-commerce businesses. The combined growth of both revenue sources in 1H13 was +11.5%, offsetting part of the impact of the economic cycle.

Breakdown of revenues from VOC Digital Editions (€m and % variation)



This steady incorporation of complementary digital businesses is reflected in the increased proportion of digital revenues in the revenues of the regional brands (18.8%, +3.4 p.p.) and at ABC (18.3%, +6.9 p.p.). The total growth of revenues at ABC.es was +41.3%, and at the digital regional brands +4.8%.

Weight of digital business (advertising + other businesses /e-commerce) in total revenues of



Comparable EBITDA¹⁶: improved by +931 thousand euros to 1,410 thousand euros, thanks to the improvement at the Digital Editions, where EBITDA improved by +1,268 thousand euros to 1,328 thousand euros in 1H13. This growth in EBITDA has been seen at both the Local Portals (EBITDA margin 1H13 +7.5 p.p.) and at ABC.es (EBITDA margin 1H13 +19.3 p.p.), and reflects the growth of revenues without any additional increase in structural costs as a result of the new digital businesses.

Of the new digital businesses, in 1H13 revenues from Oferplan and Kiosko y Más represented 19.0% of the total revenues of the digital editions. At Kiosko y Más, revenue growth was 75.1%. These levels of growth enabled a combined EBITDA in 1H13 of 1,550 thousand euros, as they did not lead to major additional structure costs.

¹⁶ Excluding investment in restructuring of 1H13 64 thousand euros and -69 thousand euros in 1H12.

Other Businesses

In the printing area, to achieve operating synergies, VOCENTO works continuously to optimize and concentrate the printing activity of certain regional newspapers. It is improving profitability by making the most of its technical resources and capacity, enabling it to improve print quality while reducing unit costs.

In the Distribution business, 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.

The following section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating profit of the Other Businesses Area.

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Distribution	59,140	65,080	(5,940)	(9.1%)
Printing	19,934	21,742	(1,807)	(8.3%)
Others	2,260	3,137	(877)	(28.0%)
Adjustments Intersegment	(86)	(175)	89	50.9%
Total Revenues	81,249	89,784	(8,535)	(9.5%)
EBITDA				
Distribution	543	467	76	16.2%
Printing	4,169	5,660	(1,491)	(26.3%)
Others	11	88	(77)	(87.4%)
Total EBITDA	4,723	6,215	(1,492)	(24.0%)
Comparable EBITDA¹				
Distribution	605	477	127	26.6%
Printing	4,708	5,742	(1,035)	(18.0%)
Others	11	90	(79)	(87.5%)
Total comparable EBITDA	5,323	6,310	(986)	(15.6%)
EBIT				
Distribution	365	271	95	35.1%
Printing	(454)	757	(1,211)	(160.0%)
Others	(3)	71	(73)	(103.8%)
Total EBIT	(92)	1,098	(1,190)	(108.3%)
Comparable EBIT¹				
Distribution	427	281	146	52.0%
Printing	84	840	(755)	(90.0%)
Others	(3)	72	(75)	(103.5%)
Total comparable EBIT	509	1,193	(684)	(57.3%)

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

Note: Eliminations are due to: a) the distribution of free dailies by the distribution companies, and b) the elimination of printing of free dailies.

Excluding investment in restructuring of -601 thousand euros in 1H13 and -95 thousand euros in 1H12.

Operating Revenues: 81,249 thousand euros, -9.5 %, reflecting the links of the area to Print Media.

Comparable EBITDA: 5,323 thousand euros. In the Printing area, EBITA was 4,708 thousand euros, and in Distribution, 605 thousand euros.

Operating data

Print Media

Average Circulation Data	1H13	1H12	Var Abs	%
National Press - ABC	144,069	180,756	(36,687)	(20.3%)
Regional Press				
El Correo	83,640	92,514	(8,874)	(9.6%)
El Diario Vasco	59,501	64,503	(5,003)	(7.8%)
El Diario Montañés	27,762	29,760	(1,997)	(6.7%)
Ideal	23,123	25,804	(2,682)	(10.4%)
La Verdad	21,178	26,433	(5,255)	(19.9%)
Hoy	13,443	16,292	(2,849)	(17.5%)
Sur	20,835	23,366	(2,531)	(10.8%)
La Rioja	11,637	12,745	(1,108)	(8.7%)
El Norte de Castilla	25,129	28,559	(3,431)	(12.0%)
El Comercio	19,711	21,306	(1,595)	(7.5%)
Las Provincias	21,392	25,490	(4,098)	(16.1%)
TOTAL Regional Press	327,349	366,771	(39,422)	(10.7%)

Sources:OJD. 1H13 non audited data.

Audience	2 nd Survey 13	2 nd Survey 12	Var Abs	%
National Press - ABC	577,000	641,000	(64,000)	(10.0%)
Regional Press	2,241,000	2,174,000	67,000	3.1%
El Correo	453,000	433,000	20,000	4.6%
El Diario Vasco	254,000	241,000	13,000	5.4%
El Diario Montañés	185,000	174,000	11,000	6.3%
Ideal	209,000	172,000	37,000	21.5%
La Verdad	228,000	265,000	(37,000)	(14.0%)
Hoy	138,000	137,000	1,000	0.7%
Sur	166,000	152,000	14,000	9.2%
La Rioja	97,000	96,000	1,000	1.0%
El Norte de Castilla	204,000	215,000	(11,000)	(5.1%)
El Comercio	160,000	142,000	18,000	12.7%
Las Provincias	147,000	147,000	0	0.0%
Supplements				
XL Semanal	2,535,000	2,614,000	(79,000)	(3.0%)
Mujer Hoy	1,618,000	1,872,000	(254,000)	(13.6%)
Mujer Hoy Corazón	335,000	326,000	9,000	2.8%
Inversión y Finanzas	53,000	56,000	(3,000)	(5.4%)

Source: EGM accumulated waves

Audiovisual

National TV Market	jun-13	jun-12	Var Abs
Audience share Net TV	4.5%	4.5%	0.0 p.p.

Source: Kantar Media last month.

Internet

Monthly Unique uses (Th)	jun-13	jun-12	Var Abs	%
Vocento	11,364	11,175	189	1.7%

Source: ComScore

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/ Juan Ignacio Luca de Tena, 7

28027 Madrid

Tel.: +34.91.339.98.09

Fax: +34.91.742.63.52

e-mail: ir@VOCENTO.com



1H13 Results
29 July 2013

VOCENTO 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.

1H13 Summary

▶ **VOCENTO's current strategy is allowing it to mitigate the impact of the cycle**

- VOCENTO is consolidating its position as the leader of the press sector, in both ordinary circulation and offline advertising revenues
- It continues to outperform the advertising market in Print and Internet, in a challenging environment
- Growing weight of online advertising and new digital businesses, with no increase in structural costs
- Poor performance in the Content area: *ad hoc* restructuring plan applied in June and July 2013

▶ **Improving loss-making businesses, with positive impact of the Efficiency Plan in 2Q13**

- 2Q13 EBITDA positive at ABC's entire brand perimeter. Also positive for the print business, for the first time since 2Q07
- Audiovisual: all areas EBITDA positive in 2Q13
- Efficiency Plan: 100% executed and cost reduction targets achieved

▶ **Differential net financial position in an uncertain cycle**

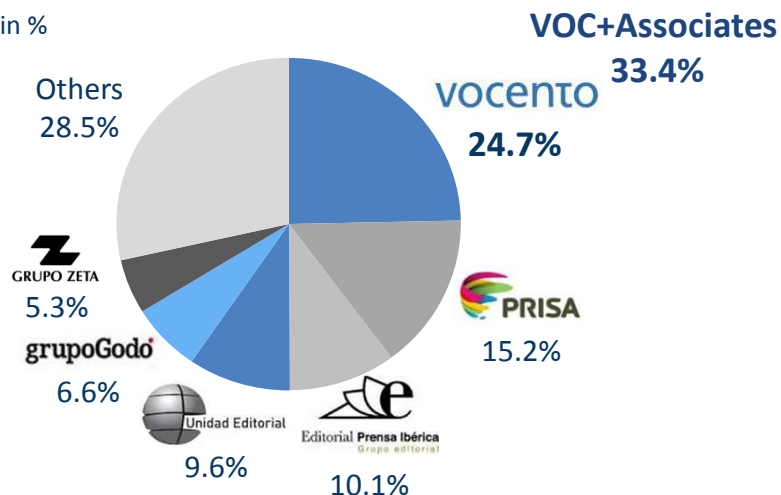
- Net financial debt of €158.6m vs. €142.9m in Dec12, with cash outflows from the Efficiency Plan of €-16.9m
- Represents positive cash generation in 1H13, before the Efficiency Plan
- Strict management of working capital and selective Capex

VOC is the leading online and offline press group in Spain

- ▶ Leading brands in Spain in terms of ordinary circulation and advertising revenues...
- ▶ ... and in the Top 10 ranking of companies by Internet audience

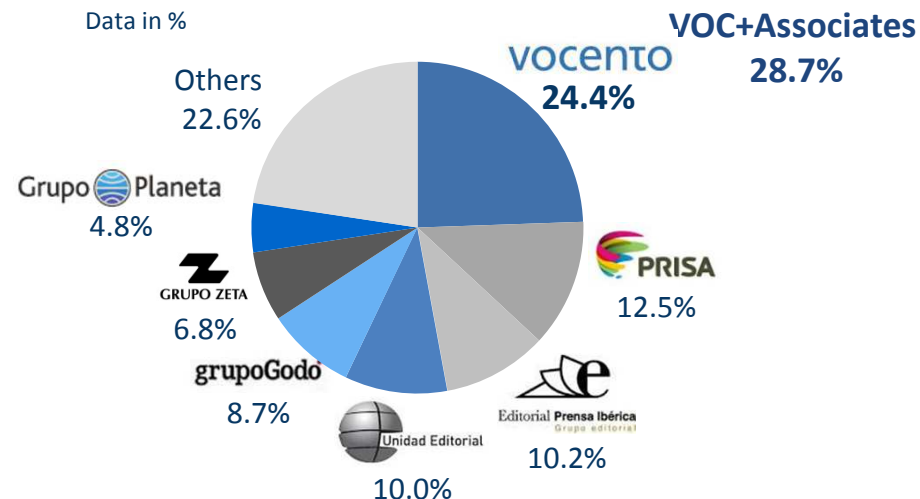
Ordinary circulation¹ market share

Data in %



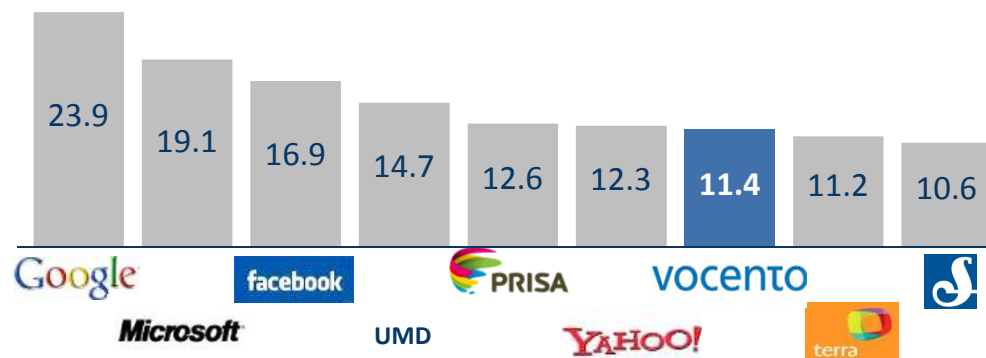
Offline advertising market share²

Data in %



Ranking of Internet audiences³

Million unique monthly users



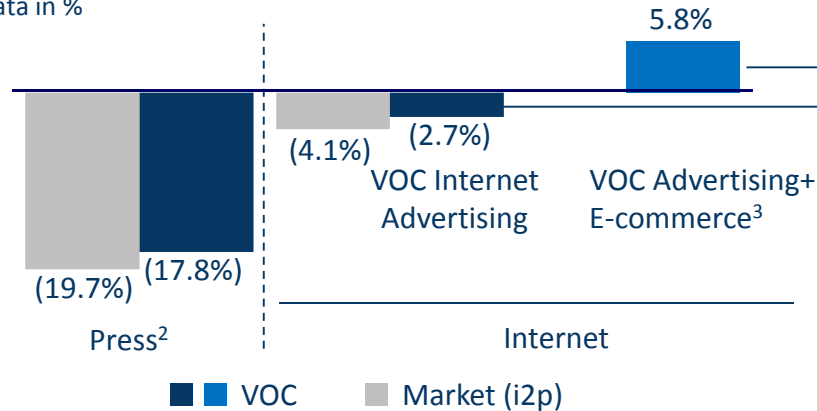
Note 1: Source OJD Jan-Jun13, general newspapers, including kiosk sales and individual subscriptions. Note 2: Source i2p 1H13. General newspapers. Note 3: ComScore Jun 2013.

Improved share of advertising market and change in revenue mix

- ▶ Continued outperformance of Print and Internet advertising revenues in relation to market, in a challenging environment
- ▶ Slowdown in the rate of decline in advertising spend in both Print and Internet in 2Q13
- ▶ Increased weight of online advertising and new digital businesses (e-commerce) in the revenue mix

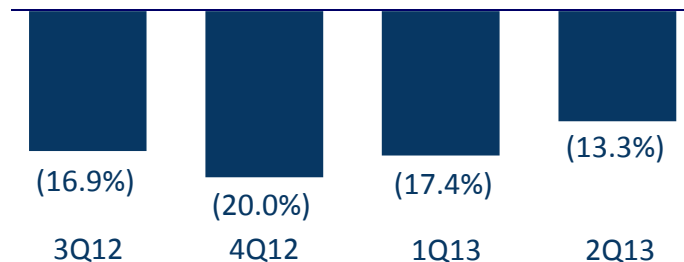
Performance of VOC advertising vs. market¹ 1H13

Data in %



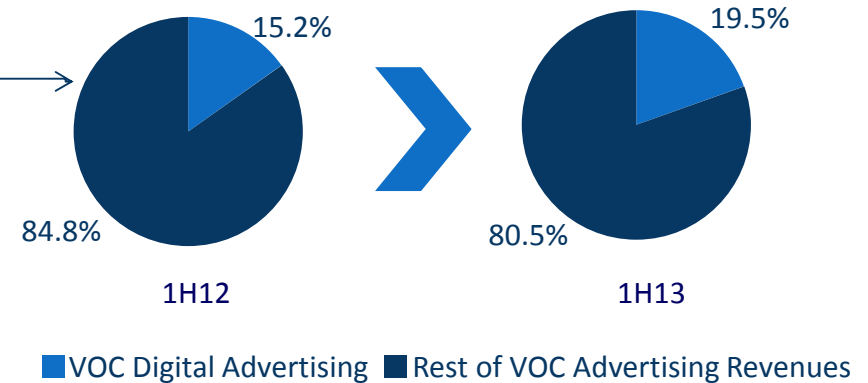
Advertising performance of VOC⁴ brands (print + digital) 3Q12- 2Q13

Data in %



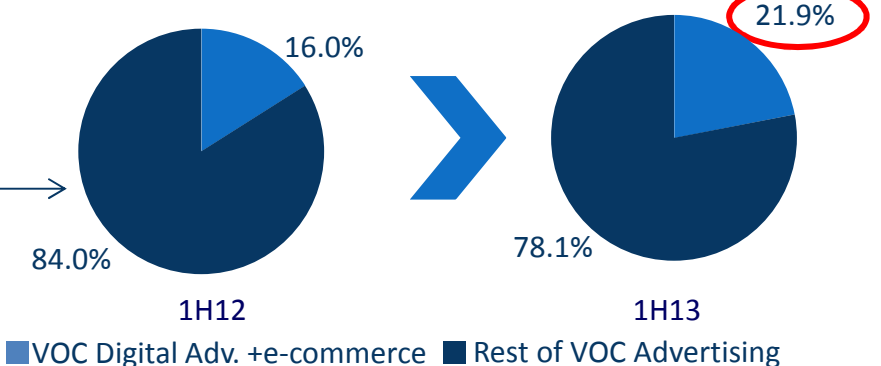
VOC: mix of advertising revenues

Data in %



VOC: mix of advertising revenues + e-commerce

Data in %



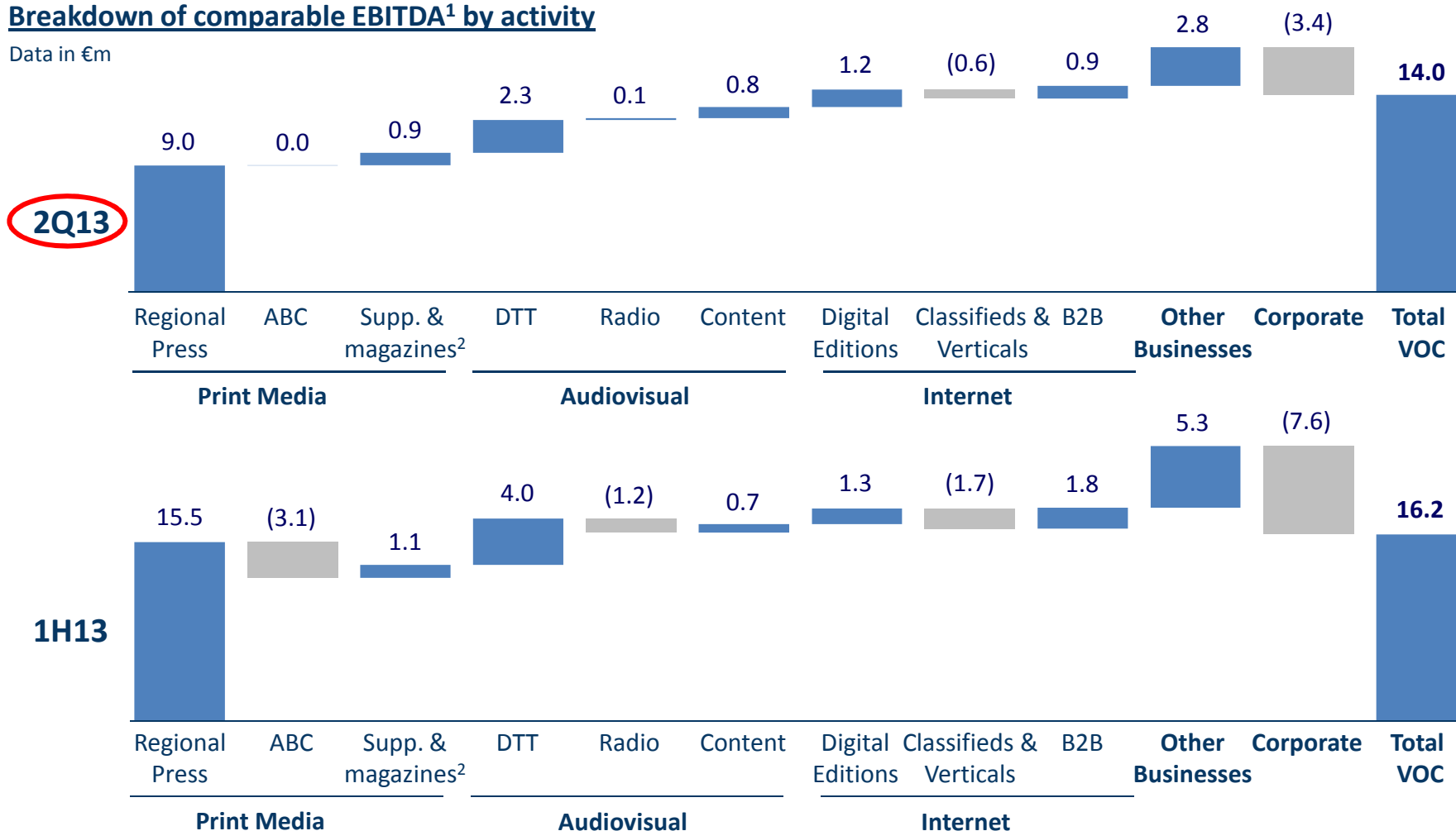
Note 1: Source i2p. Note 2: Regional Press+ ABC. Note 3: VOCENTO Internet advertising revenues+ e-commerce. Note 4: ABC + ABC.es + Regional Press+ Local Portals

Composition of comparable EBITDA of VOCENTO

- ▶ In 2Q13, all businesses reported positive EBITDA, except Classifieds, Vertical Portals and Corporate (where structure costs are allocated)

Breakdown of comparable EBITDA¹ by activity

Data in €m



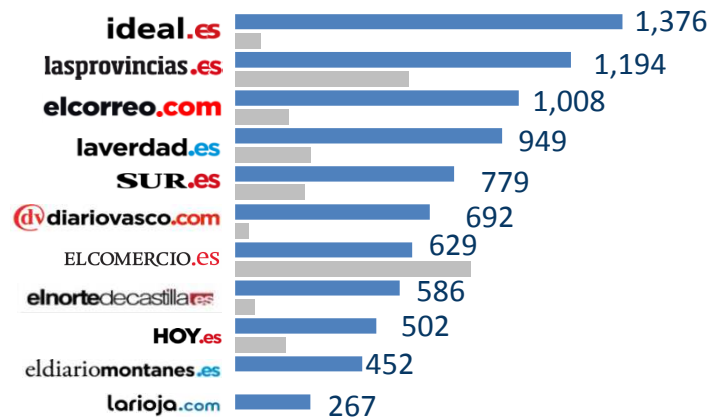
Note 1: excludes investment in restructuring 1H12 €-2.9m, 1H13 €-0.6m, 2Q12 €-1.7m and 2Q13 €-0.6 m. Note 2: includes marginal contribution from Qué!

Regional brands: leadership, digital exposure and profitability

- ▶ The regional brands are offline and online leaders
- ▶ Increased exposure to digital business (advertising + e-commerce)
- ▶ Slight profitability improvement in 2Q13 despite decline in advertising revenues (2Q13 €-4.3m)

Local Portals vs. immediate competitor

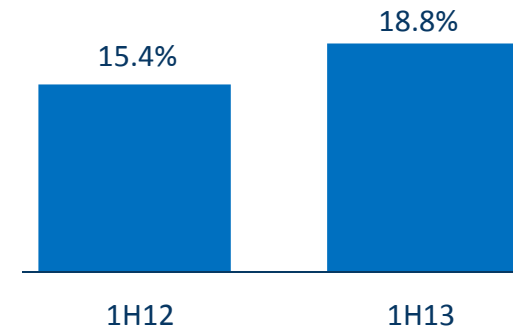
Data in thousands of unique monthly users



Source: ComScore Jun13.

Digital business as % of total revenues of regional press¹

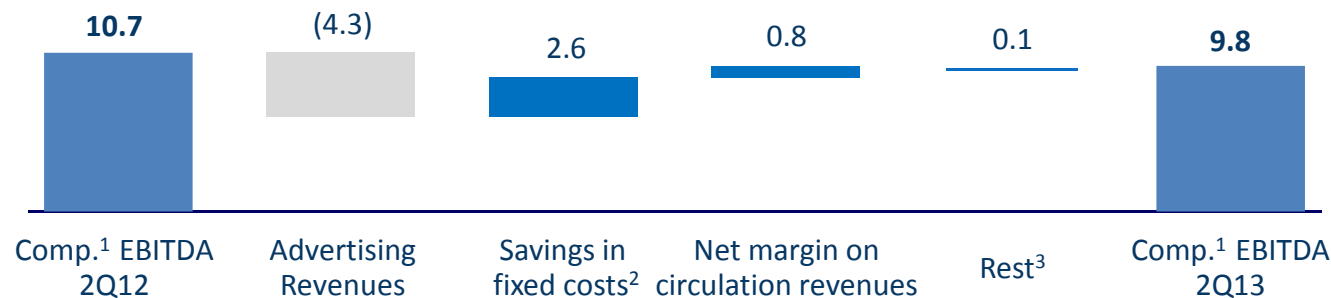
Data in %



Note 1: sum of advertising and other local portal revenues.

Regional Press + Local Portals: performance of comparable¹ EBITDA 2Q

Data in millones de euros



- Improvement in net margin on circulation revenues
- Improvement in comparable EBITDA margin 2Q13 16.0% vs. 15.6% in 2Q12

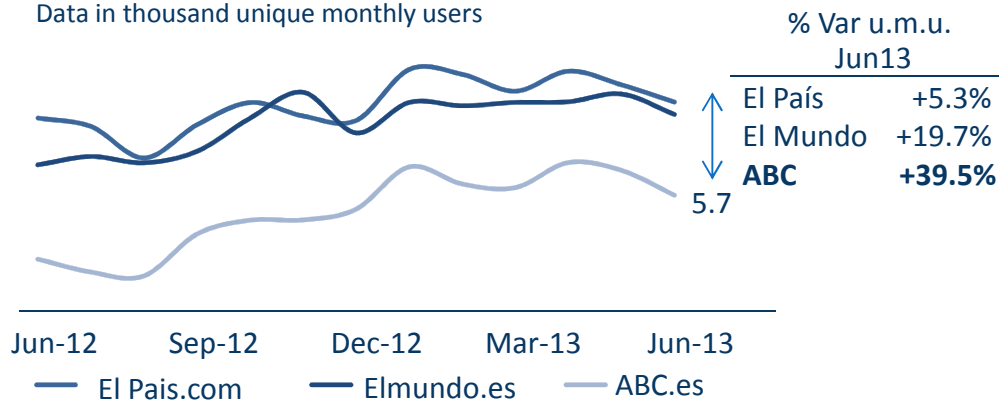
Note 1: excluding investment in restructuring 2Q13 €-0.1 m and 2Q12 €-0.4m in print and digital business. Note 2: including personnel expenses, administrative, general and traffic provisions. Note 3: variation in costs of Local Portals, e-commerce revenues, other revenues and margin on add-ons

ABC: high quality circulation, digital growth and control of losses

- ▶ Controlled reduction of non-ordinary circulation and closing the gap between ABC.es and peers
- ▶ Increased exposure to digital: growth of revenues at ABC.es 1H13 +41.3%
- ▶ Improved profitability in 2Q13, positive EBITDA in Print business (advertising revenues €-1.1m)

ABC.es vs. peers

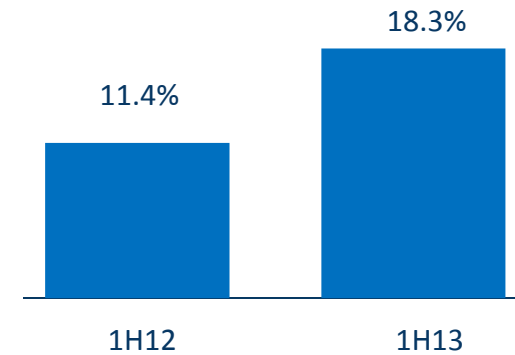
Data in thousand unique monthly users



Source: ComScore Jun13.

Weight of digital business in total revenues of ABC ¹

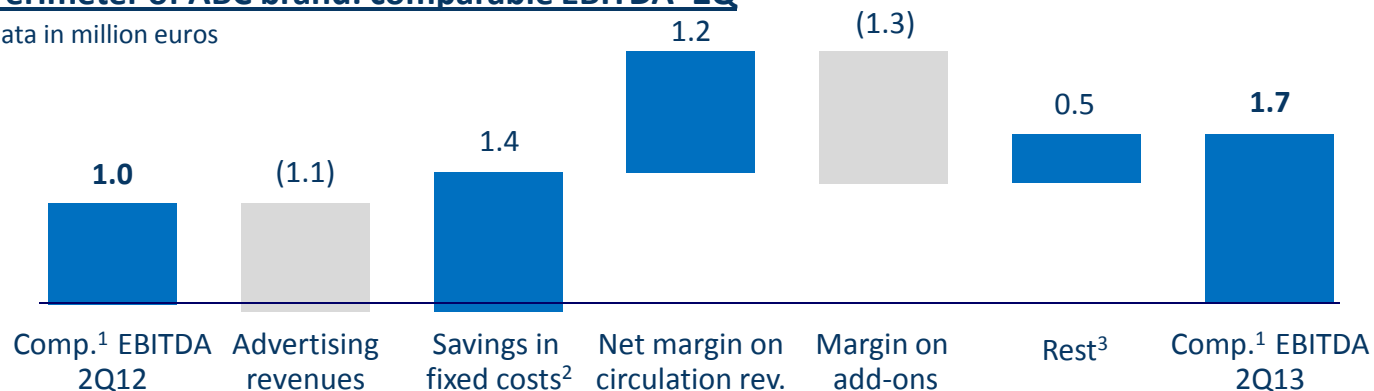
Data in %



Note 1: sum of advertising and other revenues of ABC.es.

Perimeter of ABC brand: comparable EBITDA¹ 2Q

Data in million euros



- Improvement in net margin on circulation revenues
- EBITDA 2Q13 positive in all areas of ABC (including the Print business)

Note 1: excluding investment in restructuring 2Q12 €-0.3m in print and digital activity. Note 2: including personnel expenses, administrative, general and traffic provisions. Note 3: variation in EBITDA of print units, variation in costs of ABC.es, e-commerce and other revenues.

Greater contribution from new digital businesses and online advertising

- ▶ Diversification into new digital businesses (based on e-commerce) is being reflected in both revenues and profitability
- ▶ VOC digital editions business registered a revenue growth of +11.5% in 1H13

New sources of revenues (e-commerce)



Represents 20% of the 1H13 total revenues of the digital editions



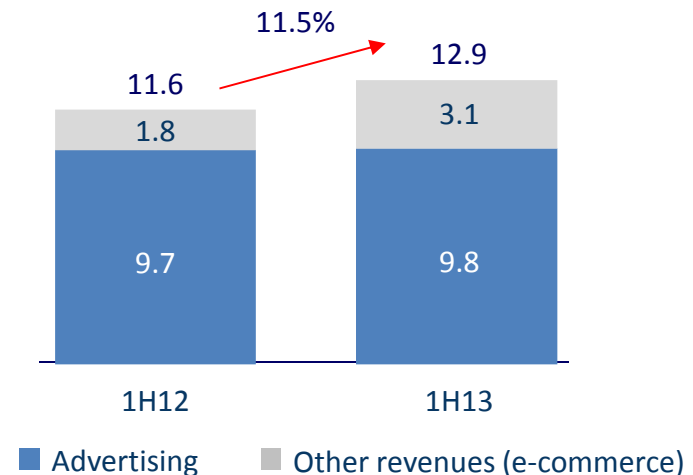
Growth in revenues 1H13 +75%



Aggregate EBITDA 1H13 €1.6m, with no additional structure costs

Breakdown of revenues of VOC Digital Editions

Data in million euros and growth in %



Launch of new e-commerce platform



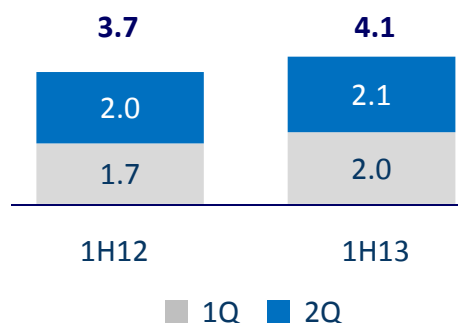
- New project for online ticket sales for shows and events with the cooperation of Entradas.com
- Launch in July 2013 on ABC.es

Audiovisual: all areas EBITDA positive in 2Q13

- ▶ National DTT: a niche & profitable business model
- ▶ Regional DTT: positive EBITDA thanks to change of supplier in 2Q13
- ▶ Radio: positive EBITDA in 2Q13 following agreement with COPE
- ▶ Content: immediate implementation of additional cost measures in 2Q13 following fall in revenues

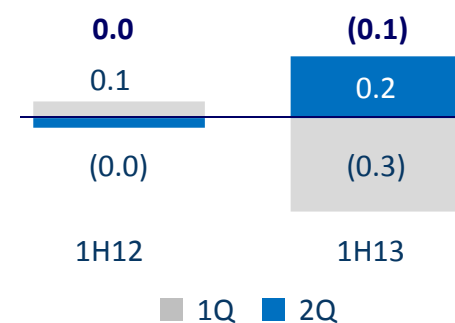
National DTT: comparable EBITDA

Data in €m



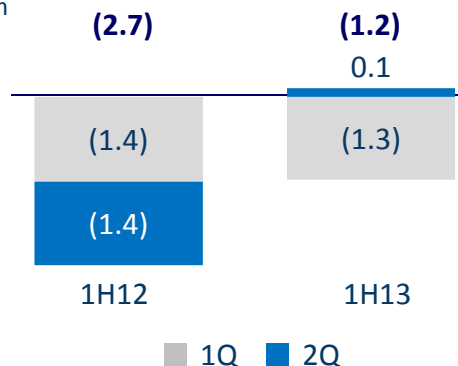
Regional DTT: comparable EBITDA

Data in €m



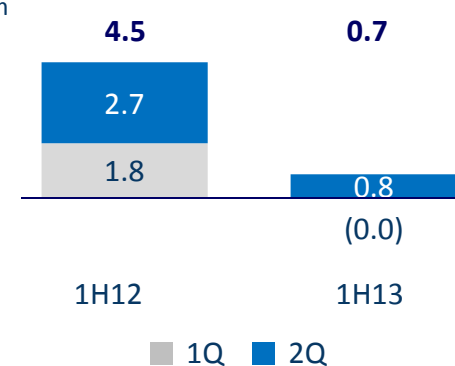
Radio: comparable EBITDA¹

Data in €m



Content: comparable EBITDA²

Data in €m



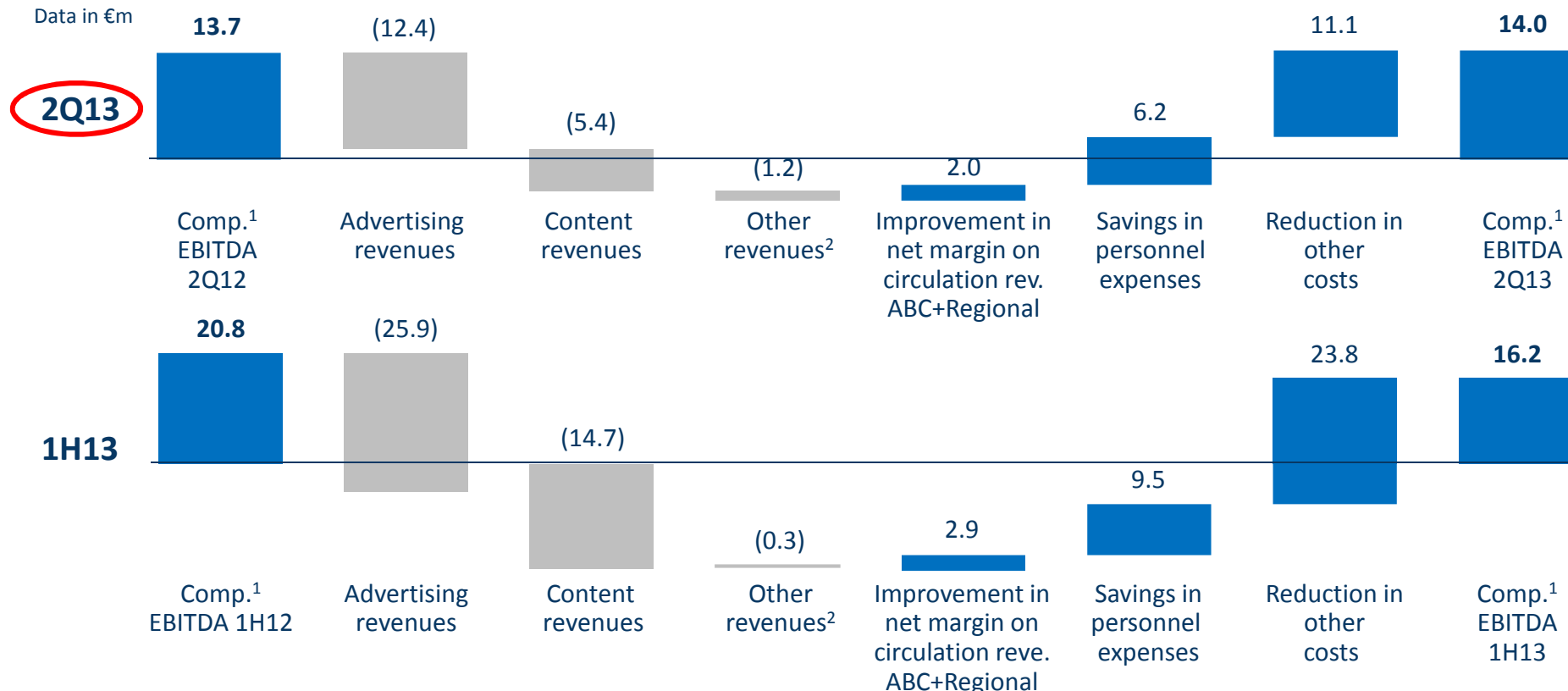
Note 1: excluding investment in restructuring in 1Q13 €-0.1m. Note 2: excluding investment in restructuring in 1Q13 €0.1m and 2Q13 €-0.1m.

EBITDA: improvement in 2Q13 despite the impact of the cycle

- ▶ Focus on 2Q13 because of the relevant impact of the Efficiency Plan
 - Increase in EBITDA 2Q13 vs. 2Q12 of €0.3m vs. fall in advertising revenues of €-12.4m
 - On-target savings from the Efficiency Plan compensate the impact of the cycle on EBITDA and improve operational gearing

Variation from previous year, except for comparable EBITDA

Data in €m



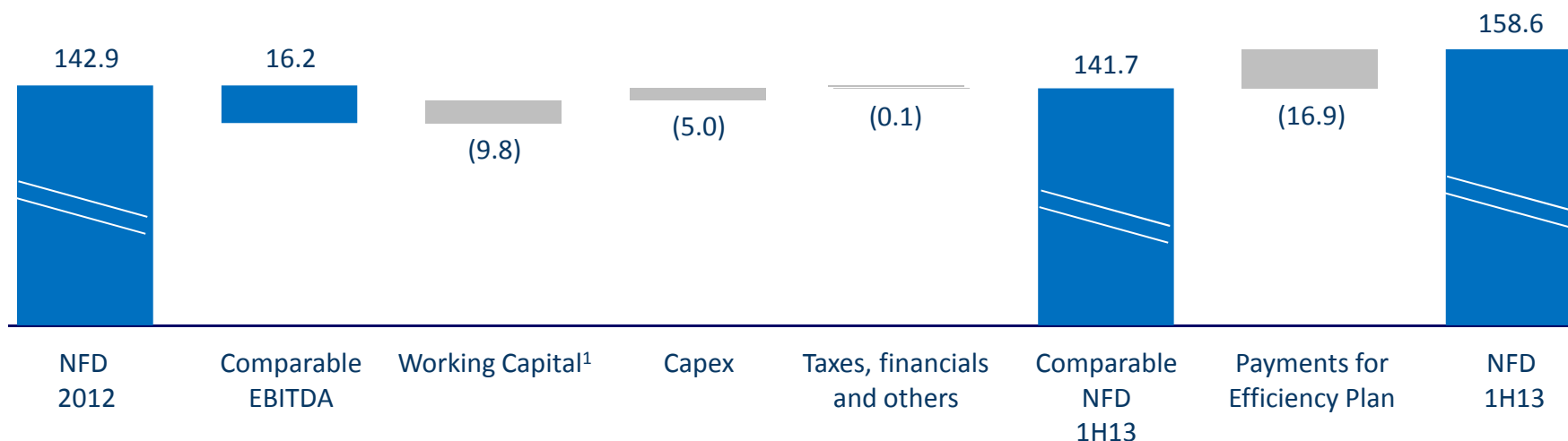
Note 1: excluding investment in restructuring 1H12 €-2.9m, 1H13 €-0.6m, 2Q12 €-1.7m and 2Q13 €-0.6m. Note 2: DTT, newspaper add-ons, circulation revenues from Supplements and Magazines and Other Businesses.

Net financial position maintained

- ▶ VOCENTO generated positive cash flow in 1H13, before the Efficiency Plan
 - Efficiency Plan: cash outflows of €-16.9m
- ▶ Protection of cash is a key objective:
 - Management of working capital: receivables from public administration: €1.9m in 1H13 (€0.9m pending). Investment in 1H13 €-9.8m due to effect of advertising revenues
 - Selective Capex, associated with new sources of digital revenues
- ▶ Available credit lines of ca. €31m for VOCENTO
- ▶ Treasury stock position: 3.1% as of 30 June 2013

Analysis of movement of net financial debt Jun2013-Dec2012

Data in €m



Note 1: variation in inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT).



Financial Information 1H13

Consolidated Profit and Loss Account 1H13

NIIF. €m	1H13	1H12	Var %
Circulation revenues	108.2	118.4	(8.6%)
Advertising revenues	79.9	105.8	(24.5%)
Other revenues	78.6	91.9	(14.5%)
Operating revenues	266.7	316.1	(15.6%)
EBITDA	15.6	17.8	(12.7%)
Amortization	(14.9)	(17.4)	(14.5%)
Result from divestment of fixed assets	0.1	(0.4)	124.4%
Operating result (EBIT)	0.8	0.0	n.r.
Impairment/reversal of goodwill	0.0	(19.1)	100.0%
Profit of companies acc. Equity method	(0.0)	(0.5)	99.0%
Financial result and others	(5.0)	(1.8)	(184.3%)
Corporation tax	(1.4)	7.5	(118.9%)
Net result for the year	(5.6)	(13.9)	59.4%
Minorities	(2.5)	(4.6)	44.7%
Net result of the partent company	(8.2)	(18.5)	55.8%
Comparable opex¹	(250.5)	(295.3)	(15.2%)
Comparable EBITDA¹	16.2	20.8	(22.2%)
Comparable EBIT^{1 2}	1.3	3.3	(62.1)

Ex Radio
and Qué!
-17.2%

n.r.: the change in absolute terms is over >1.000%. Note 1: excludes restructuring investment 1H12 €-2.9m, 1H13 €-0.6m. Note 2: excludes result from divestment of fixed assets.

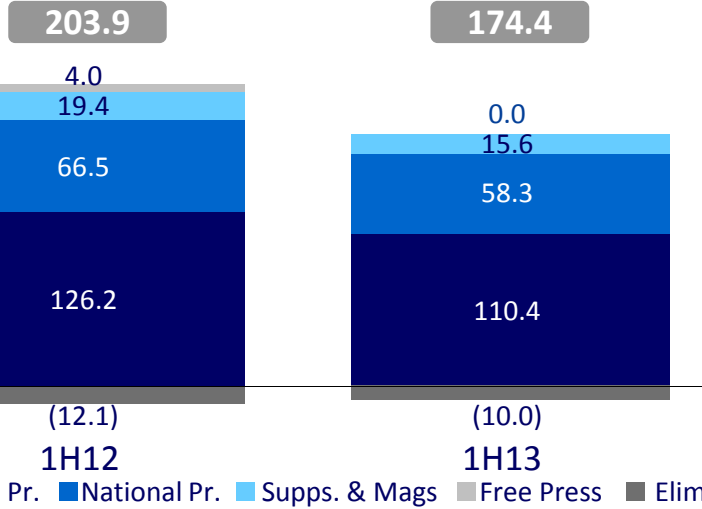
Consolidated Balance Sheet, 30 June 2013

IFRS. €m	1H13	2012		1H13	2012
Non current assets	585.0	597.2	Total Equity	360.0	369.2
Intangible assets	171.1	174.8			
Property, plant and equipment	190.4	197.4			
Investments in Associates	10.4	10.1			
Other non current assets	213.1	214.9			
Current assets	196.4	211.6	Total liabilities	421.7	439.7
Other current assets	163.7	171.3	Financial debt	192.4	183.3
Cash and cash equivalents	32.7	40.3	Other liabilities	229.4	256.5
Assets held for sale	0.2	0.2			
Total Assets	781.7	809.0	Total Equity & liabilities	781.7	809.0

Revenues by business area

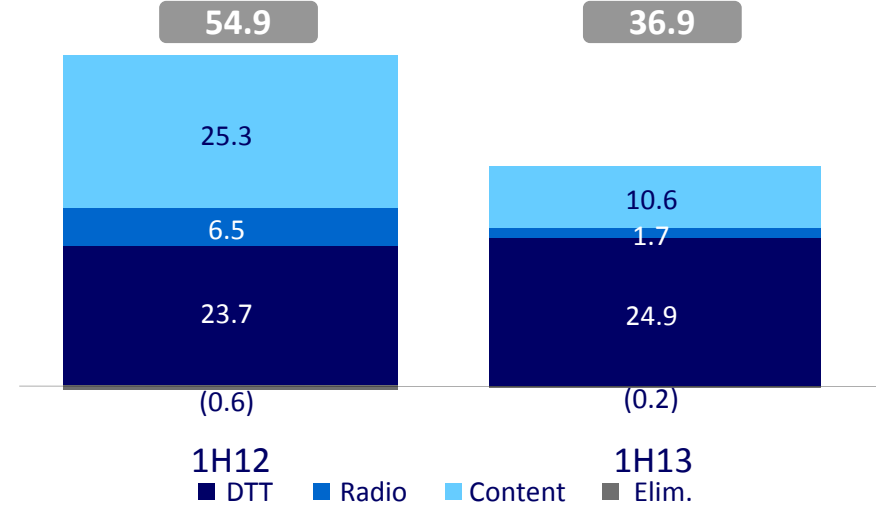
Print Media

Data in € m



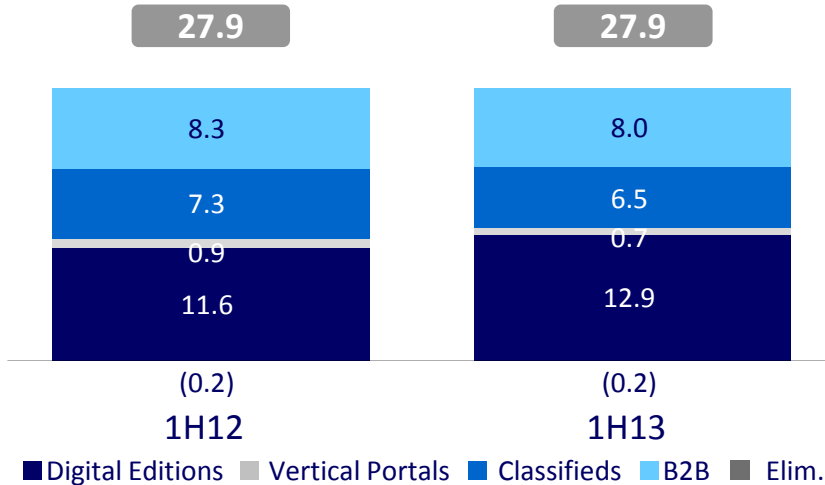
Audiovisual

Data in € m



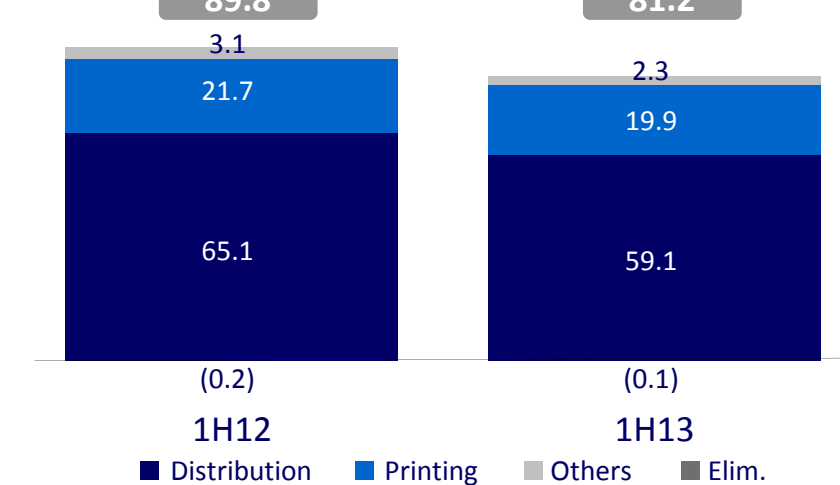
Internet

Data in € m



Other Businesses

Data in € m



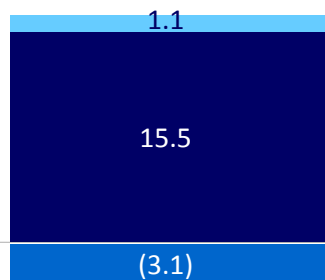
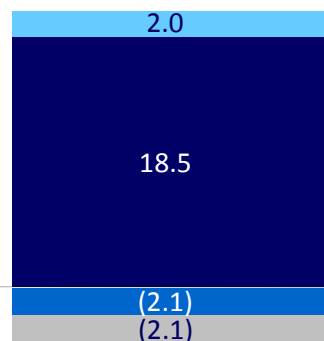
Comparable EBITDA¹ by business area

Print Media

Data in € m

16.3

13.5



1H12

1H13

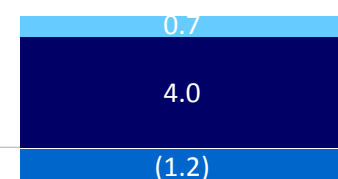
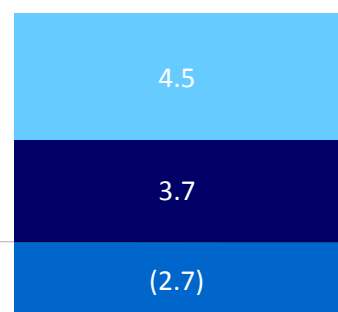
■ Regional Pr. ■ National Pr. ■ Supp. & Mags. ■ Free Press

Audiovisual

Data in € m

5.5

3.5



1H12

1H13

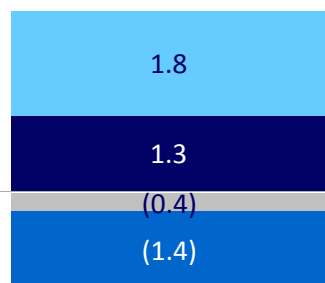
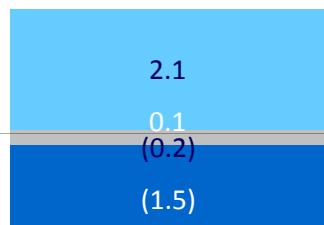
■ DTT ■ Radio ■ Content

Internet

Data in € m

0.5

1.4



1H12

1H13

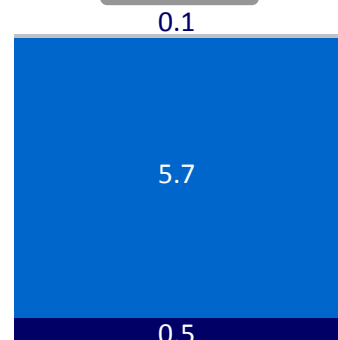
■ Digital Editions ■ Vertical Portals ■ Classifieds ■ B2B

Other Businesses

Data in € m

6.3

5.3



1H12

1H13

■ Distribution ■ Printing ■ Others

Note 1: excluding investment in restructuring: Print Media 1H12 €-2.4m and 1H13 €-0.4m; Audiovisual 1H13 €-0.2m, Internet 1H12 €-0.1m and 1H13 €0.1m, and Other Businesses 1H12 €-0.1m and 1H13 €-0.6m

Department of Investor and Shareholder Relations

Director of Investor Relations

Loles Mendoza

Investor Relations

Javier García Echegaray

C/ Juan Ignacio Luca de Tena. 7

28027 Madrid

Tel.: +34.91.743.81.04

Fax: +34.91.742.63.52

e-mail: ir@vocento.com

VOCENTO 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	1H13	2012	Var abs
ASSETS			
NON CURRENT ASSETS			
Intangible assets	171.129	174.784	(3.655)
Goodwill	122.126	122.126	0
Intangible assets	49.003	52.658	(3.655)
Property, plant and equipment	190.422	197.409	(6.986)
Investments accounted for using the equity method	10.402	10.098	304
Financial assets	10.900	10.919	(18)
Non-current investment securities	10.363	10.355	9
Other non current financial assets	537	564	(27)
Other non current receivables	1.108	1.082	26
Deferred tax assets	201.084	202.895	(1.811)
	585.046	597.187	(12.140)
CURRENT ASSETS			
Inventories	13.703	18.336	(4.634)
Trade and other receivables	140.576	140.310	266
Tax receivables	9.437	12.646	(3.209)
Cash and cash equivalents	32.732	40.295	(7.564)
	196.448	211.588	(15.140)
☒Assets held for sale and discontinued operations	193	193	0
TOTAL ASSETS	781.688	808.969	(27.281)

Thousand of Euros	1H13	2012	Var abs
EQUITY AND LIABILITIES			
Equity			
Of the Parent	291.202	298.865	(7.663)
Share capital	24.994	24.994	0
Reserves	306.391	359.812	(53.422)
Treasury shares	(32.017)	(32.572)	555
Net profit for the year	(8.165)	(53.369)	45.204
Of minority interest	68.760	70.361	(1.601)
NON CURRENT LIABILITIES			
Deferred income	76	139	(64)
Provisions	5.394	3.919	1.475
Bank borrowings and other financial liabilities	84.127	104.323	(20.196)
Other non-current payables	24.961	24.961	(0)
Deferred tax liabilities	40.663	41.239	(576)
	155.221	174.581	(19.360)
CURRENT LIABILITIES			
Bank borrowings and other financial liabilities	108.243	78.964	29.279
Trade and other payables	142.742	166.674	(23.933)
Tax payables	15.521	19.523	(4.002)
	266.505	265.161	1.344
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	781.688	808.969	(27.281)

[NET DEBT](#)

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	2012	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (short term)	108.243	78.964	29.279	37,1%
Bank borrowings and other financial liabilities (long term)	84.127	104.323	(20.196)	(19,4%)
Gross Debt	192.370	183.287	9.083	5,0%
Cash and cash equivalents	32.732	40.295	(7.564)	(18,8%)
Other non current financial asstes	1.080	55	1.025	n.r.
Net cash position/ (net debt)	(158.559)	(142.936)	(15.623)	(10,9%)

CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Circulation revenues	108.206	118.382	(10.176)	(8,6%)
Advertising revenues	79.853	105.767	(25.914)	(24,5%)
Other revenues	78.595	91.949	(13.353)	(14,5%)
Total revenue	266.655	316.097	(49.443)	(15,6%)
Staff costs	(85.543)	(97.433)	(11.890)	(12,2%)
Procurements	(45.730)	(55.014)	(9.283)	(16,9%)
External Services	(118.010)	(143.459)	(25.448)	(17,7%)
Provisions	(1.794)	(2.354)	(560)	(23,8%)
Operating expenses (without D&A)	(251.078)	(298.260)	(47.181)	(15,8%)
EBITDA	15.576	17.838	(2.262)	(12,7%)
Depreciation and amortization	(14.887)	(17.420)	(2.533)	(14,5%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. assets	101	(415)	517	124,4%
EBIT	790	3	787	n.r.
Impairments/reversal of other intangible assets	0	(19.146)	19.146	100,0%
Profit of companies acc. equity method	(5)	(489)	484	99,0%
Net financial income	(5.359)	(1.754)	(3.605)	(205,6%)
Net gains on disposal of non- current assets	356	(6)	362	n.r.
Profit before taxes	(4.218)	(21.392)	17.174	80,3%
Corporation tax	(1.416)	7.508	(8.924)	(118,9%)
Net profit for the year	(5.634)	(13.884)	8.250	59,4%
Minority interests	(2.531)	(4.575)	2.044	44,7%
Net profit attributable to the parent	(8.165)	(18.459)	10.294	55,8%
Advertising revenues ex Qué! & Radio	79.512	96.018	(16.506)	(17,2%)
Operating Expenses ex non recurring costs	(250.501)	(295.338)	(44.837)	(15,2%)
Comparable EBITDA	16.154	20.759	(4.606)	(22,2%)
Comparable EBIT	1.267	3.340	(2.073)	(62,1%)

CASH FLOW STATEMENT

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS			
	1H13	1H12	Var Abs	% Var
Net profit attributable to the parent	(8.165)	(18.459)	10.294	55,8%
Adjustments to net profit	25.438	37.940	(12.502)	(33,0%)
Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital	17.273	19.481	(2.208)	(11,3%)
Changes in working capital	(9.835)	13.744	(23.579)	(171,6%)
Other payables without financial cost	(9.826)	(14.470)	4.644	32,1%
Other payables with financial cost	(4.065)	(202)	(3.863)	n.r.
Income tax paid	(820)	(8)	(812)	n.r.
Interests deduction for tax purposes	(476)	(3.107)	2.631	84,7%
Net cash flow from operating activities (I)	(7.749)	15.438	(23.187)	(150,2%)
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(4.958)	(6.635)	1.677	25,3%
Net proceed on disposal of financial assets	350	0	350	n.a.
Interests and dividends received	342	530	(188)	(35,5%)
Other receivables and payables (investing)	(240)	0	(240)	n.a.
Net cash flow from investing activities (II)	(4.506)	(6.105)	1.599	26,2%
Interests and dividends paid	(8.544)	(9.572)	1.028	10,7%
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	17.770	(4.808)	22.578	469,6%
Other receivables and payables (financing)	191	679	(488)	(71,8%)
Equity related instruments without financial cost	(105)	(6.640)	6.535	98,4%
Equity related instruments with financial cost	(4.622)	0	(4.622)	n.a.
Net cash flows from financing activities (III)	4.690	(20.341)	25.031	123,1%
Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)	(7.565)	(11.008)	3.443	31,3%
Cash and cash equivalents at beginning of the year	40.295	53.346	(13.051)	(24,5%)
Cash and cash equivalents at end of year	32.730	42.338	(9.608)	(22,7%)

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

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS								
	1H13			1H12			Var abs.		
	Intang.	Tang.	Total	Intang.	Tang.	Total	Intang.	Tang.	Total
Print Media	498	729	1.228	687	2.541	3.228	(189)	(1.812)	(2.001)
Audiovisual	614	135	748	933	325	1.258	(320)	(190)	(510)
Internet	786	292	1.078	749	835	1.584	37	(543)	(506)
Other Businesses	29	204	233	33	190	222	(3)	14	11
Corporate and	442	19	461	239	58	297	203	(39)	164
TOTAL	2.369	1.379	3.748	2.641	3.949	6.589	(272)	(2.569)	(2.842)

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

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q13	1Q12	Var Abs	Var %	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
Print Media	45.650	49.794	(4.144)	(8,3%)	90.555	98.381	(7.826)	(8,0%)
Audiovisual	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Internet	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Other Businesses	22.751	24.770	(2.020)	(8,2%)	45.155	48.624	(3.469)	(7,1%)
Corporate and Other	(13.866)	(14.468)	602	4,2%	(27.504)	(28.624)	1.119	3,9%
Total Circulation Revenues	54.534	60.096	(5.562)	(9,3%)	108.206	118.382	(10.176)	(8,6%)
Advertising Revenues								
Print Media	28.465	38.032	(9.567)	(25,2%)	61.920	80.434	(18.514)	(23,0%)
Audiovisual	1.097	4.736	(3.638)	(76,8%)	1.819	8.370	(6.551)	(78,3%)
Internet	7.041	7.318	(277)	(3,8%)	15.603	16.043	(441)	(2,7%)
Other Businesses	291	350	(60)	(17,0%)	672	823	(151)	(18,4%)
Corporate and Other	(52)	(53)	1	2,0%	(160)	96	(256)	(266,0%)
Total Advertising Revenues	36.842	50.383	(13.541)	(26,9%)	79.853	105.767	(25.914)	(24,5%)
Other Revenues								
Print Media	9.924	11.337	(1.413)	(12,5%)	21.900	25.097	(3.197)	(12,7%)
Audiovisual	17.771	24.661	(6.890)	(27,9%)	35.127	46.523	(11.395)	(24,5%)
Internet	6.053	5.662	391	6,9%	12.304	11.857	447	3,8%
Other Businesses	17.360	19.613	(2.253)	(11,5%)	35.422	40.337	(4.915)	(12,2%)
Corporate and Other	(13.004)	(15.854)	2.850	18,0%	(26.159)	(31.865)	5.706	17,9%
Total Other Revenues	38.105	45.419	(7.315)	(16,1%)	78.595	91.949	(13.353)	(14,5%)
Total Revenues								
Print Media	84.038	99.163	(15.125)	(15,3%)	174.375	203.912	(29.537)	(14,5%)
Audiovisual	18.869	29.397	(10.528)	(35,8%)	36.946	54.893	(17.947)	(32,7%)
Internet	13.094	12.980	114	0,9%	27.906	27.900	6	0,0%
Other Businesses	40.402	44.734	(4.333)	(9,7%)	81.249	89.784	(8.535)	(9,5%)
Corporate and Other	(26.922)	(30.376)	3.453	11,4%	(53.823)	(60.392)	6.569	10,9%
Total Revenues	129.481	155.898	(26.418)	(16,9%)	266.655	316.097	(49.443)	(15,6%)
EBITDA								
Print Media	3.546	5.008	(1.462)	(29,2%)	13.147	13.859	(712)	(5,1%)
Audiovisual	228	2.187	(1.958)	(89,6%)	3.366	5.437	(2.071)	(38,1%)
Internet	(57)	(489)	432	88,3%	1.474	410	1.064	259,6%
Other Businesses	2.213	2.794	(581)	(20,8%)	4.723	6.215	(1.492)	(24,0%)
Corporate and Other	(3.808)	(3.738)	(70)	(1,9%)	(7.133)	(8.084)	950	11,8%
Total EBITDA	2.122	5.762	(3.640)	(63,2%)	15.576	17.838	(2.262)	(12,7%)
EBITDA Margin								
Print Media	4,2%	5,1%	(0,8) p.p.		7,5%	6,8%	0,7 p.p.	
Audiovisual	1,2%	7,4%	(6,2) p.p.		9,1%	9,9%	(0,8) p.p.	
Internet	(0,4%)	(3,8%)	3,3 p.p.		5,3%	1,5%	3,8 p.p.	
Other Businesses	5,5%	6,2%	(0,8) p.p.		5,8%	6,9%	(1,1) p.p.	
Corporate and Other	(14,1%)	(12,3%)	(1,8) p.p.		13,3%	13,4%	(0,1) p.p.	
Total EBITDA Margin	1,6%	3,7%	(2,1) p.p.		5,8%	5,6%	0,2 p.p.	
EBIT								
Print Media	1.848	3.111	(1.263)	(40,6%)	9.774	9.726	48	0,5%
Audiovisual	(1.854)	(753)	(1.101)	(146,2%)	(787)	(237)	(550)	(232,5%)
Internet	(1.074)	(1.572)	498	31,7%	(512)	(1.879)	1.367	72,7%
Other Businesses	(178)	230	(408)	(177,5%)	(92)	1.098	(1.190)	(108,3%)
Corporate and Other	(4.038)	(4.046)	7	0,2%	(7.593)	(8.706)	1.113	12,8%
Total EBIT	(5.297)	(3.030)	(2.267)	(74,8%)	790	3	787	n.r.
EBIT Margin								
Print Media	2,2%	3,1%	(0,9) p.p.		5,6%	4,8%	(0,0) p.p.	
Audiovisual	(9,8%)	(2,6%)	(7,3) p.p.		(2,1%)	(0,4%)	0,0 p.p.	
Internet	(8,2%)	(12,1%)	3,9 p.p.		(1,8%)	(6,7%)	218,6 p.p.	
Other Businesses	(0,4%)	0,5%	(1,0) p.p.		(0,1%)	1,2%	0,1 p.p.	
Corporate and Other	(15,0%)	(13,3%)	(1,7) p.p.		14,1%	14,4%	0,2 p.p.	
Total EBIT Margin	(4,1%)	(1,9%)	(2,1) p.p.		0,3%	0,0%	(0,0) p.p.	
Comparable EBITDA								
Print Media	3.590	6.111	(2.520)	(41,2%)	13.527	16.268	(2.741)	(16,9%)
Audiovisual	301	2.179	(1.878)	(86,2%)	3.537	5.484	(1.947)	(35,5%)
Internet	(88)	(462)	374	80,9%	1.410	479	931	194,5%
Other Businesses	2.572	2.887	(315)	(10,9%)	5.323	6.310	(986)	(15,6%)
Corporate and Other	(4.253)	(3.696)	(557)	(15,1%)	(7.643)	(7.780)	138	1,8%
Total comparable EBITDA	2.123	7.019	(4.897)	(69,8%)	16.154	20.759	(4.606)	(22,2%)
Comparable EBIT								
Print Media	1.889	4.204	(2.315)	(1)	10.143	12.497	(2.354)	(18,8%)
Audiovisual	(1.820)	(757)	(1.063)	(140,4%)	(662)	(189)	(473)	(250,3%)
Internet	(1.105)	(1.545)	439	28,4%	(622)	(1.758)	1.136	64,6%
Other Businesses	181	323	(142)	(43,8%)	509	1.193	(684)	(57,3%)
Corporate and Other	(4.483)	(4.004)	(480)	(12,0%)	(8.101)	(8.403)	302	3,6%
Total comparable EBIT	(5.338)	(1.778)	(3.560)	(200,1%)	1.267	3.340	(2.073)	(62,1%)

	IFRS				IFRS			
	1Q13	1Q12	Var Abs	Var %	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
Regional Press	30.398	32.539	(2.141)	(6,6%)	60.476	64.661	(4.185)	(6,5%)
National Press	14.341	16.686	(2.345)	(14,1%)	28.260	32.615	(4.355)	(13,4%)
Supplements & Magazines	4.458	5.002	(543)	(10,9%)	8.770	9.887	(1.116)	(11,3%)
Free Press	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments Intersegment	(3.548)	(4.433)	885	20,0%	(6.952)	(8.783)	1.830	20,8%
Total Circulation Revenues	45.650	49.794	(4.144)	(8,3%)	90.555	98.381	(7.826)	(8,0%)
Advertising Revenues								
Regional Press	18.649	22.939	(4.290)	(18,7%)	39.319	47.570	(8.251)	(17,3%)
National Press	7.105	9.351	(2.247)	(24,0%)	16.352	20.176	(3.824)	(19,0%)
Supplements & Magazines	2.765	3.766	(1.001)	(26,6%)	6.303	8.792	(2.489)	(28,3%)
Free Press	0	1.976	(1.976)	(100,0%)	(1)	3.909	(3.910)	(100,0%)
Adjustments Intersegment	(54)	0	(54)	n.a.	(53)	(13)	(40)	(307,4%)
Total Advertising Revenues	28.465	38.032	(9.567)	(25,2%)	61.920	80.434	(18.514)	(23,0%)
Other Revenues								
Regional Press	4.992	7.019	(2.027)	(28,9%)	10.619	13.924	(3.305)	(23,7%)
National Press	6.170	5.637	533	9,5%	13.701	13.720	(19)	(0,1%)
Supplements & Magazines	248	300	(51)	(17,1%)	551	679	(129)	(18,9%)
Free Press	0	44	(43)	(99,5%)	2	58	(56)	(95,9%)
Adjustments Intersegment	(1.487)	(1.662)	175	10,5%	(2.973)	(3.285)	313	9,5%
Total Other Revenues	9.924	11.337	(1.413)	(12,5%)	21.900	25.097	(3.197)	(12,7%)
Total Revenues								
Regional Press	54.039	62.496	(8.458)	(13,5%)	110.414	126.155	(15.741)	(12,5%)
National Press	27.616	31.674	(4.058)	(12,8%)	58.314	66.512	(8.199)	(12,3%)
Supplements & Magazines	7.472	9.067	(1.595)	(17,6%)	15.624	19.358	(3.734)	(19,3%)
Free Press	0	2.020	(2.020)	(100,0%)	2	3.967	(3.966)	(100,0%)
Adjustments Intersegment	(5.089)	(6.095)	1.006	16,5%	(9.978)	(12.081)	2.103	17,4%
Total Revenues	84.038	99.163	(15.125)	(15,3%)	174.375	203.912	(29.537)	(14,5%)
EBITDA								
Regional Press	6.456	7.619	(1.163)	(15,3%)	15.332	17.495	(2.163)	(12,4%)
National Press	(3.128)	(2.108)	(1.020)	(48,4%)	(3.116)	(2.933)	(183)	(6,2%)
Supplements & Magazines	218	552	(335)	(60,6%)	922	1.994	(1.071)	(53,7%)
Free Press	0	(1.055)	1.055	100,0%	8	(2.698)	2.705	100,3%
Total EBITDA	3.546	5.008	(1.462)	(29,2%)	13.147	13.859	(712)	(5,1%)
EBITDA Margin								
Regional Press	11,9%	12,2%	(0,2) p.p.		13,9%	13,9%	0,1 p.p.	
National Press	(11,3%)	(6,7%)	(4,7) p.p.		(5,3%)	(4,4%)	0,0 p.p.	
Supplements & Magazines	2,9%	6,1%	(3,2) p.p.		5,9%	10,3%	0,3 p.p.	
Free Press	55,5%	(52,2%)	107,7 p.p.		432,9%	(68,0%)	(0,7) p.p.	
Total EBITDA Margin	4,2%	5,1%	(0,8) p.p.		7,5%	6,8%	0,0 p.p.	
EBIT								
Regional Press	5.482	6.430	(948)	(14,7%)	13.408	15.254	(1.846)	(12,1%)
National Press	(3.829)	(2.692)	(1.136)	(42,2%)	(4.520)	(4.123)	(397)	(9,6%)
Supplements & Magazines	195	467	(272)	(58,3%)	878	1.788	(910)	(50,9%)
Free Press	0	(1.094)	1.094	100,0%	8	(3.193)	3.200	100,2%
Total EBIT	1.848	3.111	(1.263)	(40,6%)	9.774	9.726	48	0,5%
EBIT Margin								
Regional Press	10,1%	10,3%	(0,1) p.p.		12,1%	12,1%	0,1 p.p.	
National Press	(13,9%)	(8,5%)	(5,4) p.p.		(7,8%)	(6,2%)	0,0 p.p.	
Supplements & Magazines	2,6%	5,1%	(2,5) p.p.		5,6%	9,2%	0,2 p.p.	
Free Press	55,5%	(54,2%)	109,6 p.p.		432,9%	(80,5%)	(0,8) p.p.	
Total EBIT Margin	2,2%	3,1%	(0,9) p.p.		5,6%	4,8%	(0,0) p.p.	
Comparable EBITDA								
Regional Press	6.472	8.256	(1.783)	(21,6%)	15.497	18.451	(2.954)	(16,0%)
National Press	(3.127)	(1.642)	(1.485)	(90,4%)	(3.115)	(2.118)	(997)	(47,0%)
Supplements & Magazines	245	552	(308)	(55,7%)	1.137	2.006	(870)	(43,3%)
Free Press	0	(1.055)	1.055	100,0%	8	(2.071)	2.079	100,4%
Total comparable EBITDA	3.590	6.111	(2.520)	(41,2%)	13.527	16.268	(2.741)	(16,9%)
Comparable EBIT								
Regional Press	5.495	7.066	(1.570)	(22,2%)	13.562	16.162	(2.600)	(16,1%)
National Press	(3.828)	(2.235)	(1.593)	(71,3%)	(4.519)	(3.317)	(1.202)	(36,2%)
Supplements & Magazines	222	467	(245)	(52,5%)	1.092	1.800	(708)	(39,3%)
Free Press	0	(1.094)	1.094	100,0%	8	(2.148)	2.156	100,4%
Total comparable EBIT	1.889	4.204	(2.315)	(55,1%)	10.143	12.497	(2.354)	(18,8%)

AUDIOVISUAL
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q13	1Q12	Var Abs	Var %	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Advertising Revenues								
DTT	748	1.905	(1.157)	(60,7%)	1.477	2.530	(1.054)	(41,6%)
Radio	349	2.830	(2.481)	(87,7%)	342	5.840	(5.498)	(94,1%)
Content	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments Intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Advertising Revenues	1.097	4.736	(3.638)	(76,8%)	1.819	8.370	(6.551)	(78,3%)
Other Revenues								
DTT	11.654	9.523	2.131	22,4%	23.419	21.167	2.253	10,6%
Radio	485	325	160	49,3%	1.326	618	707	114,4%
Content	5.771	15.109	(9.338)	(61,8%)	10.609	25.343	(14.734)	(58,1%)
Adjustments Intersegment	(139)	(296)	157	53,0%	(227)	(606)	379	62,6%
Total Other Revenues	17.771	24.661	(6.890)	(27,9%)	35.127	46.523	(11.395)	(24,5%)
Total Revenues								
DTT	12.402	11.428	974	8,5%	24.896	23.697	1.199	5,1%
Radio	834	3.155	(2.321)	(73,6%)	1.668	6.458	(4.791)	(74,2%)
Content	5.771	15.109	(9.338)	(61,8%)	10.609	25.343	(14.734)	(58,1%)
Adjustments Intersegment	(139)	(296)	157	53,0%	(227)	(606)	379	62,6%
Total Revenues	18.869	29.397	(10.528)	(35,8%)	36.946	54.893	(17.947)	(32,7%)
EBITDA								
DTT	1.674	1.750	(75)	(4,3%)	3.993	3.717	276	7,4%
Radio	(1.453)	(1.380)	(73)	(5,3%)	(1.329)	(2.739)	1.410	51,5%
Content	7	1.817	(1.810)	(99,6%)	702	4.459	(3.757)	(84,3%)
Total EBITDA	228	2.187	(1.958)	(89,6%)	3.366	5.437	(2.071)	(38,1%)
EBITDA Margin								
DTT	13,5%	15,3%	(1,8) p.p.		16,0%	15,7%	0,2 p.p.	
Radio	(174,1%)	(43,7%)	(130,4) p.p.		(79,7%)	(42,4%)	(0,3) p.p.	
Content	0,1%	12,0%	(11,9) p.p.		6,6%	17,6%	0,3 p.p.	
Total EBITDA Margin	1,2%	7,4%	(6,2) p.p.		9,1%	9,9%	0,1 p.p.	
EBIT								
DTT	1.581	1.622	(41)	(2,5%)	3.809	3.463	346	10,0%
Radio	(1.537)	(1.568)	30	1,9%	(1.491)	(3.097)	1.606	51,9%
Content	(1.898)	(807)	(1.091)	(135,1%)	(3.105)	(603)	(2.502)	(415,0%)
Total EBIT	(1.854)	(753)	(1.101)	(146,2%)	(787)	(237)	(550)	(232,5%)
EBIT Margin								
DTT	12,7%	14,2%	(1,4) p.p.		15,3%	14,6%	0,3 p.p.	
Radio	(184,2%)	(49,7%)	(134,5) p.p.		(89,4%)	(48,0%)	(0,3) p.p.	
Content	(32,9%)	(5,3%)	(27,5) p.p.		(29,3%)	(2,4%)	0,2 p.p.	
Total EBIT Margin	(9,8%)	(2,6%)	(7,3) p.p.		(2,1%)	(0,4%)	0,0 p.p.	
Comparable EBITDA								
DTT	1.692	1.741	(49)	(2,8%)	4.012	3.709	303	8,2%
Radio	(1.348)	(1.380)	32	2,4%	(1.209)	(2.739)	1.530	55,9%
Content	(44)	1.818	(1.862)	(102,4%)	734	4.514	(3.780)	(83,7%)
Total comparable EBITDA	301	2.179	(1.878)	(86,2%)	3.537	5.484	(1.947)	(35,5%)
Comparable EBIT								
DTT	1.599	1.613	(15)	(0,9%)	3.828	3.455	373	10,8%
Radio	(1.470)	(1.564)	94	6,0%	(1.441)	(3.096)	1.655	53,5%
Content	(1.949)	(806)	(1.142)	(141,7%)	(3.050)	(549)	(2.501)	(455,9%)
Total comparable EBIT	(1.820)	(757)	(1.063)	(140,4%)	(662)	(189)	(473)	(250,3%)

INTERNET
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q13	1Q12	Var Abs	Var %	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
Digital Editions	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Vertical Portals & Others	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
B2B	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								
Digital Editions	4.393	4.308	85	2,0%	9.814	9.740	74	0,8%
Vertical Portals & Others	245	384	(140)	(36,4%)	571	800	(228)	(28,6%)
Classified	2.381	2.607	(226)	(8,7%)	5.169	5.442	(274)	(5,0%)
B2B	23	12	11	98,8%	49	53	(4)	(8,2%)
Adjustments Intersegment	0	8	(8)	(100,0%)	0	8	(8)	(100,0%)
Total Advertising Revenues	7.041	7.318	(277)	(3,8%)	15.603	16.043	(441)	(2,7%)
Other Revenues								
Digital Editions	1.431	673	758	112,6%	3.103	1.848	1.255	67,9%
Vertical Portals & Others	52	79	(28)	(34,7%)	102	135	(32)	(23,9%)
Classified	685	911	(226)	(24,8%)	1.332	1.859	(527)	(28,3%)
B2B	3.958	4.100	(142)	(3,5%)	7.917	8.208	(292)	(3,6%)
Adjustments Intersegment	(73)	(102)	29	28,5%	(150)	(193)	42	21,9%
Total Other Revenues	6.053	5.662	391	6,9%	12.304	11.857	447	3,8%
Total Revenues								
Digital Editions	5.824	4.981	843	16,9%	12.916	11.588	1.328	11,5%
Vertical Portals & Others	296	464	(167)	(36,1%)	674	934	(261)	(27,9%)
Classified	3.066	3.518	(453)	(12,9%)	6.501	7.301	(800)	(11,0%)
B2B	3.981	4.112	(131)	(3,2%)	7.966	8.262	(296)	(3,6%)
Adjustments Intersegment	(73)	(94)	21	22,7%	(150)	(185)	35	18,7%
Total Revenues	13.094	12.980	114	0,9%	27.906	27.900	6	0,0%
EBITDA								
Digital Editions	68	(560)	628	112,2%	1.337	15	1.322	n.r.
Vertical Portals & Others	(200)	(108)	(91)	(84,3%)	(356)	(199)	(157)	(78,7%)
Classified	(844)	(924)	80	8,6%	(1.326)	(1.517)	191	12,6%
B2B	919	1.103	(184)	(16,7%)	1.819	2.111	(292)	(13,8%)
Total EBITDA	(57)	(489)	432	88,3%	1.474	410	1.064	259,6%
EBITDA Margin								
Digital Editions	1,2%	(11,2%)	12,4 p.p.		10,3%	0,1%	1,0 p.p.	
Vertical Portals & Others	(67,4%)	(23,4%)	(44,1) p.p.		(52,8%)	(21,3%)	0,6 p.p.	
Classified	(27,5%)	(26,3%)	(1,3) p.p.		(20,4%)	(20,8%)	(0,2) p.p.	
B2B	23,1%	26,8%	(3,7) p.p.		22,8%	25,5%	1,0 p.p.	
Total EBITDA Margin	(0,4%)	(3,8%)	3,3 p.p.		5,3%	1,5%	170,2 p.p.	
EBIT								
Digital Editions	(215)	(814)	599	73,6%	751	(578)	1.328	229,9%
Vertical Portals & Others	(267)	(191)	(76)	(40,0%)	(492)	(370)	(122)	(32,9%)
Classified	(1.207)	(1.385)	179	12,9%	(2.035)	(2.448)	413	16,9%
B2B	614	818	(204)	(24,9%)	1.263	1.517	(253)	(16,7%)
Total EBIT	(1.074)	(1.572)	498	31,7%	(512)	(1.879)	1.367	72,7%
EBIT Margin								
Digital Editions	(3,7%)	(16,3%)	12,7 p.p.		5,8%	(5,0%)	1,0 p.p.	
Vertical Portals & Others	(90,1%)	(41,1%)	(49,0) p.p.		(73,0%)	(39,6%)	0,5 p.p.	
Classified	(39,4%)	(39,4%)	0,0 p.p.		(31,3%)	(33,5%)	(0,5) p.p.	
B2B	15,4%	19,9%	(4,5) p.p.		15,9%	18,4%	0,9 p.p.	
Total EBIT Margin	(8,2%)	(12,1%)	(5,2) p.p.		(1,8%)	(6,7%)	218,6 p.p.	
Comparable EBITDA								
Digital Editions	93	(556)	649	116,7%	1.328	60	1.268	n.r.
Vertical Portals & Others	(200)	(108)	(91)	(84,3%)	(356)	(199)	(157)	(78,8%)
Classified	(900)	(900)		0,0%	(1.382)	(1.493)	112	7,5%
B2B	919	1.103	(184)	(16,7%)	1.819	2.111	(292)	(13,8%)
Total comparable EBITDA	(88)	(462)	374	80,9%	1.410	479	931	194,5%
Comparable EBIT								
Digital Editions	(190)	(811)	621	76,6%	743	(481)	1.225	254,5%
Vertical Portals & Others	(267)	(191)	(76)	(40,0%)	(492)	(370)	(122)	(32,9%)
Classified	(1.262)	(1.361)	99	7,3%	(2.090)	(2.424)	334	13,8%
B2B	614	818	(204)	(24,9%)	1.216	1.517	(301)	(19,8%)
Total comparable EBIT	(1.105)	(1.545)	439	28,4%	(622)	(1.758)	1.136	64,6%

OTHER BUSINESS
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q13	1Q12	Var Abs	Var %	1H13	1H12	Var Abs	Var %
Circulation Revenues								
Distribution	22.751	24.770	(2.020)	(8,2%)	45.155	48.624	(3.469)	(7,1%)
Printing	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Others	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	22.751	24.770	(2.020)	(8,2%)	45.155	48.624	(3.469)	(7,1%)
Advertising Revenues								
Distribution	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Printing	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Others	291	350	(60)	(17,0%)	672	823	(151)	(18,4%)
Adjustments Intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Advertising Revenues	291	350	(60)	(17,0%)	672	823	(151)	(18,4%)
Other Revenues								
Distribution	6.754	7.820	(1.065)	(13,6%)	13.985	16.456	(2.470)	(15,0%)
Printing	9.777	10.711	(934)	(8,7%)	19.934	21.742	(1.807)	(8,3%)
Others	870	1.164	(294)	(25,3%)	1.588	2.314	(726)	(31,4%)
Adjustments Intersegment	(41)	(82)	40	49,5%	(86)	(175)	89	50,9%
Total Other Revenues	17.360	19.613	(2.253)	(11,5%)	35.422	40.337	(4.915)	(12,2%)
Total Revenues								
Distribution	29.505	32.590	(3.085)	(9,5%)	59.140	65.080	(5.940)	(9,1%)
Printing	9.777	10.711	(934)	(8,7%)	19.934	21.742	(1.807)	(8,3%)
Others	1.161	1.515	(354)	(23,4%)	2.260	3.137	(877)	(28,0%)
Adjustments Intersegment	(41)	(82)	40	49,5%	(86)	(175)	89	50,9%
Total Revenues	40.402	44.734	(4.333)	(9,7%)	81.249	89.784	(8.535)	(9,5%)
EBITDA								
Distribution	265	162	103	63,9%	543	467	76	16,2%
Printing	1.950	2.600	(650)	(25,0%)	4.169	5.660	(1.491)	(26,3%)
Others	(3)	33	(35)	(108,6%)	11	88	(77)	(87,4%)
Total EBITDA	2.213	2.794	(581)	(20,8%)	4.723	6.215	(1.492)	(24,0%)
EBITDA Margin								
Distribution	0,9%	0,5%	0,4 p.p.		0,9%	0,7%	(0,0) p.p.	
Printing	19,9%	24,3%	(4,3) p.p.		20,9%	26,0%	0,8 p.p.	
Others	(0,2%)	2,1%	(2,4) p.p.		0,5%	2,8%	0,1 p.p.	
Total EBITDA Margin	5,5%	6,2%	(0,8) p.p.		5,8%	6,9%	0,2 p.p.	
EBIT								
Distribution	176	64	112	174,3%	365	271	95	35,1%
Printing	(344)	143	(487)	(341,6%)	(454)	757	(1.211)	(160,0%)
Others	(10)	23	(33)	(142,1%)	(3)	71	(73)	(103,8%)
Total EBIT	(178)	230	(408)	(177,5%)	(92)	1.098	(1.190)	(108,3%)
EBIT Margin								
Distribution	0,6%	0,2%	0,4 p.p.		0,6%	0,4%	(0,0) p.p.	
Printing	(3,5%)	1,3%	(4,9) p.p.		(2,3%)	3,5%	0,7 p.p.	
Others	(0,8%)	1,5%	(2,4) p.p.		(0,1%)	2,3%	0,1 p.p.	
Total EBIT Margin	(0,4%)	0,5%	(1,0) p.p.		(0,1%)	1,2%	0,1 p.p.	
Comparable EBITDA								
Distribution	326	172	153	89,0%	605	477	127	26,6%
Printing	2.249	2.682	(433)	(16,2%)	4.708	5.742	(1.035)	(18,0%)
Others	(3)	33	(35)	(108,1%)	11	90	(79)	(87,5%)
Total comparable EBITDA	2.572	2.887	(315)	(10,9%)	5.323	6.310	(986)	(15,6%)
Comparable EBIT								
Distribution	237	75	162	216,4%	427	281	146	52,0%
Printing	(46)	225	(270)	(120,2%)	84	840	(755)	(90,0%)
Others	(10)	23	(33)	(141,5%)	(3)	72	(75)	(103,5%)
Total comparable EBIT	181	323	(142)	(43,8%)	509	1.193	(684)	(57,3%)