

Vocento, S.A. y Sociedades  
Dependientes

**Informe de Gestión Intermedio  
Consolidado 2016**  
Primer semestre de 2016

26 de julio de 2016

**vocento**



## INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

La economía española en el inicio de 2016 prolonga su fase de crecimiento similar a la del pasado año. Según estimaciones del Banco de España, el PIB ha crecido en el segundo trimestre de 2016 un 0,7% en tasa trimestral, apenas una décima inferior a la registrada en el primer trimestre.

Como factor principal del crecimiento económico se encuentra la creación de empleo que se incrementa a tasas similares a las del PIB. Por otra parte, existen factores externos que impactan positivamente en la economía como son los bajos tipos de interés, la caída en el precio del petróleo, y en menor medida, la inestabilidad política en destinos turísticos que compiten con el español, como son los países del norte de África. Para la segunda parte de 2016, el consenso de expertos del panel Funcas estima una desaceleración del PIB hasta una tasa de crecimiento del 0,4% que, de todas maneras, permitiría obtener un crecimiento en 2016 del 2,9%.

El panel de Funcas estima que el consumo de los hogares suba un 3,3% en 2016. Esta coyuntura económica tiene su reflejo en el mercado publicitario que según i2p se espera que crezca en 2016 un 4,5%, tasa superior a la registrada en el primer semestre de 2016 (+3,8%). Por soportes se estima que la inversión en prensa descienda un 6,3% y por el contrario la de Internet crezca un 16,2%.

La estrategia de VOCENTO en 2016 está enfocada en continuar con la transformación de la compañía, para lo que se están desarrollando diversas líneas de trabajo claves:

- (i) **Aceleración del negocio digital:** trabajar en los ingresos publicitarios y digitales, con herramientas comerciales y alianzas (i.e. acuerdos con Grupo Zeta o El Economista) que permitan un crecimiento publicitario en el rango del dígito bajo-medio para 2016.
- (ii) **Reducción de costes neta:** mejorar la rentabilidad y el crecimiento del EBITDA comparable. La mejor forma de mejorar el modelo de prensa es mediante la gestión del equilibrio existente entre offline y online (prensa escrita y digital). En esta línea, VOCENTO pone el acento por una parte en el margen por venta de ejemplares y por otra, en el posicionamiento digital vía asignación de una parte mayor de los costes operativos al desarrollo de nuevas iniciativas. Para lograr esta transformación es necesaria la reducción neta de estructura, por medio de la renovación de perfiles principalmente, y la disminución del peso de los negocios no principales.
- (iii) **Cumplimiento del umbral interno de apalancamiento financiero hacia niveles de 2x, más allá de los hitos recogidos en la financiación sindicada** obtenida en 2014 (ver Hecho Relevante de 24 de febrero de 2014): generar caja ordinaria a través de una política activa de gestión de circulante, y estricto control de CAPEX.

### 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 su actividad en medios de comunicación.

En el ejercicio 2013 se realizó un cambio en la organización de la información de gestión, definiendo las siguientes líneas de actividad: Periódicos, Audiovisual y Clasificados. Esta agrupación de la información es la utilizada para el reporte al mercado e incluye todos los periódicos, todas las ediciones digitales, la radio, la televisión digital, etc., donde VOCENTO está presente y que están asignados a cada segmento de negocio. En el año 2016 desaparece el segmento de Otros, que por motivos de comparabilidad se mantuvo en 2015 dado que incluía el negocio de Sarenet que se vendió en diciembre de 2014.

Los comentarios y comparativas que se incluyen en este Informe de Gestión están hechos sobre la base de los segmentos mencionados.

A continuación se incorpora un resumen gráfico de las áreas.

**Desglose de áreas de actividad de VOCENTO 1S16**

PERIODICOS (print y digital)			
REGIONALES		ABC	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Correo</li> <li>▪ La Verdad</li> <li>▪ El Diario Vasco</li> <li>▪ El Norte de Castilla</li> <li>▪ El Diario Montañés</li> <li>▪ Ideal</li> <li>▪ Sur</li> <li>▪ Las Provincias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Comercio</li> <li>▪ Hoy</li> <li>▪ La Rioja</li> <li>▪ Imprentas locales</li> <li>▪ Distribución local (Beralán)</li> <li>▪ Agencia de noticias (Colpisa)</li> <li>▪ Comercializadoras locales</li> <li>▪ Otras participadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ABC</li> <li>▪ Imprenta nacional</li> <li>▪ Comercializadora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ XL Semanal</li> <li>▪ Mujer Hoy</li> <li>▪ Corazón CZN TVE</li> <li>▪ Inversión y Finanzas</li> <li>▪ Mujerhoy.com</li> <li>▪ Finanzas.com</li> </ul>

AUDIOVISUAL			CLASIFICADOS
TDT	RADIO	CONTENIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TDT Nacional - Net TV</li> <li>▪ TDT Regional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Licencias de radio analógica</li> <li>▪ Licencias de radio digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones y Hill Valley)</li> <li>▪ Veralia Cine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pisos.com</li> <li>▪ Infoempleo</li> <li>▪ Autocasión</li> </ul>

**NOTA IMPORTANTE**

Para facilitar el análisis de la información y poder apreciar la evolución orgánica de la Compañía, a lo largo del informe se explica siempre cuando los gastos de explotación, el EBITDA, el EBIT y el Resultado Neto están afectados por diferentes impactos no recurrentes o extraordinarios. Los impactos más relevantes se resumen en: 1) medidas de ajuste de plantilla y “one offs” y 2) cambios de perímetro o impactos generados por decisiones estratégicas de negocio (i.e. venta de participaciones o negocios).

Por otra parte, la CNMV ha notificado con fecha 20 de octubre de 2015 su intención de cumplir con las “Directrices sobre Medidas Alternativas del Rendimiento” publicadas por La Autoridad Europea de Valores y Mercados (ESMA) el 30 de junio de 2015 y emitidas al amparo del artículo 16 del Reglamento (EU) Nº 1095/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de noviembre de 2010. En este contexto, se incluye en el anexo I las Medidas Alternativas del Rendimiento utilizadas en este informe.

## Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

**Descenso en publicidad 1S16 del 3,6%, pero estabilizada en 2T16 -0,6%.**

**Publicidad online 1S16 +13,6%**

**EBITDA comparable desciende en €0,5m, pero mejora en 2T16 €1,0m**

**Generación de caja ordinaria positiva 1S16 de €9,5m**

- **Estabilización de la tendencia de los ingresos publicitarios mientras continúa el crecimiento digital**
  - (i) Tras un primer trimestre con un descenso del 7,1%, en el segundo trimestre se suaviza la caída de los ingresos publicitarios hasta el 0,6%.
  - (ii) Los ingresos de publicidad online en el primer semestre de 2016 crecen un 13,6%, en especial en Clasificados con un crecimiento del 18,7%.
  - (iii) Crecimiento de la publicidad digital proveniente de Nacional (1S16 +18,8%). La digital Local se mantiene plana (1S16 -0,2%), debido principalmente a la menor inversión institucional local y el impacto del cierre y dimensionamiento de las delegaciones de ABC.
  - (iv) Evolución del perfil de ingresos hacia digital: los ingresos publicitarios de Internet y los nuevos negocios digitales aportan el 31,0% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce de VOCENTO en el primer semestre de 2016 (+4,0 p.p. vs 1S15).
- **ABC continúa ganando cuota de mercado en difusión y en audiencia**
  - (i) En la Comunidad de Madrid, ABC incrementa en el acumulado a mayo su diferencial en cuota de difusión ordinaria sobre El Mundo hasta 26,1%<sup>1</sup> vs 22,3%. En la variación de la difusión ordinaria nacional, ABC mejora en 7 p.p. a El Mundo. En audiencia, la evolución de ABC supera en 10<sup>2</sup> p.p. a la de El Mundo en la 2ª ola de 2016.
  - (ii) La audiencia de ABC.es cierra un 21% del gap medio vs comparables en 2016<sup>3</sup>.
- **Mejora la tendencia del EBITDA comparable en el segundo trimestre de 2016 sobre el pasado año**
  - (i) EBITDA comparable 1S16 de 22.964 miles de euros: tras un descenso del EBITDA comparable<sup>4</sup> en el primer trimestre por 1.437 miles de euros, en el segundo mejora en 953 miles de euros debido a los ahorros de costes provenientes de las medidas de eficiencia acometidas en 1T16.
  - (ii) Reducción de costes comparables 1S16 del 4,7%, que excluyen medidas de ajuste de personal<sup>4</sup>. El ahorro de costes de 9.845 miles de euros mitiga el descenso de ingresos de 10.328 miles de euros.
  - (iii) Mantenimiento en el resto de variables clave en ABC+Prensa Regional: variación en el margen de venta ejemplares de -101 miles de euros y el de promociones mejora en 508 miles de euros.
- **Generación de caja operativa positiva de 9.464 miles de euros**
  - (i) Generación de caja operativa positiva, excluyendo pago por indemnizaciones y otras salidas de caja no ordinarias que suman 12.271 miles de euros.
  - (ii) Apalancamiento financiero DFN/EBITDA comp. LTM en 2,2x (2,2x a cierre de 2015) con deuda financiera neta 1S16 de 111.594 miles de euros vs 108.787 miles de euros en diciembre 2015.
- **Acciones encaminadas a la mejora de ingresos y rentabilidad de VOCENTO**
  - (i) Nuevas iniciativas digitales: lanzamiento de Local Digital Kit y en el segundo trimestre de Oferplan Store y Diario Vasco on+. Además, dentro del proceso de diversificación, en el mes de julio se realiza una inversión vía Media for Equity en Dinero GELT S.L.
  - (ii) Plan de Eficiencia 2016 plenamente ejecutado con un coste de reestructuración de 9.909 miles de euros.

<sup>1</sup> Fuente: OJD enero-mayo 2016. Datos no certificados. Dato de puntos porcentuales calculado sobre la variación vs mayo 2015.

<sup>2</sup> Fuente: EGM 2ª de 2016. Audiencia acumulada en las tres últimas ola vs 2ª ola acumulada de 2015.

<sup>3</sup> Fuente: comScore junio 2016. Variación gap calculada vs diciembre 2015. Comparables con Elpais.com y ElMundo.es.

<sup>4</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1S16 9.909 miles de euros y 1S15 2.885 miles de euros.

## Principales datos financieros

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	1S16	1S15	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	91.933	97.568	(5.635)	(5,8%)
Ventas de publicidad	81.996	85.025	(3.030)	(3,6%)
Otros ingresos	50.192	51.855	(1.664)	(3,2%)
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>224.121</b>	<b>234.448</b>	<b>(10.328)</b>	<b>(4,4%)</b>
Personal	(83.826)	(81.429)	2.397	2,9%
Aprovisionamientos	(34.323)	(37.519)	(3.196)	(8,5%)
Servicios exteriores	(92.216)	(94.265)	(2.050)	(2,2%)
Provisiones	(701)	(672)	29	4,3%
Gastos de explotación sin amortizaciones	(211.065)	(213.886)	(2.821)	(1,3%)
<b>EBITDA</b>	<b>13.055</b>	<b>20.563</b>	<b>(7.507)</b>	<b>(36,5%)</b>
Amortizaciones	(9.503)	(10.149)	(646)	(6,4%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	157	92	66	72,0%
<b>EBIT</b>	<b>3.709</b>	<b>10.505</b>	<b>(6.796)</b>	<b>(64,7%)</b>
Deterioro de fondo de comercio	(900)	(1.500)	600	40,0%
Resultado sociedades método de participación	(7)	47	(54)	(115,5%)
Resultado financiero y otros	(3.313)	(2.783)	(530)	(19,0%)
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(177)	0	(177)	n.a.
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>(688)</b>	<b>6.269</b>	<b>(6.957)</b>	<b>(111,0%)</b>
Impuesto sobre sociedades	(1.013)	(2.140)	1.127	52,7%
<b>Resultado neto antes de minoritarios</b>	<b>(1.700)</b>	<b>4.129</b>	<b>(5.830)</b>	<b>(141,2%)</b>
Accionistas minoritarios	(2.339)	(2.025)	(314)	(15,5%)
<b>Resultado atribuible Sociedad Dominante</b>	<b>(4.039)</b>	<b>2.104</b>	<b>(6.144)</b>	<b>(292,0%)</b>
Gastos explotación sin amort. Comparables <sup>1</sup>	(201.156)	(211.001)	(9.845)	(4,7%)
EBITDA comparable <sup>1</sup>	22.964	23.448	(483)	(2,1%)
EBIT comparable <sup>1,2</sup>	13.461	13.299	162	1,2%

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

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

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1S16 9.909 miles de euros y 1S15 2.885 miles de euros

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S16 157 miles de euros y 1S15 92 miles de euros.

### Ingresos de explotación

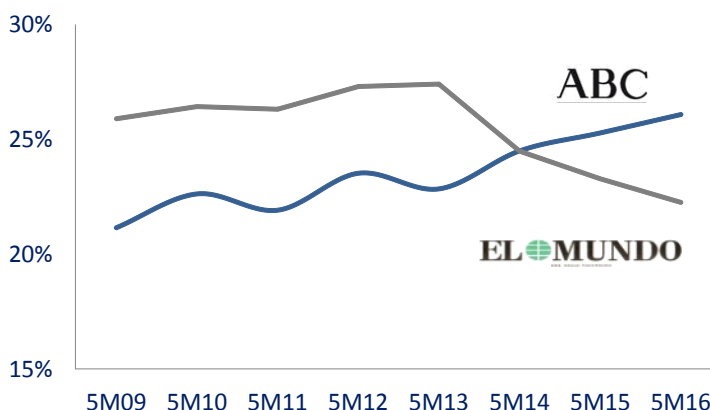
Los ingresos totales en el primer semestre de 2016 alcanzan 224.121 miles de euros, -4,4% comparado con el pasado año, en los que destacan:

- (i) Ventas de ejemplares: experimentan una caída total del 5,8%. En Prensa Regional descienden un 4,6% y en ABC un 8,0%, donde se han incrementado los precios de cabecera de los domingos de €2,8 a €3,0.

Pese a la caída en venta de ejemplares, la Prensa Regional sigue siendo referencia con una cuota de mercado de difusión total en prensa regional del 24,6%. Por su parte, ABC destaca por la evolución de la difusión ordinaria en la Comunidad de Madrid, donde consolida su posición de

número dos. Madrid representa el 36% de la venta total de prensa nacional, lo que la hace una plaza clave.

Evolución de la cuota de difusión de ABC vs El Mundo<sup>1</sup>  
Cuota de difusión de ventas en quiosco y suscripciones individuales (datos en %)

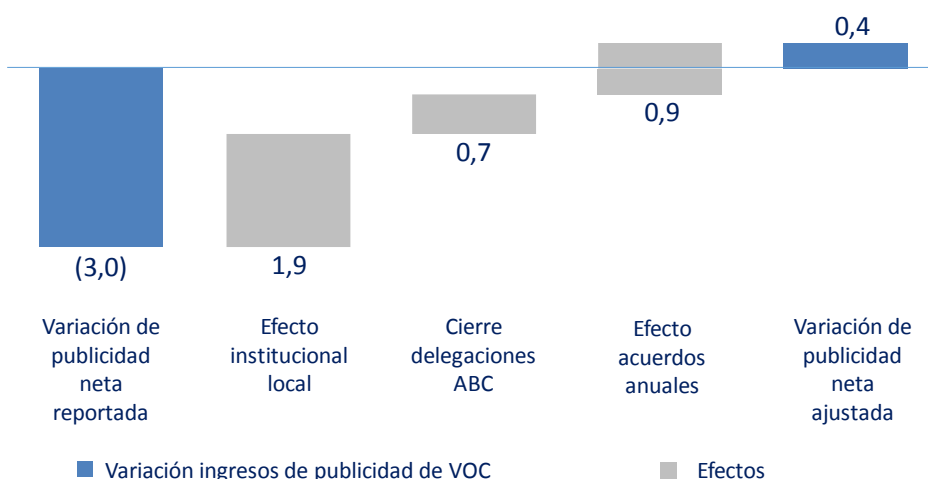


Nota 1: fuente OJD. Venta en quiosco y suscripciones individuales. Datos 2016 no certificados.

- (ii) Los ingresos por venta de publicidad descienden un 3,6% en el primer semestre de 2016, con una mejora en la tendencia a lo largo del semestre y a pesar del impacto negativo de las Elecciones Generales celebradas el 26 de junio: descenso del 7,1% en el primer trimestre y del 0,6% en el segundo trimestre.

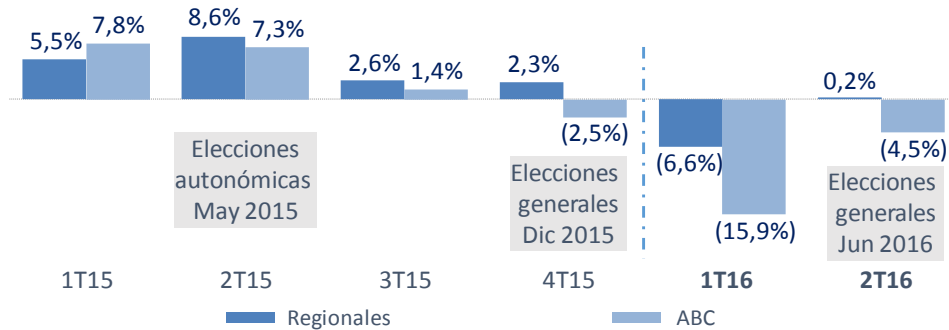
En el primer semestre de 2016, y con especial incidencia en el primer trimestre, los ingresos publicitarios han estado afectados por diversos efectos, que se detallan en el gráfico a continuación. Ajustando cada concepto tanto en 2015 como en 2016, los ingresos de publicidad de VOCENTO en el primer semestre hubieran crecido en 430 miles de euros o un 0,6%. Los ajustes son de una cuantía similar a los del primer trimestre.

Detalle de la variación de la publicidad ajustada de Vocento en €m 1S16-1S15



La tendencia de los ingresos publicitarios en el transcurso del año es de una menor caída en ABC y de estabilización en los Regionales al minimizarse el efecto del descenso de la inversión en institucional local en el segundo trimestre:

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



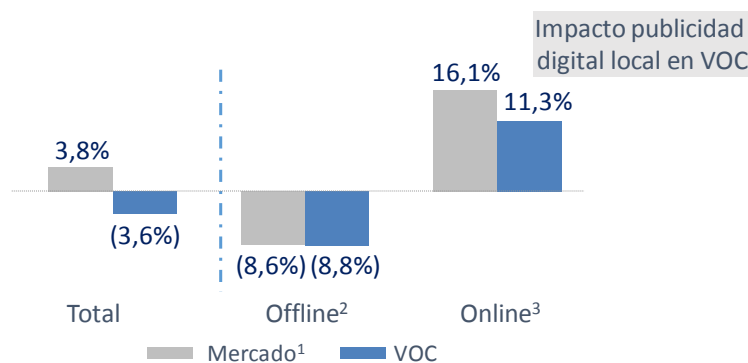
Destaca el crecimiento de la publicidad digital en el total VOCENTO del 13,6% en el primer semestre, apoyado principalmente en la inversión nacional y pese al citado impacto de la publicidad digital institucional en la local:

Comportamiento de la publicidad digital VOCENTO (%)

	1S16
Nacional	18,8%
Local	(0,2%)
Total digital	13,6%

Los ingresos publicitarios de las marcas de VOCENTO evolucionan por debajo del mercado, si bien esos mismos ingresos, ajustados por los efectos anteriormente comentados, muestran una evolución más favorable, máxime teniendo en cuenta la no exposición a prensa deportiva ni económica en el caso de VOCENTO.

Evolución publicidad de VOCENTO vs mercado<sup>1</sup> 1S16 (%)



Nota 1: fuente i2p. No incluye la publicidad de buscadores. Nota 2: ABC y Regionales. Nota 3: ABC y regionales en negocio digital

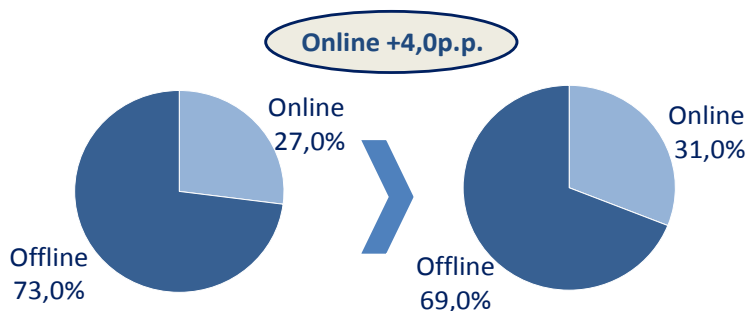
- (iii) Otros Ingresos se reducen un 3,2% compensándose en parte los menores ingresos en Periódicos con un incremento en Audiovisual.

El perfil de ingresos de VOCENTO sigue ganando exposición digital, considerando no sólo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los ingresos derivados de los nuevos



modelos de negocio digitales basados en e-commerce. El incremento en el primer semestre de 2016 es de 4,0 p.p. (vs. 1S15) hasta el 31,0% de los ingresos publicitarios y de nuevos negocios digitales.

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



Gastos de explotación

Los costes comparables en el primer semestre descienden un 4,7%, excluidos los costes de ajuste de personal y one offs, que ascienden a 9.909 miles de euros y 2.885 miles de euros en el primer semestre de 2016 y 2015, respectivamente.

Por partidas de gastos, destaca la disminución en los costes de aprovisionamientos, que caen un 8,5% debido al descenso en las compras de la distribuidora de periódicos, Beralán, y a los costes vinculados con la difusión ante la disminución de los volúmenes -i.e. el cierre y redimensionamiento de delegaciones en ABC, así como la completa eliminación de la venta combinada de periódicos-

Por áreas, destaca la reducción de costes comparables en el área de Periódicos (6,2%) debido al impacto de las medidas de reducción de personal y de las llevadas a cabo para compensar la caída de la difusión en el margen de ejemplares, parámetro clave en la gestión de VOCENTO. Dentro de dichas medidas se encuentra el cierre y redimensionamiento de delegaciones de ABC acometidas en el inicio de 2016 y cuyos ahorros seguirán aflorando según avance 2016.

En Audiovisual, la mayor actividad en la producción dentro del área de Contenidos explica el incremento del 7,1%.

Los costes del área de Clasificados se ven incrementados en un 9,3% al estar vinculados con el crecimiento y la transformación digital de la compañía.

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

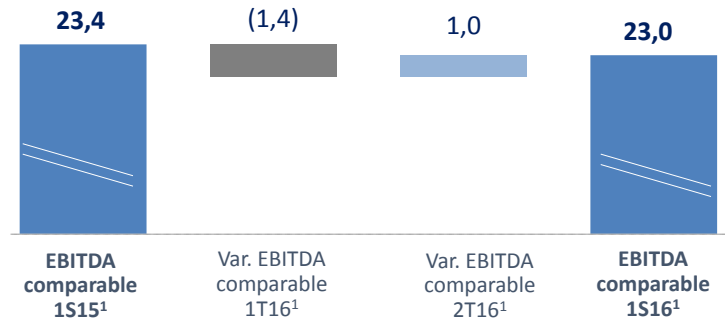
Costes operativos comparables (miles de euros)	1S16	1S15	Var Abs	Var %
Periódicos	(172.083)	(183.495)	(11.413)	(6,2%)
Audiovisual	(17.284)	(16.133)	1.151	7,1%
Clasificados	(7.983)	(7.304)	679	9,3%
Estructura y eliminaciones	(3.806)	(4.069)	(262)	(6,4%)
<b>Total</b>	<b>(201.156)</b>	<b>(211.001)</b>	<b>(9.845)</b>	<b>(4,7%)</b>

EBITDA comparable

El EBITDA comparable en el primer semestre de 2016 alcanza 22.964 miles de euros en comparación con 23.448 miles de euros en el año anterior.

En el segundo trimestre se ha producido una mejora en la tendencia en todas las áreas operativas, con un incremento total de 953 miles de euros sobre el mismo periodo de 2015, mientras que en el primero se registró una caída de 1.437 miles de euros.

Detalle de evolución anual del EBITDA comparable 1S16 por trimestres



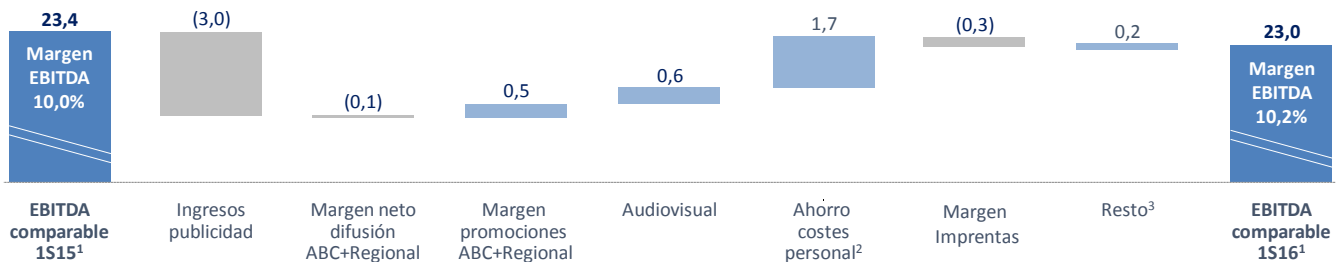
Nota 1: excluidas medidas ajuste personal y "one offs" 1S16 €-9,9m y 1S15 €-2,9m

Los principales impactos en la variación del EBITDA comparable son:

- (i) Menores ingresos publicitarios de 3.030 miles de euros por los factores citados anteriormente.
- (ii) Estabilización del agregado del margen de difusión –que desciende en 101 miles de euros- y mejora del margen de promociones –que mejora en 508 miles de euros-. Esta evolución pone de relieve las políticas de rentabilidad de VOCENTO.
- (iii) Ahorros de costes de personal por 1.698 miles de euros, reflejo de las medidas de eficiencia adoptadas en el inicio del año.
- (iv) Resto de partidas incrementan los costes en 193 miles de euros, que incluyen principalmente los menores costes comerciales y los mayores gastos asociados con el desarrollo de las iniciativas digitales.

Detalle del movimiento de EBITDA comparable<sup>1</sup> 1S16-1S15

Datos en variación vs 1S15 excepto EBITDA comparable (€m)

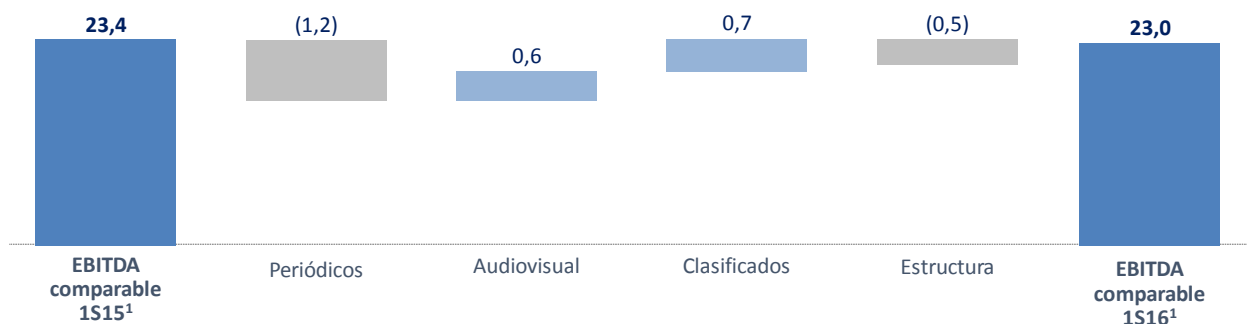


Nota 1: excluidas medidas ajuste personal y "one offs" 1S16 €-9,9m y 1S15 €-2,9m. Nota 2: variación de costes personal excluido Audiovisual e imprentas con medidas ajuste 1S16 €-9,9m y 1S15 €-5,2m. Nota 3: costes comerciales y otros costes diversos vinculados principalmente con Periódicos.

Por área de negocio destacar:

- (i) Periódicos<sup>5</sup>: descenso de 1.223 miles de euros del EBITDA comparable en el primer semestre por el impacto de la publicidad que desciende en 4.237 miles de euros sobre el pasado ejercicio. El EBITDA comparable del segundo trimestre de 2016 mejora respecto al mismo periodo comparable 643 miles de euros por los ahorros de costes derivados de las medidas adoptadas en el primer trimestre.
- (ii) Audiovisual<sup>6</sup>: EBITDA comparable en el primer semestre se incrementa en 589 miles de euros hasta 5.979 miles de euros, debido principalmente a TDT nacional que consolida sus dos canales.
- (iii) Clasificados<sup>7</sup>: mejora del EBITDA comparable en el primer semestre por 666 miles de euros hasta 819 miles de euros gracias principalmente al crecimiento en la publicidad de 1.291 miles de euros o un +18,7%.
- (iv) Estructura<sup>8</sup>: descenso en el EBITDA comparable en 515 miles de euros hasta -5.788 miles de euros por el incremento de los costes vinculados con la apuesta digital.

Evolución del EBITDA comparable<sup>1</sup> por área de negocio 1S16  
 Datos en variación en €m 1S16 vs 1S15 excepto para EBITDA comparable



Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" 1S16 €-9,9m y 1S15 €-2,9m

### Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en el primer semestre alcanza los 3.709 miles de euros en comparación con 10.505 miles de euros en el pasado año, debido a los costes de indemnización en este año. De hecho, el resultado de explotación comparable el primer semestre de 13.461 miles de euros está en línea con el del pasado año que fue de 13.299 miles de euros. Por último, se observa también un mejor momento de resultados en el segundo trimestre estanco donde todas las áreas crecen respecto al año anterior.

### Deterioro de fondo de comercio

Asciende en el primer semestre de 2016 a 900 miles de euros, debido al deterioro de fondo de comercio causado por la progresiva reducción de la vida residual del catálogo de derechos cinematográficos del área de Contenidos.

<sup>5</sup> Periódicos: excluye medidas de ajuste y one offs 1S16 -6.658 y 1S15 -2.180 miles de euros y miles de euros.

<sup>6</sup> Audiovisual: excluye medidas de ajuste 1S16 30 miles de euros y 1S15 -1 mil euros.

<sup>7</sup> Clasificados: excluye medidas de ajuste 1S16 -54 miles de euros y 1S15 -171 miles de euros.

<sup>8</sup> Estructura: excluye medidas de ajuste 1S16 3.228 miles de euros y 1S15 -533 miles de euros.

### Resultado financiero y otros

La variación del diferencial financiero en el primer semestre de -3.313 miles de euros en comparación con -2.783 miles de euros se explica por el ingreso financiero el pasado año derivado de la renegociación de las opciones de venta sobre Las Provincias por 1.177 miles de euros.

El gasto financiero bruto, que no incluye dicho efecto, ha mejorado en 552 miles de euros, tras la reducción de la deuda financiera media y el menor coste financiero derivado de la renegociación de las condiciones del préstamo sindicado en la segunda mitad de 2015.

### Impuesto sobre sociedades

El gasto por impuestos de 1.013 miles de euros en el primer semestre de 2016 se explica por la evolución del resultado operativo.

### Accionistas minoritarios

El resultado atribuido a los minoritarios en el primer semestre se incrementa en 314 miles de euros debido al mejor resultado en las áreas de Televisión, Contenidos, y Clasificados, compensado parcialmente por la menor participación del minoritario en la planta de impresión de Rotomadrid.

### Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en el primer semestre del 2016 asciende a -4.039 miles de euros en comparación con 2.104 miles de euros en el mismo periodo del pasado año. El resultado neto excluidos los costes derivados de las medidas de ajuste de personal sería positivo en 3.420 miles de euros.

En el segundo trimestre del año, el resultado neto de 4.984 miles de euros mejora sobre el segundo trimestre de 2015 en 1.158 miles de euros ó 30,3%, como se puede observar en la siguiente tabla:

#### Cuenta de Resultados consolidada

NIIF (Datos en €m)	1S16	1S15	Var %	2T16	2T15	Var %
Ventas de ejemplares	91,9	97,6	(5,8%)	45,4	48,6	(6,5%)
Ventas de publicidad	82,0	85,0	(3,6%)	45,6	45,9	(0,6%)
Otros ingresos	50,2	51,9	(3,2%)	26,2	25,1	4,5%
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>224,1</b>	<b>234,4</b>	<b>(4,4%)</b>	<b>117,2</b>	<b>119,5</b>	<b>(1,9%)</b>
<b>Costes operativos comparables</b>	<b>(201,2)</b>	<b>(211,0)</b>	<b>(4,7%)</b>	<b>(101,5)</b>	<b>(104,7)</b>	<b>(3,1%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>	<b>23,0</b>	<b>23,4</b>	<b>(2,1%)</b>	<b>15,8</b>	<b>14,8</b>	<b>6,2%</b>
<b>Indemnizaciones y otros efectos<sup>2</sup></b>	<b>(9,9)</b>	<b>(2,9)</b>	<b>243,5%</b>	<b>(0,0)</b>	<b>(0,3)</b>	<b>(96,7%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>13,1</b>	<b>20,6</b>	<b>(36,5%)</b>	<b>15,9</b>	<b>14,5</b>	<b>9,0%</b>
Depreciación y amortización	(9,5)	(10,1)	(6,4)%	(4,7)	(4,9)	(5,0)%
Resultado por enajenación inmovilizado	0,2	0,1	72,0%	0,1	0,1	(37,2%)
<b>Rdo. de explotación (EBIT)</b>	<b>3,7</b>	<b>10,5</b>	<b>(64,7%)</b>	<b>11,1</b>	<b>9,7</b>	<b>14,5%</b>
Deterioro de fondo de comercio	(0,9)	(1,5)		(0,4)	(0,7)	
Resultado sociedades método de participación	(0,0)	0,0	(115,5%)	0,1	0,0	98,1%
Resultado financiero y otros	(3,3)	(2,8)	(19,0%)	(1,7)	(2,1)	17,8%
Rdo. neto enajenación de activos no corrientes	(0,2)	0,0	n.r.	(0,2)	0,0	n.r.
Impuesto sobre sociedades	(1,0)	(2,1)	52,7%	(2,3)	(1,8)	(25,7%)
<b>Resultado neto del ejercicio antes minoritarios</b>	<b>(1,7)</b>	<b>4,1</b>	<b>(141,2%)</b>	<b>6,6</b>	<b>5,1</b>	<b>28,7%</b>
Minoritarios	(2,3)	(2,0)	(15,5%)	(1,6)	(1,3)	(23,7%)
<b>Resultado atribuible a sociedad dominante<sup>3</sup></b>	<b>(4,0)</b>	<b>2,1</b>	<b>(292,0%)</b>	<b>5,0</b>	<b>3,8</b>	<b>30,4%</b>

**Balance de situación consolidado**

Miles de Euros	NIIF			
	1S16	2015	Var abs	% Var
<b>Activos no Corrientes</b>	<b>471.180</b>	<b>478.511</b>	<b>(7.330)</b>	<b>(1,5%)</b>
Activo Intangible	122.241	125.438	(3.197)	(2,5%)
Propiedad, planta y equipo	153.555	156.772	(3.217)	(2,1%)
Part.valoradas por el método de participación	5.641	6.305	(664)	(10,5%)
Otros activos no corrientes	189.743	189.996	(253)	(0,1%)
<b>Activos Corrientes</b>	<b>134.017</b>	<b>135.138</b>	<b>(1.121)</b>	<b>(0,8%)</b>
Otros activos corrientes	111.818	115.790	(3.972)	(3,4%)
Efectivo y otros medios equivalentes	22.199	19.348	2.851	14,7%
<b>Activos mantenidos para la venta</b>	<b>193</b>	<b>1.492</b>	<b>(1.298)</b>	<b>(87,0%)</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>605.391</b>	<b>615.141</b>	<b>(9.750)</b>	<b>(1,6%)</b>
Patrimonio neto	313.993	318.690	(4.698)	(1,5%)
Deuda financiera	131.258	125.126	6.132	4,9%
Otros pasivos no corrientes	54.321	54.007	314	0,6%
Otros pasivos corrientes	105.820	117.318	(11.498)	(9,8%)
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>605.391</b>	<b>615.141</b>	<b>(9.750)</b>	<b>(1,6%)</b>

**Otros activos corrientes**

La disminución en la partida por importe de 3.972 miles de euros se corresponde principalmente con el menor saldo a cobrar con las Administraciones Públicas.

**Deuda o posición financiera neta (DFN)**

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -111.594 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes y otros activos financieros corrientes por 22.469 miles de euros. Además, el saldo de las líneas de crédito no dispuestas asciende a 21.163 miles de euros.

La ratio DFN/EBITDA comparable es en el primer trimestre de 2,2x -calculado sobre el EBITDA comparable de los últimos 12 meses-, en el mismo nivel que en el cierre de 2015, y a pesar de la inversión en reestructuración que se ha realizado en el primer semestre de 2016.

**Desglose de Deuda financiera neta (datos en miles de euros)**

Miles de Euros	NIIF			
	1S16	2015	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	14.655	25.770	(11.115)	(43,1%)
Endeudamiento financiero a largo plazo	116.602	99.355	17.247	17,4%
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>131.258</b>	<b>125.126</b>	<b>6.132</b>	<b>4,9%</b>
+ Efectivo y otros medios equivalentes	22.199	19.348	2.851	14,7%
+ Otros activos financieros no corrientes	270	270	0	0,0%
Gastos de formalización del sindicato	2.805	3.279	(474)	(14,4%)
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>(111.594)</b>	<b>(108.787)</b>	<b>(2.807)</b>	<b>(2,6%)</b>

El endeudamiento a c.p. se desglosa en:

- (i) deuda con entidades de crédito por 14.528 miles de euros, que incluye la reclasificación por los gastos de formalización del sindicado a c/p, y
- (ii) otros pasivos con coste financiero corrientes por 1.188 miles de euros, principalmente por las indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

El endeudamiento a l.p. incluye:

- (i) deuda con entidades de crédito por 116.942 miles de euros, que considera la reclasificación por los gastos de formalización del sindicado y la valoración de la cobertura de tipo de interés de parte del mismo préstamo, y
- (ii) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 1.404 miles de euros, principalmente por las indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

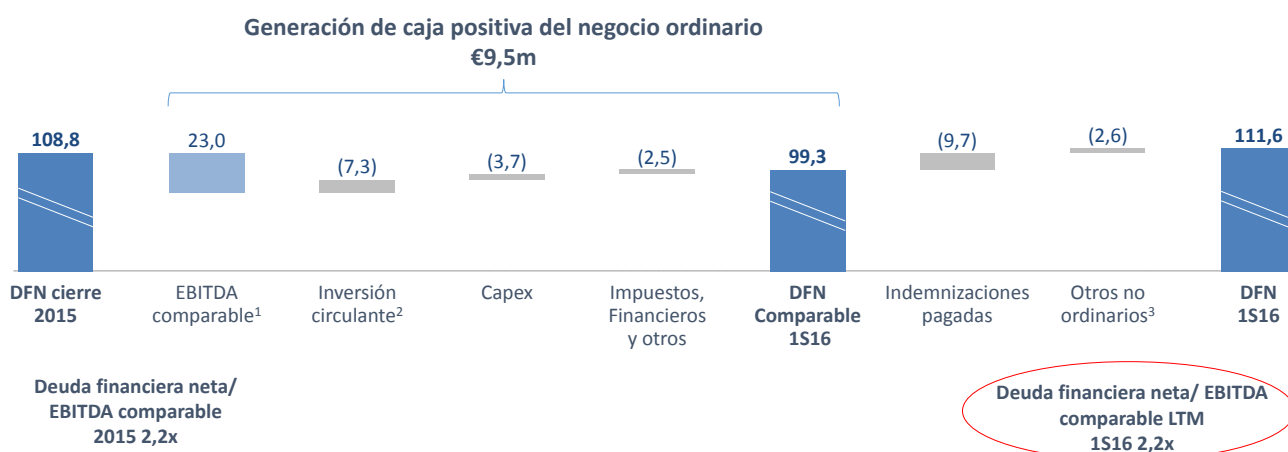
La generación de caja positiva proveniente de la operativa ordinaria del negocio en el periodo es de 9.464 miles de euros.

VOCENTO mantiene el foco en la protección de caja a través de un control exhaustivo de la inversión en circulante y en CAPEX. Las variaciones más significativas en estos conceptos se deben a:

- (i) Variación en capital circulante de -7.293 miles de euros.
- (ii) Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de 3.659 miles de euros.

Dentro de los movimientos no recurrentes se incluyen entre otros, los pagos por indemnizaciones en el primer semestre de 2016 por importe de 9.699 miles de euros, que reflejan ajustes de estructura de personal de 2015 y 2016, y otras operaciones no ordinarias, como el segundo plazo de la compra del 34% de Rotomadrid y un pago por la renegociación de las opciones de venta en Las Provincias.

### Análisis del movimiento de deuda financiera neta 1S16-2015 (€m)



Nota 1: excluye medidas ajuste personal 1S16 €-9,9m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes. Nota 3: principalmente pago de opciones de venta de Las Provincias y segundo plazo de Rotomadrid.

### Otros pasivos corrientes

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

**Estado de flujos de efectivo**

Miles de Euros	NIIF			
	1S16	1S15	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>(4.040)</b>	<b>2.104</b>	<b>(6.144)</b>	<b>(292,0%)</b>
Ajustes resultado del ejercicio	18.062	18.882	(820)	(4,3%)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante</b>	<b>14.022</b>	<b>20.986</b>	<b>(6.964)</b>	<b>(33,2%)</b>
Variación capital circulante y otros	(7.293)	(11.277)	3.984	35,3%
Otras partidas a pagar sin coste financiero	607	2.888	(2.281)	(79,0%)
Otras partidas a pagar con coste financiero	(2.269)	(2.662)	393	14,8%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(287)	(537)	250	46,6%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	1.863	(866)	2.729	315,1%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)</b>	<b>6.643</b>	<b>8.532</b>	<b>(1.889)</b>	<b>(22,1%)</b>
Adiciones al inm. material e inmaterial	(3.659)	(3.090)	(569)	(18,4%)
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	197	(44)	241	547,7%
Dividendos e intereses cobrados	134	123	11	8,9%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)</b>	<b>(3.328)</b>	<b>(3.011)</b>	<b>(317)</b>	<b>(10,5%)</b>
Dividendos e intereses pagados	(5.823)	(4.579)	(1.244)	(27,2%)
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	7.939	(1.323)	9.262	700,1%
Otros cobros y pagos (financiación)	(7)	(36)	29	80,6%
Operaciones societarias sin coste	(2.572)	(3.466)	894	25,8%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>(463)</b>	<b>(9.404)</b>	<b>8.941</b>	<b>95,1%</b>
<b>Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)</b>	<b>2.852</b>	<b>(3.883)</b>	<b>6.735</b>	<b>173,4%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período</b>	<b>19.348</b>	<b>23.451</b>	<b>(4.104)</b>	<b>(17,5%)</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>22.199</b>	<b>19.568</b>	<b>2.631</b>	<b>13,4%</b>

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 6.643 miles de euros que incluye entre otros: (i) pagos relacionados con las medidas de ajuste de personal por -9.699 miles de euros y (ii) variación en el capital circulante por -7.293 miles de euros, principalmente por el incremento de los pagos a proveedores.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a -3.328 miles de euros, explicados casi en su totalidad por la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -463 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO a sus accionistas minoritarios por 5.823 miles de euros, el segundo plazo de la compra del 34% en de Rotomadrid y el pago por la renegociación de las opciones de venta en Las Provincias, así como por la disposición de deuda en el periodo.

**Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)**

El control de las inversiones como herramienta de protección de caja es uno de los objetivos de gestión financiera de VOCENTO, compatible con una apuesta por desarrollo online a través de inversiones en digital.

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable (-811 miles de euros) obedece al diferencial de los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2015 y 2016.

Detalle de CAPEX por área de negocio

	NIIF (miles de euros)								
	1S16			1S15			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	1.308	889	2.196	1.150	1.583	2.732	158	(694)	(536)
Audiovisual	160	124	284	36	139	174	125	(15)	110
Clasificados	139	72	211	80	61	140	60	11	71
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Estructura	108	48	156	73	35	108	35	13	48
<b>TOTAL</b>	<b>1.715</b>	<b>1.132</b>	<b>2.848</b>	<b>1.338</b>	<b>1.817</b>	<b>3.155</b>	<b>378</b>	<b>(685)</b>	<b>(307)</b>



## Información por área de actividad

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S16	1S15	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Periódicos	194.037	206.672	(12.635)	(6,1%)
Audiovisual	23.263	21.523	1.740	8,1%
Clasificados	8.802	7.457	1.345	18,0%
Estructura y eliminaciones	(1.981)	(1.204)	(778)	(64,6%)
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>224.121</b>	<b>234.448</b>	<b>(10.328)</b>	<b>(4,4%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Periódicos	15.296	20.997	(5.701)	(27,2%)
Audiovisual	6.009	5.389	620	11,5%
Clasificados	765	(18)	783	n.r.
Estructura y eliminaciones	(9.015)	(5.805)	(3.210)	(55,3%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>13.055</b>	<b>20.563</b>	<b>(7.507)</b>	<b>(36,5%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Periódicos	21.954	23.177	(1.223)	(5,3%)
Audiovisual	5.979	5.390	589	10,9%
Clasificados	819	153	666	434,2%
Otros	0	0	0	n.a.
Estructura y eliminaciones	(5.788)	(5.273)	(515)	(9,8%)
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>22.964</b>	<b>23.448</b>	<b>(483)</b>	<b>(2,1%)</b>
<b>EBIT</b>				
Periódicos	8.089	13.878	(5.790)	(41,7%)
Audiovisual	4.263	2.999	1.265	42,2%
Clasificados	541	(353)	893	253,2%
Estructura y eliminaciones	(9.183)	(6.019)	(3.164)	(52,6%)
<b>Total EBIT</b>	<b>3.709</b>	<b>10.505</b>	<b>(6.796)</b>	<b>(64,7%)</b>
<b>EBIT comparable<sup>1, 2</sup></b>				
Periódicos	14.623	15.963	(1.340)	(8,4%)
Audiovisual	4.203	3.002	1.201	40,0%
Clasificados	590	(181)	772	425,4%
Estructura y eliminaciones	(5.956)	(5.485)	(470)	(8,6%)
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>13.461</b>	<b>13.299</b>	<b>162</b>	<b>1,2%</b>

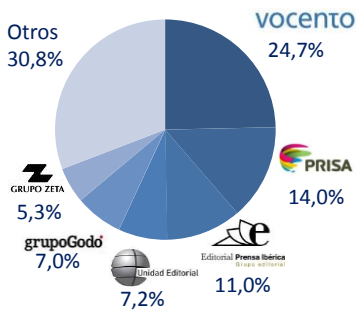
<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1S16 9.909 miles de euros y 1S15 2.885 miles de euros

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S16 157 miles de euros y 1S15 92 miles de euros.

**Periódicos (incluye actividad offline y online)**

VOCENTO consolida su liderazgo - de difusión en prensa de información general con una cuota en difusión de pago ordinaria del 24,7%, más de 10 puntos porcentuales por delante del siguiente grupo de comunicación de acuerdo con OJD enero-mayo 2016. También es líder en audiencia -según 2ª ola acumulada 2016 EGM con cerca de 2,5 millones de lectores, más de un millón de lectores sobre el siguiente grupo en prensa generalista-, y con un notable posicionamiento en Internet -audiencia superior a los 18 millones de usuarios únicos mensuales según comScore enero-junio 2016 – especialmente en audiencia de acceso exclusivo por dispositivos móviles.

**Cuota de difusión ordinaria<sup>1</sup> (%)**



**Ranking de audiencia en Internet<sup>2</sup> (miles u.u.m/mes)**



Nota 1: fuente OJD enero-mayo 2016. Datos no certificados. Nota 2: fuente comScore enero-junio 2016: UMD= Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

VOCENTO, presente y activo en la nueva realidad tecnológica, abandera el posicionamiento en nuevas tecnologías, tanto desde el desarrollo y la exploración de nuevos negocios como desde la creación de las infraestructuras internas necesarias para un óptimo posicionamiento.

VOCENTO trabaja en los siguientes ámbitos para acelerar el crecimiento digital:

- (i) **Conocimiento y comportamiento del usuario:** creación y desarrollo de bases de datos, gestión de la experiencia del usuario, unificación y cualificación de audiencias, programas de fidelización a través de lo que se conoce como Big Data, y herramientas de gestión y procesamiento de datos.
- (ii) **Desarrollo de plataformas y soportes digitales** alineados con las pautas de consumo, fundamentalmente en entorno móvil.
- (iii) **Desarrollo de productos y servicios adaptados a la nueva realidad:** para generar líneas de negocio transaccional/e-commerce -p.e. potenciando las ya existentes como es el caso del lanzamiento de Oferplan Store que supone una plataforma de venta online de primeras marcas a precios competitivos, optimizar la presencia en redes sociales, -p.e. lanzamiento de Facebook Instant Articles, a través de ABC, primer periódico nacional que se suma a la nueva herramienta de publicación de noticias instantáneas de Facebook- o lograr un posicionamiento en nuevas audiencias -p.e. desarrollo de un portal viral “eslang”, orientado a captación de público “millennials” y con fórmulas narrativas y comerciales pioneras-.

Entre las nuevas iniciativas digitales destaca el lanzamiento en abril de 2016 de Local Digital Kit, una solución para la publicidad digital local. Se trata de un conjunto de herramientas de Marketing Digital, que junto con la presencia en los contenidos de las ediciones digitales locales, harán que

las PYMES lleguen de manera eficaz a sus clientes y obtengan un retorno inmediato a sus inversiones.

Además, en el mes de julio se ha tomado una participación, vía Media for Equity (M4E), en Dinero Gelt S.L., compañía en crecimiento propietaria de una aplicación que permite al usuario acceder a una amplia gama de ofertas de productos de consumo mediante cupones digitales.

Estas nuevas iniciativas permiten acceder además a sectores de anunciantes como gran consumo que tradicionalmente no invertían en el soporte de prensa.

- (iv) **Investigación y desarrollo** apoyado en VOCENTO Media Lab. Su objetivo es investigar, experimentar y capacitar en tendencias innovadoras y de interés para el negocio de la prensa. VOCENTO Media Lab engloba desde el impulso del periodismo de datos y las nuevas narrativas digitales, hasta la formación interna de periodistas y las dinámicas de compartir conocimiento entre las áreas técnicas, editoriales y de negocio de la compañía.

Resumen gráfico del posicionamiento y aceleración digital en VOCENTO

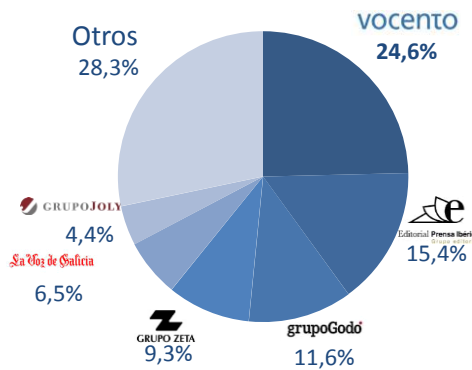


Periódicos Regionales

VOCENTO es el líder indiscutible en los mercados regionales en España por el arraigo y único posicionamiento de sus 11 cabeceras regionales: El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, El Norte de Castilla, La Verdad, Ideal, Las Provincias, Sur, El Comercio, Hoy y La Rioja. La notoriedad de cada una de las cabeceras, algunas de ellas con más de 100 años de antigüedad, su elevado reconocimiento local y la fuerte vinculación con el territorio donde se editan, las sitúa como claro referente en cada uno de sus mercados. Por otra parte, el ejercicio del periodismo desde la rigurosidad, la independencia y la libertad de expresión son algunas de las credenciales de la prensa regional.

Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su liderazgo en términos de difusión, con una cuota de mercado en prensa regional del 24,6%, siendo la del siguiente grupo de prensa regional del 15,4%.

**Cuota de difusión prensa regional (%)<sup>1</sup>**

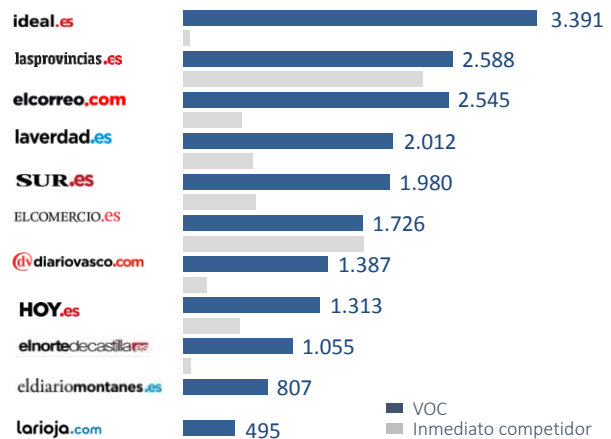
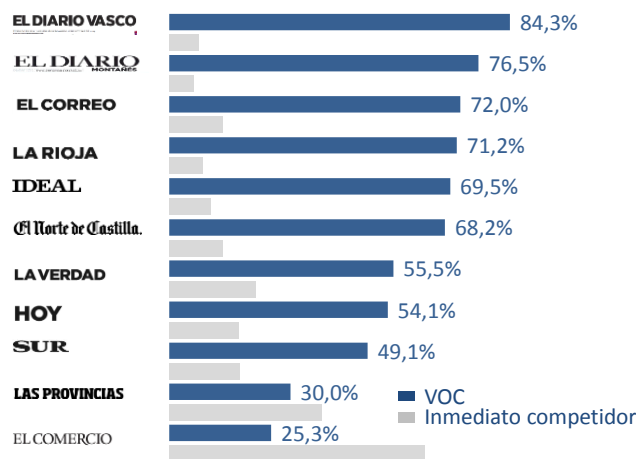


Nota 1: fuente OJD. Enero-mayo 2016.

En cuanto a la audiencia en prensa, **las cabeceras regionales** se mantienen también como **líderes** tanto en el soporte **offline** (cerca de 2<sup>9</sup> millones de lectores, 0,7m lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), **como en online**, donde alcanzan una audiencia de 19<sup>10</sup> millones de usuarios únicos mensuales. Asimismo, cada uno de los once portales es líder –en el caso de ElComercio.es empatado con su inmediato competidor- en audiencia en su mercado de referencia:

**Cuota difusión área influencia por cabecera<sup>1</sup> (%)**

**Audiencia portales locales (miles u.u.m.)<sup>2</sup>**



Nota 1: fuente OJD enero-mayo 2016. Datos no certificados. Nota 2: fuente comScore enero-junio 2016.

<sup>9</sup> Fuente EGM 2ª ola acumulada 2016.

<sup>10</sup> Fuente: comScore MMX Multiplataforma enero-junio 2016. Total de audiencia es el agregado de las audiencias de los 11 Portales Locales.

Durante 2016, las principales líneas de trabajo se resumen en:

- (i) **Potenciación digital:** invertir en el desarrollo de los negocios existentes en e-commerce (Oferplan, Ticketing), consolidación del modelo de pago digital “on+” (lanzado primero en El Correo y en mayo de 2016 en El Diario Vasco), y dentro de la valoración de nuevos servicios de valor añadido en publicidad enfocados a cliente local, lanzamiento de Local Digital Kit, solución para la publicidad digital local de la PYME.
- (ii) **Protección de la rentabilidad:** incremento de algunos precios de cabecera, continuar con la optimización de procesos y recursos, compatible con el mantenimiento del objetivo de invertir en la calidad del producto editorial, así como el desarrollo de acuerdos comerciales selectivos con otros editores que permitan sinergias en ingresos.

Dentro del objetivo de protección de la rentabilidad se encuadra el cierre de la planta de impresión de Valladolid, Printolid, que permitirá aflorar ahorros de costes y liberar obligaciones de CAPEX futuro.

### Periódico Nacional - ABC

ABC es la cabecera nacional de VOCENTO y cuenta con más de 110 años de historia. Es uno de los diarios nacionales de referencia, además de ser uno de los periódicos líderes de este país.

ABC ha desarrollado una presencia multisoprote: ABC prensa + ABC en Kiosco y Más + ABC.es + ABC móvil -aplicaciones para diferentes entornos multipantalla-, además de en 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, incluidas las digitales.

Dentro de la edición impresa, ABC centra parte de sus esfuerzos en la difusión ordinaria -que incluye las suscripciones individuales y la venta en quiosco-, que es aquella que reporta una mayor rentabilidad, disminuyendo de forma voluntaria y controlada la difusión no ordinaria -difusión en bloque y colectiva-. Según datos enero-mayo de 2016, la proporción de difusión ordinaria sobre el total difusión en ABC es del 88,5%, mientras que la media de los comparables es del 82,9%.

Destacar que ABC gana cuota de mercado<sup>11</sup> en el mercado clave de la Comunidad de Madrid, donde ya es segundo tras superar a El Mundo, como se puede observar en el gráfico en página 7.

En cuanto a su audiencia, ABC obtiene según la 2ª ola acumulada EGM una mejor evolución que sus comparables tanto en términos absolutos como en porcentaje sobre la ola anterior: frente a los 4.000 o 0,8% lectores menos de ABC, el descenso es de 120.000 ó -8,5% en El País, y de 37.000 ó 4,3% en El Mundo.

Por su parte, abc.es gana cuota de audiencia gracias al potencial en los dispositivos de movilidad. Según comScore, el diferencial frente a la media de los comparables se ha reducido en un 21% en 2016. En el promedio de enero a junio de 2016, los usuarios únicos supera los 11 millones, de los que 7 millones -un 61% del total- provienen exclusivamente de móviles.

Durante 2016, en ABC sigue primando la rentabilidad y el posicionamiento de mercado vía:

- (i) Negocio digital:
  - Potenciar la movilidad, la personalización y la captación de nuevos registros.
  - Refuerzo de la oferta de servicios y utilidades al cliente: Oferplan, Ticketing, o ABC Foto.

<sup>11</sup> Fuente: OJD. Cuota en prensa nacional (suma de El País, El Mundo, La Razón y ABC) en difusión de pago ordinario.

(ii) Mejora de la rentabilidad que se instrumenta de la siguiente forma:

- Subida de precios de cabecera: en la edición de Domingos, desde €2,8 a €3,0, ya realizada en el mes de enero.
- Continuar con la reducción de costes de impresión por medio de la eliminación de delegaciones.
- Fidelización tanto del lector quiosco como de los usuarios en la plataforma digital de Kiosco y Más, que permite, entre otras ventajas, una optimización de las acciones de marketing.

### Suplementos y Revistas

VOCENTO publica los dos suplementos líderes por audiencia en España: XL Semanal y Mujer Hoy. La calidad de sus firmas y su rigurosa apuesta informativa explican su éxito y posición diferencial respecto a los principales comparables. Estos suplementos se distribuyen con todos los periódicos de VOCENTO durante el fin de semana, así como con otros diarios regionales de reconocido prestigio.

**XL Semanal es el suplemento dominical más leído en España**, y cuenta con un importante elenco de firmas como Carlos Herrera, Arturo Pérez-Reverte, Juan Manuel de Prada o Carmen Posadas, entre otros. El objetivo presente y futuro es continuar invirtiendo en un producto diferencial con visión periodística, que permita atraer tanto a lectores como anunciantes.

Por su parte, **Mujer Hoy** se mantiene como el segundo suplemento más leído, y sigue siendo el femenino líder en su categoría. Destacar la notable actividad en proyectos corporativos que permiten optimizar la imagen de la marca junto a anunciantes de primer orden, así como el desarrollo de productos como Guapabox, dentro del segmento de *beauty boxes*.

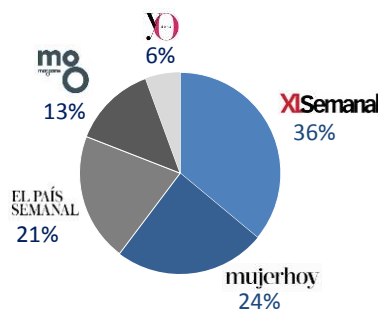
Dentro del segmento de revistas, tras incorporar la revista de Corazón CZN TVE, en alianza con el programa de TVE Corazón, se consolida su éxito situándose por nivel de ventas entre las principales revistas del corazón.

En el segmento de lujo masculino, la presencia es a través de la revista mensual de gran formato Código Único, dirigida a los hombres, urbanitas de clases altas, amantes del lujo y de las marcas. En el ámbito de la información económica, **Inversión y Finanzas** es la revista semanal líder de venta en quiosco y cubre mediante un riguroso análisis la actualidad bursátil y económica.

En las **revistas corporativas**, destaca el acuerdo con Air Europa para la edición de su revista que se ha consolidado como líder en el segmento *in-flight magazines*.

Las Revistas y Suplementos de VOCENTO alcanzan una audiencia combinada según la 2ª ola acumulada 2016 EGM de 3,2 millones de lectores, con un claro liderazgo de XL Semanal con 1,8 millones de lectores, más de 0,7 millones sobre su inmediato competidor, y de Mujer Hoy con 1,2 millones de lectores.

#### Cuota de audiencia de los principales suplementos en España<sup>1</sup> (%)



Nota 1: EGM 2ª ola acumulada 2016. 100% es agregados de las audiencias de los suplementos.

Por el lado digital, Mujerhoy.com con 1,5<sup>12</sup> millones de usuarios únicos se sitúa al nivel de los principales verticales de la categoría, ocupando la posición #7 de su categoría y situándose entre las principales posiciones en su segmento de suplementos online.

**En 2016**, VOCENTO sigue invirtiendo en la atractiva cartera de productos existentes, empujando de manera especial tanto el área de eventos y acciones especiales, como nuevas iniciativas digitales, con el nuevo portal de Mujer Hoy o el fomento del e-commerce con Guapabox entre otros. Mantener la posición de liderazgo y el criterio de racionalidad en costes, sin reducir la calidad del contenido editorial del área, seguirán siendo claras referencias de actuación.

Enmarcados en ese objetivo de liderazgo, destacan diversos hitos en este año. Desde el próximo mes de agosto, XL Semanal pasará a distribuirse en Cataluña tras el acuerdo con el Grupo Zeta, que en una primera fase contemplaba únicamente el suplemento femenino. Además, en el mes de julio, XL Semanal alcanza su número 1.500. Ambas medidas permitirán un impulso especial gracias al aniversario y a la mejora y completa cobertura nacional. Por último, se ha producido el lanzamiento del nuevo portal mujerhoy.com en el mes de enero y de xlsemanal.com en el mes de julio. Estos acontecimientos refuerzan la posición de liderazgo de en los suplementos de VOCENTO.

---

<sup>12</sup> Fuente: ComScore MMX Multiplataforma enero-junio 2016.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S16	1S15	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Regionales	138.470	143.895	(5.426)	(3,8%)
ABC	49.861	57.096	(7.235)	(12,7%)
Suplementos y Revistas	14.105	14.947	(842)	(5,6%)
Eliminaciones	(8.398)	(9.266)	867	9,4%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>194.037</b>	<b>206.672</b>	<b>(12.635)</b>	<b>(6,1%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Regionales	14.890	18.725	(3.835)	(20,5%)
ABC	163	1.725	(1.563)	(90,6%)
Suplementos y Revistas	243	546	(303)	(55,5%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>15.296</b>	<b>20.997</b>	<b>(5.701)</b>	<b>(27,2%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Regionales	18.950	20.036	(1.086)	(5,4%)
ABC	2.761	2.594	167	6,4%
Suplementos y Revistas	243	546	(303)	(55,5%)
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>21.954</b>	<b>23.177</b>	<b>(1.223)</b>	<b>(5,3%)</b>
<b>EBIT</b>				
Regionales	10.389	14.334	(3.945)	(27,5%)
ABC	(2.377)	(905)	(1.473)	(162,8%)
Suplementos y Revistas	77	449	(372)	(82,8%)
<b>Total EBIT</b>	<b>8.089</b>	<b>13.878</b>	<b>(5.790)</b>	<b>(41,7%)</b>
<b>EBIT comparable<sup>1, 2</sup></b>				
Regionales	14.325	15.533	(1.208)	(7,8%)
ABC	221	(19)	240	n.r.
Suplementos y Revistas	77	450	(372)	(82,8%)
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>14.623</b>	<b>15.963</b>	<b>(1.340)</b>	<b>(8,4%)</b>

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

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1S16 -6.658 miles de euros y 1S15 -2.180 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 1S16 123 miles de euros y 1S15 95 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** asciende a 194.037 miles de euros, un descenso del 6,1%.

La reducción de ingresos es consecuencia principalmente de: (i) el descenso en los ingresos publicitarios por los efectos comentados en la página 7 del informe, (ii) las menores ventas de ejemplares de



Regionales y ABC y (iii) los menores otros ingresos debido al efecto comparable con el primer semestre de 2015 donde concurrieron diversos efectos excepcionales.

**Ventas de ejemplares:** asciende a 91.933 miles de euros, un descenso del 5,8%.

Los ingresos por venta de ejemplares de la Prensa Regional descienden en el primer semestre un 4,6%.

En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un 8,0%. ABC sigue centrando sus esfuerzos en la difusión de calidad, eliminando como ya se ha indicado, de manera proactiva la venta de ejemplares que no cumple con el requisito de rentabilidad.

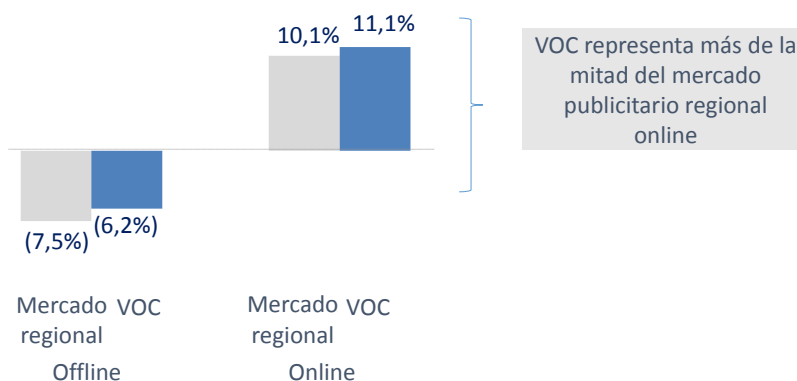
Por último, los ingresos por venta de ejemplares en Suplementos y Revistas descienden un 1,9%.

**Ventas de Publicidad:** descenso del 5,5% hasta 72.238 los miles de euros

Los **Regionales** descienden un 3,2%. Tras un descenso del 6,8% en el primer trimestre, se observa un comportamiento plano de la inversión publicitaria en en el segundo trimestre, pese a la mayor debilidad de la inversión institucional.

La publicidad de los medios de VOCENTO tanto en offline como en online es mejor que la del mercado regional.

Variación de la inversión publicitaria regional: online y offline (%)<sup>1</sup>

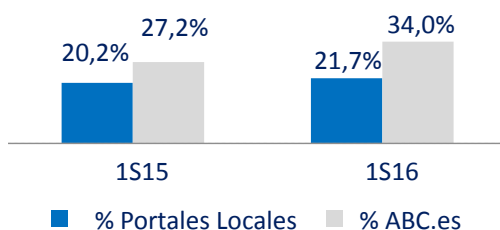


Nota 1: fuentes interna enero-mayo 2016. Datos de publicidad bruta.

En **ABC**, los ingresos por publicidad descienden un 9,7% en el primer semestre. Los ingresos en ABC.es, pese a que están afectados por diversas causas no ordinarias como el comentado impacto de la menor publicidad institucional local, crecen un 16,4%.

La paulatina incorporación del modelo complementario digital se refleja en el creciente peso de los ingresos digitales sobre el total de ingresos de publicidad y otros ingresos por e-commerce, tanto en los Regionales (21,7%, +1,6 p.p.), como en ABC (34,0%, +6,8 p.p.).

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



En cuanto a los Suplementos y Revistas, los ingresos publicitarios descienden un 10,5%.

**EBITDA comparable<sup>13</sup>**: asciende a 21.954 miles de euros, un descenso de 1.223 miles de sobre el pasado año debido principalmente al impacto de la menor inversión publicitaria.

Evolución del EBITDA comparable Periódicos 1S16 (€m)

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable		
	1S16	1S15	Var Abs
Regionales	18.950	20.036	(1.086)
ABC	2.761	2.594	167
Suplementos y Revistas	243	546	(303)
<b>Total</b>	<b>21.954</b>	<b>23.177</b>	<b>(1.223)</b>

En el primer semestre de 2016 se produce una disminución de los costes comparables del 6,2%<sup>13</sup>, tal y como se muestra en la siguiente tabla. Durante 2016 seguirán aflorando ahorros derivados de los ajustes de personal y del cierre y redimensionamiento de delegaciones de ABC principalmente.

Evolución de los costes comparables Periódicos 1S16 (€m y %)

Costes operativos comp. (miles de euros)	1S16	1S15	Var Abs	Var %
Regionales	(119.519)	(123.859)	(4.340)	(3,5%)
ABC	(47.100)	(54.501)	(7.402)	(13,6%)
Suplementos y Revistas	(13.862)	(14.401)	(538)	(3,7%)
Eliminaciones	8.398	9.266	867	9,4%
<b>Total</b>	<b>(172.083)</b>	<b>(183.495)</b>	<b>(11.413)</b>	<b>(6,2%)</b>

- (i) **Regionales**: EBITDA comparable de 18.950 miles de euros con un descenso de 1.086 miles de euros sobre el primer semestre de 2015 por el descenso en los ingresos de publicidad. En el segundo trimestre, el EBITDA comparable crece en 356 miles de euros. En cambio, la rentabilidad en el semestre del margen de EBITDA se sitúa en niveles similares a 2015: 13,7% en el primer el semestre de 2016 vs 13,9% en el primer el semestre de 2015.

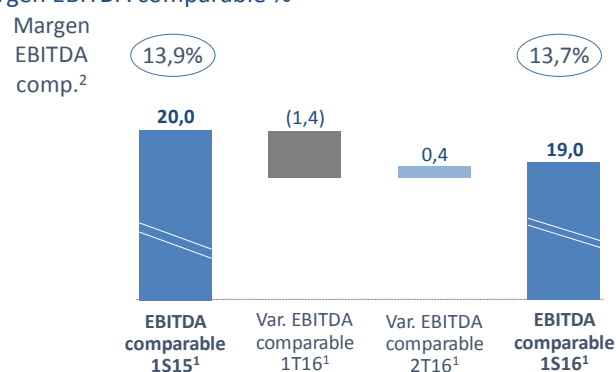
Regionales: evolución del EBITDA comp.

Variación 1S16 vs 1S15 excepto EBITDA comp. (€m)



Regionales: evolución del EBITDA comp. por trimestre

€m y margen EBITDA comparable %



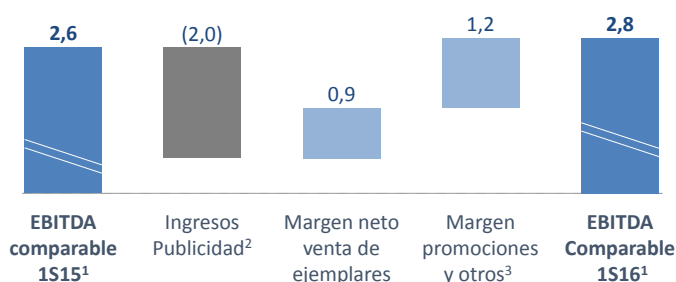
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1S15 €-1,3m y 1S16 €-4,1m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen margen de las imprentas, y costes comerciales y fijos (costes de personal).

<sup>13</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1S16 -6.658 miles de euros y 1S15 -2.180 miles de euros.

- (ii) ABC: EBITDA comparable en el primer semestre de 2016 asciende a 2.761 miles de euros vs 2.594 miles de euros en el pasado año pese el descenso en los ingresos publicitarios, que es más que compensado por una mejora de las otras dos variables clave del negocio: margen de venta de ejemplares y de promociones.

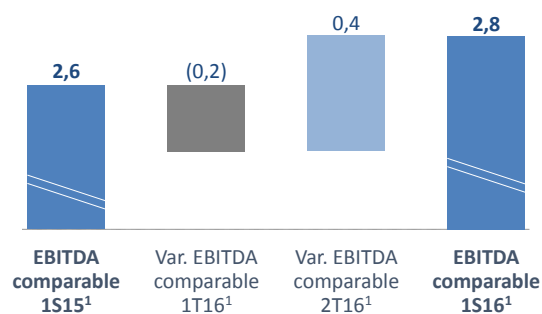
ABC: evolución del EBITDA comparable

Var. 1S16 vs 1S15 excepto EBITDA comp. (€m)



ABC: evolución del EBITDA comparable por trimestre

€m



*Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 1S15 €-0,9m y 1S16 €-2,6m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: Otros incluye principalmente imprentas y costes comerciales y fijos (costes de personal).*

Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de 243 miles de euros vs 546 miles de euros en el primer semestre del pasado ejercicio.

## Audiovisual

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

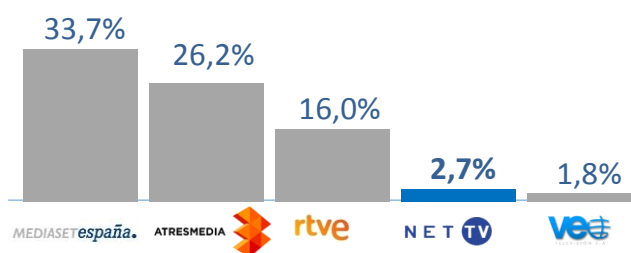
### Televisión

VOCENTO, con su participación indirecta del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), tiene presencia en uno de los ocho operadores privados que cuentan con una licencia de TDT nacional de televisión en abierto.

Los dos canales de NET TV en actividad, se emiten bajo las designaciones Disney Channel y Paramount Channel. De esta forma, VOCENTO está presente en la televisión de nicho con proveedores internacionales y líderes mundiales en entretenimiento que garantizan el negocio de NET TV en el medio y largo plazo contribuyendo al objetivo de rentabilidad global del Grupo

El conjunto de los canales citados cerraron el mes de junio de 2016 con una audiencia del 2,7%<sup>14</sup>.

### Cuota de audiencia por familia de canales junio 2016 (%)<sup>1</sup>



Nota 1: Fuente Kantar media.

### Radio

El desarrollo de esta línea de negocio se realiza en base a una alianza con Cadena COPE que fue autorizada por la Comisión Nacional de Competencia (CNC) en 2013. La alianza se concreta en un acuerdo estratégico que tiene el objetivo de reforzar, en especial con ABC, una línea editorial compartida y la defensa de los mismos valores.

El acuerdo, a nivel radio, supone la emisión en cadena tanto con COPE como Cadena 100, Rock FM y Mega Star en las emisoras propiedad de las diferentes sociedades de VOCENTO, vinculándose especialmente en los boletines las marcas COPE y ABC. Además de otro tipo de colaboraciones, los programas, comunicadores y contenidos editoriales de COPE son objeto de especial atención en las páginas de ABC.

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.

En 2016, la puesta en valor del acuerdo alcanzado con COPE sigue poniéndose de manifiesto tras los buenos datos de audiencia de la segunda oleada del EGM 2016 lunes a viernes, donde COPE ha incrementado sus oyentes en cerca de un millón en la comparativa con el año anterior hasta 2.666.000, mientras que en las radios temáticas musicales la mejora es de casi 300.000 oyentes.

<sup>14</sup> Fuente: Kantar Media junio 2016.

### **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, a través de Veralia Corporación, en torno a: i) Veralia Contenidos, holding de producción audiovisual que agrupa las marcas de BocaBoca Producciones, Europroducciones y Hill Valley, y ii) Veralia Distribución de Cine, que posee un catálogo de derechos de 230 títulos.

En el área de producción de contenidos destaca el éxito en audiencia del programa “9 meses con Samanta” y la coproducción de la versión portuguesa de “El Ministerio del tiempo”.

Además, Veralia opta, entre otras iniciativas, por la internacionalización de sus producciones. Así, el formato “21 días” ha sido sucesivamente adaptado en Holanda, Francia, Canadá y Chile. Adicionalmente, se sigue colaborando con varios grupos internacionales a través de acuerdos para comercializar formatos en el mercado español.

En el área de distribución de películas, Veralia Distribución de Cine, el objetivo es seguir maximizando los ingresos provenientes del catálogo existente.

En 2016, los esfuerzos se concentran en consolidar los niveles de producción y la recurrencia de programas para mantener la rentabilidad, diversificando la actual cartera de clientes a través de la incorporación de televisiones autonómicas y aprovechando la aparición de nuevos actores en la televisión nacional, así como maximizar los ingresos del catálogo de películas.

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

Miles de Euros	NIIF			
	1S16	1S15	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
TDT	14.266	13.559	707	5,2%
Radio	2.116	2.133	(16)	(0,8%)
Contenidos	7.014	6.041	972	16,1%
Eliminaciones	(134)	(210)	77	36,5%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>23.263</b>	<b>21.523</b>	<b>1.740</b>	<b>8,1%</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT	2.766	2.185	582	26,6%
Radio	1.340	1.286	54	4,2%
Contenidos	1.903	1.918	(15)	(0,8%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>6.009</b>	<b>5.389</b>	<b>620</b>	<b>11,5%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
TDT	2.766	2.185	581	26,6%
Radio	1.310	1.286	24	1,9%
Contenidos	1.903	1.918	(15)	(0,8%)
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>5.979</b>	<b>5.390</b>	<b>589</b>	<b>10,9%</b>
<b>EBIT</b>				
TDT	2.633	2.044	589	28,8%
Radio	1.360	1.279	82	6,4%
Contenidos	270	(324)	595	183,3%
<b>Total EBIT</b>	<b>4.263</b>	<b>2.999</b>	<b>1.265</b>	<b>42,2%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1, 2</sup></b>				
TDT	2.633	2.048	585	28,6%
Radio	1.300	1.279	22	1,7%
Contenidos	270	(324)	595	183,3%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>4.203</b>	<b>3.002</b>	<b>1.201</b>	<b>40,0%</b>

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

Nota: el EBIT y EBIT comparable de Contenidos incluye la amortización del fondo de comercio asignado al catálogo de películas de Tripictures en 1S16 por 828 miles de euros y 1S15 por 1.038 por miles de euros.

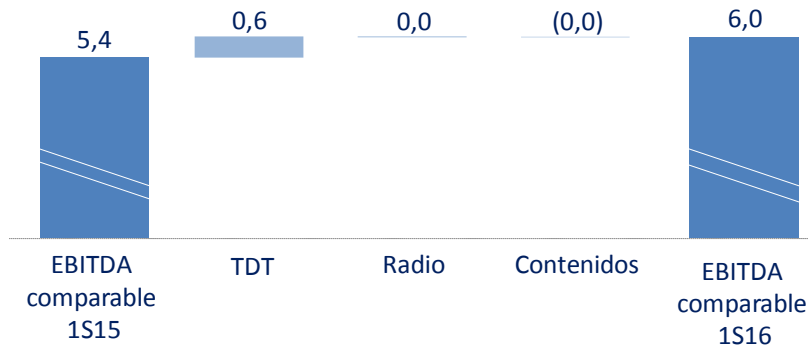
<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste 1S16 30 miles de euros y 1S15 -1 mil euros.

<sup>2</sup> Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 1S16 30 miles de euros y 1S15 -3 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** alcanza 23.263 miles de euros, un 8,1% superior debido principalmente a la mayor actividad en Contenidos y en TDT.

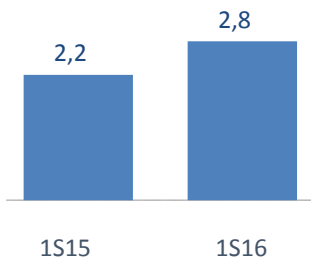
**EBITDA comparable<sup>15</sup>:** 5.979 miles de euros con una mejora de 589 miles de euros sobre el pasado año debido principalmente al crecimiento de la rentabilidad en Televisión.

Evolución EBITDA comparable<sup>1</sup> del área Audiovisual (€m)

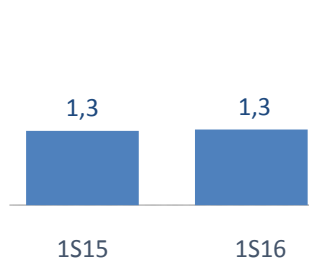


- (i) **Televisión:** EBITDA comparable de 2.766 miles de euros en el primer semestre con una mejora de 581 miles de euros sobre 1S15 gracias a la consolidación de los dos canales en TDT nacional.
- (ii) **Radio:** obtiene en el primer semestre del año, un EBITDA comparable de 1.310 miles de euros, ligero crecimiento respecto del pasado año que fue de 1.286 miles de euros.
- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable de 1.903 miles de euros, prácticamente al mismo nivel, 1.918 miles de euros, que el pasado año compensa la mejora en las productoras el descenso natural en distribución de cine.

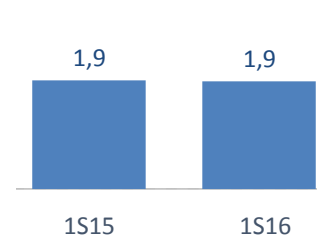
EBITDA comparable TDT (€m)



EBITDA comparable Radio (€m)



EBITDA comparable Contenidos (€m)



**Resultado de Explotación comparable:** (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende en el primer semestre de 2016 a 4.203 miles de euros y mejora de 1.201 miles de euros sobre el mismo periodo de 2015, debido al citado incremento en EBITDA y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en 610 miles de euros durante este año.

<sup>15</sup> Excluye medidas de ajuste 1S16 30 miles de euros y 1S15 -1 mil euros.

## Clasificados

La red de clasificados nacional de VOCENTO es única en el sector de los medios de comunicación españoles, al contar con un equipo especializado y una vocación de servicio orientada al cliente. Estas cualidades se ven reforzadas por el apoyo de ABC.es y las 11 ediciones digitales regionales de VOCENTO, que permiten consolidar una red nacional de clasificados con una oferta marcada por el contenido, y el conocimiento del sector.

Los diferentes portales están presentes con marcas nacionales en los tres mercados de referencia de anuncios clasificados en Internet: inmobiliario con pisos.com (top#3 de la categoría, según ranking de comScore multiplataforma enero-junio 2016), empleo con Infoempleo.com (top#4) y motor con autocasion.com (top#7).

Durante 2016, los objetivos continúan centrados en el desarrollo del negocio principal de cada vertical, y como estrategia continuista y denominador común al resto de áreas de VOCENTO, la apuesta por producto y servicios de valor añadido que permitan la profundización en el conocimiento de los clientes, usuarios y la utilización de las nuevas tecnologías.

En el primer semestre del año, se ha lanzado el nuevo portal de Autocasión.com, que tiene como principal objetivo optimizar la experiencia del usuario en todos los dispositivos y adaptarse a las nuevas necesidades del anunciante.

Asimismo, el área potencia la generación de ingresos por publicidad, mediante cuidados movimientos comerciales, medidas de fidelización y mejora del ingreso medio por cliente, mientras se mantiene la estructura de costes.

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

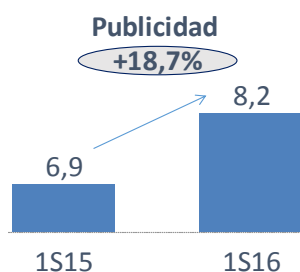
Miles de Euros	NIIF			
	1S16	1S15	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Clasificados	8.802	7.457	1.345	18,0%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>8.802</b>	<b>7.457</b>	<b>1.345</b>	<b>18,0%</b>
<b>EBITDA</b>				
Clasificados	765	(18)	783	n.r.
<b>Total EBITDA</b>	<b>765</b>	<b>(18)</b>	<b>783</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Clasificados	819	153	666	434,2%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>819</b>	<b>153</b>	<b>666</b>	<b>434,2%</b>
<b>EBIT</b>				
Clasificados	541	(353)	893	253,2%
<b>Total EBIT</b>	<b>541</b>	<b>(353)</b>	<b>893</b>	<b>253,2%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1</sup></b>				
Clasificados	590	(181)	772	425,4%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>590</b>	<b>(181)</b>	<b>772</b>	<b>425,4%</b>

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste 1S16 -54 miles de euros y 1S15 -171 miles de euros.



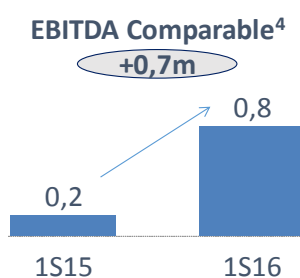
**Ingresos de Explotación:** alcanzan 8.802 miles de euros, un crecimiento del 18,0% debido al notable comportamiento de los ingresos de publicidad del área que incrementan un 18,7%.

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



**EBITDA comparable:** EBITDA comparable en el primer semestre de 2016 de 819 miles de euros desde 153 miles de euros un año antes, gracias al incremento de facturación que permite mejorar la rentabilidad en el área a pesar de los mayores costes derivados del foco en digital.

Evolución del EBITDA comparable del área de Clasificados (%)



## Datos operativos

### Periódicos

Datos de Difusión Media	1S16	1S15	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	96.708	110.305	(13.597)	(12,3%)
<b>Prensa Regional</b>				
El Correo	68.013	74.025	(6.012)	(8,1%)
El Diario Vasco	51.424	53.812	(2.388)	(4,4%)
El Diario Montañés	23.767	25.265	(1.497)	(5,9%)
Ideal	18.642	20.040	(1.398)	(7,0%)
La Verdad	15.932	17.501	(1.570)	(9,0%)
Hoy	10.539	11.263	(724)	(6,4%)
Sur	16.518	17.926	(1.408)	(7,9%)
La Rioja	9.690	10.294	(604)	(5,9%)
El Norte de Castilla	18.909	21.025	(2.117)	(10,1%)
El Comercio	16.690	17.505	(815)	(4,7%)
Las Provincias	17.065	18.319	(1.254)	(6,8%)
<b>TOTAL Prensa Regional</b>	<b>267.186</b>	<b>286.974</b>	<b>(19.788)</b>	<b>(6,9%)</b>

Fuente: OJD. Datos 2016 no certificados

Audiencia	2ªOla 16	2ªOla 15	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	<b>485.000</b>	<b>494.000</b>	<b>(9.000)</b>	<b>(1,8%)</b>
<b>Prensa Regional</b>	<b>1.932.000</b>	<b>2.024.000</b>	<b>(92.000)</b>	<b>(4,5%)</b>
El Correo	403.000	413.000	(10.000)	(2,4%)
El Diario Vasco	209.000	249.000	(40.000)	(16,1%)
El Diario Montañés	158.000	163.000	(5.000)	(3,1%)
Ideal	155.000	189.000	(34.000)	(18,0%)
La Verdad	193.000	194.000	(1.000)	(0,5%)
Hoy	136.000	127.000	9.000	7,1%
Sur	130.000	150.000	(20.000)	(13,3%)
La Rioja	91.000	81.000	10.000	12,3%
El Norte de Castilla	190.000	186.000	4.000	2,2%
El Comercio	155.000	148.000	7.000	4,7%
Las Provincias	112.000	124.000	(12.000)	(9,7%)
<b>Suplementos</b>				
XL Semanal	1.832.000	2.161.000	(329.000)	(15,2%)
Mujer Hoy	1.233.000	1.265.000	(32.000)	(2,5%)
Mujer Hoy Corazón	168.000	303.000	(135.000)	(44,6%)
Inversión y Finanzas	24.000	43.000	(19.000)	(44,2%)
<b>Usuarios Unicos Mensuales (Miles)</b>	<b>jun-16</b>	<b>jun-15</b>	<b>Var Abs</b>	<b>%</b>
Vocento	18.338	17.164	1.174	6,8%

Fuente: ComScore Multiplataforma

### Audiovisual

Mercado TDT Nacional	jun-16	jun-15	Var Abs
NET TV audiencia	2,7%	3,4%	(0,7) p.p.

Fuente: Kantar Media último mes.

## **Anexo I: Medidas Alternativas del Rendimiento**

CNMV ha notificado el 20 de octubre de 2015 su intención de cumplir con las “Directrices sobre Medidas Alternativas del Rendimiento” publicadas por La Autoridad Europea de Valores y Mercados (ESMA) el 30 de junio de 2015 y emitidas al amparo del artículo 16 del Reglamento (EU) Nº 1095/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de noviembre de 2010. En este contexto, se incluyen las Medidas Alternativas del Rendimiento utilizadas.

La descripción de dichas Medidas Alternativas de Rendimiento utilizadas en este informe es:

**EBITDA** significa, el resultado neto del ejercicio antes de ingresos financieros, gastos financieros, otros resultados de instrumentos financieros, impuesto sobre beneficios, amortizaciones, depreciaciones, deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible, deterioro de fondos de comercio para el periodo en cuestión sin tomar en consideración (a) el resultado neto de la enajenación de activos financieros corrientes; y (b) el Resultado de Sociedades por el método de participación.

**EBITDA comparable** significa ajustar al EBITDA todos aquellos ingresos y gastos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre los EBITDA entre los periodos en cuestión. En este sentido, se han considerado como gastos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido devengadas en cada periodo.

**EBIT** significa, restar al EBITDA las amortizaciones y depreciaciones y el deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible.

**EBIT comparable** significa ajustar al EBIT todos aquellos ingresos y gastos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre los EBIT entre los periodos en cuestión y por el deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible.

En este sentido, se han considerado como gastos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido devengadas en cada periodo.

**Deuda financiera neta (DFN)** significa el endeudamiento a largo y corto plazo con coste financiero explícito, bien sea con entidades financieras bien con otros terceros, más las deudas derivadas de la emisión de bonos, pagarés, obligaciones convertibles en acciones o instrumentos financieros de naturaleza similar más las garantías o contragarantías en relación con endeudamiento con coste financiero que puedan prestar a favor de terceras partes y no contabilizadas en el pasivo como obligaciones de pago menos la tesorería más el valor de mercado (mark to market) de aquellos instrumentos de cobertura que se suscriban distintos de las Operaciones de Cobertura. A estos efectos se entenderá por tesorería el efectivo y otros medios líquidos, más otros activos financieros corrientes y no corrientes, que se mantengan bien con entidades financieras o bien con terceros. En este sentido, el importe de las “Deudas con entidades de crédito” corresponde al valor nominal de las mismas, y no a su coste amortizado; es decir, no incluye el impacto del diferimiento de los gastos de apertura. No se incluyen dentro de deuda financiera neta los Avales Económicos y los Avales Técnicos.

**Deuda financiera neta (DFN) comparable** significa ajustar la DFN por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión. En este sentido, se han considerado como pagos excepcionales no recurrentes los importes de las

indemnizaciones por despido pagados en cada periodo, así como los pagos relativos al ejercicio de los acuerdos alcanzados con los accionistas de Federico Domenech y a los pagos realizados por la compra de acciones.

**Generación de caja ordinaria** significa la diferencia entre la DFN del inicio y el final de periodo ajustada por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión. En este sentido, se han considerado como pagos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido pagados en cada periodo, así como los pagos relativos al ejercicio de los acuerdos alcanzados con los accionistas de Federico Domenech y a los pagos realizados por la compra de acciones.

**Cálculo de las M.A.R.: CONCILIACION ENTRE LOS DATOS CONTABLES Y LAS MEDIDAS ALTERNATIVAS AL RENDIMIENTO**

Miles de Euros	jun-16	jun-15
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	(1.700)	4.129
Ingresos financieros	(134)	(124)
Gastos financieros	3.447	3.999
Otros resultados de instrumentos financieros	-	(1.093)
Impuesto sobre beneficios de las operaciones continuadas	1.013	2.140
Amortizaciones y depreciaciones	9.503	10.149
Deterioro del Fondo de Comercio	900	1.500
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	(157)	(90)
Resultado de sociedades por el método de participación	7	(47)
Resultado neto en enajenación de activos financieros no corrientes	177	0
<b>EBITDA</b>	<b>13.055</b>	<b>20.563</b>
Indemnizaciones	9.909	2.885
<b>EBITDA COMPARABLE</b>	<b>22.964</b>	<b>23.448</b>
EBITDA	13.055	20.563
Amortizaciones y depreciaciones	(9.503)	(10.149)
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	157	90
<b>EBIT</b>	<b>3.709</b>	<b>10.505</b>
Indemnizaciones	9.909	2.885
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	(157)	(90)
<b>EBIT COMPARABLE</b>	<b>13.461</b>	<b>13.299</b>
<b>Miles de Euros</b>	<b>jun-16</b>	<b>dic-15</b>
Deuda financiera con entidades de crédito a Largo Plazo	115.198	97.004
Otros pasivos con coste financiero a Largo Plazo	1.404	2.351
Deuda financiera con entidades de crédito a Corto Plazo	13.467	23.262
Otros pasivos con coste financiero a Corto Plazo	1.189	2.509
Efectivo y otros medios equivalentes	(22.199)	(19.348)
Otras cuentas a cobrar no corrientes con coste financiero	(270)	(270)
Gastos de apertura del sindicato	2.805	3.279
<b>DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)</b>	<b>111.594</b>	<b>108.787</b>
DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)	111.594	108.787
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	(9.699)	(6.329)
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias y segundo pago del la compra del 3% de Rotomadrid	(2.574)	(3.972)
<b>DEUDA FINANCIERA NETA COMPARABLE</b>	<b>99.321</b>	<b>98.486</b>
DFN del inicio del periodo	108.787	125.869
DFN del final del periodo	(111.594)	(108.787)
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	9.699	6.329
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias y segundo pago del la compra del 3% de Rotomadrid	2.574	3.972
<b>GENERACION DE CAJA ORDINARIA</b>	<b>9.466</b>	<b>27.383</b>

### 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/ Pintor Losada, 7  
48007 Bilbao  
Bizkaia  
Tel.: 902 404 073  
e-mail: [ir@vocento.com](mailto:ir@vocento.com)

# Resultados 1S16

26 de julio de 2016



# Aviso legal

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

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

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

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

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

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



# Principales hitos 1S16

Estabilización publicitaria en VOCENTO en 2T16 -0,6% tras 1T16 -7,1% (1S16 -3,6%)

La publicidad digital crece en 1S16 un 13,6% a pesar de local

- Crecimiento de la publicidad digital proveniente de Nacional 1S16 +18,8%. La digital Local se mantiene plana (1S16 -0,2%) debido a la menor inversión institucional local y al impacto del cierre de las delegaciones de ABC

EBITDA comparable 2T16 mejora en €1,0m tras descenso €1,4m en 1T16

- EBITDA comparable 1S16 €23,0m, desciende €0,5m. Costes comparables -4,7% mitigan el impacto de la caída en ingresos
- Mejora margen de promociones 1S16 €0,5m y estabilización de la variación del margen por venta de ejemplares 1S16 €-0,1m

Generación de caja ordinaria positiva en 1S16 de €9,5m

- Deuda financiera neta/EBITDA comparable 1S16 se mantiene en 2,2x (2,2x a cierre de 2015)
- DFN 1S16 de €-111,6m incluye salidas de caja no recurrentes por importe total de €12,3m (pagos por Plan de Eficiencia €9,7m)

Acciones encaminadas a la mejora de ingresos y rentabilidad de VOCENTO

- Lanzamiento de nuevas iniciativas digitales: Local Digital Kit, OferplanStore y DiaroVasco on+. Diversificación en Media for Equity (inversión en GELT)
- Ejecución del Plan de Eficiencia

## MANTENIMIENTO DE OBJETIVOS 2016

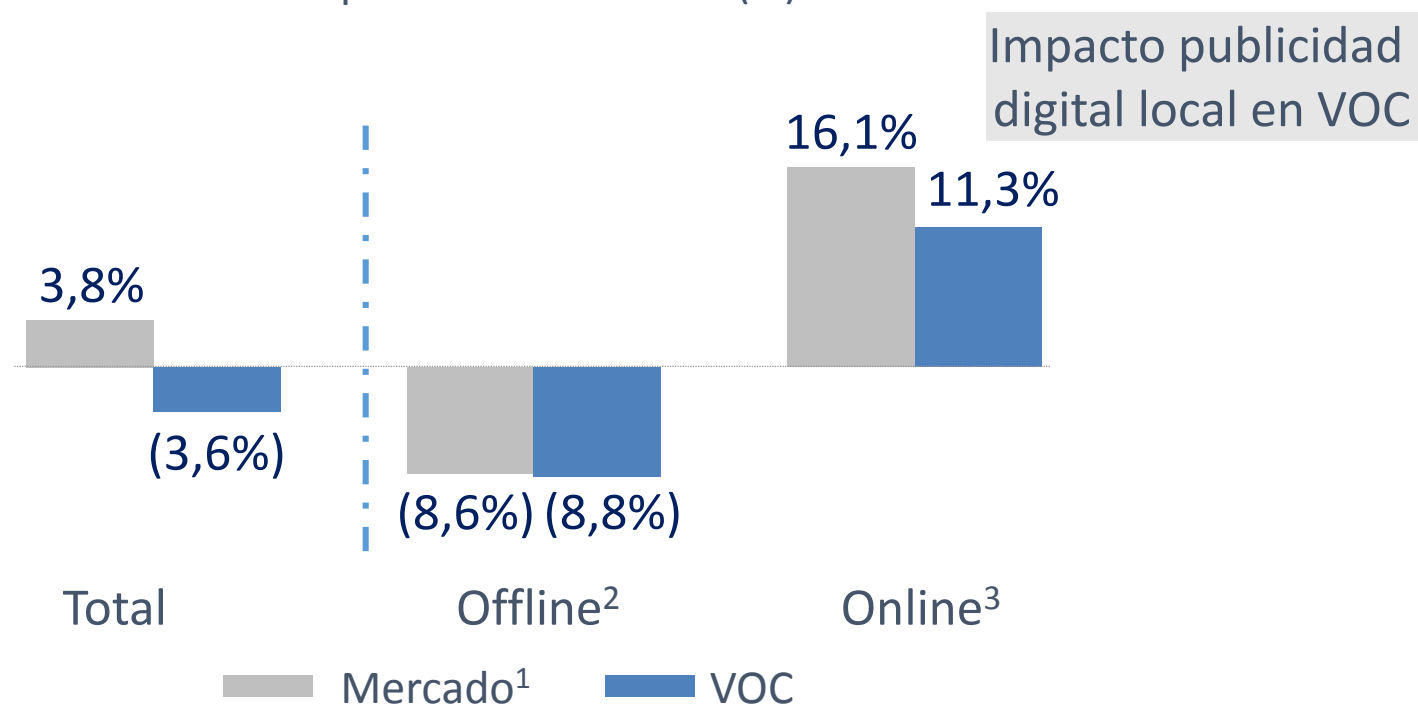
**Ingresos publicitarios y EBITDA comparable al alza, generación de caja ordinaria positiva**

# Publicidad: estabilización de la inversión en VOC

- En 2T16 mejora la comparativa con el año anterior vs 1T16, a pesar del impacto negativo de las elecciones 26J
  - Se minimiza el efecto del descenso de la inversión en institucional local, y prácticamente se neutraliza el del cierre de delegaciones y acuerdos anuales explicados en 1T16

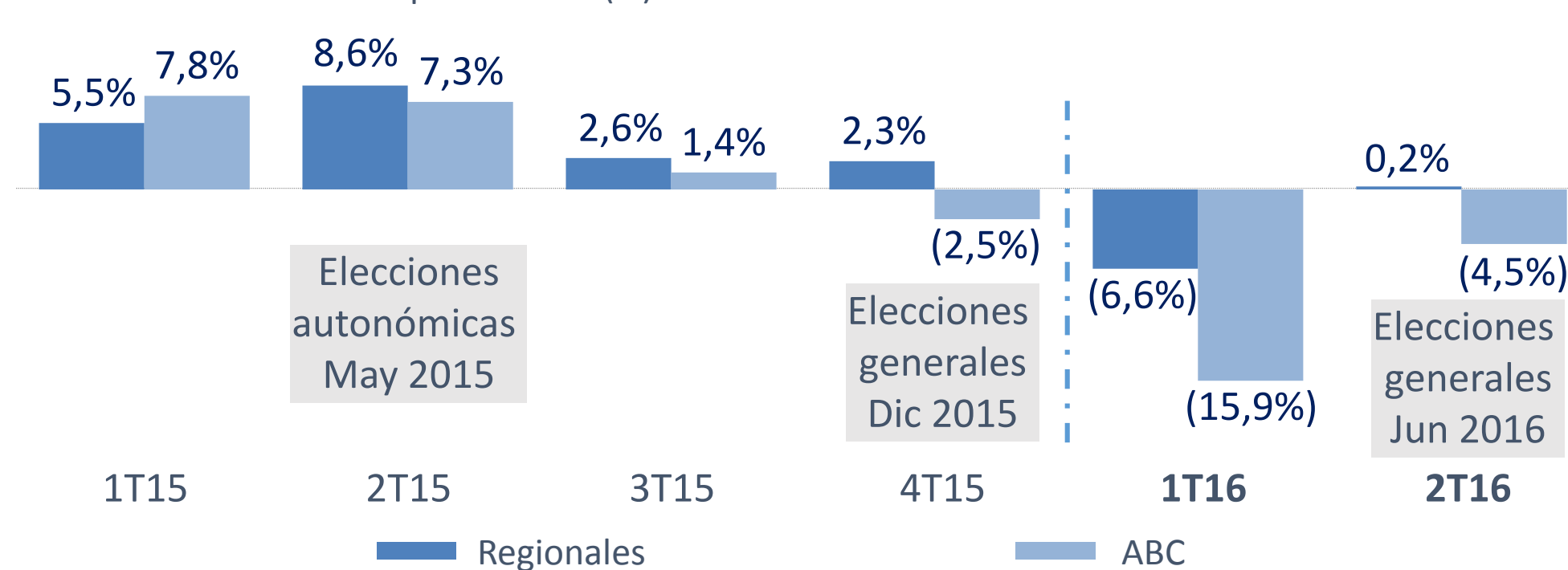
## Comparativa publicitaria de VOC vs mercado<sup>1</sup>

Variación de inversión publicitaria en 1S16 (%)



## Evolución trimestral de la publicidad total en Regionales y ABC

Variación de inversión publicitaria (%)



## Comportamiento de la publicidad digital

Variación de inversión publicitaria de VOC en 1S16 (%)

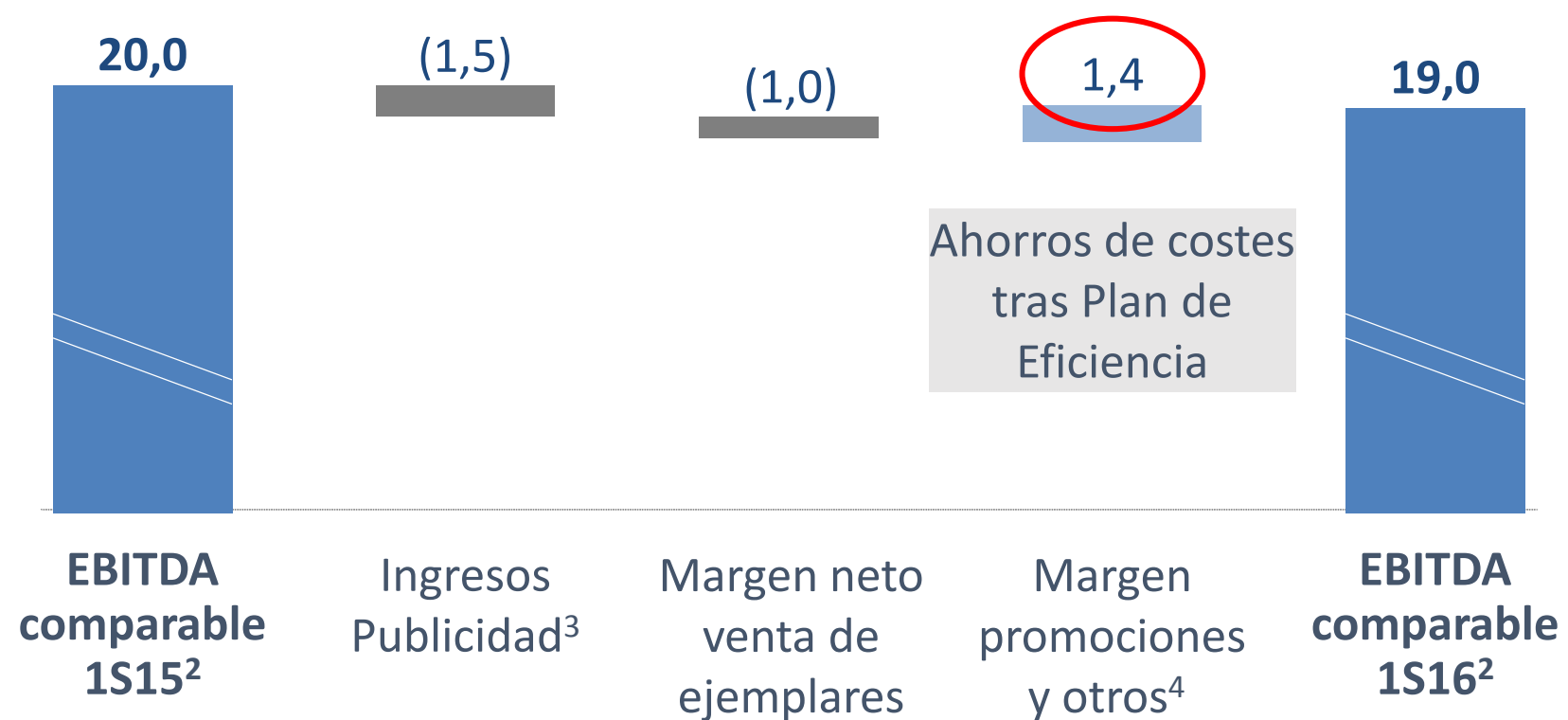
	1S16
Nacional	18,8%
Local	(0,2%)
Total digital	13,6%

# Regionales: rentabilidad estabilizada en 1S16

- Mantenimiento de cuota de mercado en difusión en prensa regional en c. 25%<sup>1</sup>
- Sostenimiento de la rentabilidad tras ejecución del Plan de Eficiencia en 1T16

## EBITDA de Regionales

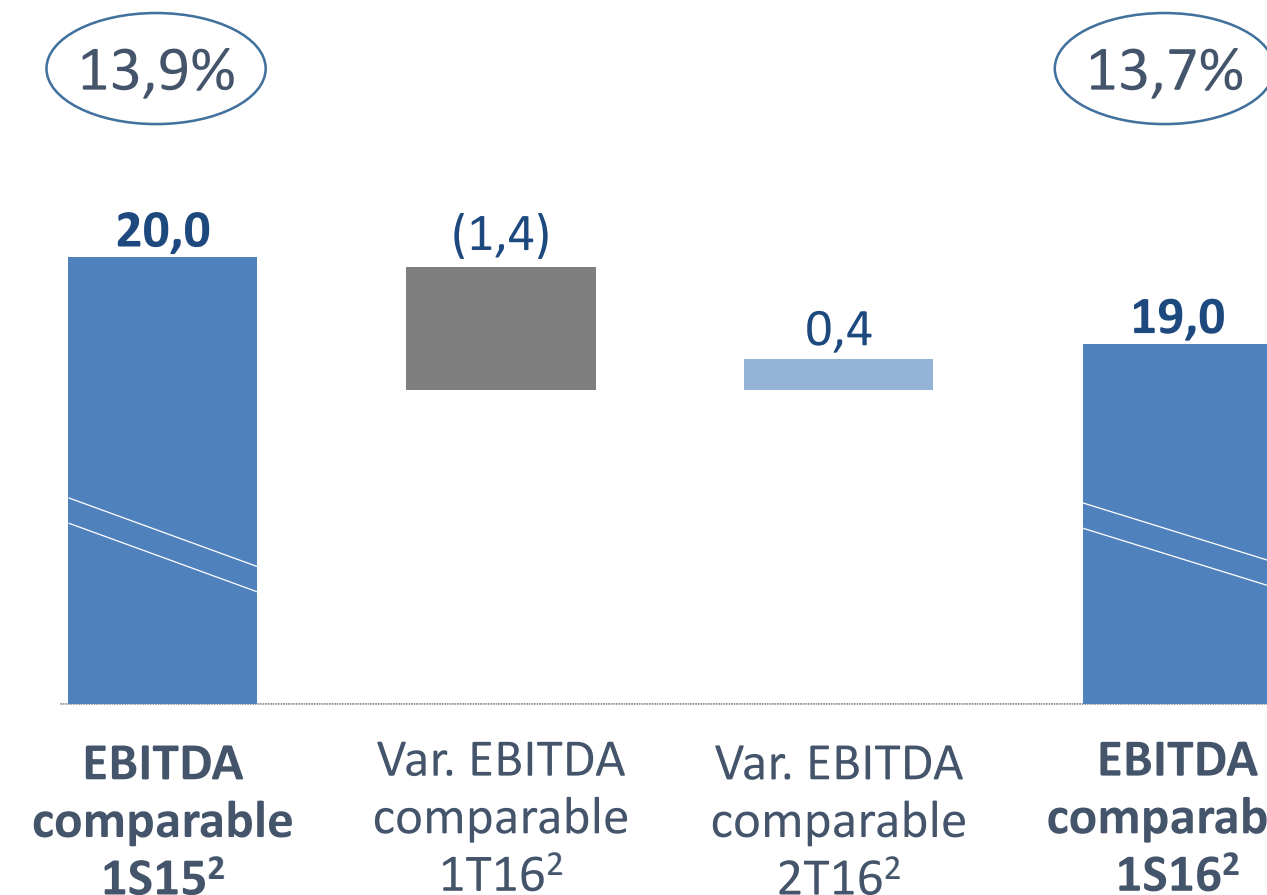
Variación 1S16 vs 1S15 excepto EBITDA comparable (€m)



## EBITDA de Regionales por trimestres

Datos en variación en €m en 1T16 y 2T16 y absoluto 1S15 y 2S16

Margen EBITDA comp.<sup>2</sup>



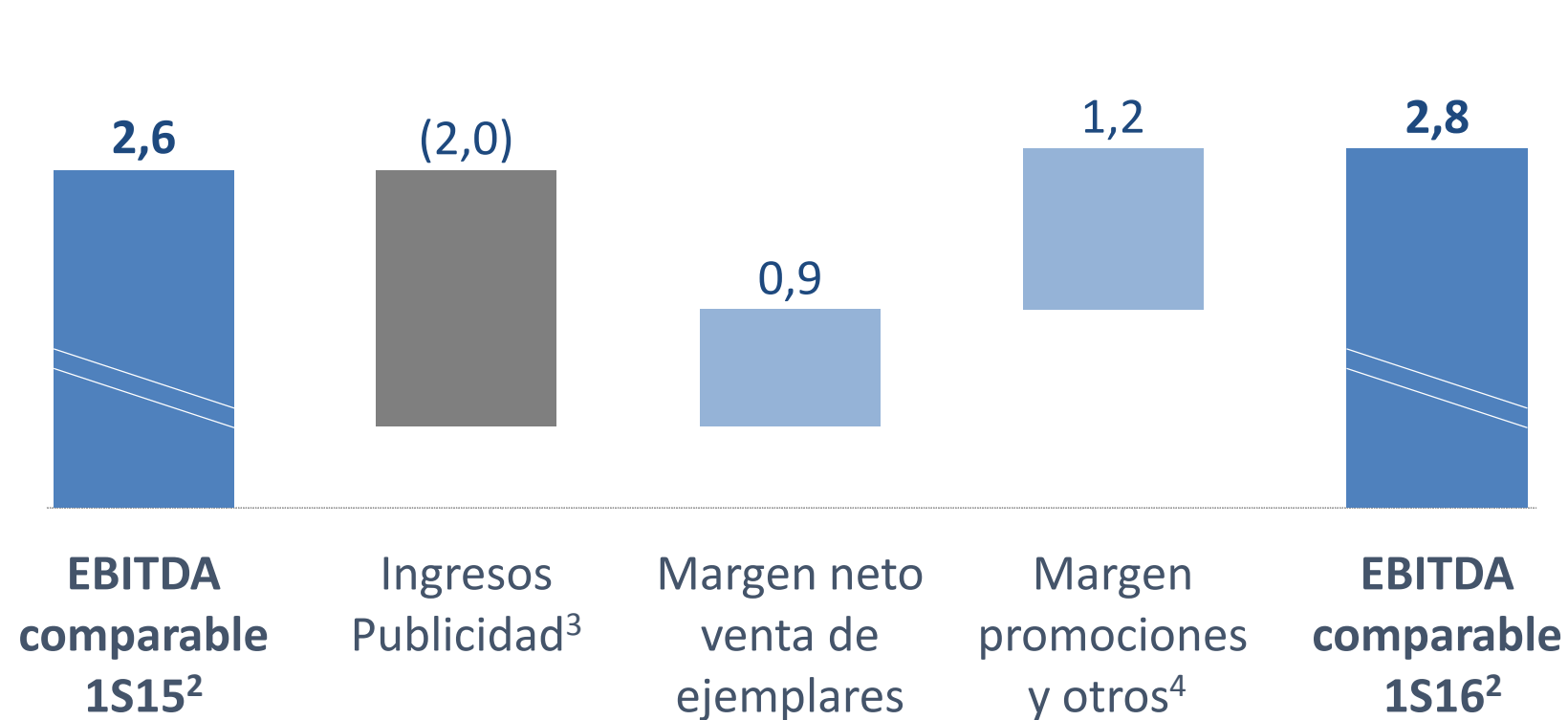
Nota 1: OJD enero-mayo 2016 cuota de mercado de prensa regional difusión total. Nota 2: excluye medidas de ajuste de personal y one offs 1S15 €-1,3m y 1S16 €-4,1m. Nota 3: actividad editora y digital. Nota 4: otros incluye margen de las imprentas, y costes comerciales y fijos (costes de personal).

# ABC: foco en digital y en rentabilidad

- ABC mantiene la segunda posición en Madrid con una cuota de difusión del 26%<sup>1</sup>
- Mejora del margen de venta de ejemplares en línea con el objetivo prioritario de rentabilidad en ABC

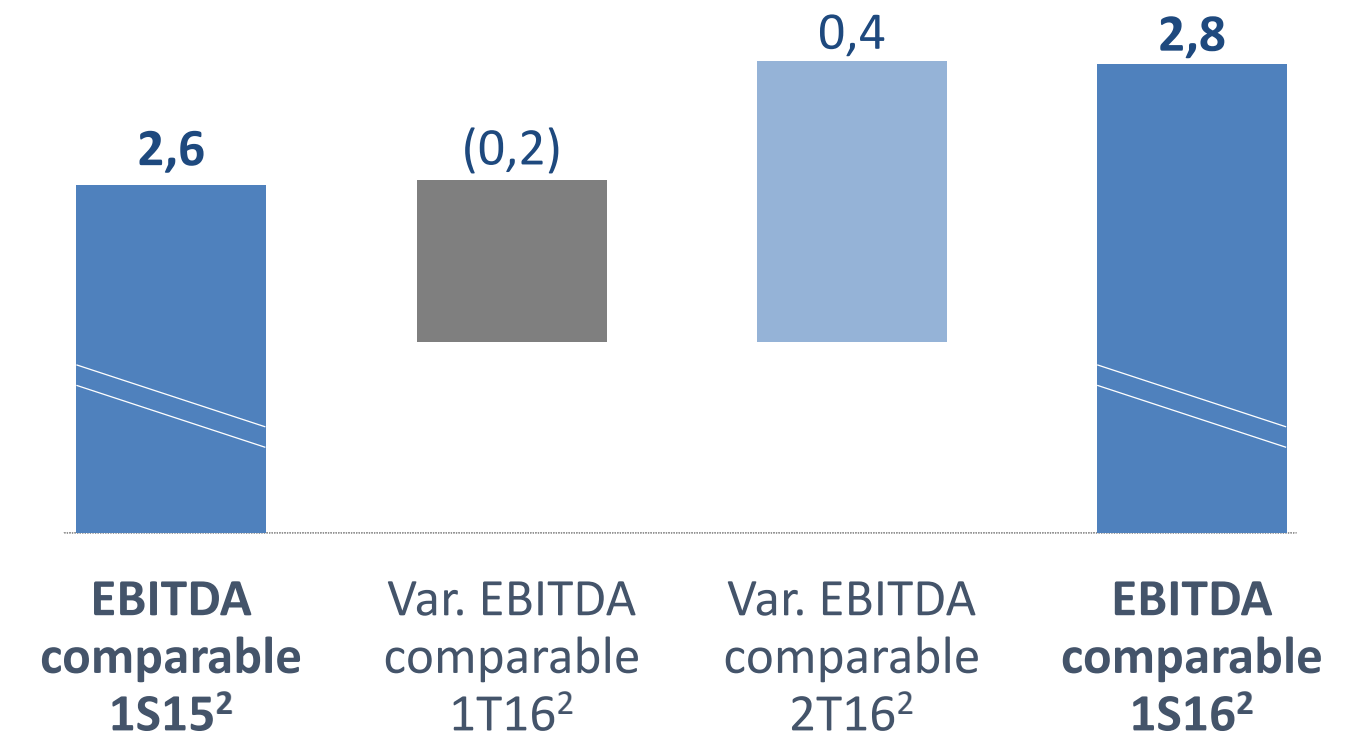
## EBITDA de ABC

Variación 1S16 vs 1S15 excepto EBITDA comparable (€m)



## EBITDA de ABC por trimestres

Datos en variación en €m en 1T16 y 2T16 y absoluto 1S15 y 2S16



Nota 1: OJD enero-mayo 2016. Difusión de pago ordinaria en la Comunidad de Madrid. Nota 2: excluye medidas de ajuste y "one offs" 1S15 €-0,9m y 1S16 €-2,6m. Nota 3: actividad editora y digital.

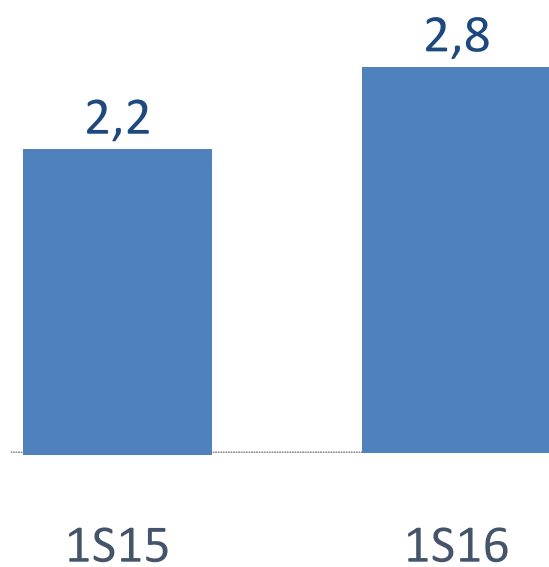
Nota 4: Otros incluye principalmente imprentas y costes comerciales y fijos (costes de personal).

# Audiovisual: contribución recurrente a EBITDA positivo

- Estabilidad en la generación de ingresos en las diferentes líneas de negocio

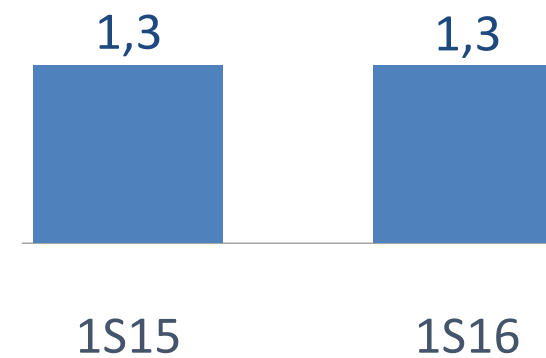
## TDT mejora en EBITDA

EBITDA comparable en €m



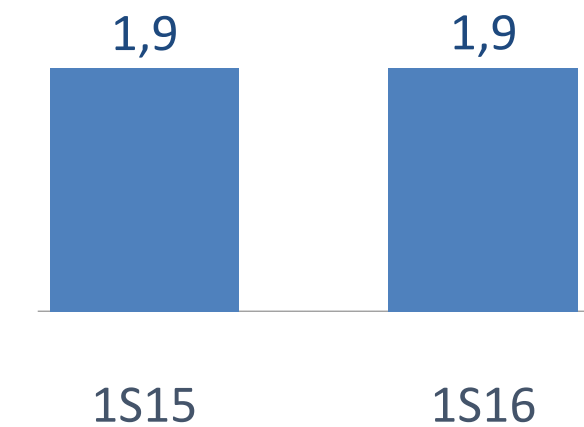
## Radio estable por acuerdo COPE

EBITDA comparable en €m



## Estabilidad del EBITDA en Contenidos

EBITDA comparable en €m

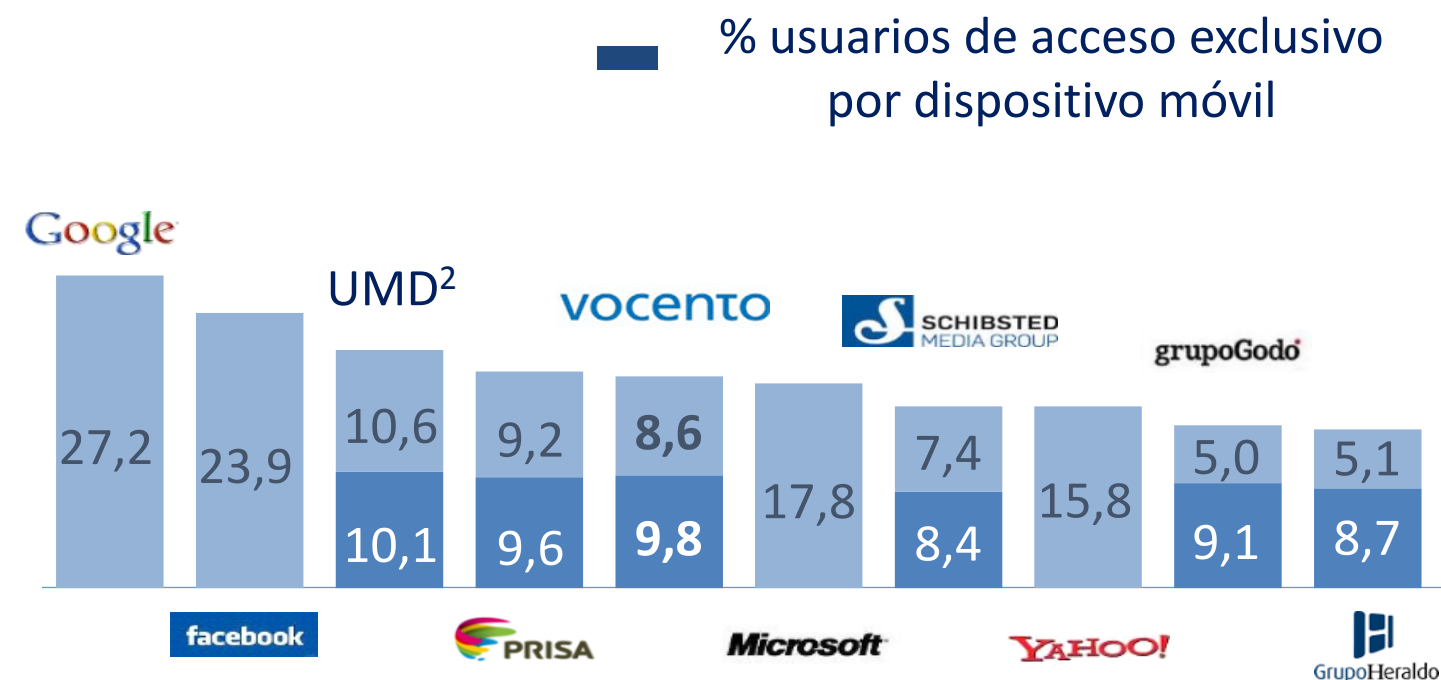


# Online: motor del crecimiento

- Crecimiento de publicidad online 1S16 13,6%, con notable crecimiento en Clasificados. Mix de negocio hacia digital: de la publicidad total y negocio e-commerce el 31,0% proviene de digital (+4 p.p. vs 1S15)
- VOC destaca como uno de los principales grupos por audiencia digital, en especial por movilidad
- Nuevas iniciativas digitales lanzadas en 2T16 e incremento de costes por foco en transformación digital:
  - Desarrollo de modelos premium con **EL DIARIO VASCO on+**
  - Potenciación de e-commerce **OferplanStore**
  - Maximizar ingresos publicitarios **LOCAL DIGITAL KIT**
  - Diversificación vía Media for Equity (toma de participación en Dinero Gelt S.L., aplicación de acceso a cupones digitales)

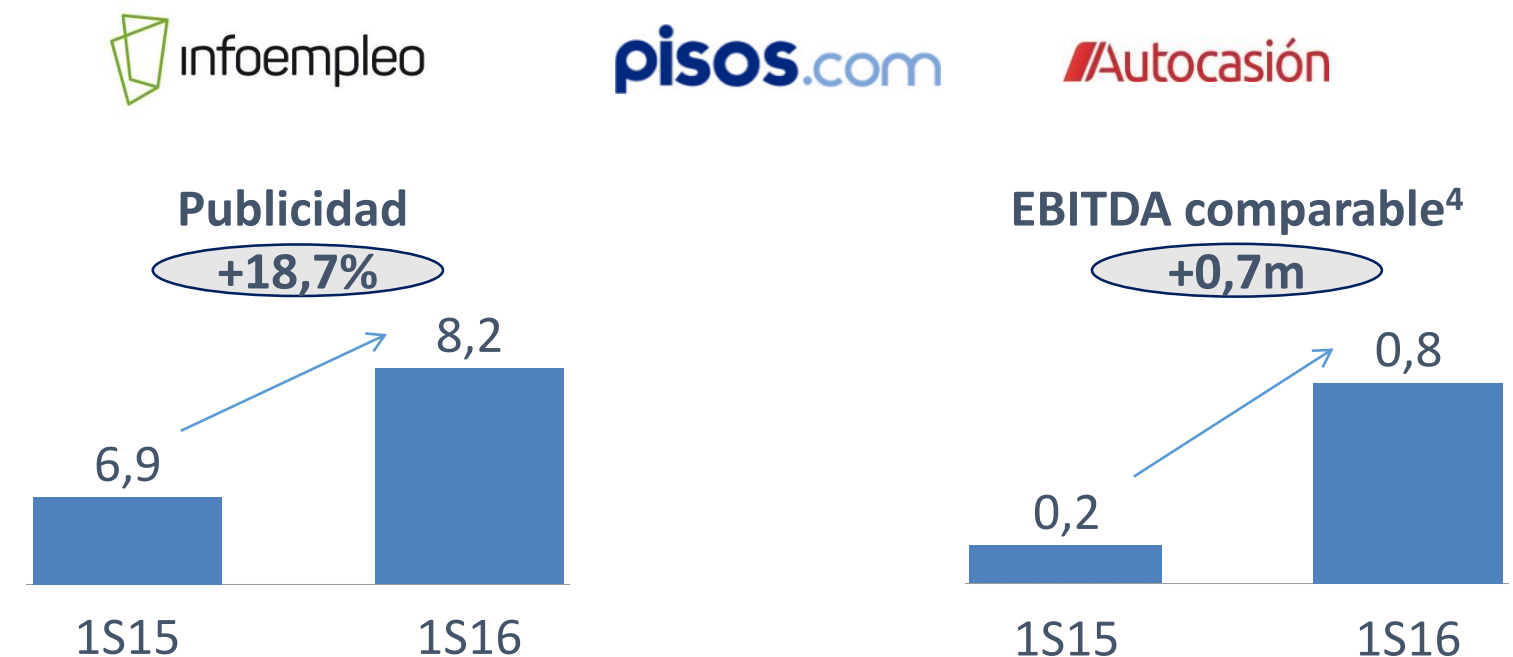
## Ranking de audiencia en Internet por grupo<sup>1</sup>

Número de usuarios únicos mensuales u.u.m (universo total)



## Clasificados crece en publicidad y en rentabilidad

Evolución de los ingresos publicitarios y del EBITDA comparable del área de Clasificados<sup>1</sup>

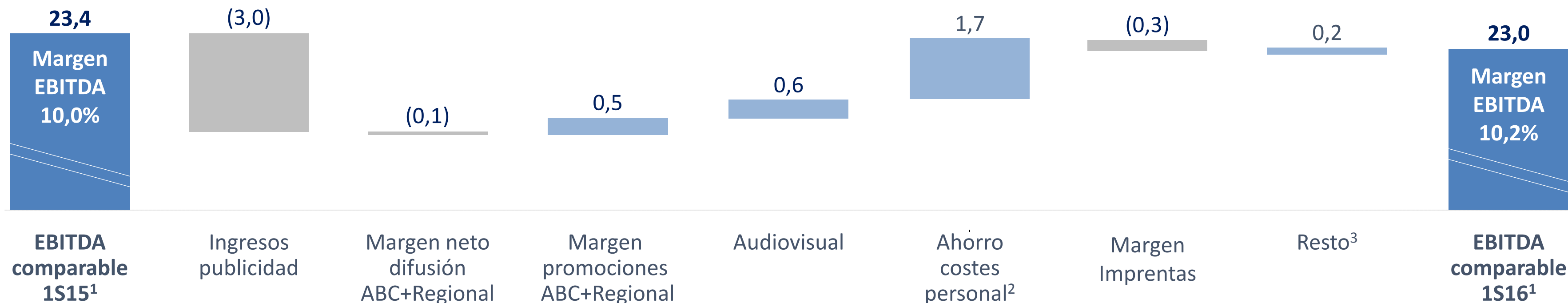


# Las medidas en costes permiten estabilizar EBITDA

- Las medidas de eficiencia y optimización de recursos permiten disminuir los costes comparables 1S16 en un 4,7% o de €9,9m, una reducción similar a la caída ingresos totales (€10,3m)
- Incremento del EBITDA comparable en 2T16 en €1,3m y mejora de la tendencia en todas las áreas

## Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 1S16 vs 1S15 excepto para EBITDA comparable



Nota 1: EBITDA ex medidas ajuste personal y "one offs" 1S16 €-9,9m y 1S15 €-2,9m. Nota 2: ahorro de costes personal ex Audiovisual e Imprentas con medidas ajuste 1S16 €-9,9m y 1S15 €-5,2m.

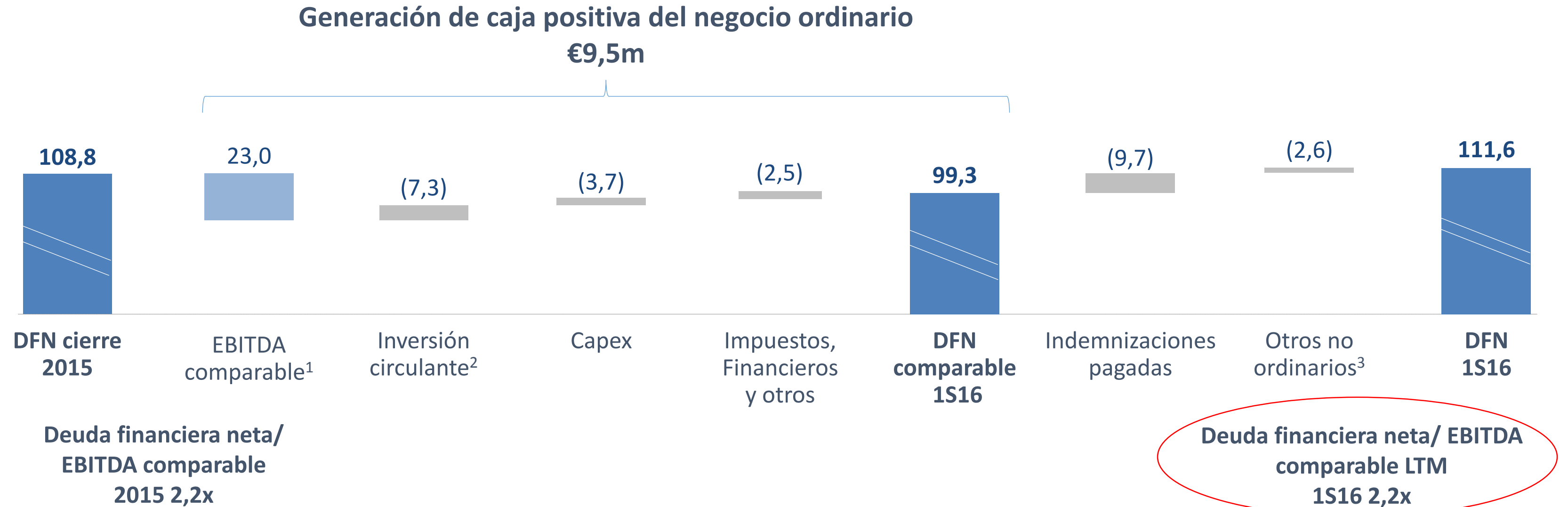
Nota 3: costes comerciales y otros costes diversos vinculados principalmente con Periódicos.

# Generación de caja operativa ordinaria positiva

- Foco en protección de caja: control exhaustivo de la inversión en circulante y en Capex

## Reducción de deuda neta

Cambios en la posición financiera neta diciembre 2015-1S16. Datos en €m



Nota 1: excluye medidas ajuste personal 1S16 €-9,9m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e imp. corrientes. Nota 3: pago de opciones de venta de Las Provincias y segundo plazo de Rotomadrid.



## Anexo financiero 1S16

# Cuenta de Resultados consolidada

<b>NIIF</b> (Datos en €m)	<b>1S16</b>	<b>1S15</b>	<b>Var %</b>	<b>2T16</b>	<b>2T15</b>	<b>Var %</b>
Ventas de ejemplares	91,9	97,6	(5,8%)	45,4	48,6	(6,5%)
Ventas de publicidad	82,0	85,0	(3,6%)	45,6	45,9	(0,6%)
Otros ingresos	50,2	51,9	(3,2%)	26,2	25,1	4,5%
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>224,1</b>	<b>234,4</b>	<b>(4,4%)</b>	<b>117,2</b>	<b>119,5</b>	<b>(1,9%)</b>
<b>Costes operativos comparables</b>	<b>(201,2)</b>	<b>(211,0)</b>	<b>(4,7%)</b>	<b>(101,5)</b>	<b>(104,7)</b>	<b>(3,1%)</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>	<b>23,0</b>	<b>23,4</b>	<b>(2,1%)</b>	<b>15,8</b>	<b>14,8</b>	<b>6,2%</b>
<b>Indemnizaciones y otros efectos<sup>2</sup></b>	<b>(9,9)</b>	<b>(2,9)</b>	<b>243,5%</b>	<b>(0,0)</b>	<b>(0,3)</b>	<b>(96,7%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>13,1</b>	<b>20,6</b>	<b>(36,5%)</b>	<b>15,9</b>	<b>14,5</b>	<b>9,0%</b>
Depreciación y amortización	(9,5)	(10,1)	8,3%	(4,7)	(4,9)	5,0%
Resultado por enajenación inmovilizado	0,2	0,1	72,0%	0,1	0,1	(37,2%)
<b>Rdo. de explotación (EBIT)</b>	<b>3,7</b>	<b>10,5</b>	<b>(64,7%)</b>	<b>11,1</b>	<b>9,7</b>	<b>14,5%</b>
Deterioro de fondo de comercio	(0,9)	(1,5)	n.a.	(0,4)	(0,7)	n.a.
Resultado sociedades método de participación	(0,0)	0,0	(115,5%)	0,1	0,0	98,1%
Resultado financiero y otros	(3,3)	(2,8)	(19,0%)	(1,7)	(2,1)	17,8%
Rdo. neto enajenación de activos no corrientes	(0,2)	0,0	n.r.	(0,2)	0,0	n.r.
Impuesto sobre sociedades	(1,0)	(2,1)	52,7%	(2,3)	(1,8)	(25,7%)
<b>Resultado neto del ejercicio antes minoritarios</b>	<b>(1,7)</b>	<b>4,1</b>	<b>(141,2%)</b>	<b>6,6</b>	<b>5,1</b>	<b>28,7%</b>
Minoritarios	(2,3)	(2,0)	(15,5%)	(1,6)	(1,3)	(23,7%)
<b>Resultado atribuible a sociedad dominante<sup>3</sup></b>	<b>(4,0)</b>	<b>2,1</b>	<b>(292,0%)</b>	<b>5,0</b>	<b>3,8</b>	<b>30,4%</b>

Nota 1: ex medidas ajuste personal y "one offs" 1S16 €-9,9m y 1S15 €-2,9m. Nota 2: incluye indemnizaciones y otros "one offs". n.r.: no representativo. n.a.: no aplica.

# Balance consolidado a 30 de junio de 2016

## NIIF

Datos en €m

	1S16	2015
<b>Activos no corrientes</b>	<b>471,2</b>	<b>478,5</b>
Activo intangible	122,2	125,4
Propiedad, planta y equipo	153,6	156,8
Part. por método participación	5,6	6,3
Otros activos no corrientes	189,7	190,0
<b>Activos corrientes</b>	<b>134,0</b>	<b>135,1</b>
Otros activos corrientes	111,8	115,8
Efectivo y medios equivalentes	22,2	19,3
<b>Activos mantenidos a la venta</b>	<b>0,2</b>	<b>1,5</b>
<b>Total Activo</b>	<b>605,4</b>	<b>615,1</b>

	1S16	2015
<b>Patrimonio neto</b>	<b>314,0</b>	<b>318,7</b>
<b>Total pasivo</b>	<b>291,4</b>	<b>296,5</b>
Deuda financiera	131,3	125,1
Otros pasivos no corrientes	54,3	54,0
Otros pasivos corrientes	105,8	117,3
<b>Total Pasivo</b>	<b>605,4</b>	<b>615,1</b>
<b>Deuda financiera neta</b>	<b>111,6</b>	<b>108,8</b>

# Variación Deuda financiera neta (DFN) 1S16

## NIIF

Datos en €m

	1S16	1S15
EBITDA comparable	23,0	23,4
Variación capital circulante	(7,3)	(6,9)
Capex	(3,7)	(3,1)
Otras partidas <sup>1</sup>	3,1	2,1
<b>Cash flow proveniente de actividades operativas</b>	<b>15,2</b>	<b>15,6</b>
Dividendos e intereses cobrados	0,1	0,1
Dividendos e intereses pagados <sup>2</sup>	(5,8)	(4,6)
<b>Total cash flow ordinario</b>	<b>9,5</b>	<b>11,1</b>
Pagos medidas ajuste de personal	(9,7)	(6,1)
Otras partidas no recurrentes con impacto en el cash flow <sup>3</sup>	(2,6)	(5,1)
<b>Cambio en DFN</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(0,0)</b>

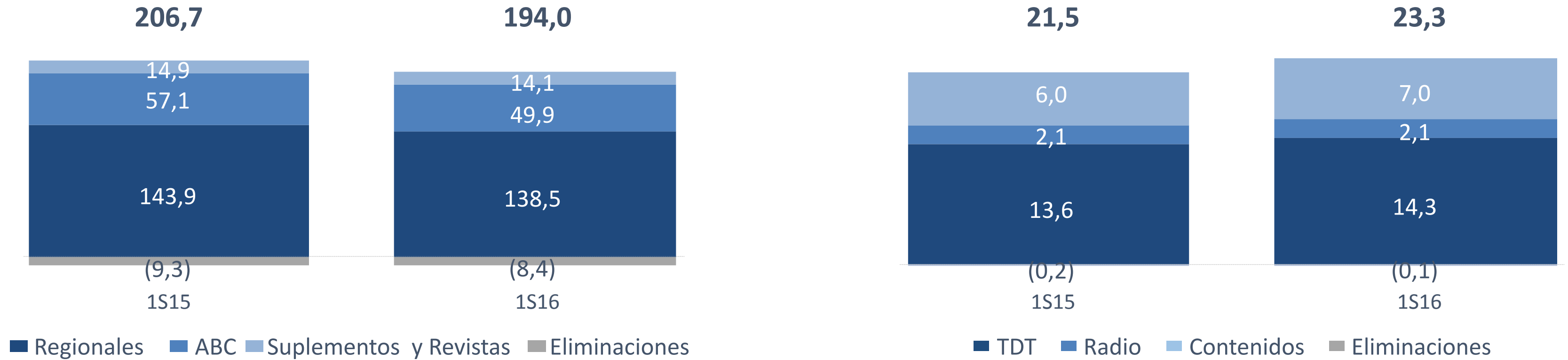
<b>DFN 1S16</b>	<b>111,6</b>
DFN 1S15	125,9

# Ingresos por área de negocio

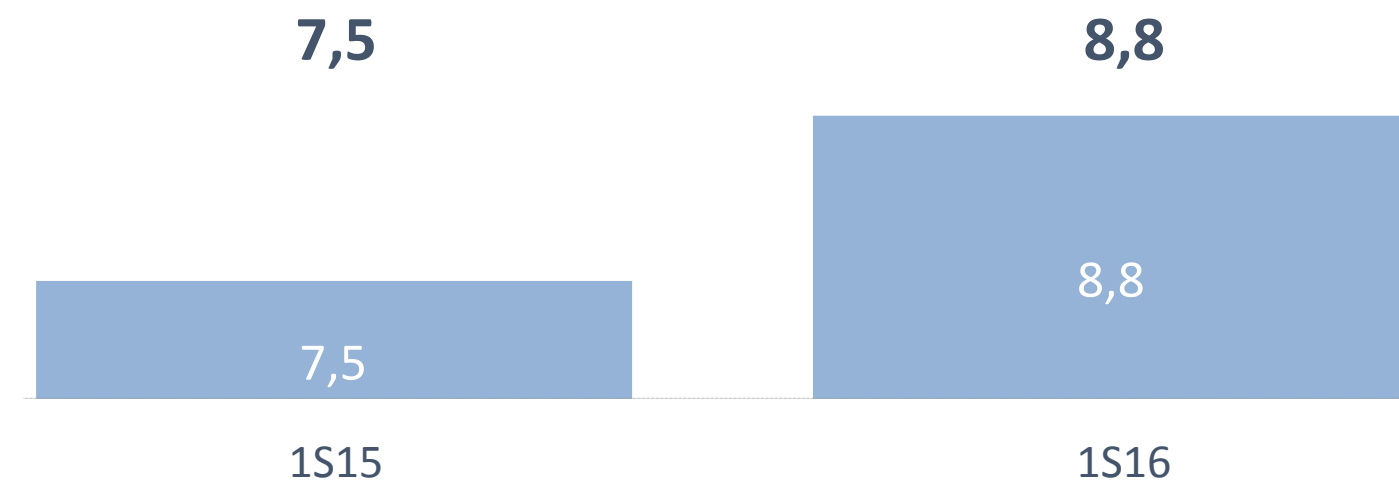
Datos en €m

## Periódicos

## Audiovisual



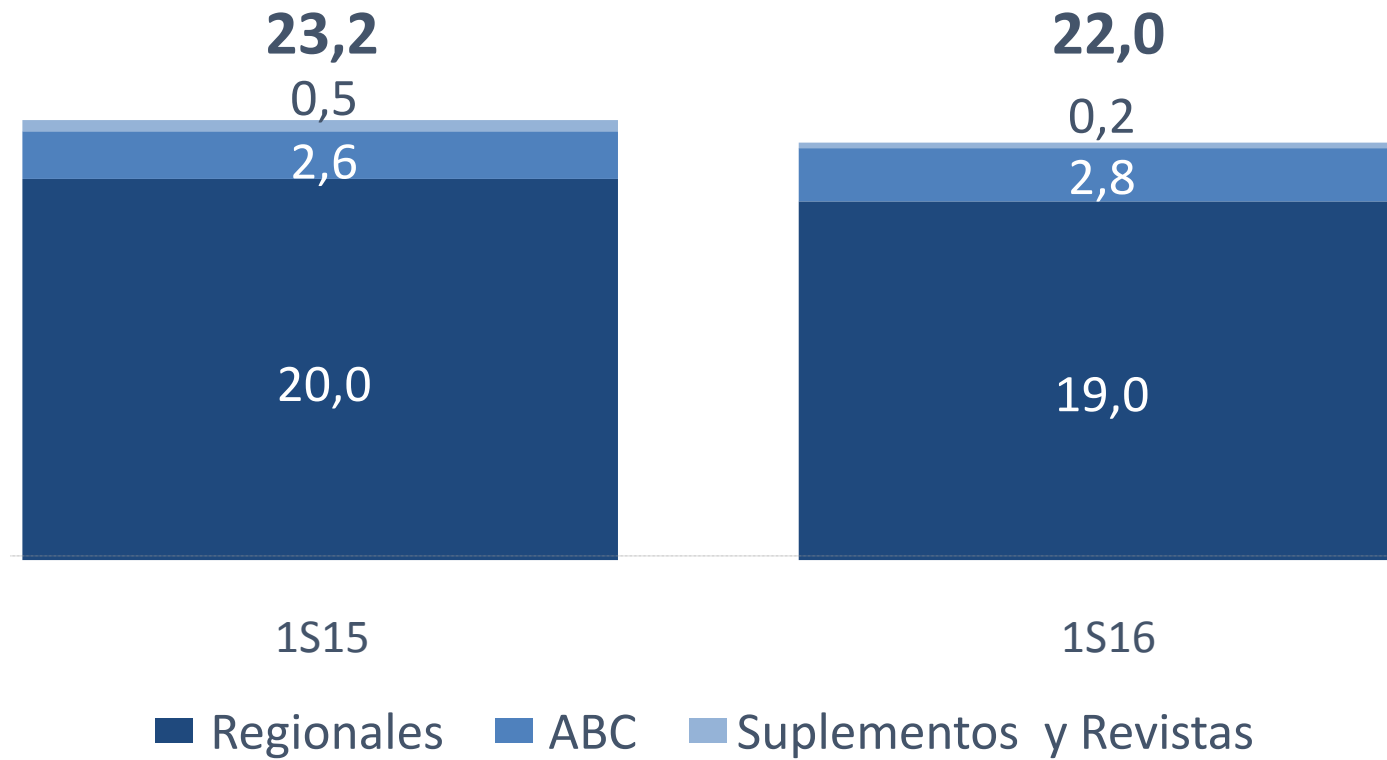
## Clasificados



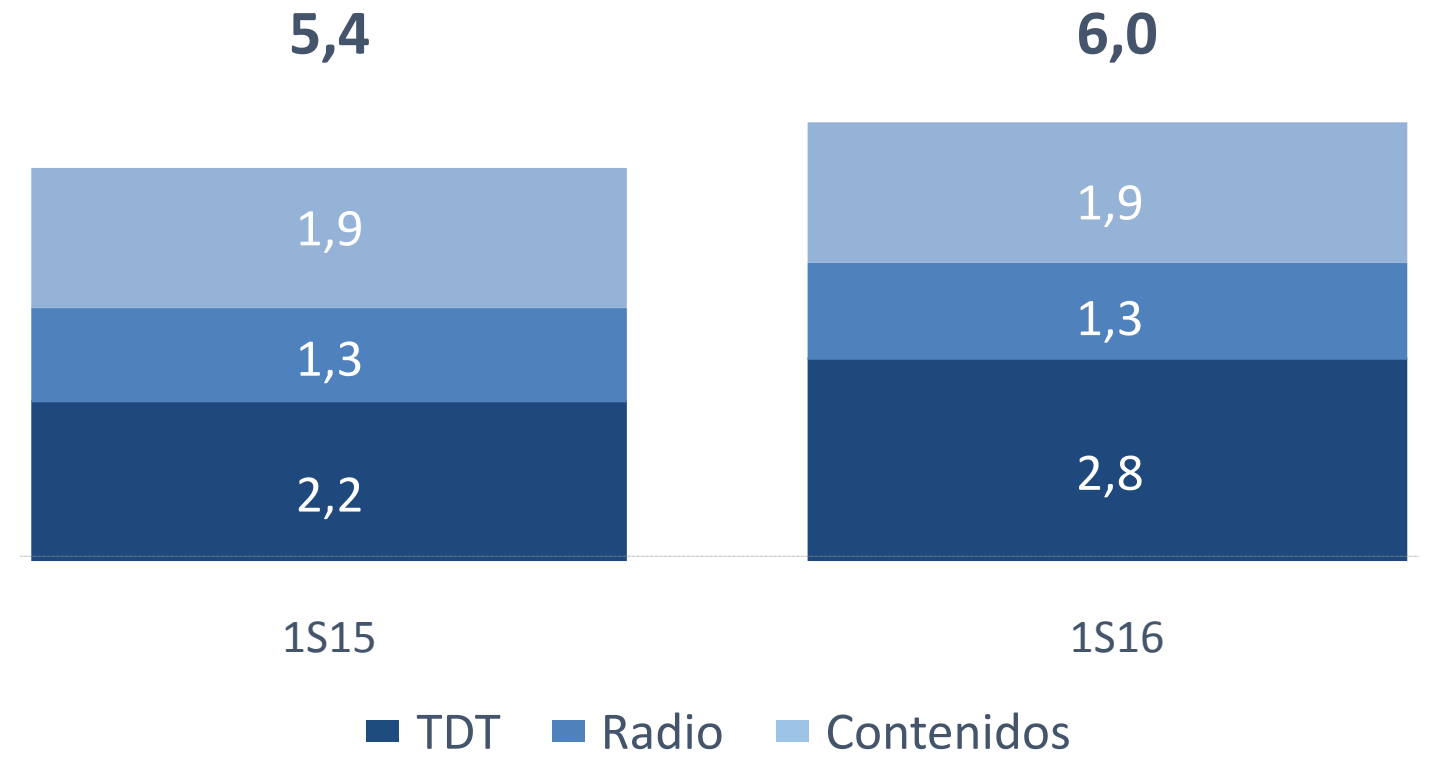
# EBITDA comparable<sup>1</sup> por área de negocio

Datos en €m

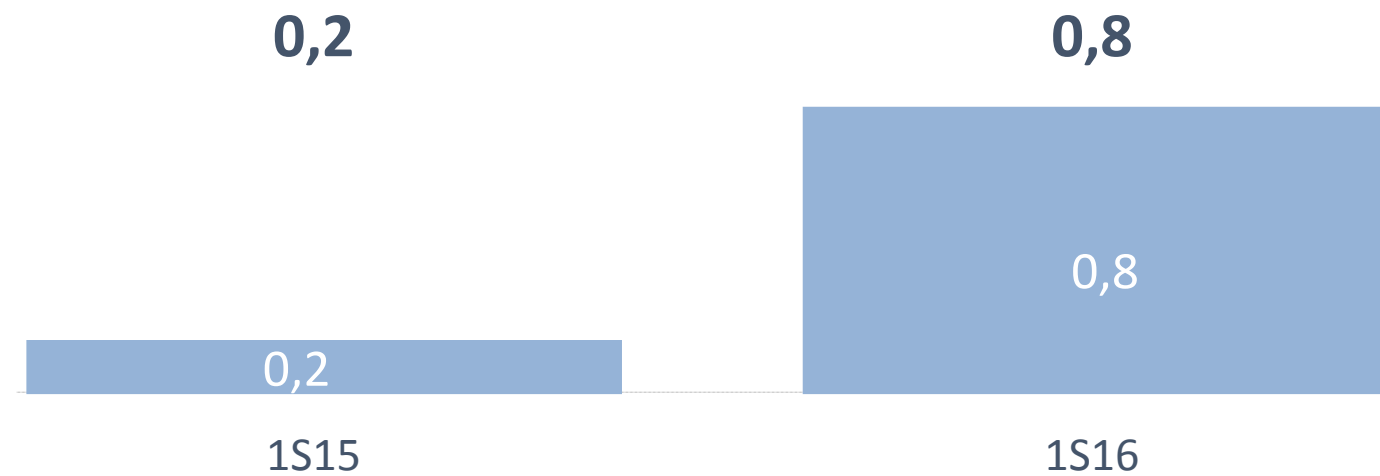
## Periódicos



## Audiovisual



## Clasificados



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 1S16 €-6,7m y 1S15 €-2,2m, y Clasificados 1S16 €-0,1m y 1S15 €-0,2m.

## Anexo: Medidas Alternativas del Rendimiento (M.A.R)

CNMV ha notificado el 20 de octubre de 2015 su intención de cumplir con las “Directrices sobre Medidas Alternativas del Rendimiento” publicadas por La Autoridad Europea de Valores y Mercados (ESMA) el 30 de junio de 2015 y emitidas al amparo del artículo 16 del Reglamento (EU) N° 1095/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de noviembre de 2010. En este contexto, se incluyen las Medidas Alternativas del Rendimiento utilizadas.

# Descripción Medidas Alternativas de Rendimiento (i)

- **EBITDA** significa, el resultado neto del ejercicio antes de ingresos financieros, gastos financieros, otros resultados de instrumentos financieros, impuesto sobre beneficios, amortizaciones, depreciaciones, deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible, deterioro de fondos de comercio para el periodo en cuestión sin tomar en consideración (a) el resultado neto de la enajenación de activos financieros corrientes; y (b) el Resultado de Sociedades por el método de participación.
- **EBITDA comparable** significa ajustar al EBITDA todos aquellos ingresos y gastos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre los EBITDA entre los periodos en cuestión.  
En este sentido, se han considerado como gastos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido devengadas en cada periodo.
- **EBIT** significa, restar al EBITDA las amortizaciones y depreciaciones y el deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible.
- **EBIT comparable** significa ajustar al EBIT todos aquellos ingresos y gastos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre los EBIT entre los periodos en cuestión y por el deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible.  
En este sentido, se han considerado como gastos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido devengadas en cada periodo.



## Descripción Medidas Alternativas de Rendimiento (ii)

- **Deuda financiera neta (DFN)** significa el endeudamiento a largo y corto plazo con coste financiero explícito, bien sea con entidades financieras bien con otros terceros, más las deudas derivadas de la emisión de bonos, pagarés, obligaciones convertibles en acciones o instrumentos financieros de naturaleza similar más las garantías o contragarantías en relación con endeudamiento con coste financiero que puedan prestar a favor de terceras partes y no contabilizadas en el pasivo como obligaciones de pago menos la tesorería más el valor de mercado (mark to market) de aquellos instrumentos de cobertura que se suscriban distintos de las Operaciones de Cobertura. A estos efectos se entenderá por tesorería el efectivo y otros medios líquidos, más otros activos financieros corrientes y no corrientes, que se mantengan bien con entidades financieras o bien con terceros. En este sentido, el importe de las “Deudas con entidades de crédito” corresponde al valor nominal de las mismas, y no a su coste amortizado; es decir, no incluye el impacto del diferimiento de los gastos de apertura. No se incluyen dentro de Deuda financiera neta los Avales Económicos y los Avales Técnicos.
- **Deuda financiera neta (DFN) comparable** significa ajustar la DFN por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión. En este sentido, se han considerado como pagos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido pagados en cada periodo, así como los pagos relativos al ejercicio de los acuerdos alcanzados con los accionistas de Federico Domenech y a los pagos realizados por la compra de acciones.
- **Generación de caja ordinaria** significa la diferencia entre la DFN del inicio y el final de periodo ajustada por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión. En este sentido, se han considerado como pagos excepcionales no recurrentes los importes de las indemnizaciones por despido pagados en cada periodo, así como los pagos relativos al ejercicio de los acuerdos alcanzados con los accionistas de Federico Domenech y a los pagos realizados por la compra de acciones.

# Cálculo de las M.A.R.: CONCILIACION ENTRE LOS DATOS CONTABLES Y LAS MEDIDAS ALTERNATIVAS AL RENDIMIENTO (i)

Miles de Euros	jun-16	jun-15
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	(1.700)	4.129
Ingresos financieros	(134)	(124)
Gastos financieros	3.447	3.999
Otros resultados de instrumentos financieros	-	(1.093)
Impuesto sobre beneficios de las operaciones continuadas	1.013	2.140
Amortizaciones y depreciaciones	9.503	10.149
Deterioro del Fondo de Comercio	900	1.500
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	(157)	(90)
Resultado de sociedades por el método de participación	7	(47)
Resultado neto en enajenación de activos financieros no corrientes	177	0
<b>EBITDA</b>	<b>13.055</b>	<b>20.563</b>
Indemnizaciones	9.909	2.885
<b>EBITDA COMPARABLE</b>	<b>22.964</b>	<b>23.448</b>
EBITDA	13.055	20.563
Amortizaciones y depreciaciones	(9.503)	(10.149)
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	157	90
<b>EBIT</b>	<b>3.709</b>	<b>10.505</b>
Indemnizaciones	9.909	2.885
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	(157)	(90)
<b>EBIT COMPARABLE</b>	<b>13.461</b>	<b>13.299</b>

# Cálculo de las M.A.R.: CONCILIACION ENTRE LOS DATOS CONTABLES Y LAS MEDIDAS ALTERNATIVAS AL RENDIMIENTO (ii)

Miles de Euros	jun-16	dic-15
Deuda financiera con entidades de crédito a Largo Plazo	115.198	97.004
Otros pasivos con coste financiero a Largo Plazo	1.404	2.351
Deuda financiera con entidades de crédito a Corto Plazo	13.467	23.262
Otros pasivos con coste financiero a Corto Plazo	1.189	2.509
Efectivo y otros medios equivalentes	(22.199)	(19.348)
Otras cuentas a cobrar no corrientes con coste financiero	(270)	(270)
Gastos de apertura del sindicato	2.805	3.279
<b>DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)</b>	<b>111.594</b>	<b>108.787</b>
DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)	111.594	108.787
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	(9.699)	(6.329)
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias y segundo pago del la compra del 3% de Rotomadrid	(2.574)	(3.972)
<b>DEUDA FINANCIERA NETA COMPARABLE</b>	<b>99.321</b>	<b>98.486</b>
DFN del inicio del periodo	108.787	125.869
DFN del final del periodo	(111.594)	(108.787)
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	9.699	6.329
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias y segundo pago del la compra del 3% de Rotomadrid	2.574	3.972
<b>GENERACION DE CAJA ORDINARIA</b>	<b>9.466</b>	<b>27.383</b>



# VOCENTO

Relación con Inversores y Accionistas  
 C/ Pintor Losada, 7  
 48007 Bilbao (Bizkaia)  
 Tel.: 902 404 073  
 e-mail: [ir@vocento.com](mailto:ir@vocento.com)

Vocento, S.A. and subsidiaries

**Consolidated interim management report 2016**  
First half 2016

26 July 2016

**vocento**



## **INTRODUCTION: VOCENTO AND THE ECONOMIC ENVIRONMENT**

In the first half of 2016, the Spanish economy continued to record a similar growth rate as in 2015. According to estimates from the Bank of Spain, GDP increased by 0.7% in the second quarter of 2016, just 0.1% less than in the first quarter.

A major factor in this economic growth is job creation, which is increasing at similar rates as GDP. Furthermore, there are external factors which are having a positive impact on the economy, including low interest rates, the fall in the oil price and to a lesser degree the political instability in tourism destinations that compete with Spain, e.g. in north Africa. In the second half of 2016, the Funcas panel estimates a slowdown in GDP growth to 0.4%, which would lead to growth of 2.9% for the full year.

Funcas estimates that household consumption will rise by 3.3% in 2016. This is reflected in the advertising market: according to i2p the market will expand by 4.5% in 2016, above the +3.8% rate recorded in the first half of the year. Advertising in the press is expected to contract by 6.3% while online advertising is forecast to grow by 16.2%.

VOCENTO's strategy for 2016 is focused on continuing with the transformation of the company, based on work in the following key areas:

- (i) **Acceleration of the digital business:** focusing on advertising and digital revenues, using new commercial strategies and alliances (i.e. the agreements with Grupo Zeta and El Economista), enabling advertising growth in 2016 in the low-to-mid single digit range.
  
- (ii) **Net reduction of costs:** improving profitability and increasing comparable EBITDA. The best way of maintaining and/or improving the business model for the press is to manage the current balance between offline and online, i.e. between print and digital. VOCENTO is focused on the one hand on increasing the margin on circulation revenues and on the other on enhancing its digital positioning, and is allocating more of its operating expenses to the development of new initiatives. A net reduction in the corporate structure is necessary to enable this transformation, renewing our profiles and shrinking our non-core businesses.
  
- (iii) **Maintaining the internal threshold of financial leverage of <2x, in addition to the covenants of the syndicated loan** awarded in 2014 (see Relevant Fact of 24 February 2014): generation of cash flows based on an active management of working capital and strict control of capex.

## **PERFORMANCE OF VOCENTO'S BUSINESSES**

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

After the changes made in 2013 to the organization of management information, the new lines of activity are Newspapers, Audiovisual and Classifieds. Reports to the market are based on this organization of information, which covers all the newspapers, digital editions, radio stations, digital television channels etc., in which VOCENTO is present, assigned to their respective business segments. In 2016, the Others area was eliminated from results following the sale of Sarennet at the end of 2014, although for comparative purposes the area was still included in 2015 reports.

The comments and comparisons included in this management report are based on this segmentation of the information.

The following chart illustrates the business areas of VOCENTO.

**Breakdown of business areas of VOCENTO 1H16**

<b>NEWSPAPERS (offline and online)</b>			
<b>REGIONALS</b>		<b>ABC</b>	<b>SUPPLEMENTS &amp; MAGAZINES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Correo</li> <li>▪ La Verdad</li> <li>▪ El Diario Vasco</li> <li>▪ El Norte de Castilla</li> <li>▪ El Diario Montañés</li> <li>▪ Ideal</li> <li>▪ Sur</li> <li>▪ Las Provincias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Comercio</li> <li>▪ Hoy</li> <li>▪ La Rioja</li> <li>▪ Regional printing plants</li> <li>▪ Regional distribution (Beralán)</li> <li>▪ News agency (Colpisa)</li> <li>▪ Regional sales companies</li> <li>▪ Other regional companies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ABC</li> <li>▪ National printing plant</li> <li>▪ Sales company</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ XL Semanal</li> <li>▪ Mujer Hoy</li> <li>▪ Corazón CZN TVE</li> <li>▪ Inversión y Finanzas</li> <li>▪ Mujerhoy.com</li> <li>▪ Finanzas.com</li> </ul>

<b>AUDIOVISUAL</b>			<b>CLASSIFIEDS</b>
<b>DTT</b>	<b>RADIO</b>	<b>CONTENTS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ National DTT - Net TV</li> <li>▪ TDT Regional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analog radio licenses</li> <li>▪ Digital radio licenses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veralia Production (Boca Boca, Europroducciones y Hill Valley)</li> <li>▪ Veralia Cinema</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pisos.com</li> <li>▪ Infoempleo</li> <li>▪ Autocasión</li> </ul>

**IMPORTANT NOTE**

To facilitate the analysis of financial information and understand the organic performance of the Company, it is always indicated in this report when operating expenses, EBITDA, EBIT and the Net Result are affected by non-recurring or extraordinary items. The most important impacts include: 1) measures to adjust the workforce and one-offs, 2) changes to the consolidation perimeter and the impacts of strategic business decisions (i.e. the sale of stakes or businesses).

Furthermore, on 20 October 2015 the CNMV stated its intention to comply with the Guidelines on Alternative Performance Measures published by the European Securities and Market Authority (ESMA) on 30 June 2015 in accordance with Article 16 of EU Regulation 1095/2010 of the European Parliament and Council. The APMs used in this report are included in Appendix I.



## **Highlights of the financial performance of the businesses**

**Advertising revenues decline in 1H16 of 3.6%, but stable performance in 2Q16 at -0.6%. Online advertising 1H16 +13.6%**

**Comparable EBITDA falls €0.5m in 1H16 but improves by €1.0m in 2Q16**

**Generation of positive ordinary cash flows in 1H16, €9.5m**

- **Stabilisation in the advertising revenues trend, continued digital growth**
  - (i) After a decrease of 7.1% in the first quarter, in the second quarter advertising revenues recovered and fell by only 0.6%.
  - (ii) Online advertising revenues increased by 13.6% in 1H16, with growth of 18.7% at Classifieds.
  - (iii) Growth in digital national advertising (1H16 +18.8%). Local digital advertising was flat (1H16 -0.2%) because of a fall in local institutional advertising and downsizing of ABC branches.
  - (iv) Migration of revenue profile towards digital: Internet advertising revenues and new digital businesses contributed 31.0% of total advertising and e-commerce revenues at VOCENTO in 1H16 (+4.0 p.p. vs 1H15).
  
- **ABC continues to increase its share of circulation and readership**
  - (i) In the Madrid region up to May, ABC increased its lead in ordinary circulation over El Mundo, with share of 26.1%<sup>1</sup> vs 22.3%. In nationwide ordinary circulation, ABC outperformed El Mundo by 7 p.p. In readership, ABC outperformed El Mundo by 10<sup>2</sup> p.p. according to the 2<sup>nd</sup> EGM survey.
  - (ii) The readership levels of ABC closed the average gap to peers in 2006 by 21%<sup>3</sup>.
  
- **The year-on-year for comparable EBITDA improved in the second quarter**
  - (i) Comparable EBITDA 1H16 of 22,964 thousand euros: after a decline in comparable EBITDA<sup>4</sup> in 1Q of 1,437 thousand euros, in 2Q there was an improvement of 953 thousand euros thanks to the cost reduction measures implemented in 1Q16.
  - (ii) Reduction of comparable costs by 4.7% in 1H16, excluding personnel adjustment measures<sup>4</sup>. Cost savings of 9,845 thousand euros offset revenue decline of 10,328 thousand euros.
  - (iii) Key variables maintained at ABC+Regional Press: margin on circulation revenues -101 thousands, margin on add-ons +508 thousand euros.
  
- **Positive operating cash flow generation: 9,464 thousand euros**
  - (i) Generation of positive operating cash flows, excluding 12,271 thousand euros of compensation payments and other non-recurring outflows.
  - (ii) Financial gearing NFD/comparable EBITDA (LTM) at 2.2x (same level as end 2015). Net financial debt 1H16 at 111,594 thousand euros vs 108,787 thousand euros at end of 2015.
  
- **Actions designed to increase revenues and profitability at VOCENTO**
  - (i) New digital initiatives: launch of Local Digital Kit and in 2Q of Oferplan Store and Diario Vasco on+. As part of diversification process, in July subsidiary Media for Equity acquired a stake in Dinero GELT S.L.
  - (ii) 2016 Efficiency Plan fully implemented, with a restructuring cost of 9,909 thousand euros.

<sup>1</sup> Source: OJD Jan-May 2016. Data not certified. Percentage point data calculated as variation vs May 2015.

<sup>2</sup> Source: EGM 2nd survey 2016. Accumulated readership in last 3 surveys vs 2<sup>nd</sup> survey of 2015.

<sup>3</sup> Source: comScore June 2016. Variation of gap calculated vs 2015. Peers are Elpais.com and ElMundo.es.

<sup>4</sup> Excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 9,909 thousand euros and 1H15 2,885 thousand euros.

## Main financial data

### Consolidated Profit and Loss Account

Thousand Euro	IFRS			
	1H16	1H15	Var Abs	Var %
Circulation revenues	91,933	97,568	(5,635)	(5.8%)
Advertising revenues	81,996	85,025	(3,030)	(3.6%)
Other revenues	50,192	51,855	(1,664)	(3.2%)
<b>Total revenue</b>	<b>224,121</b>	<b>234,448</b>	<b>(10,328)</b>	<b>(4.4%)</b>
Staff costs	(83,826)	(81,429)	2,397	2.9%
Procurements	(34,323)	(37,519)	(3,196)	(8.5%)
External Services	(92,216)	(94,265)	(2,050)	(2.2%)
Provisions	(701)	(672)	29	4.3%
Operating expenses (without D&A)	(211,065)	(213,886)	(2,821)	(1.3%)
<b>EBITDA</b>	<b>13,055</b>	<b>20,563</b>	<b>(7,507)</b>	<b>(36.5%)</b>
Depreciation and amortization	(9,503)	(10,149)	(646)	(6.4%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. assets	157	92	66	72.0%
<b>EBIT</b>	<b>3,709</b>	<b>10,505</b>	<b>(6,796)</b>	<b>(64.7%)</b>
Impairments/reversal of other intangible assets	(900)	(1,500)	600	40.0%
Profit of companies acc. equity method	(7)	47	(54)	(115.5%)
Net financial income	(3,313)	(2,783)	(530)	(19.0%)
Net gains on disposal of non- current assets	(177)	0	(177)	n.a.
<b>Profit before taxes</b>	<b>(688)</b>	<b>6,269</b>	<b>(6,957)</b>	<b>(111.0%)</b>
Corporation tax	(1,013)	(2,140)	1,127	52.7%
<b>Net profit for the year</b>	<b>(1,700)</b>	<b>4,129</b>	<b>(5,830)</b>	<b>(141.2%)</b>
Minority interests	(2,339)	(2,025)	(314)	(15.5%)
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>(4,039)</b>	<b>2,104</b>	<b>(6,144)</b>	<b>(292.0%)</b>
Operating Expenses ex non recurring costs <sup>1</sup>	(201,156)	(211,001)	(9,845)	(4.7%)
Comparable EBITDA <sup>1</sup>	22,964	23,448	(483)	(2.1%)
Comparable EBIT <sup>1 2</sup>	13,461	13,299	162	1.2%

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

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

<sup>1</sup> Excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 9,909 thousand euros and 1H15 2,885 thousand euros

<sup>2</sup> Excluding result from sale of fixed assets 1H16 157 thousand euros and 1H15 92 thousand euros

### Operating revenues

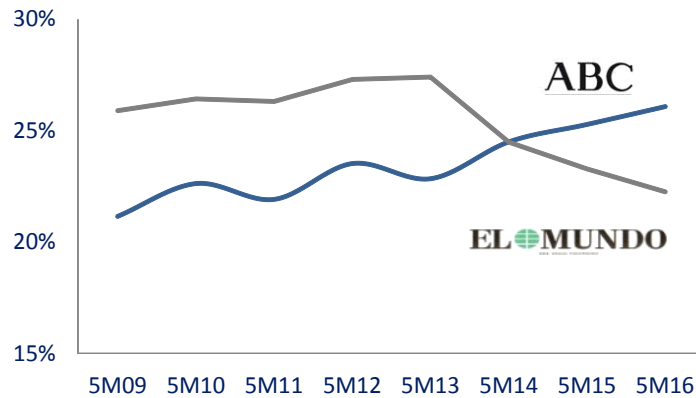
In the first half of 2016 operating revenues totalled 224,121 thousand euros, -4.4% compared with the same period in 2015. Highlights of the performance include:

- (i) Circulation revenues: a total decrease of 5.8%. At the Regional Press, circulation revenues fell by 4.6% and at ABC by 8.0%. At ABC, the Sunday cover price was increased from €2.8 to €3.0.

Despite the fall in circulation revenues, the Regional Press continues to be the leader in its business, with market share of circulation of 24.6%. ABC has consolidated the number two position for

ordinary circulation in the Madrid region, a key market which represents 36% of total sales of the national press.

Performance of circulation share of ABC vs El Mundo<sup>1</sup>  
Share of circulation of kiosk sales and individual subscriptions (data in %)

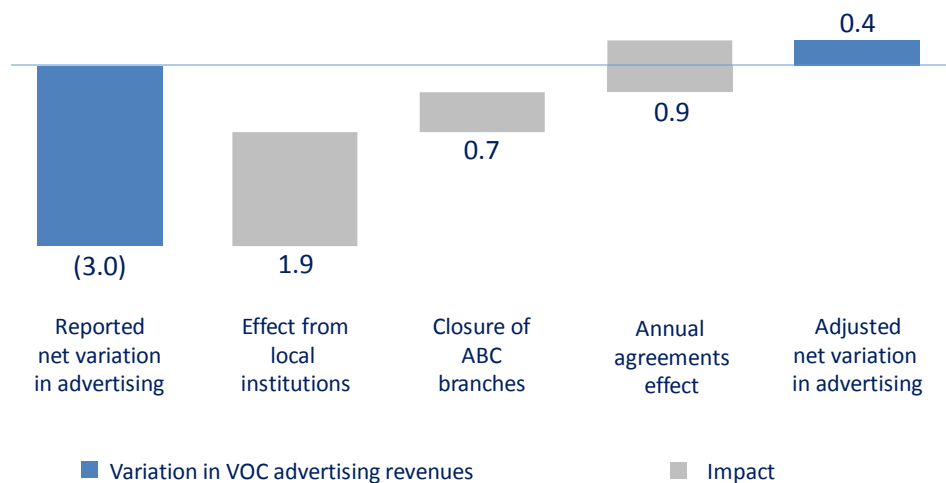


Note 1: source OJD. Kiosk sales and individual subscriptions. 2016 data not certified.

- (ii) In 1H16 advertising revenues decreased by 3.6%. The performance improved over the course of the half, despite the negative impact of the general elections in Spain on 26 June: a decrease of 7.1% in 1Q16 and 0.6% in 2Q16.

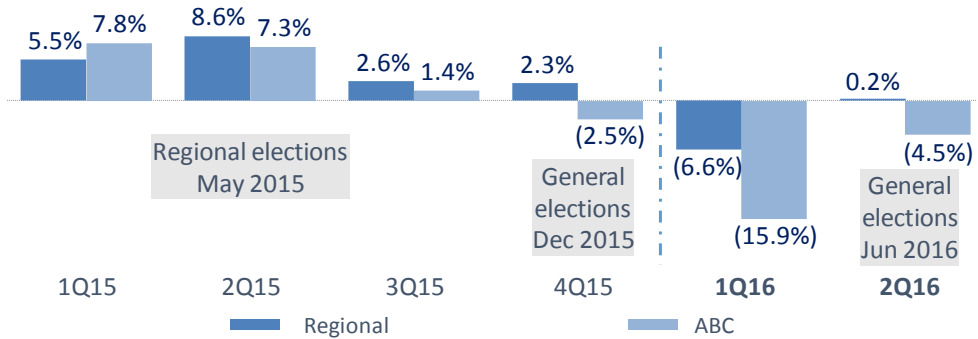
In the first half of 2016, advertising revenues were affected by various factors, especially in 1Q16, as the chart below shows. Adjusting the 2015 and 2016 performance for these concepts, with an adjustment similar to that made in 1Q16, VOCENTO's advertising revenues in 1H16 would have increased by 430 thousand euros or 0.6%.

Detail of adjusted variation in advertising at Vocento in €m 1H16-1H15



Over the course of the year there has been a tendency for a slower decline at ABC and stabilisation at Regional, with the effect of the decline in local institutional advertising minimised in the second quarter:

Performance of advertising revenues, Regional and ABC (off + online) (%)



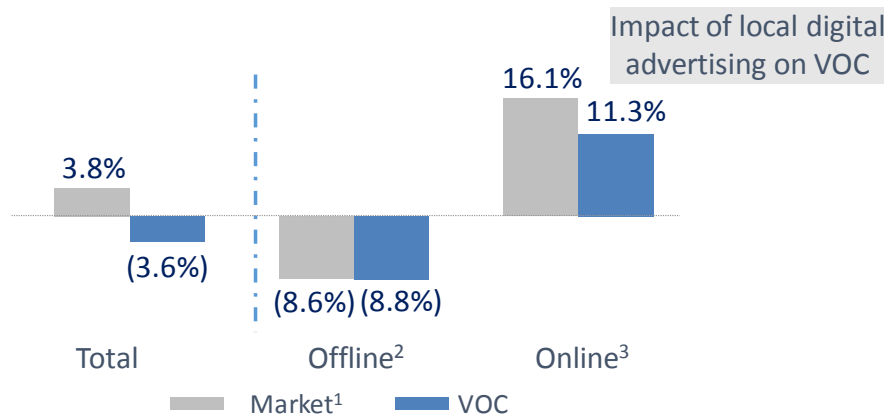
A highlight has been the total growth in digital advertising revenues at VOCENTO of 13.6% in 1H16, based mainly on national advertising and despite those effects mentioned previously which impacted on digital advertising from local institutions.

Performance of digital advertising revenues at VOCENTO (%)

	1H16
National	18.8%
Local	(0.2%)
Total digital	13.6%

The advertising revenues of VOCENTO brands underperformed the market, although these revenues would have outperformed the market, when adjusted for the effects mentioned previously, especially considering that VOCENTO has no sporting or financial publication.

Advertising performance: VOCENTO vs market<sup>1</sup> 1H16 (%)



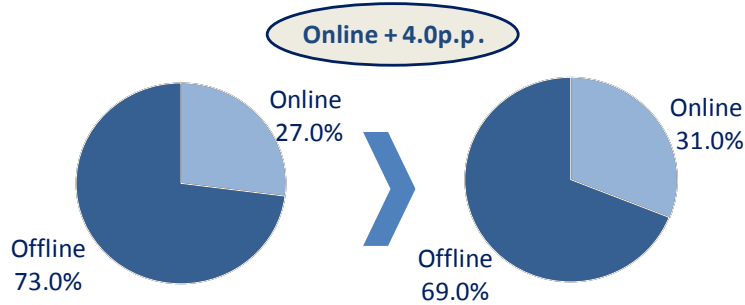
Note 1: source i2p. Not including search engine advertising. Note 2: ABC and Regional. Note 3: ABC and regional, digital business.

- (iii) Other Revenues down 3.2%, with lower revenues at Newspapers partly offset by an increase at Audiovisual.

The revenue profile of VOCENTO continues to increase its exposure to digital, including not only digital advertising revenues but also revenues from new digital business models based on

e-commerce. In 1H16, the digital contribution to advertising revenues and new digital businesses increased by 4.0 p.p. from 1H15 to 31.0%.

#### Migration of advertising revenue profile towards digital and new digital businesses (%)



#### Operating expenses

In the first half of the year, comparable costs fell by 4.7%, excluding one-offs and personnel adjustment costs, which totalled 9,909 thousand euros in 1H16 and 2,885 thousand euros in 1H15.

By cost item, a highlight was the decrease in the cost of supplies, down 8.5% as a result of a reduction in purchases from distribution business Beralán and because of lower costs of circulation because of a fall in volume (i.e. the closure and downsizing of ABC branches and the elimination of combined newspaper sales).

By business area, there was a 6.2% reduction in comparable costs at Newspapers, reflecting the impact of personnel reduction measures and efforts made to offset the fall in circulation with an increase in the margin on circulation revenues, a key metric for VOCENTO. Measures taken included a reduction in headcount and closure of ABC branches in 1Q16, which will generate savings over the course of 2016.

At Audiovisual, increased production activity in the Content area resulted in an increase of 7.1%.

Costs in the Classifieds area increased by 9.3% as a result of the company's focus on digital transformation.

#### Detail of comparable operating expenses by business area

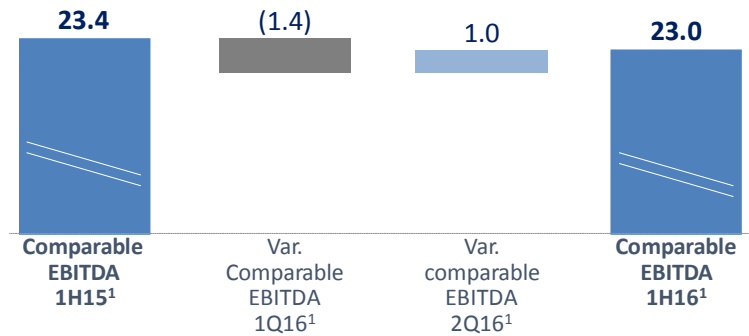
<b>Like for like opex (thousand euros)</b>	<b>1Q16</b>	<b>1Q15</b>	<b>Var Abs</b>	<b>Var %</b>
Newspapers	(172,083)	(183,495)	(11,413)	(6.2%)
Audiovisual	(17,284)	(16,133)	1,151	7.1%
Classified	(7,983)	(7,304)	679	9.3%
Corporate and adjustments	(3,806)	(4,069)	(262)	(6.4%)
<b>Total</b>	<b>(201,156)</b>	<b>(211,001)</b>	<b>(9,845)</b>	<b>(4.7%)</b>

#### Comparable EBITDA

Comparable EBITDA in 1H16 reached 22,964 thousand euros, compared with 23,448 thousand euros in 1H15.

There was an improvement in the second quarter in the performance in all business areas, with an overall increase of 953 thousand euros compared with the same period in 2015, while for the first half of the year there was a decrease of 1,437 thousand euros.

Detail of year-on-year performance of comparable EBITDA by quarter



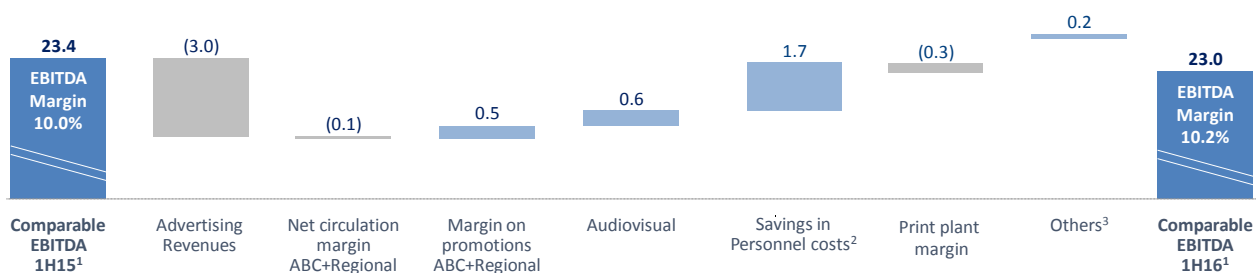
Note 1: excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 €-9.9m and 1H15 €-2.9m

The main factors in the variation of comparable EBITDA included:

- (i) A decline in advertising revenues by 3,030 thousand euros as a result of the factors mentioned previously.
- (ii) Stabilisation in the overall margin on circulation revenues, which dropped by 101 thousand euros, with a 508 thousand euros increase in the margin on promotions. This performance reflects the priority that VOCENTO gives to profitable strategies.
- (iii) Personnel expenses were reduced by 1,698 thousand euros as a result of the efficiency measures implemented at the beginning of the year.
- (iv) Increases in other cost items of 193 thousand euros, mainly including lower commercial costs and higher expenses associated with the development of digital initiatives.

Detail of variation in comparable EBITDA<sup>1</sup> 1H16-1H15

Data in variation vs 1H15 except comparable EBITDA (€m)

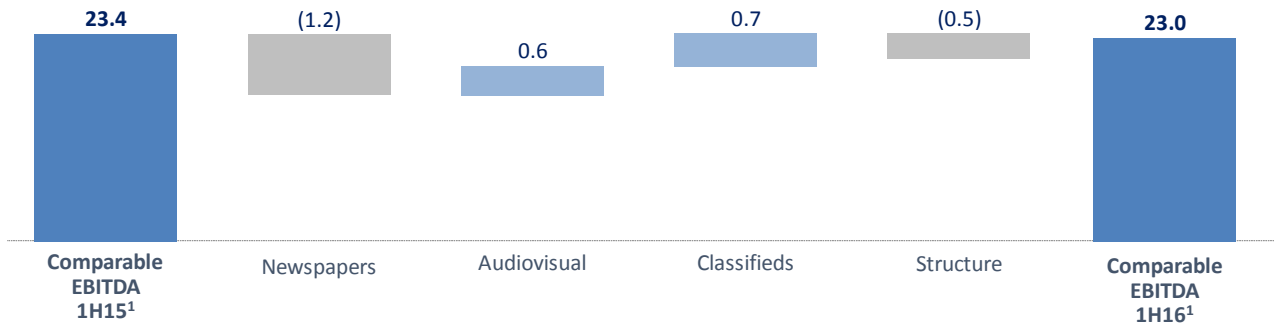


Note 1: excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 €-9.9m and 1H15 €-2.9m. Note 2: variation in personnel costs excluding Audiovisual and print plants with adjustment measures 1H16 €-9.9m and 1H15 €-5.2m. Note 3: commercial costs and various other costs associated mainly with Newspapers.

Highlights by business area include:

- (i) Newspapers<sup>5</sup>: a decrease of 1,223 thousand euros in comparable EBITDA in 1H16 because of the fall in advertising, down 4,237 thousand euros from 1H15. Comparable EBITDA in 2Q16 improved by 643 thousand euros year-on-year as a result of the cost savings measures implemented in 1Q16.
- (ii) Audiovisual<sup>6</sup>: comparable EBITDA 1H16 increased by 589 thousand euros to 5,979 thousand euros, due mainly to an improvement in the performance of the two national DTT channels.
- (iii) Classifieds<sup>7</sup>: comparable EBITDA 1H16 improved by 666 thousand euros to 819 thousand euros, thanks mainly to an increase in advertising by 1,291 thousand euros (+18.7%).
- (iv) Corporate centre<sup>8</sup>: comparable EBITDA decreased by 515 thousand euros to -5,788 thousand euros because of an increase in costs linked to digital investments.

Performance of comparable EBITDA<sup>1</sup> by business area 1H16  
Data in variation in €m 1H16 vs 1H15 except for comparable EBITDA



Note 1: excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 €-9.9m and 1H15 €-2.9m.

### Operating result (EBIT)

The operating result in 1H16 was 3,709 thousand euros compared with 10,505 thousand euros last year, a reflection of the compensation costs incurred in 2016. The comparable operating result of 13,461 thousand euros is in line with the 13,299 thousand euros recorded in 1H15. In the second quarter on a standalone basis, the performance improved, with all business areas reporting year-on-year growth.

### Writedown of goodwill

In 1H16 goodwill totalling 900 thousand euros was written down, reflecting the gradual reduction of the remaining life of the film catalogue in the Content area.

<sup>5</sup>Newspapers: Excluding adjustment measures and one-offs 1H16 -6,658 and 1H15 -2,180 thousand euros.

<sup>6</sup>Audiovisual: Excluding adjustment measures 1H16 30 thousand euros and 1H15 -1 thousand euros.

<sup>7</sup>Classifieds: Excluding adjustment measures 1H16 -54 thousand euros and 1H15 -171 thousand euros.

<sup>8</sup>Corporate centre: Excluding adjustment measures 1H16 3,228 thousand euros and 1H15 -533 thousand euros.

### Financial result and others

The decrease in the net financial result in 1H16 to -3,313 thousand euros, compared with -2,783 thousand euros in 1H15, reflects the financial income of 1,177 thousand euros received last year as a result of the renegotiation of the put option at Las Provincias.

Excluding this effect, the gross financial result would have improved by 552 thousand euros, as a result of the reduction in the average cost of financial debt and in financial expenses following the renegotiation of the syndicated loan conditions in the second half of 2015.

### Corporation tax

The tax expense of 1,013 thousand euros in 1H16 is a result of the performance at the operating level.

### Minority interest

The level of minority interest in 1H16 increased by 314 thousand euros, reflecting the improved performance at Television, Content and Classifieds, partly offset by the reduction in minority interest at the Rotomadrid print plant.

### Net result attributable to the parent company

The net consolidated result for 1H16 was -4,039 thousand euros, compared with 2,104 thousand euros in 1H15. The net result excluding the impact of personnel restructuring would be a positive 3,420 thousand euros.

In 2Q16, the net result of 4,984 thousand euros represents an increase of 1,158 thousand euros or 30.3% on the result of 2Q15, as the following table shows:

	<u>Consolidated P&amp;L</u>					
<b>NIIF</b> (Datos en €m)	<b>1H16</b>	<b>1H15</b>	<b>Var %</b>	<b>2Q16</b>	<b>2Q15</b>	<b>Var %</b>
Circulation revenues	91.9	97.6	(5.8%)	45.4	48.6	(6.5%)
Advertising revenues	82.0	85.0	(3.6%)	45.6	45.9	(0.7%)
Other revenues	50.2	51.9	(3.2%)	26.2	25.1	4.5%
<b>Operating revenues</b>	<b>224.1</b>	<b>234.4</b>	<b>(4.4%)</b>	<b>117.2</b>	<b>119.5</b>	<b>(1.9%)</b>
<b>Comparable OPEX</b>	<b>(201.2)</b>	<b>(211.0)</b>	<b>(4.7%)</b>	<b>(101.5)</b>	<b>(104.7)</b>	<b>(3.1%)</b>
<b>Comparable EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>23.0</b>	<b>23.4</b>	<b>(2.1%)</b>	<b>15.8</b>	<b>14.8</b>	<b>6.2%</b>
<b>Compensation and other effects<sup>2</sup></b>	<b>(9.9)</b>	<b>(2.9)</b>	<b>243.5%</b>	<b>(0.0)</b>	<b>(0.3)</b>	<b>(96.7%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>13.1</b>	<b>20.6</b>	<b>(36.5%)</b>	<b>15.9</b>	<b>14.5</b>	<b>9.0%</b>
Depreciation and amortization	(9.5)	(10.1)	(6.4%)	(4.7)	(4.9)	(5.0%)
Impairment/gains on disposals of assets	0.2	0.1	72.0%	0.1	0.1	(37.2%)
<b>Operating results (EBIT)</b>	<b>3.7</b>	<b>10.5</b>	<b>(64.7%)</b>	<b>11.1</b>	<b>9.7</b>	<b>14.5%</b>
Impairments/reversal of other intangible assets	(0.9)	(1.5)		(0.4)	(0.7)	
Profit of companies acc. Equity method	(0.0)	0.0	(115.5%)	0.1	0.0	98.1%
Financial result and other	(3.3)	(2.8)	(19.0%)	(1.7)	(2.1)	17.8%
Net gains on disposal of non-current assets	(0.2)	0.0	n.r.	(0.2)	0.0	n.r.
Corporation tax	(1.0)	(2.1)	52.7%	(2.3)	(1.8)	(25.7%)
<b>Net result for the year before minorities</b>	<b>(1.7)</b>	<b>4.1</b>	<b>(141.2%)</b>	<b>6.6</b>	<b>5.1</b>	<b>28.7%</b>
Minorities	(2.3)	(2.0)	(15.5%)	(1.6)	(1.3)	(23.7%)
<b>Net result of the parent company<sup>3</sup></b>	<b>(4.0)</b>	<b>2.1</b>	<b>(292.0%)</b>	<b>5.0</b>	<b>3.8</b>	<b>30.4%</b>



**Consolidated Balance Sheet**

Miles de Euros	IFRS			
	1Q16	2015	Var abs	% Var
<b>Non current assets</b>	<b>471,180</b>	<b>478,511</b>	<b>(7,330)</b>	<b>(1.5%)</b>
Intangible assets	122,241	125,438	(3,197)	(2.5%)
Property, plant and equipment	153,555	156,772	(3,217)	(2.1%)
Investments accounted using equity method	5,641	6,305	(664)	(10.5%)
Other non current assets	189,743	189,996	(253)	(0.1%)
<b>Current assets</b>	<b>134,017</b>	<b>135,138</b>	<b>(1,121)</b>	<b>(0.8%)</b>
Other current assets	111,818	115,790	(3,972)	(3.4%)
Cash and cash equivalents	22,199	19,348	2,851	14.7%
<b>Assets held for sale</b>	<b>193</b>	<b>1,492</b>	<b>(1,298)</b>	<b>(87.0%)</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>605,391</b>	<b>615,141</b>	<b>(9,750)</b>	<b>(1.6%)</b>
Equity	313,993	318,690	(4,698)	(1.5%)
Bank borrowings and other fin. liabilities	131,258	125,126	6,132	4.9%
Other non current liabilities	54,321	54,007	314	0.6%
Other current liabilities	105,820	117,318	(11,498)	(9.8%)
<b>TOTAL EQUITY AND LIABILITIES</b>	<b>605,391</b>	<b>615,141</b>	<b>(9,750)</b>	<b>(1.6%)</b>

**Other current assets**

The reduction by 3,972 thousand euros is mainly a result of a lower balance from the Public Administration.

**Debt or net financial position**

The net financial position was -111,594 thousand euros, including cash and cash equivalents and other current financial assets of 22,469 thousand euros. The amount of unused credit lines was 21,163 thousand euros.

The NFD/Comparable EBITDA ratio (using the comparable EBITDA of the last 12 months) was 2.2x, similar to the level at the end of 2015, despite the investment made in restructuring in 1H16.

**Breakdown of Net financial debt (data in thousand euros)**

Thousand Euro	IFRS			
	1Q16	2015	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (s.t.)	14,655	25,770	(11,115)	(43.1%)
Bank borrowings and other financial liabilities (l.t.)	116,602	99,355	17,247	17.4%
<b>Gross Debt</b>	<b>131,258</b>	<b>125,126</b>	<b>6,132</b>	<b>4.9%</b>
+ Cash and cash equivalents	22,199	19,348	2,851	14.7%
+ Other non current financial asstes	270	270	0	0.0%
Deferred expenses	2,805	3,279	(474)	(14.4%)
<b>Net cash position/ (net debt)</b>	<b>(111,594)</b>	<b>(108,787)</b>	<b>(2,807)</b>	<b>(2.6%)</b>

Short term borrowings include:

- (i) debt with credit institutions of 14,528 thousand euros, including the reclassification of expenses for the syndicated loan as short term, and
- (ii) other liabilities with a current financial cost of 1,188 thousand euros, mainly related to pension plans associated with the downsizing at ABC in 2009.

Long term borrowings include:

- (i) debt with credit institutions of 116,942 thousand euros, including the reclassification of expenses related to the syndicated loan, and the mark-to-market valuation of the interest rate hedge on the loan, and
- (ii) other liabilities with a non-current financial cost of 1,404 thousand euros, including mainly pension plans and pending compensation payments, associated with the downsizing plan at ABC in 2009.

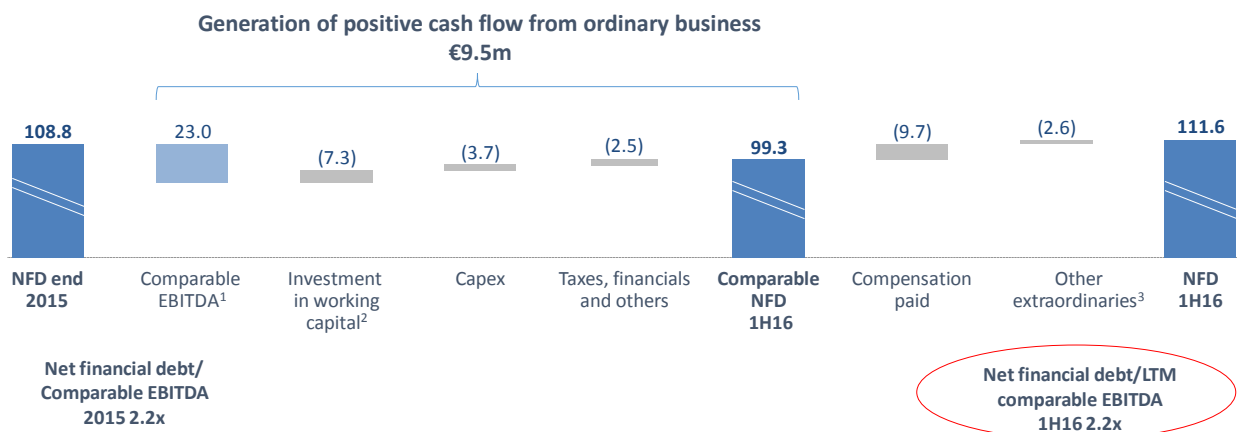
Positive cash flows generated from ordinary business operations in the period reached 9,464 thousand euros.

VOCENTO is maintaining its focus on cash protection, based on a strict control of investment in working capital and capex. The most significant variations in these items included:

- (i) Variation in working capital of -7,293 thousand euros.
- (ii) Investments in fixed and non-fixed assets: total cash outflows of 3,659 thousand euros.

Non-recurring movements included, among others, compensation payments in 1H16 of 9,699 thousand euros, following downsizing in 2015 and 2016, and other non-ordinary transactions such as the second stage of the purchase of a 34% stake in Rotomadrid and payments related to the renegotiated put options on Las Provincias.

### Analysis of movement in net financial debt 1H16-2015 (€m)



Note 1: Excluding personnel adjustment measures personal and one-offs 1H16 €-9.9m. Note 2: variation in inventories, clients, suppliers and current taxes. Note 3: Second stage of purchase of Rotomadrid stake, payments of put options on Las Provincias.

### Other current liabilities

The variation in the Other Liabilities amount is mainly due to the reduction of balances with suppliers, especially paper suppliers.

**Cash flow statement**

Thousand Euro	IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	% Var
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>(4,040)</b>	<b>2,104</b>	<b>(6,144)</b>	<b>(292.0%)</b>
Adjustments to net profit	18,062	18,882	(820)	(4.3%)
<b>Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital</b>	<b>14,022</b>	<b>20,986</b>	<b>(6,964)</b>	<b>(33.2%)</b>
Changes in working capital & others	(7,293)	(11,277)	3,984	35.3%
Other payables without financial cost	607	2,888	(2,281)	(79.0%)
Other payables with financial cost	(2,269)	(2,662)	393	14.8%
Income tax paid	(287)	(537)	250	46.6%
Interests deduction for tax purposes	1,863	(866)	2,729	315.1%
<b>Net cash flow from operating activities (I)</b>	<b>6,643</b>	<b>8,532</b>	<b>(1,889)</b>	<b>(22.1%)</b>
Acquisitions of intangible and property, plant and equipment	(3,659)	(3,090)	(569)	(18.4%)
Net proceed on disposal of financial assets	197	(44)	241	547.7%
Interests and dividends received	134	123	11	8.9%
<b>Net cash flow from investing activities (II)</b>	<b>(3,328)</b>	<b>(3,011)</b>	<b>(317)</b>	<b>(10.5%)</b>
Interests and dividends paid	(5,823)	(4,579)	(1,244)	(27.2%)
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	7,939	(1,323)	9,262	700.1%
Other receivables and payables (financing)	(7)	(36)	29	80.6%
Equity related instruments without financial cost	(2,572)	(3,466)	894	25.8%
<b>Net cash flows from financing activities (III)</b>	<b>(463)</b>	<b>(9,404)</b>	<b>8,941</b>	<b>95.1%</b>
<b>Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)</b>	<b>2,852</b>	<b>(3,883)</b>	<b>6,735</b>	<b>173.4%</b>
<b>Cash and cash equivalents at beginning of the year</b>	<b>19,348</b>	<b>23,451</b>	<b>(4,104)</b>	<b>(17.5%)</b>
<b>Cash and cash equivalents at end of year</b>	<b>22,199</b>	<b>19,568</b>	<b>2,631</b>	<b>13.4%</b>

Net cash flow from operating activities was 6,643 thousand euros, including among others: (i) payments of -9,699 thousand euros associated with the personnel adjustment measures, and (ii) a variation in working capital of -7,293 thousand euros mainly because of an increase in payments to suppliers.

Net cash flow from investing activities was -3,328 thousand euros, almost entirely a result of investments in fixed assets (see Capex section).

Net cash flow from financing activity was -463 thousand euros, and included among others interest payments and dividend payments by subsidiaries of VOCENTO to minority shareholders of 5,823 thousand euros, the second payment to one of the minority shareholders of Rotomadrid for the acquisition of the 34% stake, the payment for the renegotiated put option at Las Provincias and the repayment of debt in the period.

**Capex**

Controlling investments in order to preserve cash is one of the main targets of VOCENTO's financial management. It is compatible with a commitment to online development and investments in digital.

The difference between the cash spent on investments in fixed assets and the capex recorded in accounts (-811 thousand euros) is due to payments pending for investments made in 2015 and 2016.

Detail of capex by business area

	IFRS (thousand euros)								
	1H16			1H15			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Newspapers	1,308	889	2,196	1,150	1,583	2,732	158	(694)	(536)
Audiovisual	160	124	284	36	139	174	125	(15)	110
Classified	139	72	211	80	61	140	60	11	71
Other	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Corporate	108	48	156	73	35	108	35	13	48
<b>TOTAL</b>	<b>1,715</b>	<b>1,132</b>	<b>2,848</b>	<b>1,338</b>	<b>1,817</b>	<b>3,155</b>	<b>378</b>	<b>(685)</b>	<b>(307)</b>

## Information by business area

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

Thousand Euro	IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %
<b>Total Revenues</b>				
Newspapers	194,037	206,672	(12,635)	(6.1%)
Audiovisual	23,263	21,523	1,740	8.1%
Classified	8,802	7,457	1,345	18.0%
Corporate and adjustments	(1,981)	(1,204)	(778)	(64.6%)
<b>Total Revenues</b>	<b>224,121</b>	<b>234,448</b>	<b>(10,328)</b>	<b>(4.4%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Newspapers	15,296	20,997	(5,701)	(27.2%)
Audiovisual	6,009	5,389	620	11.5%
Classified	765	(18)	783	n.r.
Corporate and adjustments	(9,015)	(5,805)	(3,210)	(55.3%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>13,055</b>	<b>20,563</b>	<b>(7,507)</b>	<b>(36.5%)</b>
<b>Comparable EBITDA<sup>1</sup></b>				
Newspapers	21,954	23,177	(1,223)	(5.3%)
Audiovisual	5,979	5,390	589	10.9%
Classified	819	153	666	434.2%
Corporate and adjustments	(5,788)	(5,273)	(515)	(9.8%)
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>22,964</b>	<b>23,448</b>	<b>(483)</b>	<b>(2.1%)</b>
<b>EBIT</b>				
Newspapers	8,089	13,878	(5,790)	(41.7%)
Audiovisual	4,263	2,999	1,265	42.2%
Classified	541	(353)	893	253.2%
Corporate and adjustments	(9,183)	(6,019)	(3,164)	(52.6%)
<b>Total EBIT</b>	<b>3,709</b>	<b>10,505</b>	<b>(6,796)</b>	<b>(64.7%)</b>
<b>Comparable EBIT<sup>1, 2</sup></b>				
Newspapers	14,623	15,963	(1,340)	(8.4%)
Audiovisual	4,203	3,002	1,201	40.0%
Classified	590	(181)	772	425.4%
Corporate and adjustments	(5,956)	(5,485)	(470)	(8.6%)
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>13,461</b>	<b>13,299</b>	<b>162</b>	<b>1.2%</b>

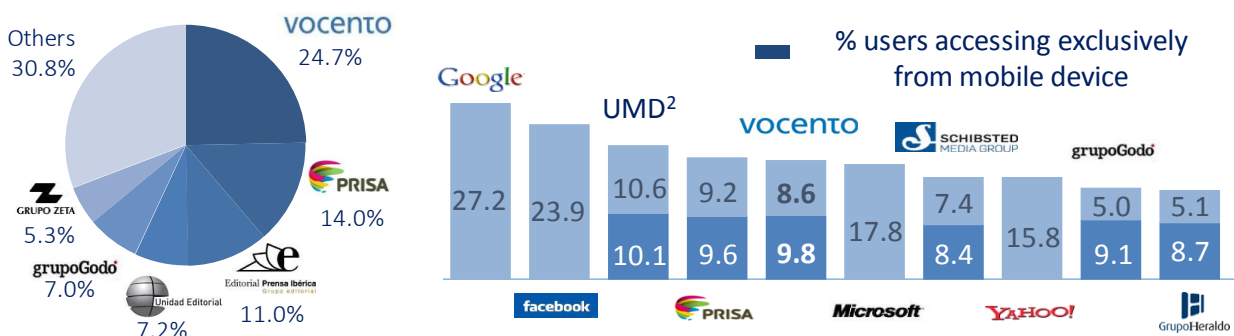
<sup>1</sup> Excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 9,909 thousand euros and 1H15 2,885 thousand euros

<sup>2</sup> Excluding result from sale of fixed assets 1H16 157 thousand euros and 1H15 92 thousand euros.

**Newspapers (including offline and online activity)**

VOCENTO has consolidated its undisputed leadership of the general press sector with a market share of circulation of 24.7%, more than 10 p.p. more than the number two media group, according to OJD data for Jan-May 2016. It is also the leader in readership, according to the 2nd EGM survey of 2016, with about 2.5 million readers, around one million readers more than the number two general press group. It is a leader on the Internet, with around 18 million unique monthly users according to comScore (Jan-June 2016), especially in terms of readers who access exclusively from mobile devices.

**Share of ordinary circulation<sup>1</sup> (%)    Ranking of Internet audiences<sup>2</sup> (thousands u.m.u.)**



Note 1: source OJD Jan-May 2016. Data not certified. Note 2: source comScore Jan-Jun 2016: UMD= Unidad de Medios Digitales including Unidad Editorial, Zeta and Prensa Ibérica.

VOCENTO is present and active in today’s new technological reality and is a pioneer in the use of new technologies, both to develop new businesses and to set up the internal infrastructure needed to optimize its positioning.

VOCENTO is working in the following areas to accelerate this digital growth:

- (i) **Understanding user behaviour;** creating and developing databases, managing the user experience, combining and assessing readerships, developing loyalty programmes, all using Big Data technologies and customer management tools;
- (ii) **The development of digital vehicles and platforms** for new consumer trends, especially in mobile.
- (iii) **The development of products and services which adapt to the new reality;** generating new transactional/e-commerce business lines and strengthening existing initiatives, as with the launch of the Oferplan Store, an online sales platform for leading platforms to sell products at great prices. We are optimizing our presence on social media (ABC was the first national newspaper in Spain to participate in Facebook Instant Articles, the new publication tool on Facebook), and winning new audiences (developing a viral slang portal for millennials and deploying new narrative formulas).

Highlights in the digital area include the launch in April 2016 of Local Digital Kit, a solution for local digital advertising which consists of a series of digital marketing tools that when combined with a presence in local digital editions can help SMEs reach their clients effectively and obtain an immediate return on their investments.

In July, via our Media for Equity (M4E) business we acquired a stake in Dinero Gelt S.L., a fast growing company which owns an app that allows users to buy a wide range of consumer products using digital coupons.

These new businesses will enable VOCENTO to access sectors of advertisers that do not traditionally spend their advertising budget on the press.

- (iv) **Research and development** supported by VOCENTO Media Lab. The aim here is to research, experiment and enable innovative trends that are of interest to the press business. VOCENTO Media Lab is researching areas ranging from data journalism and new digital narratives to the internal training of journalists and the dynamics of sharing knowledge between different technical, editorial and business teams in the company.

VOCENTO: positioning and digital acceleration



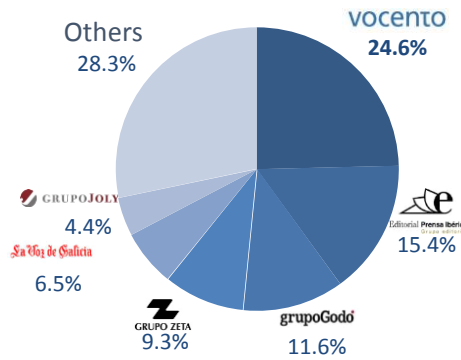
Regional newspapers

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

their regions have turned them into clear references in their markets. Our regional newspapers are committed to journalism which is dedicated to accuracy, independence and freedom of expression.

VOCENTO's regional newspapers have maintained their leadership in terms of circulation, with market share in the regional press of 24.6%, with the number two group on 15.4%.

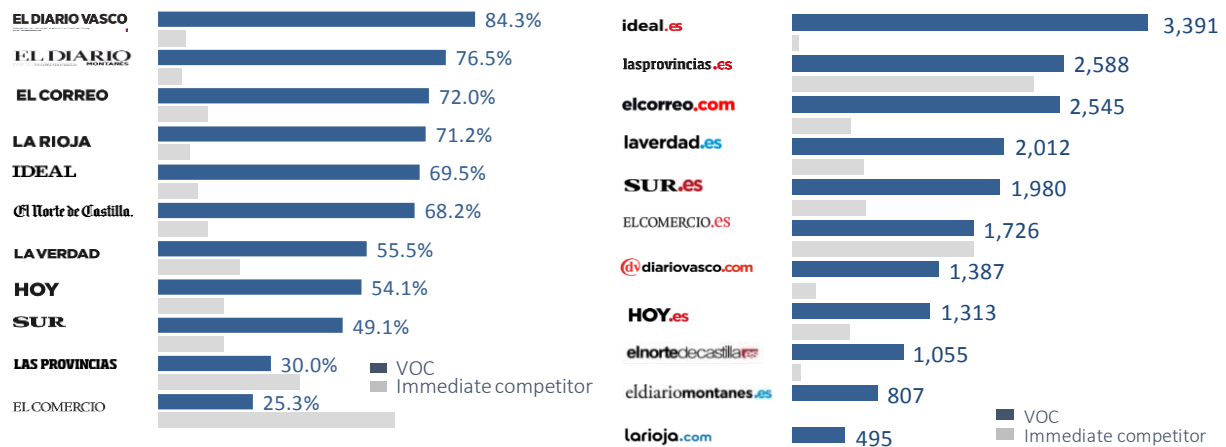
**Share of circulation of regional press (%)<sup>1</sup>**



Note 1: source OJD. Jan-May 2016.

In terms of readership, **the regional newspapers** remain leaders both **offline** (more than 2<sup>9</sup> million readers, 0.7m readers than the number two regional press group), **and online**, with a readership of 19<sup>10</sup> million unique monthly users. Each of the 11 portals is the leader in their respective areas of influence, with El Comercio.es tied with its most immediate competitor.

**Share of circulation in area of influence<sup>1</sup> (%) Readership of local portals (thousand u.m.u)<sup>2</sup>**



Note 1: source OJD Jan-May 2016. Data not certified. Note 2: source comScore Jan-June 2016.

<sup>9</sup> Source: EGM 3rd survey 2015.

<sup>10</sup> Source EGM 2nd accumulated survey 2016. Total audience is the result of adding the 11 Local Portals audience.



In 2016, we are concentrating on the following areas:

- (i) **Digital investments:** investing in existing e-commerce developments (Oferplan, Ticketing), consolidation of the digital paid content model “on+” at El Correo and in May 2016 at El Correo Vasco, and analysis of new value added advertising services for local clients, such as the Local Advertising solution for SMEs;
- (ii) **Protecting profitability:** increasing some cover prices, continuing to optimize processes and resources, but not to the detriment of investments in editorial quality, and developing selective agreements with other publishers which generate revenue synergies.

In order to protect profitability, we have taken the decision to close the print plant at Valladolid, Printolid. This will generate savings and release us from future capex obligations.

### National newspaper - ABC

ABC is VOCENTO’s national newspaper, with over 110 years of history. It is one of the country’s leading national newspapers.

ABC has developed a multi-media presence: ABC in print + ABC on Kiosco y Más + ABC.es + ABC mobile (with applications for different multi-screen environments), as well as benefitting on the radio from the support of the agreement with COPE (see the Radio section). This combination of different media vehicles enables the development of editorial synergies and the capture of new audiences, mainly on the Internet

In its print edition, ABC is focusing part of its efforts on ordinary circulation (sales including individual subscriptions and kiosk sales), which are the most profitable, while voluntarily reducing non-ordinary circulation (block and collective sales) in a controlled way. According to figures for Jan-May 2016, the proportion of ordinary circulation in total circulation at ABC was 88.5%, higher than the 82.9% average for competitors.

ABC is continuing to increase its market share<sup>11</sup> in the key market of the Comunidad de Madrid, where it has overtaken El Mundo and is now in second position, as the chart on page 7 shows.

In terms of readership, and according to the 2nd accumulated EGM survey, ABC is outperforming its peers in both absolute terms and in percentage terms: while ABC lost 4,000 readers or 0.8% of its readership, El País lost 120,000 readers (-8.5%) and El Mundo’s readership dropped by 37,000 (-4.3%).

For its part, abc.es is continuing to increase its readership, thanks above all to the potential of mobile devices. According to comScore, the gap to the average for ABC competitors has narrowed by 21%. Based on data for Jan-June 2016, it has more than 11 million unique users, of which 7 million or 61% use only mobile devices for access.

In 2016, ABC is continuing to prioritise profitability and market positioning, based on:

- (i) In the digital business:
  - Strengthening the mobile offering, with personalization and the capture of new user data

---

<sup>11</sup> Source: OJD. Share of national press (sum of El País, El Mundo, La Razón and ABC) in ordinary paid circulation.

- Strengthening the offer of services to clients: Oferplan, Ticketing, ABC Foto
- (ii) Improving profitability with the following measures:
- Increasing cover prices in January, on Sundays from €2.8 to €3.
  - Continuing to reduce print costs by eliminating regional branches.
  - Increasing the loyalty of both kiosk readers and users of the digital platform Kiosco y Más, enabling optimised marketing actions.

### Supplements and Magazines

VOCENTO publishes the two most read supplements in Spain: XL Semanal and Mujer Hoy. Their success is due to the quality of the contributors and the overall commitment to accuracy, differentiating them from their main competitors. The supplements are distributed with all VOCENTO newspapers during the weekends and with other leading regional newspapers.

**XL Semanal is the most read Sunday supplement in Spain**, with journalists including Carlos Herrera, Arturo Pérez-Reverte, Juan Manuel de Prada, Carmen Posadas and others. Its aim continues to be to invest in a differentiated product with a journalistic vision that attracts readers and advertisers alike.

**Mujer Hoy** is the second most widely read supplement in Spain and is the leading women’s supplement in its category. The magazine has worked increasingly on corporate projects with leading advertisers to enhance its brand, and has developed products such as the beauty box service Guapabox.

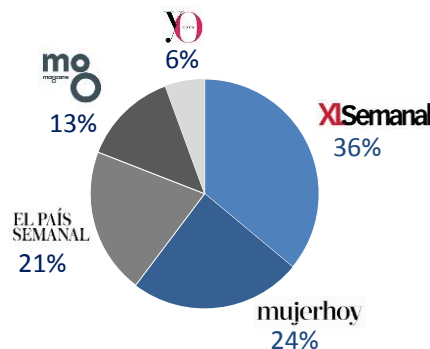
In the magazines area, the magazine Corazón CZN TVE in partnership with the TVE programme Hoy Corazón, has in a short period become one of the bestselling celebrity magazines in the country.

The high-end men’s magazine Código Único is aimed at a readership of urban professionals with a taste for luxury and brands. In the financial information segment, **Inversión y Finanzas** is the leading weekly finance magazine by kiosk sales, covering stock market and financial news with accuracy and professionalism.

In the **corporate magazine** area, we have an agreement with Air Europa to publish its leading in-flight magazine.

The Magazines and Supplements of VOCENTO have a combined readership of around 3.2 million readers according to the 2<sup>nd</sup> accumulated survey of the EGM, with XL Semanal the clear leader in its sector with 1.8 million readers, around 0.7 million readers more than its most immediate competitor, while Mujer Hoy has 1.2 million readers.

Readership share of main supplements in Spain<sup>1</sup> (%)



Note 1: EGM 2nd accumulated survey 2016. 100% is the aggregate of supplement readerships.

In the digital area, Mujerhoy.com with 1.5<sup>12</sup> million unique users is among the leading vertical portals in its category, in the number 7 position, which puts it among the leading online supplements.

**In 2016**, VOCENTO is continuing to invest in the attractive portfolio of existing products and will also develop the events and special actions area as well as new digital initiatives, such as the new Mujer Hoy portal and e-commerce businesses such as Guapabox. Our guiding principles will continue to be to maintain our leadership position and our cost structure, without reducing the quality of the editorial content of the area.

So far this year, various actions have reflected this focus. In August, XL Semanal will begin to be distributed in Catalonia following an agreement with Grupo Zeta which initially only included the women's supplement. In July, XL Semanal published its edition no. 1,500. Both measures will help expand the business, especially because of the anniversary edition and the achievement of complete nationwide coverage. Finally, the new mujerhoy.com portal was launched in January, followed in July by the xlsemanal.com portal. These developments will strengthen the leadership position of VOCENTO's supplements.

---

<sup>12</sup> Source: ComScore MMX Multiplataforma Jan-Jun 2016.

The following section provides an analysis of the revenues, EBITDA and operating result of the Newspapers area.

Thousand Euro	IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %
<b>Total Revenues</b>				
Regionals	138,470	143,895	(5,426)	(3.8%)
ABC	49,861	57,096	(7,235)	(12.7%)
Supplements& Magazines	14,105	14,947	(842)	(5.6%)
Adjustments intersegment	(8,398)	(9,266)	867	9.4%
<b>Total Revenues</b>	<b>194,037</b>	<b>206,672</b>	<b>(12,635)</b>	<b>(6.1%)</b>
<b>EBITDA</b>				
Regionals	14,890	18,725	(3,835)	(20.5%)
ABC	163	1,725	(1,563)	(90.6%)
Supplements& Magazines	243	546	(303)	(55.5%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>15,296</b>	<b>20,997</b>	<b>(5,701)</b>	<b>(27.2%)</b>
<b>Comparable EBITDA<sup>1</sup></b>				
Regionals	18,950	20,036	(1,086)	(5.4%)
ABC	2,761	2,594	167	6.4%
Supplements& Magazines	243	546	(303)	(55.5%)
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>21,954</b>	<b>23,177</b>	<b>(1,223)</b>	<b>(5.3%)</b>
<b>EBIT</b>				
Regionals	10,389	14,334	(3,945)	(27.5%)
ABC	(2,377)	(905)	(1,473)	(162.8%)
Supplements & Magazines	77	449	(372)	(82.8%)
<b>Total EBIT</b>	<b>8,089</b>	<b>13,878</b>	<b>(5,790)</b>	<b>(41.7%)</b>
<b>Comparable EBIT<sup>1, 2</sup></b>				
Regionals	14,325	15,533	(1,208)	(7.8%)
ABC	221	(19)	240	n.r.
Supplements& Magazines	77	450	(372)	(82.8%)
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>14,623</b>	<b>15,963</b>	<b>(1,340)</b>	<b>(8.4%)</b>

Note: The main eliminations are a result of: a) sales of the supplements (XL Semanal, Mujer Hoy and Corazón CZN TVE) from TESA to the Regional Press and ABC, b) from the distribution revenues of Beralán with ABC and c) print plant work for ABC.

<sup>1</sup> Excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 -6,658 thousand euros and 1H15 -2,180 thousand euros.

<sup>2</sup> Excluding result from sale of fixed assets 1H16 123 thousand euros and 1H15 95 thousand euros.

**Operating revenues:** 194,037 thousand euros, down 6.1%.

The reduction of revenues is mainly a result of: (i) the decrease in advertising revenues because of the factors mentioned on page 7 of the report, (ii) lower circulation revenues at Regional and ABC, and (iii) a decrease in other revenues because of the comparative effect with 1H15, when these revenues benefitted from various exceptional effects.

**Circulation revenues:** 91,933 thousand euros, down 5.8%.

In the first half of the year, circulation revenues at the Regional Press decreased by 4.6%.

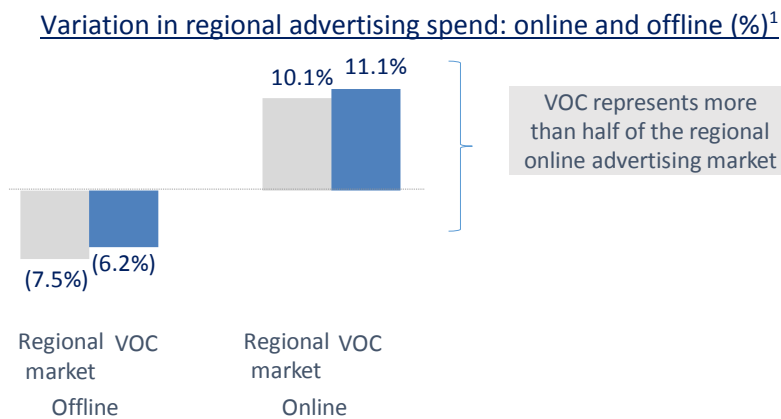
At ABC, circulation revenues fell by 8.0%. ABC remains focused on high quality circulation, proactively eliminating circulation sales that are not profitable.

Finally, circulation revenues from Supplements and Magazines fell by 1.9%.

**Advertising Revenues:** decreased by 5.5% to 72,238 thousand euros

In the Regional business, advertising revenues fell by 3.2%. After a drop of 6.8% in 1Q16, advertising spend was flat in 2Q, despite a weaker performance from institutional advertising.

Advertising in VOCENTO media, both offline and online, has outperformed the regional market.

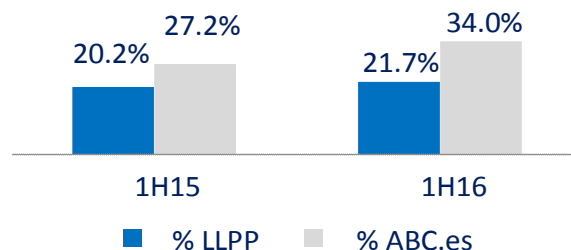


Note 1: internal sources Jan-May 2016. Gross advertising data.

At ABC, advertising revenues decreased by 9.7% in the first half. Advertising revenues at ABC.es, although there were impacted by non-recurring factors such as the fall in local institutional advertising, increased by 16.4%.

The steady incorporation of the complementary digital business can be seen in the increased contribution of digital revenues to total advertising and e-commerce revenues, both at Regional (21.7%, +1.6 p.p.) and at ABC (34.0%, +6.8 p.p.).

Weight of digital business (advertising + other revenues/e-commerce) in revenues (advertising + other revenues/e-commerce) of VOCENTO newspapers (%)



At Supplements and Magazines, advertising revenues fell by 10.5%.

**Comparable EBITDA<sup>13</sup>**: 21,954 thousand euros, a drop of 1,223 thousand euros from 1H15 mainly because of a fall in advertising spend.

Performance of comparable EBITDA at Newspapers, 1H16 (€m)

IFRS Thousand Euro	Comparable EBITDA		
	1H16	1H15	Var Abs
Regional brands	18,950	20,036	(1,086)
ABC	2,761	2,594	167
Supplements & Magazines	243	546	(303)
<b>Total</b>	<b>21,954</b>	<b>23,177</b>	<b>(1,223)</b>

In the first half of 2016, comparable costs were cut by 6.2%<sup>13</sup>, as shown by the following table. In 2016, savings will continue to be generated from adjustments to personnel and the closure and downsizing of ABC branch offices.

Performance of comparable costs at Newspapers 1H16 (€m y %)

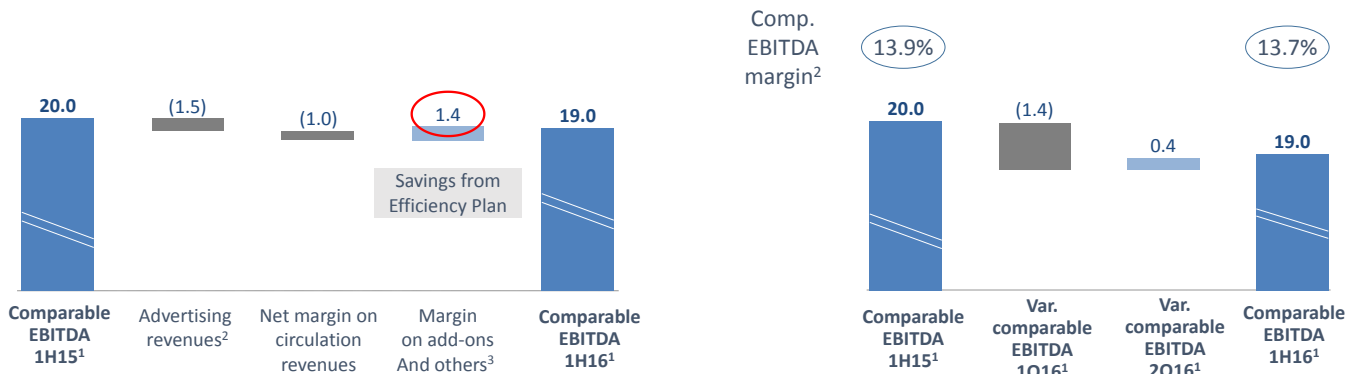
Like for like opex (thousand euros)	1H16	1H15	Var Abs	Var %
Regionals	(119,519)	(123,859)	(4,340)	(3.5%)
ABC	(47,100)	(54,501)	(7,402)	(13.6%)
Supplements & Magazines	(13,862)	(14,401)	(538)	(3.7%)
Adjustments	8,398	9,266	867	9.4%
<b>Total</b>	<b>(172,083)</b>	<b>(183,495)</b>	<b>(11,413)</b>	<b>(6.2%)</b>

- (i) **Regional**: EBITDA of 18,950 thousand euros, down 1,086 thousand euros from 1H15 because of the fall in advertising revenues. In 2Q16, comparable EBITDA increased by 356 thousand euros. However, the EBITDA margin was similar to its level in 2015: 13.7% in 1H16 vs 13.9% in 1H15.

Regional: performance of comp. EBITDA

Regional: performance of comp. EBITDA quarter-by-quarter

Variation 1H16 vs 1H15 except comp. EBITDA (€m) €m and comparable EBITDA margin %



Note 1: Excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H15 €-1.3m and 1H16 €-4.1m. Note 2: print and digital.

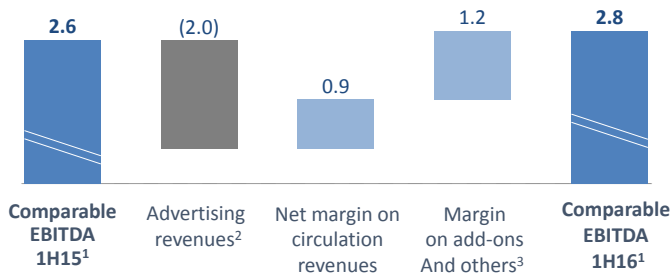
Note 3: Others include mainly print plants and fixed and commercial costs (personnel costs).

<sup>13</sup> Excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H16 -6,658 thousand euros and 1H15 -2,180 thousand euros.

- (ii) ABC: comparable EBITDA in 1H16 was 2,761 thousand euros vs 2,594 thousand euros in 1H15 despite the fall in advertising revenues, which was more than offset by the performance of two key variables: the margins on circulation revenues and on promotions.

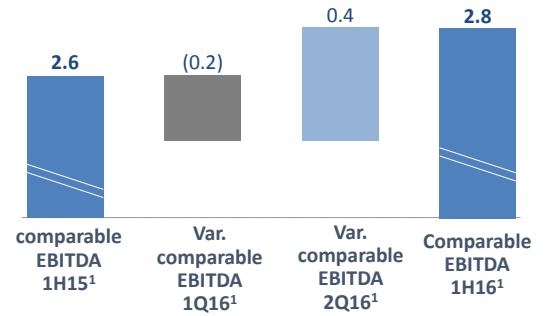
ABC: performance of comparable EBITDA

Var. 1H16 vs 1H15 except comp. EBITDA (€m)



ABC: performance of comparable EBITDA by quarter

€m



*Note 1: Excluding adjustment measures and one-offs 1H15 €-0.9m and 1H16 €-2.6m. Note 2: print and digital. Note 3: Others include mainly print plants and fixed and commercial costs (personnel costs).*

Supplements and Magazines: comparable EBITDA of 243 thousand euros vs 546 thousand euros in 1H15.

## **Audiovisual**

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

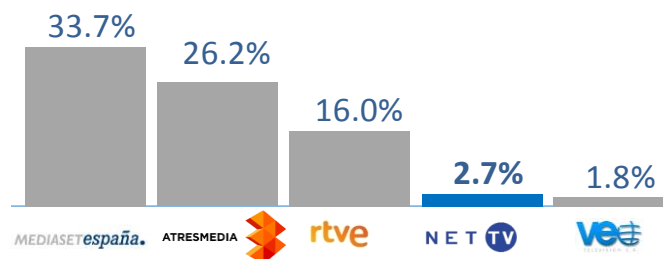
### **Television**

VOCENTO via its 55% indirect stake in the share capital of Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. (“NET TV”) is one of the eight private companies to have a national free-to-air DTT license.

NET TV currently broadcasts Disney Channel and Paramount Channel, giving VOCENTO a presence in the niche television sector with international content suppliers who are global leaders in entertainment, guaranteeing the NET TV business for the medium and long term and contributing to the group’s commitment to overall profitability.

The combined channels had audience share of 2.7%<sup>14</sup> in June 2016.

### **Audience share by group of channels, June 2016 (%)<sup>1</sup>**



Note 1: Source Kantar media.

### **Radio**

The development of our radio business is based on the alliance with Cadena COPE that was authorized by the Comisión Nacional de Competencia (CNC) in 2013. This is a strategic agreement that aims to reinforce a shared editorial line, especially with ABC, and to defend the same values.

The agreement includes the broadcasting by VOCENTO subsidiaries of radio stations including COPE, Cadena 100, Rock FM and Mega Star. Close links have been created between the COPE and ABC brands especially in news bulletins. As well as working together, ABC also highlights the programmes, presenters and contents of COPE in its pages.

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.

In 2016 the agreement with COPE has continued to create value. The second EGM survey of 2016 (Mondays to Fridays) shows that COPE has increased its listener numbers by around one million since last year, with a total audience of 2,666,000, while the audience to the music stations has increased by almost 300,000 listeners.

<sup>14</sup> Source: Kantar Media June 2016.



### **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 Corporación and includes: i) Veralia Contenidos, a holding company for audiovisual production companies, which includes BocaBoca Producciones, Europroducciones and Hill Valley, and ii) Veralia Distribución de Cine, which has a catalogue of rights for 230 films.

In the content production area, audience successes include “9 meses con Samanta” and the co-production of the Portuguese version of “El Ministerio del tiempo”.

Veralia is also internationalizing its output. The "21 días" format has been successfully adapted in the Netherlands France, Canada and Chile. Agreements have also been reached with various international companies to introduce new formats into the Spanish market.

In the film distribution area, Veralia Distribución de Cine, the strategy is to continue maximising the revenues from the existing catalogue.

In 2016, we are focused on consolidating production levels and on the renewal of programmes, in order to maintain profitability, while diversifying our current portfolio of clients in the regional market. The arrival of new players in national television is an opportunity. We will also maximise revenues from the film catalogue.

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

Thousand Euro	IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %
<b>Total Revenues</b>				
DTT	14,266	13,559	707	5.2%
Radio	2,116	2,133	(16)	(0.8%)
Content	7,014	6,041	972	16.1%
Adjustments intersegment	(134)	(210)	77	36.5%
<b>Total Revenues</b>	<b>23,263</b>	<b>21,523</b>	<b>1,740</b>	<b>8.1%</b>
<b>EBITDA</b>				
DTT	2,766	2,185	582	26.6%
Radio	1,340	1,286	54	4.2%
Content	1,903	1,918	(15)	(0.8%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>6,009</b>	<b>5,389</b>	<b>620</b>	<b>11.5%</b>
<b>Comparable EBITDA<sup>1</sup></b>				
DTT	2,766	2,185	581	26.6%
Radio	1,310	1,286	24	1.9%
Content	1,903	1,918	(15)	(0.8%)
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>5,979</b>	<b>5,390</b>	<b>589</b>	<b>10.9%</b>
<b>EBIT</b>				
DTT	2,633	2,044	589	28.8%
Radio	1,360	1,279	82	6.4%
Content	270	(324)	595	183.3%
<b>Total EBIT</b>	<b>4,263</b>	<b>2,999</b>	<b>1,265</b>	<b>42.2%</b>
<b>Comparable EBIT<sup>1, 2</sup></b>				
DTT	2,633	2,048	585	28.6%
Radio	1,300	1,279	22	1.7%
Content	270	(324)	595	183.3%
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>4,203</b>	<b>3,002</b>	<b>1,201</b>	<b>40.0%</b>

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

Note: EBIT and comparable EBIT at Content include the amortization of goodwill in the Tripictures film catalogue in 1H16 of 828 thousand euros and 1,038 thousand euros in 1H15

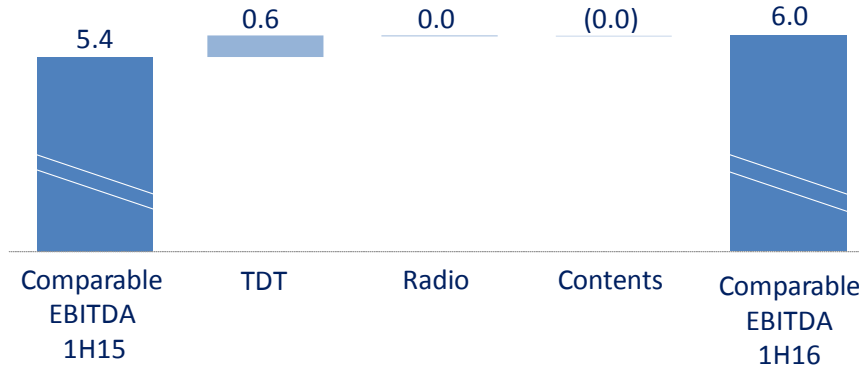
<sup>1</sup> Excluding adjustment measures 1H16 30 thousand euros and 1H15 -1 thousand euros.

<sup>2</sup> Excluding result from sale of fixed assets 1H16 30 thousand euros and 1H15 -3 thousand euros.

**Operating Revenues:** 23,263 thousand euros, up 8.1% mainly because of the increase in activity at Content and DTT.

**Comparable EBITDA<sup>15</sup>:** 5,979 thousand euros, an improvement of 589 thousand euros from last year mainly as a result of higher profitability at Television.

Performance of comparable EBITDA<sup>1</sup> at the Audiovisual area (€m)

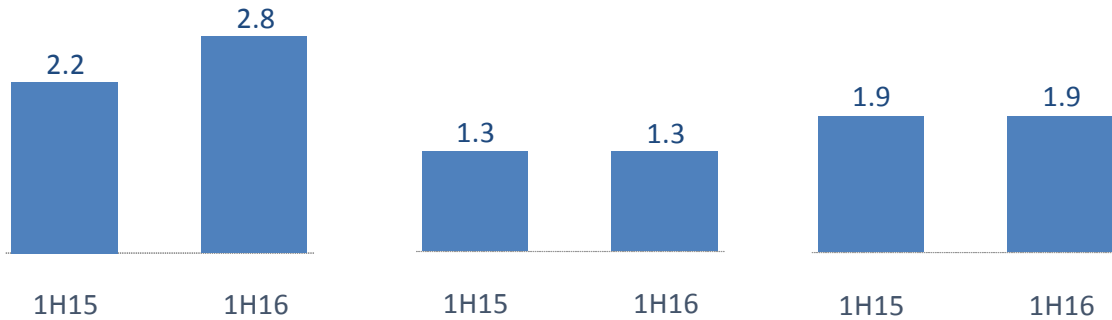


- (i) **Television:** comparable EBITDA of 2,766 thousand euros, an increase of 581 thousand euros from 1H15 thanks to the consolidation of the two national DTT channels.
- (ii) **Radio:** comparable EBITDA of 1,310 thousand euros, a slight increase from 1,286 thousand euros last year.
- (iii) **Content:** comparable EBITDA of 1,903 thousand euros, practically the same level as last year (1,918 thousand euros), with the improvement in production offsetting the natural decline in film distribution.

Comparable EBITDA DTT (€m)

Comparable EBITDA Radio (€m)

Comparable EBITDA Content (€m)



**Comparable operating result:** (because of the level of amortization in this area, commentary is provided on the operating result) 4,203 thousand euros in 1H16, up by 1,201 thousand euros from 1H15, as a result of the increase in EBITDA and a reduction in amortization in the Content area of 610 thousand euros.

<sup>15</sup> Excluding adjustment measures 1H16 30 thousand euros and 1H15 -1 thousand euros.

## Classifieds

The nationwide Classifieds network of VOCENTO is unique in the Spanish media sector, thanks to its specialist team and its customer-focused service culture. These characteristics are supported by ABC.es and the 11 regional digital editions of VOCENTO, providing a nationwide service that is characterised by its content as well as by its understanding of the segment.

The portals are present with national brands in the three main markets for Internet classified advertising: in real estate with pisos.com (top#3 in its category, according to the comScore multi-platform ranking for Jan-Jun 2016), employment with Infoempleo.com (top#4) and automotive with autocasion.com (top#7).

For 2016, our strategy remains focused on developing the core business of each vertical. In line with the strategy across VOCENTO, we are committed to developing products and services with added value that enable us to improve our understanding of clients and our use of new technologies.

In the first half of the year the new portal of Autocasión.com was launched, optimising the experience of users on all devices and responding to the new needs of advertisers.

Furthermore, the area is also generating higher advertising revenues, using new sales strategies and loyalty measures and increasing average revenue per client, all while maintaining the current cost structure.

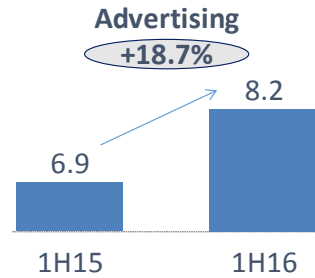
The following section provides more detail about the revenues, EBITDA and operating result of the Classifieds area.

Thousand Euro	IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %
<b>Total Revenues</b>				
Classified	8,802	7,457	1,345	18.0%
<b>Total Revenues</b>	<b>8,802</b>	<b>7,457</b>	<b>1,345</b>	<b>18.0%</b>
<b>EBITDA</b>				
Classified	765	(18)	783	n.r.
<b>Total EBITDA</b>	<b>765</b>	<b>(18)</b>	<b>783</b>	<b>n.r.</b>
<b>Comparable EBITDA<sup>1</sup></b>				
Classified	819	153	666	434.2%
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>819</b>	<b>153</b>	<b>666</b>	<b>434.2%</b>
<b>EBIT</b>				
Classified	541	(353)	893	253.2%
<b>Total EBIT</b>	<b>541</b>	<b>(353)</b>	<b>893</b>	<b>253.2%</b>
<b>Comparable EBIT<sup>1</sup></b>				
Classified	590	(181)	772	425.4%
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>590</b>	<b>(181)</b>	<b>772</b>	<b>425.4%</b>

<sup>1</sup> Excluding adjustment measures 1H16 -54 thousand euros and 1H15 -171 thousand euros

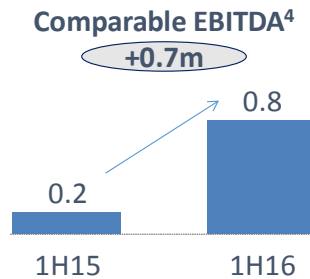
**Operating Revenues:** 8,802 thousand euros, up 18.0% thanks to significant growth of advertising revenues in the area, increasing by 18.7%.

Performance of advertising revenues at Classifieds (%)



**Comparable EBITDA:** in the first half of the year, comparable EBITDA increased to 819 thousand euros from 153 thousand euros in the prior-year period thanks to the increase in revenues, which improved profitability despite the rise in costs associated with investments in digital.

Performance of comparable EBITDA at Classifieds (%)



**Operating data****Newspapers**

<b>Average Circulation Data</b>	<b>1H16</b>	<b>1H15</b>	<b>Var Abs</b>	<b>%</b>
<b>National Press - ABC</b>	96,708	110,305	(13,597)	(12.3%)
<b>Regional Press</b>				
El Correo	68,013	74,025	(6,012)	(8.1%)
El Diario Vasco	51,424	53,812	(2,388)	(4.4%)
El Diario Montañés	23,767	25,265	(1,497)	(5.9%)
Ideal	18,642	20,040	(1,398)	(7.0%)
La Verdad	15,932	17,501	(1,570)	(9.0%)
Hoy	10,539	11,263	(724)	(6.4%)
Sur	16,518	17,926	(1,408)	(7.9%)
La Rioja	9,690	10,294	(604)	(5.9%)
El Norte de Castilla	18,909	21,025	(2,117)	(10.1%)
El Comercio	16,690	17,505	(815)	(4.7%)
Las Provincias	17,065	18,319	(1,254)	(6.8%)
<b>TOTAL Regional Press</b>	<b>267,186</b>	<b>286,974</b>	<b>(19,788)</b>	<b>(6.9%)</b>

Sources:OJD. 2016 non audited data.

<b>Audience</b>	<b>2<sup>nd</sup> Survey 16</b>	<b>2<sup>nd</sup> Survey 15</b>	<b>Var Abs</b>	<b>%</b>
<b>National Press - ABC</b>	<b>485,000</b>	<b>494,000</b>	<b>(9,000)</b>	<b>(1.8%)</b>
<b>Regional Press</b>	<b>1,932,000</b>	<b>2,024,000</b>	<b>(92,000)</b>	<b>(4.5%)</b>
El Correo	403,000	413,000	(10,000)	(2.4%)
El Diario Vasco	209,000	249,000	(40,000)	(16.1%)
El Diario Montañés	158,000	163,000	(5,000)	(3.1%)
Ideal	155,000	189,000	(34,000)	(18.0%)
La Verdad	193,000	194,000	(1,000)	(0.5%)
Hoy	136,000	127,000	9,000	7.1%
Sur	130,000	150,000	(20,000)	(13.3%)
La Rioja	91,000	81,000	10,000	12.3%
El Norte de Castilla	190,000	186,000	4,000	2.2%
El Comercio	155,000	148,000	7,000	4.7%
Las Provincias	112,000	124,000	(12,000)	(9.7%)
<b>Supplements</b>				
XL Semanal	1,832,000	2,161,000	(329,000)	(15.2%)
Mujer Hoy	1,233,000	1,265,000	(32,000)	(2.5%)
Mujer Hoy Corazón	168,000	303,000	(135,000)	(44.6%)
Inversión y Finanzas	24,000	43,000	(19,000)	(44.2%)

**Monthly Unique uses (Th)**

	<b>jun-16</b>	<b>jun-15</b>	<b>Var Abs</b>	<b>%</b>
Vocento	18,338	17,164	1,174	6.8%

Source: comScore

**Audiovisual****National TV Market**

	<b>jun-16</b>	<b>jun-15</b>	<b>Var Abs</b>
Audience share Net TV	2.7%	3.4%	(0.7) p.p.

Source: Kantar Media last month.

## **Appendix I: Alternative Performance Measures**

The CNMV has stated that it plans to comply with the guidelines on “Alternative Performance Measures” published by the European Securities and Markets Authority (ESMA) on 30 June 2015 in accordance with Article 16 of EU Regulation 1095/2010 from the European Parliament and Council on 24 November 2010. In this context the Alternative Performance measures used in this report are included.

The APMs used in this report include the following:

**EBITDA** represents the net result of the period before financial income and expenses, other results from financial instruments, tax on profits, amortization, depreciation, the impairment and sale of fixed and non-fixed assets, the writedown of goodwill in the period, excluding (a) the net result from the sale of current financial assets and (b) the results from equity-accounted subsidiaries.

**Comparable EBITDA** is the adjustment of EBITDA for all non-recurring exceptional revenues and costs, in order to facilitate the comparison between EBITDA in different periods.

Exceptional non-recurring costs include the costs of compensation for dismissals incurred in each period.

**EBIT** is EBITDA less amortization and depreciation and the result from the impairment or sale of fixed and non-fixed assets.

**Comparable EBIT** is EBIT less exceptional and non-recurring revenues and expenses, to facilitate the comparison of EBIT between the periods, and less the result from the sale or impairment of fixed and non-fixed assets.

Exceptional non-recurring costs include the costs of compensation for dismissals incurred in each period.

**Net financial debt (NFD)** represents long-term and short-term debt with an explicit financial cost, either with financial institutions or other third parties, plus debt from the issue of bonds, commercial paper, securities convertible into shares or similar financial instruments plus the collateral or guarantees provided to third parties as part of the debt with a financial cost and which are not recorded as liabilities with payment obligations, minus cash plus the mark-to-market value of any hedging instruments apart from hedging for trading. Cash includes cash and other liquid equivalents, plus other current and non-current financial assets held either at financial institutions or with other third parties. The amount of the item of ‘debt with credit institutions’ is the nominal value and not its amortized cost; i.e. it does not include the impact of deferred arrangement costs. Guarantees of technical and financial capacity are not included in net Financial debt.

**Comparable net financial debt (NFD)** is NFD adjusted for exceptional and non-recurring receivables and payables for comparative purposes. Exceptional non-recurring payments include payments made for compensation for dismissal each period, plus payments related to the agreements with shareholders of Federico Domenech and payments made to buy shares.

**Generation of ordinary cash** represents the difference between the NFD at the beginning and end of the period, adjusted for non-recurring and exceptional receivables and payables for comparative purposes. Exceptional non-recurring payments include payments made for compensation for dismissal each period, plus payments related to the agreements with shareholders of Federico Domenech and payments made to buy shares.



### Calculation of APMs: RECONCILIATION BETWEEN ACCOUNTING DATA AND ALTERNATIVE PERFORMANCE MEASURES

Thousand Euros	jun-16	jun-15
NET RESULT OF THE YEAR	(1,700)	4,129
Financial income	(134)	(124)
Financial expenses	3,447	3,999
Other results from financial instruments	-	(1,093)
Tax on profits of continued operations	1,013	2,140
Amortization and depreciation	9,503	10,149
Impairment of goodwill	900	1,500
Impairment and result from sale of fixed and non-fixed assets	(157)	(90)
Result from equity-accounted subsidiaries	7	(47)
Net result of sale of non-current financial assets	177	0
<b>EBITDA</b>	<b>13,055</b>	<b>20,563</b>
Compensation payments	9,909	2,885
<b>COMPARABLE EBITDA</b>	<b>22,964</b>	<b>23,448</b>
EBITDA	13,055	20,563
Amortization and depreciation	(9,503)	(10,149)
Impairment and result from sale of fixed and non-fixed assets	157	90
<b>EBIT</b>	<b>3,709</b>	<b>10,505</b>
Compensation payments	9,909	2,885
Impairment and result from sale of fixed and non-fixed assets	(157)	(90)
<b>COMPARABLE EBIT</b>	<b>13,461</b>	<b>13,299</b>
<b>Thousand euros</b>	<b>jun16</b>	<b>dic 15</b>
Long term financial debt with credit institutions	115,198	97,004
Other liabilities with long term financial cost	1,404	2,351
Short term financial debt with credit institutions	13,467	23,262
Other liabilities with short term financial cost	1,189	2,509
Cash and cash equivalents	(22,199)	(19,348)
Other non-current payables with a financial cost	(270)	(270)
Arrangement fee for syndicated loan	2,805	3,279
<b>NET FINANCIAL DEBT (NFD)</b>	<b>111,594</b>	<b>108,787</b>
NET FINANCIAL DEBT (NFD)	111,594	108,787
Compensation payments in the period	(9,699)	(6,329)
Payment for renegotiation of put options on Las Provincias and second payment of purchase of 34% of Rotomadrid	(2,574)	(3,972)
<b>COMPARABLE NET FINANCIAL DEBT</b>	<b>99,321</b>	<b>98,486</b>
NFD at start of period	108,787	125,869
NFD at end of period	(111,594)	(108,787)
Compensation payments in the period	9,699	6,329
Payment for renegotiation of put options on Las Provincias and second payment of purchase of 34% of Rotomadrid	2,574	3,972
<b>ORDINARY CASH GENERATION</b>	<b>9,466</b>	<b>27,383</b>

## **Disclaimer**

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

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

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

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

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

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

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

## **Contact**

### **Investor and Shareholder Relations**

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

# 1H16 Results

26 July 2016



# 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 behavior 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 behavior of the Company might be substantially different from what is stated in the said predictions or estimates.

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

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

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

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

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

# Main highlights 1H16

Advertising stabilises at VOCENTO in 2Q16, -0.6% after 1Q16 -7.1% (1H16 -3.6%)

Digital advertising increased by 13.6% in 1H16 despite local advertising conditions

- Growth in digital advertising in National press 1H16 +18.8%. Local digital advertising was flat (1H16 -0.2%), with less of an impact from the decline in local institutional advertising and from the closure of ABC branch offices

Comparable EBITDA improves €1.0m in 2Q16 after decrease of €1.4m in 1Q16

- Comparable EBITDA 1H16 €23.0m, down €0.5m. Comparable costs down -4.7% offset impact of fall in revenues
- Margin on promotions in 1H16 improves by €0.5m, margin on circulation revenues variation stabilises in 1H16 at €-0.1m

Generation of positive ordinary cash flow in 1H16 of €9.5m

- Net financial debt/comparable EBITDA 1H16 maintained at 2.2x (2.2x at end 2015)
- NFD 1H16 was €-111.6m, including total non-recurring outflows of €12.3m (payments for Efficiency Plan of €9.7m)

Actions to increase VOCENTO profitability and revenues

- Launch of new digital initiatives: Local Digital Kit, OferplanStore and DiaroVasco on+. Diversification using Media for Equity (GELT investment)
- Implementation of the Efficiency Plan

## 2016 TARGETS REITERATED

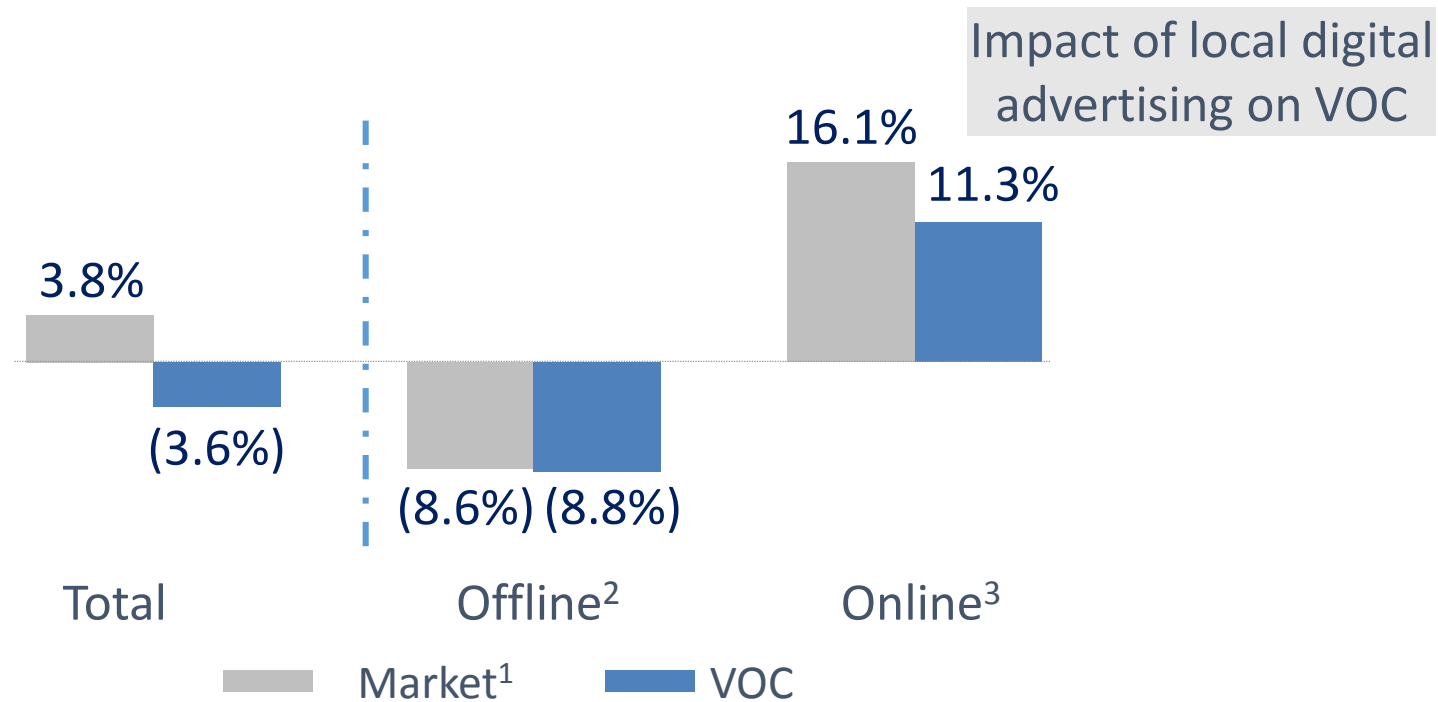
**Increase in advertising revenues and comparable EBITDA, positive ordinary cash generation**

# Advertising: stabilisation of spend in VOC

- In 2Q16 the YoY comparison improved from 1Q16, despite the negative impact of elections of 26 June
  - The effect of the fall in local institutional advertising was minimised, and the effect of the closure of ABC branches and the changes to annual agreements explained in 1Q16 was almost zero

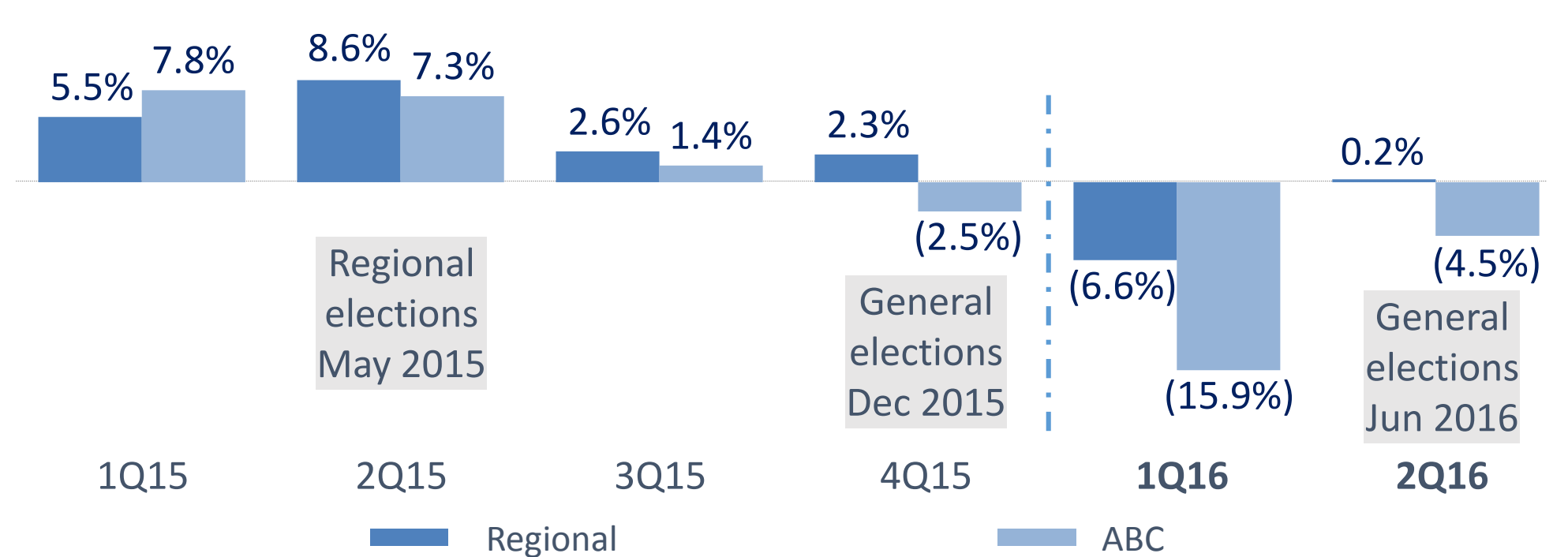
## VOC advertising vs market<sup>1</sup>

Variation of advertising spend in 1H16 (%)



## Quarterly performance of advertising at Regional and ABC

Variation of advertising (%)



## Performance of digital advertising

Variation of VOC digital advertising 1H16 (%)

	1H16
National	18.8%
Local	(0.2%)
Total digital	13.6%

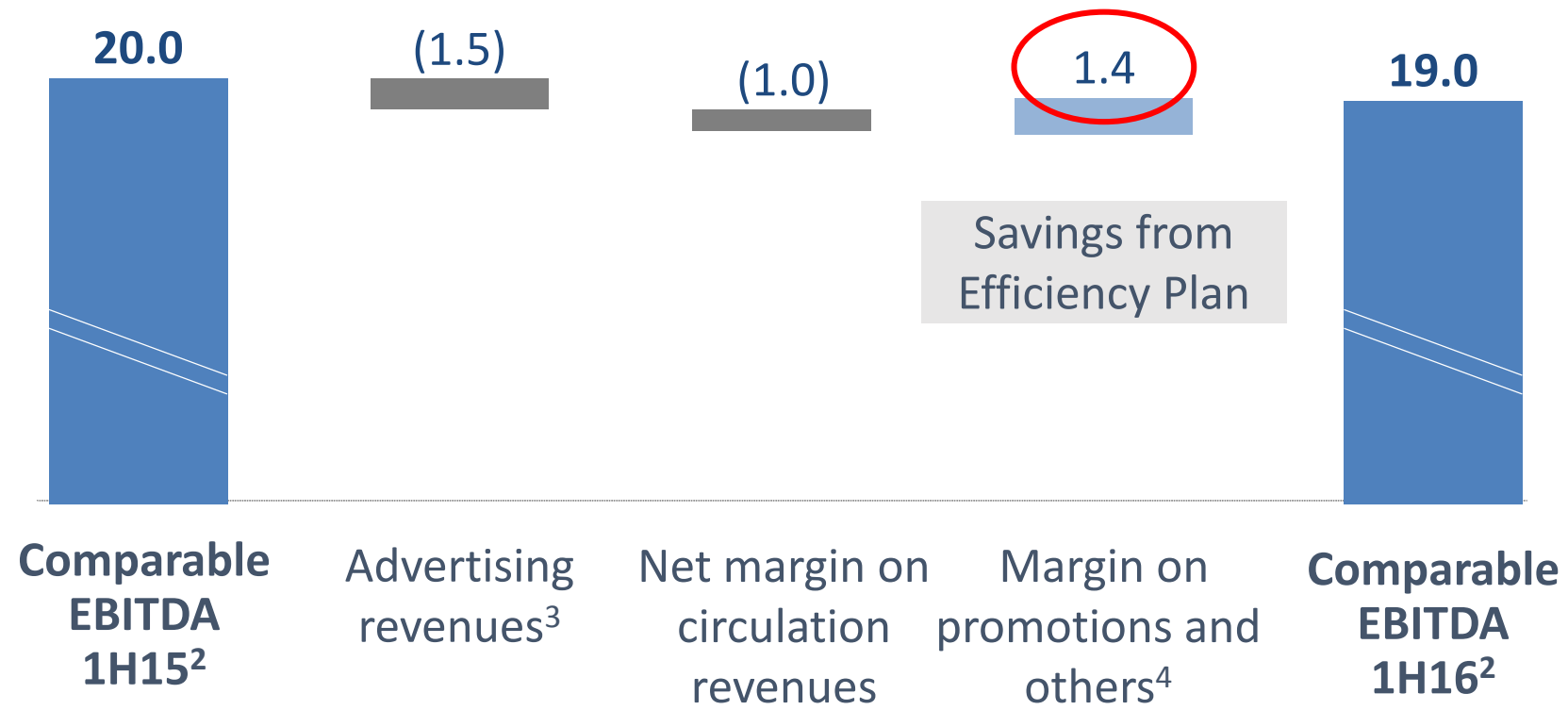
Note 1: source i2p. Online advertising not including search engine advertising. Note 2: ABC and Regional. Press market. Note 3: Digital business of ABC and regional press.

# Regional: stable profitability in 1H16

- Regional circulation press market share maintained at c. 25%<sup>1</sup>
- Profitability maintained following implementation of Efficiency Plan in 1Q16

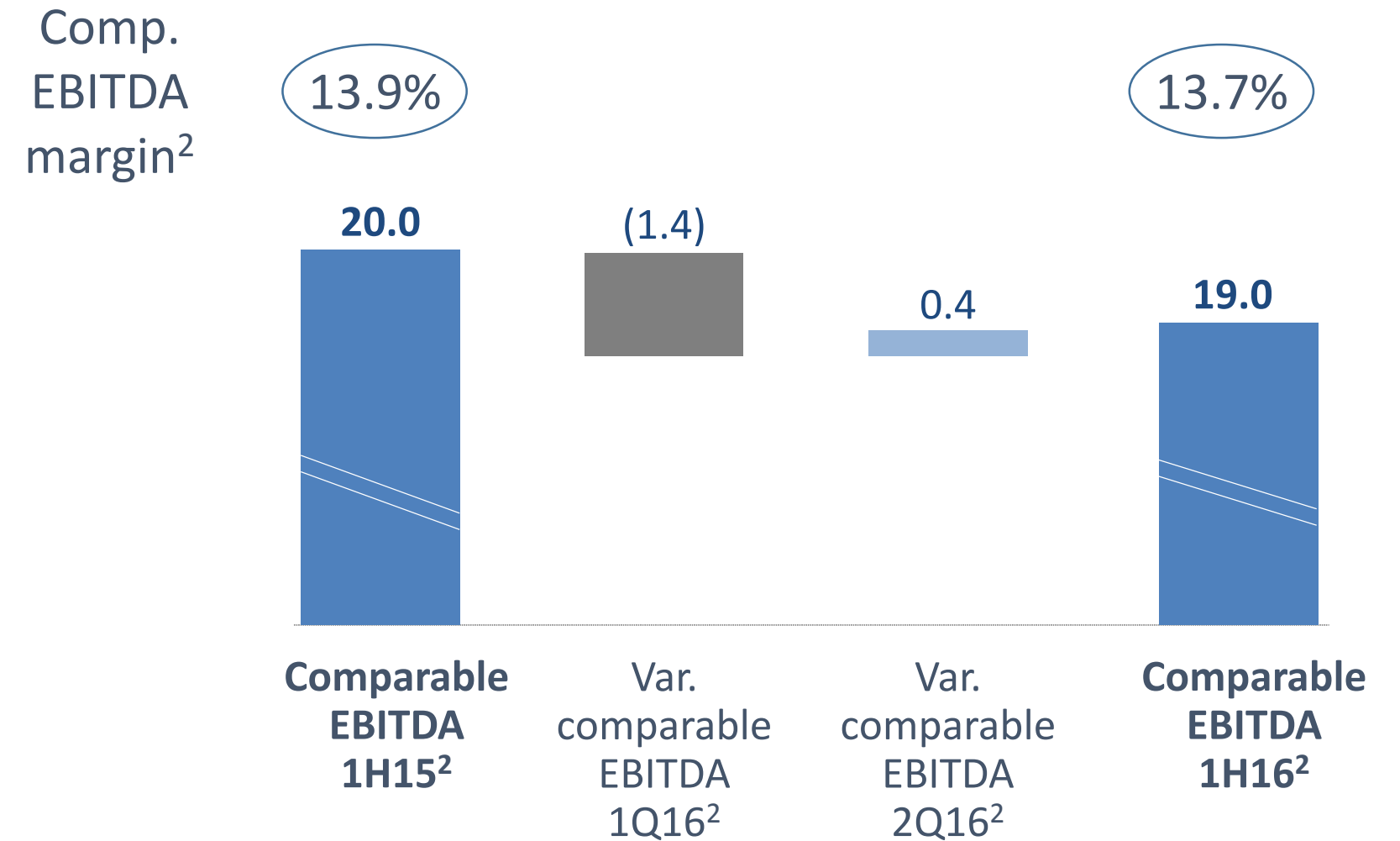
## Regional EBITDA

Variation 1H16 vs 1H15 except comparable EBITDA (€m)



## Regional EBITDA by quarter

Data in variation in €m in 1Q16 and 2Q16 and absolute 1H15 and 2H16



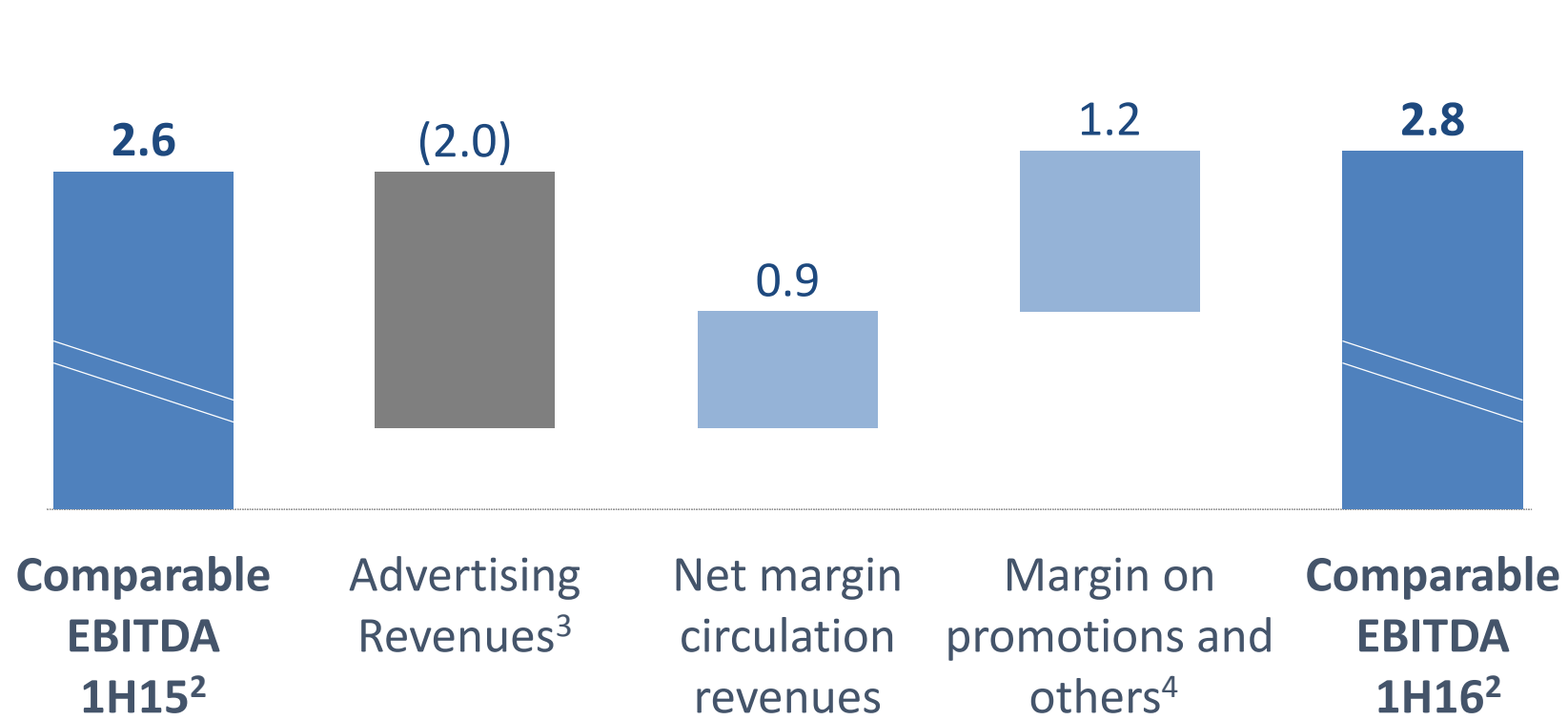
Note 1: OJD Jan-May 2016 market share of total regional press circulation. Note 2: excluding personnel adjustment measures and one-offs 1H15 €-1.3m and 1H16 €-4.1m. Note 3: print and digital. Note 4: others including margin on print plants and commercial and fixed costs (personnel costs).

# ABC: focus on digital and profitability

- ABC retains no.2 position in Madrid with circulation market share of 26%<sup>1</sup>
- Increase in margin on circulation revenues, reflecting priority of profitability at ABC

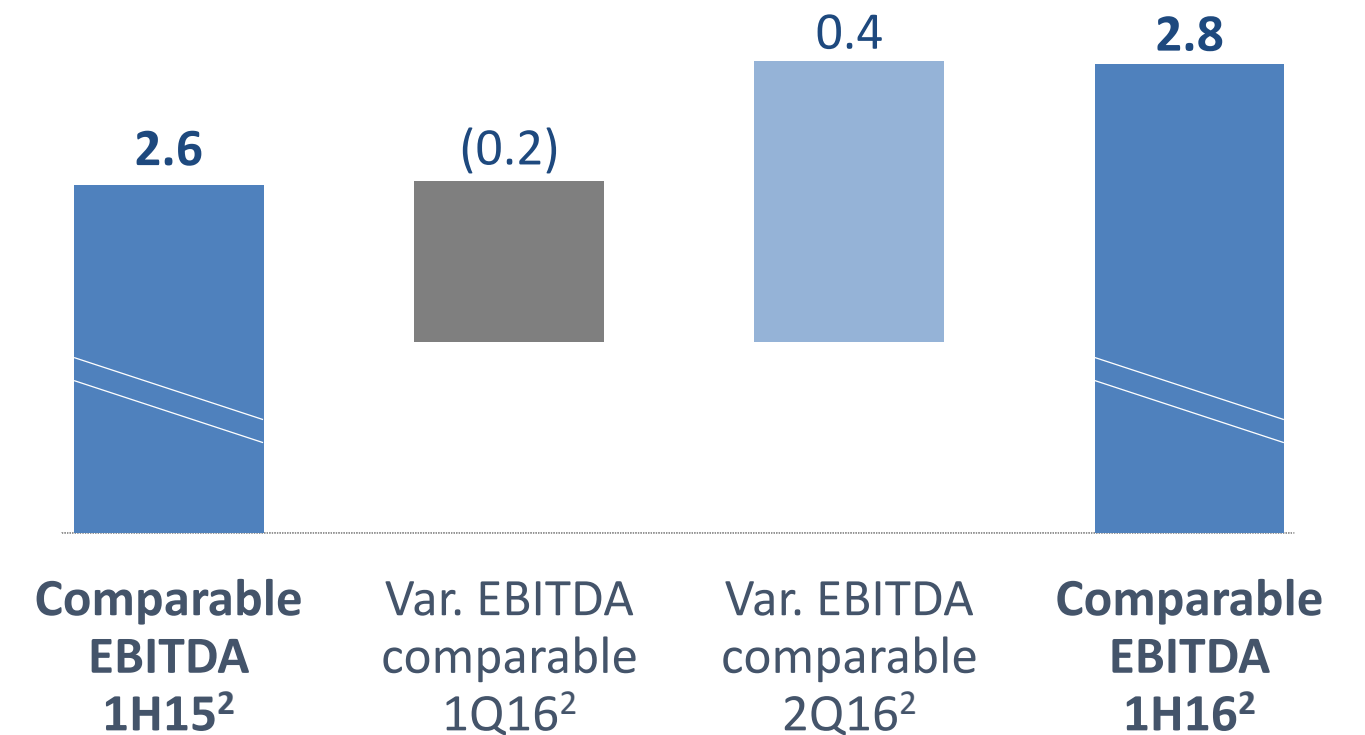
## EBITDA at ABC

Variation 1H16 vs 1H15 except for comparable EBITDA (€m)



## EBITDA at ABC by quarter-by-quarter

Data in variation in €m in 1Q16 and 2Q16 and absolute 1H15 and 1H16



Note 1: OJD Jan-May 2016. Ordinary paid circulation in Comunidad de Madrid. Note 2: excluding adjustment measures and one-offs 1H15 €-0.9m and 1H16 €-2.6m. Note 3: print and digital.

Note 4: Others include mainly print plants and commercial and fixed costs (personnel costs).

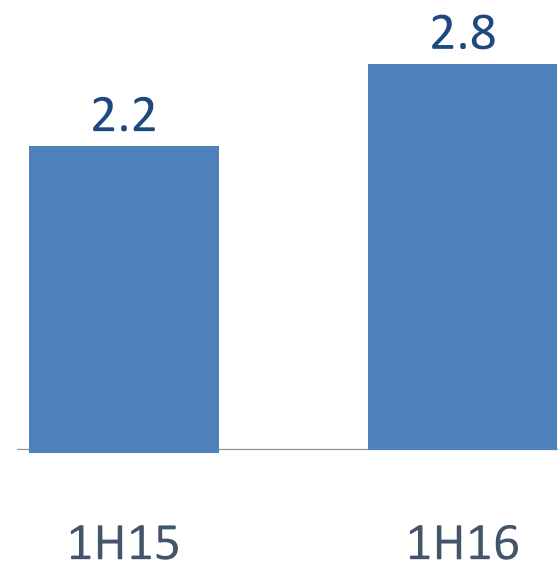


# Audiovisual: recurring contribution to positive EBITDA

- Stable revenue generation in the different business lines

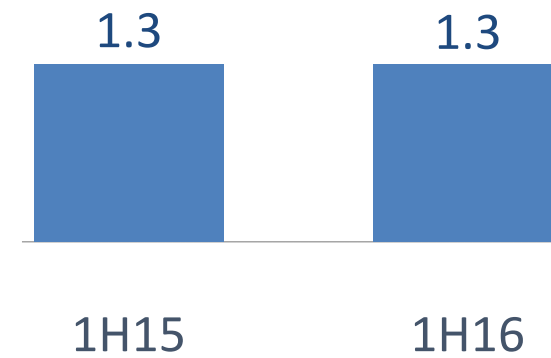
## EBITDA increases at DTT

Comparable EBITDA in €m



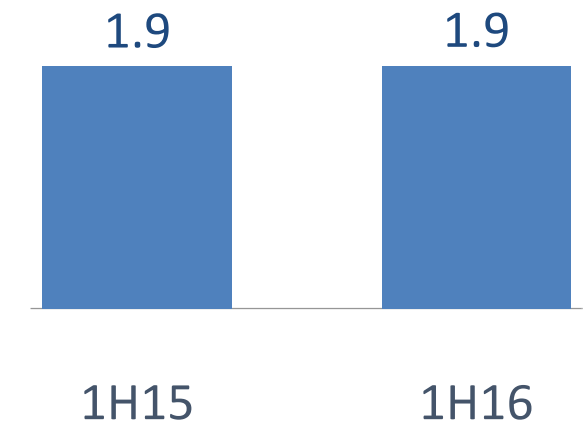
## Radio stable thanks to COPE

Comparable EBITDA in €m



## Stable EBITDA at Content

Comparable EBITDA in €m

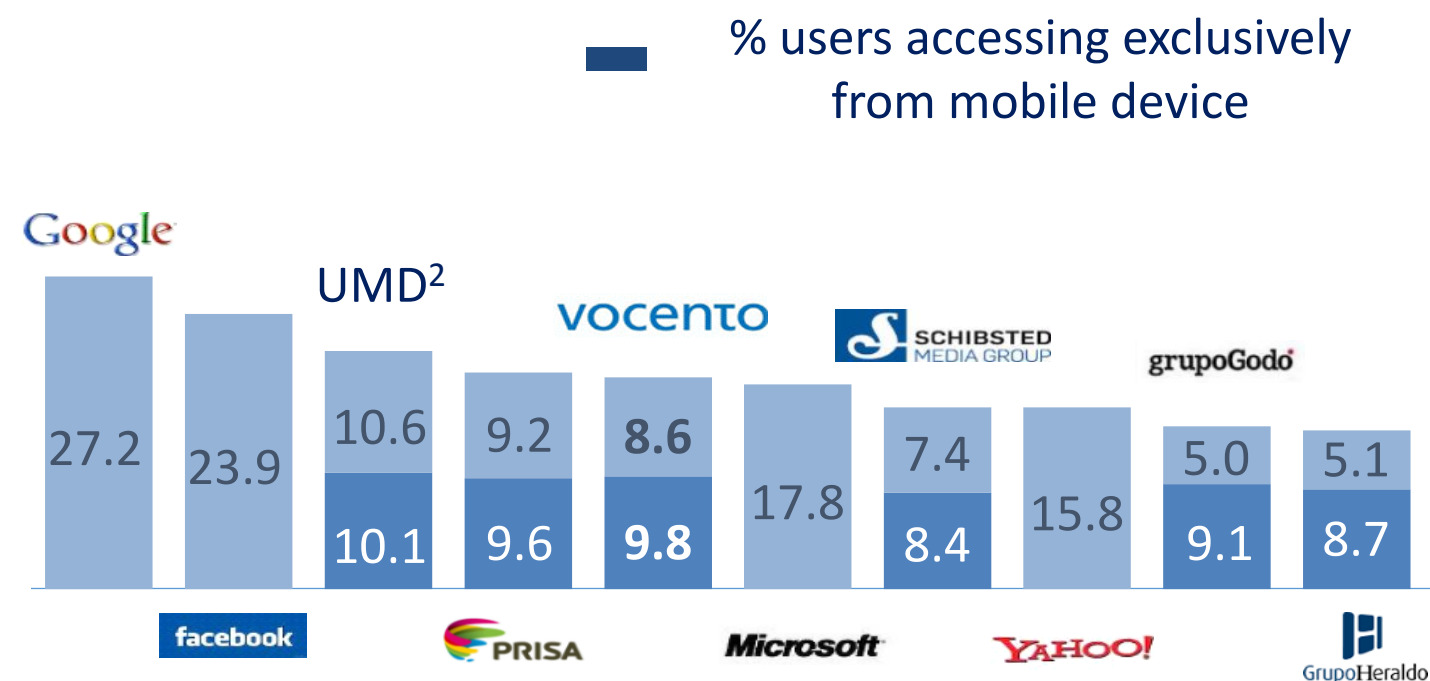


# Online: growth engine

- Online advertising growth 1H16 13.6%, with rapid growth at Classifieds. Migration of business to digital: of total advertising and e-commerce revenues, 31.0% comes from digital (+4 p.p. vs 1H15)
- VOC is one of the leaders for digital audiences, especially mobile unique users
- New digital initiatives launched in 2Q16. Digital transformation leads to increase in costs:
  - Development of premium models **EL DIARIO VASCO on+**
  - Strengthening e-commerce **OferplanStore**
  - Maximising advertising revenues **LOCAL DIGITAL KIT**
  - Diversification via Media for Equity (purchase of stake in Dinero Gelt S.L., digital coupons app)

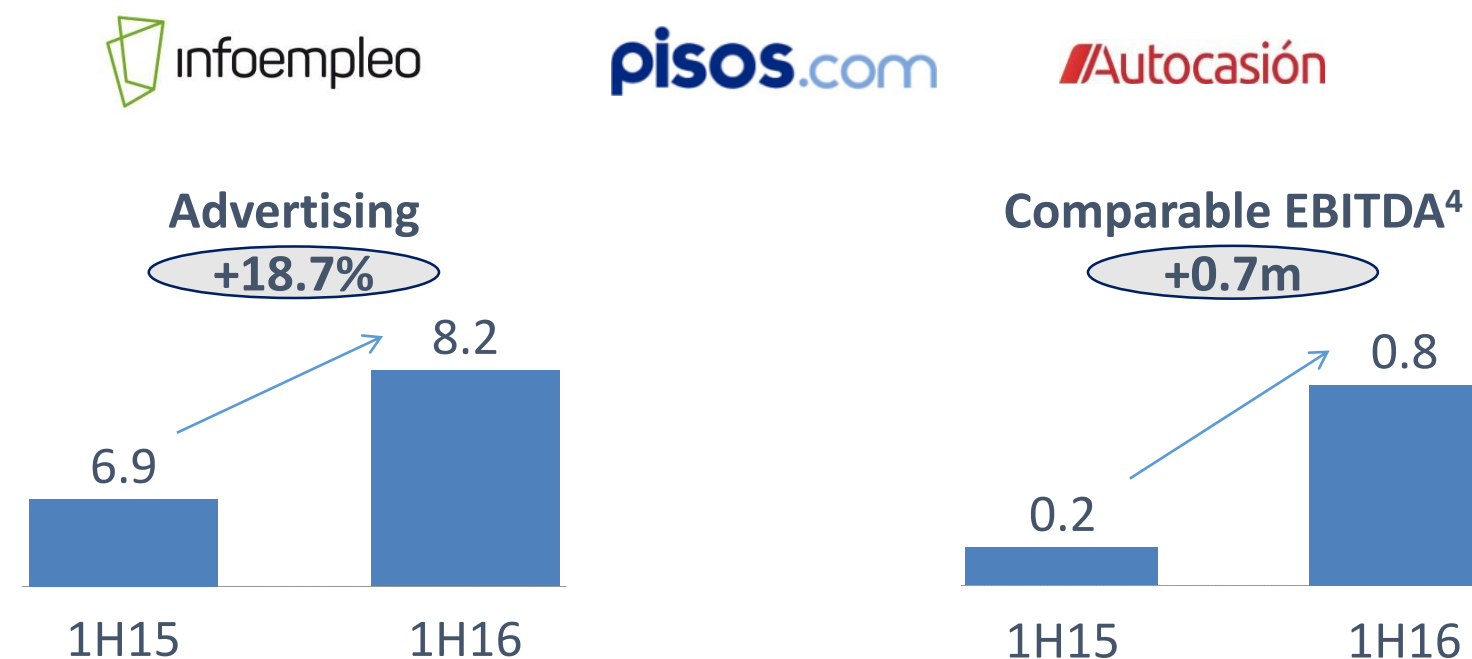
## Ranking of Internet audiences by group<sup>1</sup>

Number of unique monthly users (total universe)



## Increased advertising and profitability at Classifieds

Performance of advertising revenues and comparable EBITDA at Classifieds<sup>1</sup>



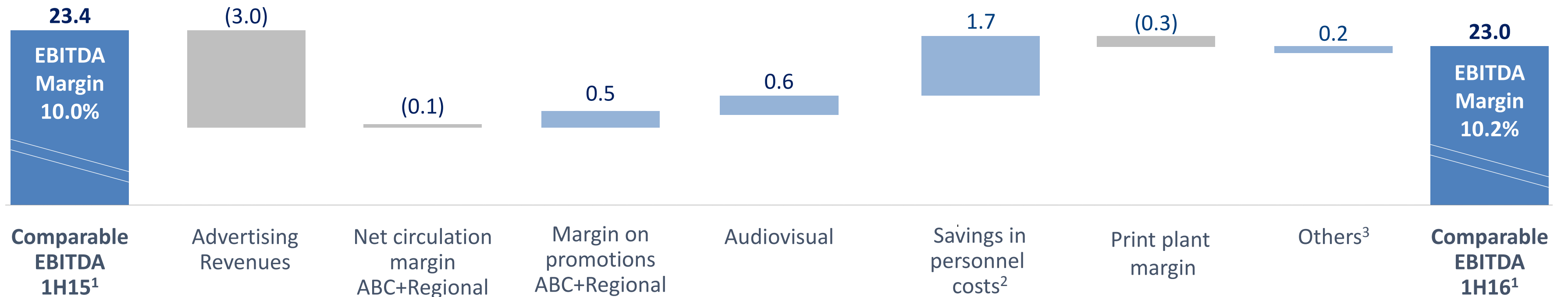
Note 1: source comScore MMX Multiplataforma Jan-Jun 2016. Note 2: UMD includes Unidad Editorial, Zeta and Prensa Ibérica. Note 3: excluding adjustment measures 1H16 €-0.1m and 1H15 €-0.2m.

# EBITDA stabilises as a result of cost measures

- Efficiency and optimisation measures reduced comparable costs 1H16 by 4.7% or €9.9m, similar to the decrease in total revenues (€10.3m)
- Comparable EBITDA grows in 2Q16 by €1.3m with an improving trend in all the business areas

## Variation in comparable EBITDA by concept

Data in variation in €m 1H16 vs 1H15 except for comparable EBITDA



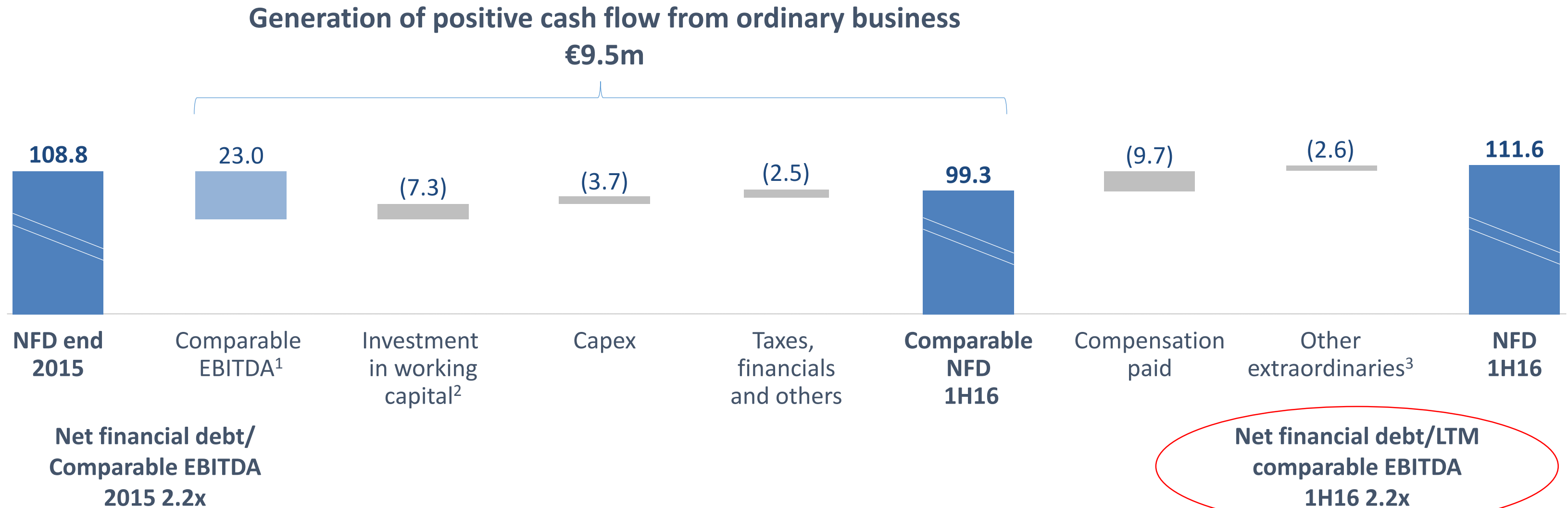
Note 1: EBITDA excluding personnel measures and one-offs 1H16 €-9.9m and 1H15 €-2.9m. Note 2: savings in personnel costs ex Audiovisual and adjustment measures at print plants 1H16 €-9.9m and 1H15 €-5.2m. Note 3: commercial costs and other costs mainly at Newspapers.

# Generation of positive ordinary operating cash flow

- Focus on cash protection: strict control of investment in working capital and Capex

## Reduction of net debt

Change in net financial debt December 2015-1H16. Data in €m



Note 1: excluding personnel adjustment measures 1H16 €-9.9m. Note 2: variation in stocks, clients, suppliers and current taxes. Note 3: payment of option on Las Provincias and second stage of Rotomadrid.

## Financial appendix 1H16

# Consolidated P&L

<b>NIIF</b> (Datos en €m)	<b>1H16</b>	<b>1H15</b>	<b>Var %</b>	<b>2Q16</b>	<b>2Q15</b>	<b>Var %</b>
Circulation revenues	91.9	97.6	(5.8%)	45.4	48.6	(6.5%)
Advertising revenues	82.0	85.0	(3.6%)	45.6	45.9	(0.7%)
Other revenues	50.2	51.9	(3.2%)	26.2	25.1	4.5%
<b>Operating revenues</b>	<b>224.1</b>	<b>234.4</b>	<b>(4.4%)</b>	<b>117.2</b>	<b>119.5</b>	<b>(1.9%)</b>
<b>Comparable OPEX</b>	<b>(201.2)</b>	<b>(211.0)</b>	<b>(4.7%)</b>	<b>(101.5)</b>	<b>(104.7)</b>	<b>(3.1%)</b>
<b>Comparable EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>23.2</b>	<b>23.4</b>	<b>(2.1%)</b>	<b>15.8</b>	<b>14.8</b>	<b>6.2%</b>
<b>Compensation and other effects<sup>2</sup></b>	<b>(9.9)</b>	<b>(2.9)</b>	<b>243.5%</b>	<b>(0.0)</b>	<b>(0.3)</b>	<b>(96.7%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>13.1</b>	<b>20.6</b>	<b>(36.5%)</b>	<b>15.9</b>	<b>14.5</b>	<b>9.0%</b>
Depreciation and amortization	(9.5)	(10.1)	8.3%	(4.7)	(4.9)	5.0%
Impairment/gains on disposals of assets	0.2	0.1	72.0%	0.1	0.1	(37.2%)
<b>Operating results (EBIT)</b>	<b>3.7</b>	<b>10.5</b>	<b>(64.7%)</b>	<b>11.1</b>	<b>9.7</b>	<b>14.5%</b>
Impairments/reversal of other intangible assets	(0.9)	(1.5)	n.a.	(0.4)	(0.7)	n.a.
Profit of companies acc. Equity method	(0.0)	0.0	(115.5%)	0.1	0.0	98.1%
Financial result and other	(3.3)	(2.8)	(19.0%)	(1.7)	(2.1)	17.8%
Net gains on disposal of non-current assets	(0.2)	0.0	n.r.	(0.2)	0.0	n.r.
Corporation tax	(1.0)	(2.1)	52.7%	(2.3)	(1.8)	(25.7%)
<b>Net result for the year before minorities</b>	<b>(1.7)</b>	<b>4.1</b>	<b>(141.2%)</b>	<b>6.6</b>	<b>5.1</b>	<b>28.7%</b>
Minorities	(2.3)	(2.0)	(15.5%)	(1.6)	(1.3)	(23.7%)
<b>Net result of the parent company<sup>3</sup></b>	<b>(4.0)</b>	<b>2.1</b>	<b>(292.0%)</b>	<b>5.0</b>	<b>3.8</b>	<b>30.4%</b>

Note 1: ex personnel adjustment measures and other one-offs 1H16 €-9.9m and 1H15 €-2.9m. Note 2: including compensation and other one-offs. n.r.: not representative. n.a.: not applicable.

# Consolidated Balance Sheet, 30 June 2016

## IFRS

Data in €m

	1H16	2015		1H16	2015
<b>Non current assets</b>	<b>471.2</b>	<b>478.5</b>	<b>Total Equity</b>	<b>314.0</b>	<b>318.7</b>
Intangible assets	122.2	125.4			
Property, plant and equipment	153.6	156.8			
Investments in Associates	5.6	6.3			
Other non current assets	189.7	190.0			
<b>Current assets</b>	<b>134.0</b>	<b>135.1</b>	<b>Total liabilities</b>	<b>291.4</b>	<b>296.5</b>
Other current assets	111.8	115.8	Financial debt	131.3	125.1
Cash and cash equivalents	22.2	19.3	Other non current liabilities	54.3	54.0
<b>Assets held for sale</b>	<b>0.2</b>	<b>1.5</b>	Other current liabilities	105.8	117.3
<b>Total Assets</b>	<b>605.4</b>	<b>615.1</b>	<b>Total Equity &amp; Liabilities</b>	<b>605.4</b>	<b>615.1</b>
			<b>Net financial debt</b>	<b>111.6</b>	<b>108.8</b>

# Variation in Net financial debt (NFD) 1H16

## IFRS

Data in €m

	<b>1H16</b>	<b>1H15</b>
Comparable EBITDA	23.0	23.4
Variation in working capital	(7.3)	(6.9)
Capex	(3.7)	(3.1)
Other items <sup>1</sup>	3.1	2.1
<b>Cash flow from operating activities</b>	<b>15.2</b>	<b>15.6</b>
Dividends and interest received	0.1	0.1
Dividends and interest paid <sup>2</sup>	(5.8)	(4.6)
<b>Total ordinary cash flow</b>	<b>9.5</b>	<b>11.1</b>
Payments for personnel adjustment measures	(9.7)	(6.1)
Other non-recurring items with an impact on cash flow <sup>3</sup>	(2.6)	(5.1)
<b>Change to NFD</b>	<b>(2.8)</b>	<b>(0.0)</b>

<b>NFD 1H16</b>	<b>111.6</b>
NFD 1H15	125.9

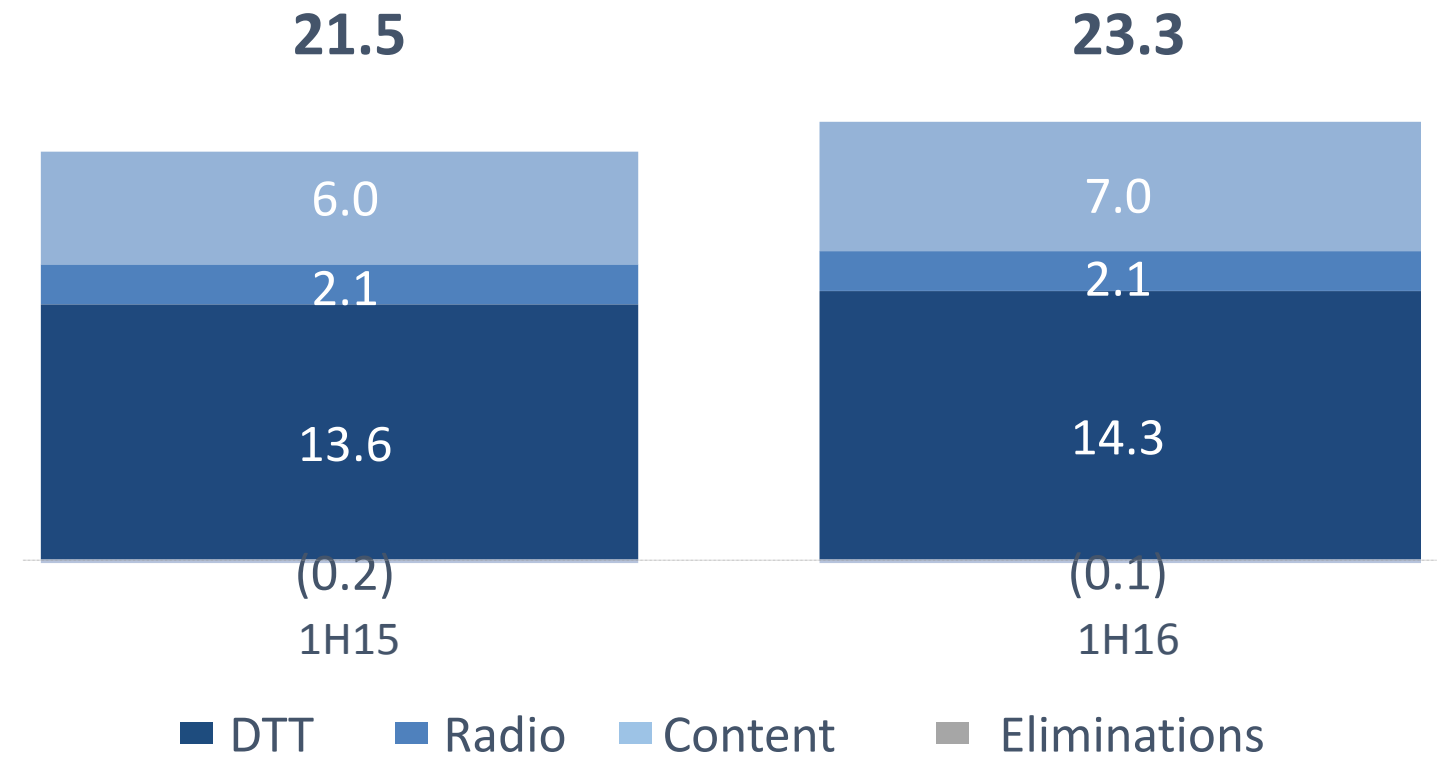
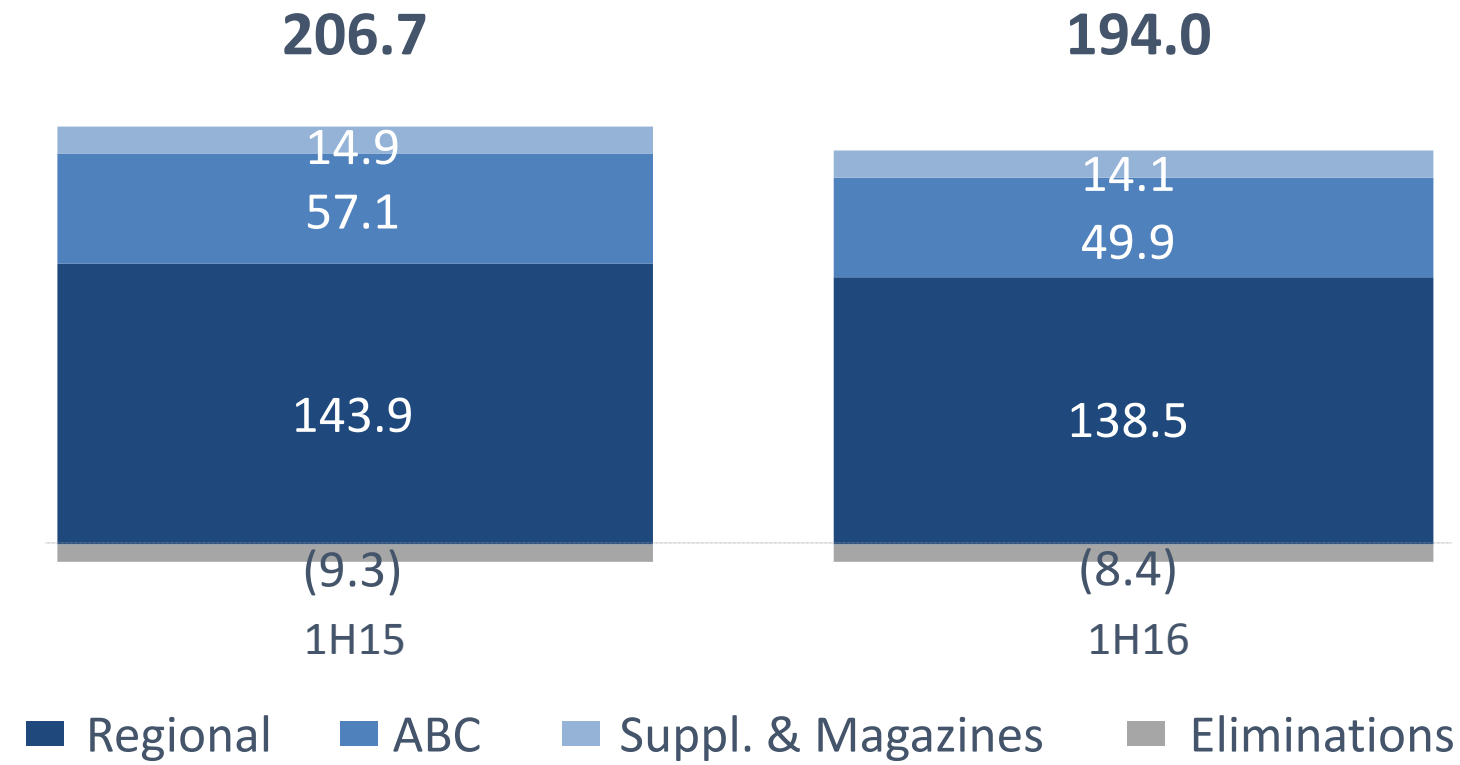


# Revenues by business area

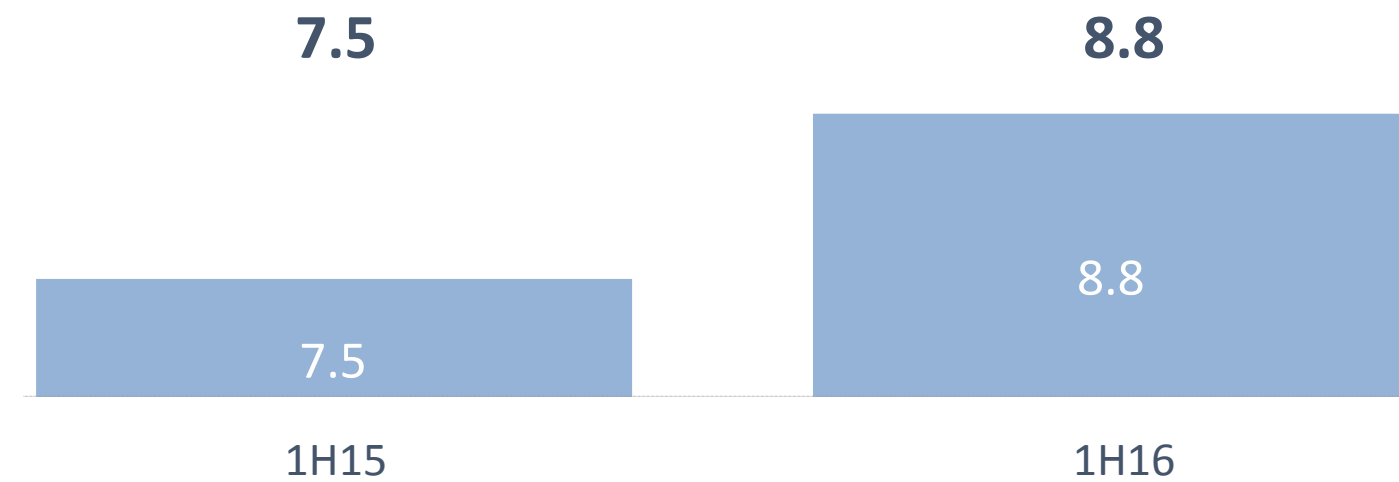
Data in €m

## Newspapers

## Audiovisual



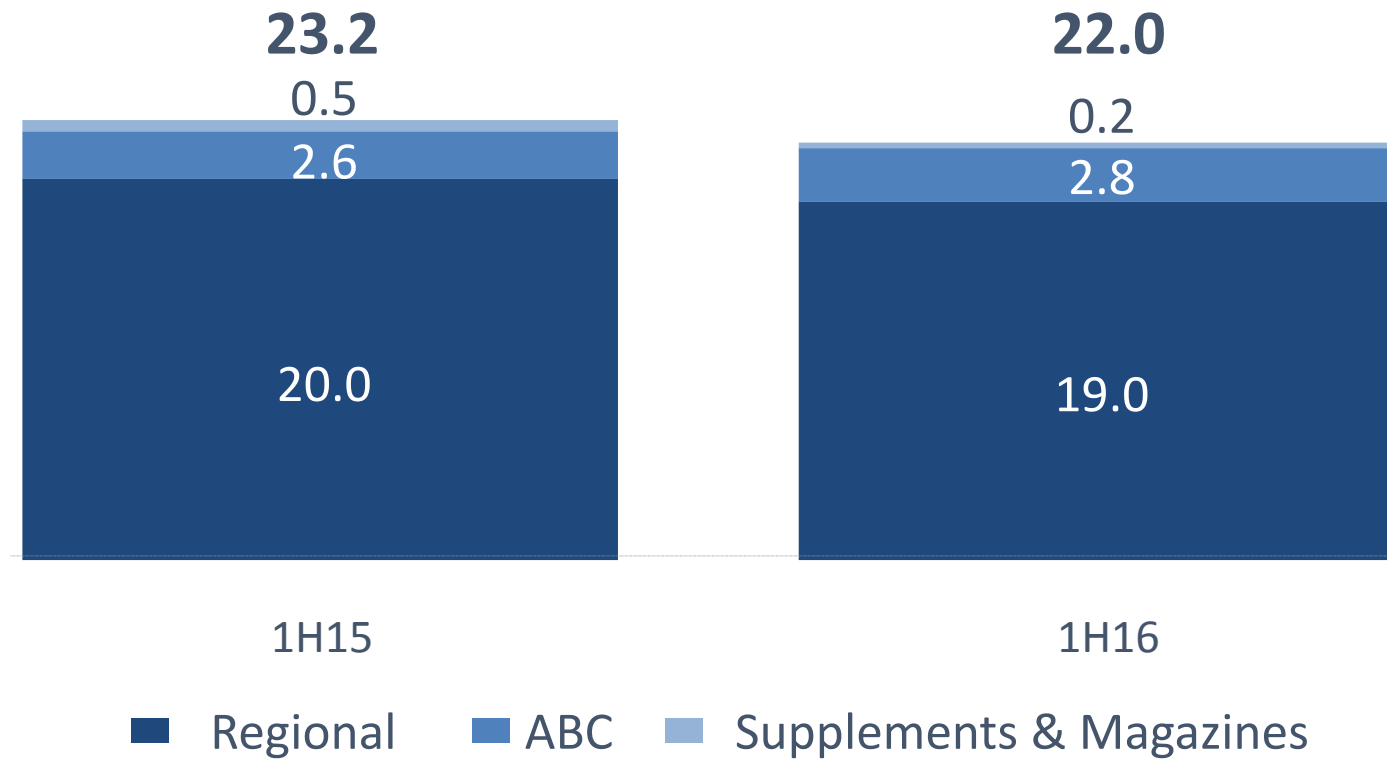
## Classifieds



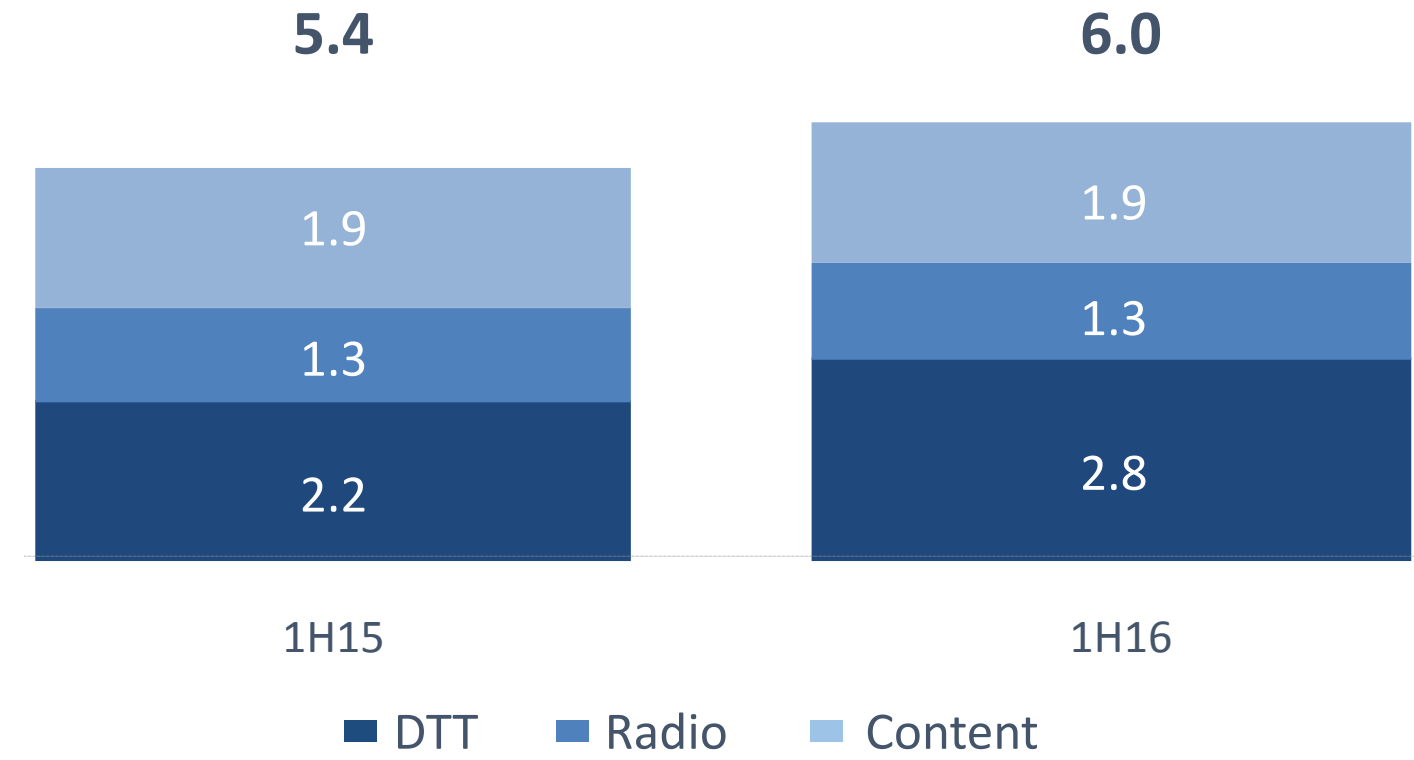
# Comparable EBITDA<sup>1</sup> by business area

Data in €m

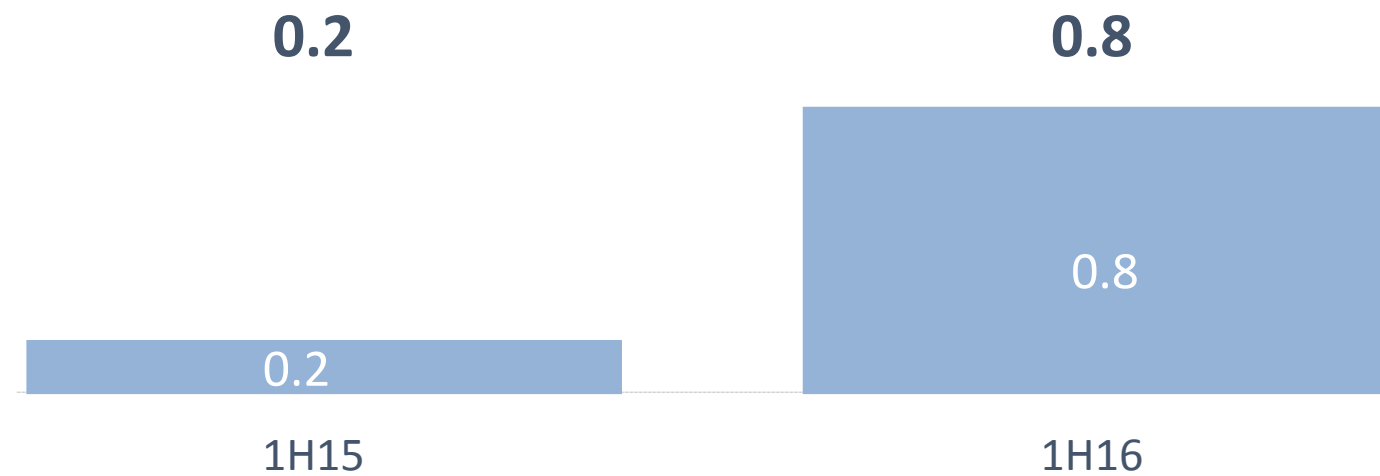
## Newspapers



## Audiovisual



## Classifieds



Note 1: excluding personnel adjustment measures at Newspapers 1H16 €-6.7m and 1H15 €-2.2m and Classifieds 1H16 €-0.1m and 1H15 €-0.2m.

## Appendix: Alternative Performance Measures (APMs)

The CNMV has stated that it plans to comply with the guidelines on “Alternative Performance Measures” published by the European Securities and Markets Authority (ESMA) on 30 June 2015 in accordance with Article 16 of EU Regulation 1095/2010 from the European Parliament and Council on 24 November 2010. In this context the Alternative Performance measures used in this report are included.

# Description of Alternative Performance Measures(i)

- **EBITDA** represents the net result of the period before financial income and expenses, other results from financial instruments, tax on profits, amortization, depreciation, the impairment and sale of fixed and non-fixed assets, the writedown of goodwill in the period, excluding (a) the net result from the sale of current financial assets and (b) the results from equity-accounted subsidiaries.
- **Comparable EBITDA** is the adjustment of EBITDA for all non-recurring exceptional revenues and costs, in order to facilitate the comparison between EBITDA in different periods.  
Exceptional non-recurring costs include the costs of compensation for dismissals incurred in each period.
- **EBIT** is EBITDA less amortization and depreciation and the result from the impairment or sale of fixed and non-fixed assets.
- **Comparable EBIT** is EBIT less exceptional and non-recurring revenues and expenses, to facilitate the comparison of EBIT between the periods, and less the result from the sale or impairment of fixed and non-fixed assets.  
Exceptional non-recurring costs include the costs of compensation for dismissals incurred in each period.

## Description of Alternative Performance Measures (ii)

- **Net financial debt (NFD)** represents long-term and short-term debt with an explicit financial cost, either with financial institutions or other third parties, plus debt from the issue of bonds, commercial paper, securities convertible into shares or similar financial instruments plus the collateral or guarantees provided to third parties as part of the debt with a financial cost and which are not recorded as liabilities with payment obligations, minus cash plus the mark-to-market value of any hedging instruments apart from hedging for trading. Cash includes cash and other liquid equivalents, plus other current and non-current financial assets held either at financial institutions or with other third parties. The amount of the item of 'debt with credit institutions' is the nominal value and not its amortized cost; i.e. it does not include the impact of deferred arrangement costs. Guarantees of technical and financial capacity are not included in Net financial debt.
- **Comparable Net financial debt (NFD)** is NFD adjusted for exceptional and non-recurring receivables and payables for comparative purposes. Exceptional non-recurring payments include payments made for compensation for dismissal each period, plus payments related to the agreements with shareholders of Federico Domenech and payments made to buy shares.
- **Generation of ordinary cash** represents the difference between the NFD at the beginning and end of the period, adjusted for non-recurring and exceptional receivables and payables for comparative purposes. Exceptional non-recurring payments include payments made for compensation for dismissal each period, plus payments related to the agreements with shareholders of Federico Domenech and payments made to buy shares.

# Calculation of APMs: CONCILIATION BETWEEN ACCOUNTING STANDARDS AND APMs (i)

Thousand Euros	jun-16	jun-15
NET RESULT OF THE YEAR	(1,700)	4,129
Financial income	(134)	(124)
Financial expenses	3,447	3,999
Other results from financial instruments	-	(1,093)
Tax on profits of continued operations	1,013	2,140
Amortization and depreciation	9,503	10,149
Impairment of goodwill	900	1,500
Impairment and result from sale of fixed and non-fixed assets	(157)	(90)
Result from equity-accounted subsidiaries	7	(47)
Net result of sale of non-current financial assets	177	0
<b>EBITDA</b>	<b>13,055</b>	<b>20,563</b>
Compensation payments	9,909	2,885
<b>COMPARABLE EBITDA</b>	<b>22,964</b>	<b>23,448</b>
EBITDA	13,055	20,563
Amortization and depreciation	(9,503)	(10,149)
Impairment and result from sale of fixed and non-fixed assets	157	90
<b>EBIT</b>	<b>3,709</b>	<b>10,505</b>
Compensation payments	9,909	2,885
Impairment and result from sale of fixed and non-fixed assets	(157)	(90)
<b>COMPARABLE EBIT</b>	<b>13,461</b>	<b>13,299</b>

# Calculation of APMs: CONCILIATION BETWEEN ACCOUNTING STANDARDS AND APMs (ii)

Thousand euros	jun16	dic 15
Long term financial debt with credit institutions	115,198	97,004
Other liabilities with long term financial cost	1,404	2,351
Short term financial debt with credit institutions	13,467	23,262
Other liabilities with short term financial cost	1,189	2,509
Cash and cash equivalents	(22,199)	(19,348)
Other non-current payables with a financial cost	(270)	(270)
Arrangement fee for syndicated loan	2,805	3,279
<b>NET FINANCIAL DEBT (NFD)</b>	<b>111,594</b>	<b>108,787</b>
NET FINANCIAL DEBT (NFD)	111,594	108,787
Compensation payments in the period	(9,699)	(6,329)
Payment for renegotiation of put options on Las Provincias and second payment of purchase of 34% of Rotomadrid	(2,574)	(3,972)
<b>COMPARABLE NET FINANCIAL DEBT</b>	<b>99,321</b>	<b>98,486</b>
NFD at start of period	108,787	125,869
NFD at end of period	(111,594)	(108,787)
Compensation payments in the period	9,699	6,329
Payment for renegotiation of put options on Las Provincias and second payment of purchase of 34% of Rotomadrid	2,574	3,972
<b>ORDINARY CASH GENERATION</b>	<b>9,466</b>	<b>27,383</b>



# VOCENTO

Investor and Shareholder Relations  
C/ Pintor Losada, 7  
48007 Bilbao (Bizkaia)  
Tel.: 902 404 073  
e-mail: [ir@vocento.com](mailto:ir@vocento.com)





## 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	1H16	2015	Var abs
<b>ASSETS</b>			
<b>NON CURRENT ASSETS</b>			
<b>Intangible assets</b>	<b>122,241</b>	<b>125,438</b>	<b>(3,197)</b>
Goodwill	89,096	89,996	(900)
Intangible assets	33,144	35,441	(2,297)
<b>Property, plant and equipment</b>	<b>153,555</b>	<b>156,772</b>	<b>(3,217)</b>
<b>Investments accounted for using the equity method</b>	<b>5,641</b>	<b>6,305</b>	<b>(664)</b>
<b>Financial assets</b>	<b>4,243</b>	<b>4,237</b>	<b>6</b>
Non-current investment securities	3,501	3,501	0
Other non current financial assets	742	736	6
<b>Other non current receivables</b>	<b>4,664</b>	<b>4,765</b>	<b>(101)</b>
<b>Deferred tax assets</b>	<b>180,836</b>	<b>180,994</b>	<b>(157)</b>
	<b>471,180</b>	<b>478,511</b>	<b>(7,330)</b>
<b>CURRENT ASSETS</b>			
Inventories	12,554	13,505	(950)
Trade and other receivables	93,350	92,063	1,286
Tax receivables	5,914	10,222	(4,308)
Cash and cash equivalents	22,199	19,348	2,851
	<b>134,017</b>	<b>135,138</b>	<b>(1,121)</b>
Assets held for sale and discontinued operations	193	1,492	(1,298)
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>605,391</b>	<b>615,141</b>	<b>(9,750)</b>

Thousand of Euros	1H16	2015	Var abs
<b>EQUITY AND LIABILITIES</b>			
<b>Equity</b>			
<b>Of the Parent</b>	<b>260,525</b>	<b>265,008</b>	<b>(4,484)</b>
Share capital	24,994	24,994	0
Reserves	262,991	261,224	1,767
Treasury shares	(23,421)	(25,291)	1,870
Net profit for the year	(4,039)	4,081	(8,121)
<b>Of minority interest</b>	<b>53,468</b>	<b>53,682</b>	<b>(214)</b>
<b>NON CURRENT LIABILITIES</b>			
Deferred income	0	0	0
Provisions	5,827	5,435	392
Bank borrowings and other financial liabilities	116,602	99,355	17,247
Other non-current payables	17,224	17,314	(90)
Deferred tax liabilities	31,270	31,258	12
	<b>170,923</b>	<b>153,362</b>	<b>17,561</b>
<b>CURRENT LIABILITIES</b>			
Bank borrowings and other financial liabilities	14,655	25,770	(11,115)
Trade and other payables	94,488	103,142	(8,654)
Tax payables	11,332	14,176	(2,844)
	<b>120,475</b>	<b>143,088</b>	<b>(22,613)</b>
<b>TOTAL EQUITY AND LIABILITIES</b>	<b>605,391</b>	<b>615,141</b>	<b>(9,750)</b>

**NET DEBT****VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**

Thousand Euro	IFRS			
	1H16	2015	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (short term)	14,655	25,770	(11,115)	(43.1%)
Bank borrowings and other financial liabilities (long term)	116,602	99,355	17,247	17.4%
<b>Gross Debt</b>	<b>131,258</b>	<b>125,126</b>	<b>6,132</b>	<b>4.9%</b>
Cash and cash equivalents	22,199	19,348	2,851	14.7%
Other non current financial asstes	270	270	0	0.0%
Deferred expenses	2,805	3,279	2,297	n.a.
<b>Net cash position/ (net debt)</b>	<b>(111,594)</b>	<b>(108,787)</b>	<b>(2,807)</b>	<b>(2.6%)</b>

## CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT

Thousand Euro	IFRS			
	1H16	1H15	Var Abs	Var %
Circulation revenues	91,933	97,568	(5,635)	(5.8%)
Advertising revenues	81,996	85,025	(3,030)	(3.6%)
Other revenues	50,192	51,855	(1,664)	(3.2%)
<b>Total revenue</b>	<b>224,121</b>	<b>234,448</b>	<b>(10,328)</b>	<b>(4.4%)</b>
Staff costs	(83,826)	(81,429)	2,397	2.9%
Procurements	(34,323)	(37,519)	(3,196)	(8.5%)
External Services	(92,216)	(94,265)	(2,050)	(2.2%)
Provisions	(701)	(672)	29	4.3%
<b>Operating expenses (without D&amp;A)</b>	<b>(211,065)</b>	<b>(213,886)</b>	<b>(2,821)</b>	<b>(1.3%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>13,055</b>	<b>20,563</b>	<b>(7,507)</b>	<b>(36.5%)</b>
Depreciation and amortization	(9,503)	(10,149)	(646)	(6.4%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. as:	157	92	66	72.0%
<b>EBIT</b>	<b>3,709</b>	<b>10,505</b>	<b>(6,796)</b>	<b>(64.7%)</b>
Impairments/reversal of other intangible assets	(900)	(1,500)	600	40.0%
Profit of companies acc. equity method	(7)	47	(54)	(115.5%)
Net financial income	(3,313)	(2,783)	(530)	(19.0%)
Net gains on disposal of non- current assets	(177)	0	(177)	n.a.
<b>Profit before taxes</b>	<b>(688)</b>	<b>6,269</b>	<b>(6,957)</b>	<b>(111.0%)</b>
Corporation tax	(1,013)	(2,140)	1,127	52.7%
<b>Net profit for the year</b>	<b>(1,700)</b>	<b>4,129</b>	<b>(5,830)</b>	<b>(141.2%)</b>
Minority interests	(2,339)	(2,025)	(314)	(15.5%)
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>(4,039)</b>	<b>2,104</b>	<b>(6,144)</b>	<b>(292.0%)</b>
Staff costs ex non recurring costs	(73,917)	(78,544)	(4,628)	(5.9%)
Operating Expenses ex non recurring costs	(201,156)	(211,001)	(9,845)	(4.7%)
Comparable EBITDA	22,964	23,448	(483)	(2.1%)
Comparable EBIT	13,461	13,299	162	1.2%

**CASH FLOW STATEMENT****VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**

Thousand Euro	IFRS			
	1H16	1H15	Var Abs	% Var
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>(4,040)</b>	<b>2,104</b>	<b>(6,144)</b>	<b>(292.0%)</b>
Adjustments to net profit	18,062	18,882	(820)	(4.3%)
<b>Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital</b>	<b>14,022</b>	<b>20,986</b>	<b>(6,964)</b>	<b>(33.2%)</b>
Changes in working capital	(7,293)	(11,277)	3,984	35.3%
Other payables without financial cost	607	2,888	(2,281)	(79.0%)
Other payables with financial cost	(2,269)	(2,662)	393	14.8%
Income tax paid	(287)	(537)	250	46.6%
Interests deduction for tax purposes	1,863	(866)	2,729	315.1%
<b>Net cash flow from operating activities (I)</b>	<b>6,643</b>	<b>8,532</b>	<b>(1,889)</b>	<b>(22.1%)</b>
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(3,659)	(3,090)	(569)	(18.4%)
Net proceed on disposal of financial assets	197	(44)	241	547.7%
Interests and dividends received	134	123	11	8.9%
Other receivables and payables (investing)	0	0	0	n.a.
<b>Net cash flow from investing activities (II)</b>	<b>(3,328)</b>	<b>(3,011)</b>	<b>(317)</b>	<b>(10.5%)</b>
Interests and dividends paid	(5,823)	(4,579)	(1,244)	(27.2%)
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	7,939	(1,323)	9,262	700.1%
Other receivables and payables (financing)	(7)	(36)	29	80.6%
Equity related instruments without financial cost	(2,572)	(3,466)	894	25.8%
Equity related instruments with financial cost	0	0	0	n.a.
<b>Net cash flows from financing activities (III)</b>	<b>(463)</b>	<b>(9,404)</b>	<b>8,941</b>	<b>95.1%</b>
<b>Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)</b>	<b>2,852</b>	<b>(3,883)</b>	<b>6,735</b>	<b>173.4%</b>
<b>Cash and cash equivalents of discounted operations</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>
<b>Cash and cash equivalents at beginning of the year</b>	<b>19,348</b>	<b>23,451</b>	<b>(4,104)</b>	<b>(17.5%)</b>
<b>Cash and cash equivalents at end of year</b>	<b>22,199</b>	<b>19,568</b>	<b>2,631</b>	<b>13.4%</b>

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

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS								
	1H16			1H15			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Newspapers	1,308	889	2,196	1,150	1,583	2,732	158	(694)	(536)
Audiovisual	160	124	284	36	139	174	125	(15)	110
Classified	139	72	211	80	61	140	60	11	71
Corporate	108	48	156	73	35	108	35	13	48
<b>TOTAL</b>	<b>1,715</b>	<b>1,132</b>	<b>2,848</b>	<b>1,338</b>	<b>1,817</b>	<b>3,155</b>	<b>378</b>	<b>(685)</b>	<b>(307)</b>

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

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>								
Newspapers	46,502	49,003	(2,501)	(5.1%)	91,933	97,568	(5,635)	(5.8%)
Audiovisual	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Corporate and adjustments	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>46,502</b>	<b>49,003</b>	<b>(2,501)</b>	<b>(5.1%)</b>	<b>91,933</b>	<b>97,568</b>	<b>(5,635)</b>	<b>(5.8%)</b>
<b>Advertising Revenues</b>								
Newspapers	31,734	35,107	(3,373)	(9.6%)	72,238	76,475	(4,237)	(5.5%)
Audiovisual	856	887	(30)	(3.4%)	1,633	1,672	(38)	(2.3%)
Classified	3,815	3,161	654	20.7%	8,197	6,906	1,291	18.7%
Corporate and adjustments	(20)	(9)	(11)	(131.9%)	(73)	(27)	(46)	(168.1%)
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>36,385</b>	<b>39,146</b>	<b>(2,761)</b>	<b>(7.1%)</b>	<b>81,996</b>	<b>85,025</b>	<b>(3,030)</b>	<b>(3.6%)</b>
<b>Other Revenues</b>								
Newspapers	14,109	16,927	(2,818)	(16.6%)	29,866	32,629	(2,763)	(8.5%)
Audiovisual	10,547	10,234	313	3.1%	21,630	19,851	1,778	9.0%
Classified	289	274	15	5.3%	605	552	53	9.7%
Corporate and adjustments	(968)	(649)	(319)	(49.2%)	(1,909)	(1,177)	(732)	(62.2%)
<b>Total Other Revenues</b>	<b>23,977</b>	<b>26,787</b>	<b>(2,810)</b>	<b>(10.5%)</b>	<b>50,192</b>	<b>51,855</b>	<b>(1,664)</b>	<b>(3.2%)</b>
<b>Total Revenues</b>								
Newspapers	92,345	101,038	(8,692)	(8.6%)	194,037	206,672	(12,635)	(6.1%)
Audiovisual	11,403	11,121	282	2.5%	23,263	21,523	1,740	8.1%
Classified	4,104	3,435	669	19.5%	8,802	7,457	1,345	18.0%
Corporate and adjustments	(988)	(657)	(330)	(50.3%)	(1,981)	(1,204)	(778)	(64.6%)
<b>Total Revenues</b>	<b>106,865</b>	<b>114,936</b>	<b>(8,072)</b>	<b>(7.0%)</b>	<b>224,121</b>	<b>234,448</b>	<b>(10,328)</b>	<b>(4.4%)</b>
<b>EBITDA</b>								
Newspapers	235	6,734	(6,500)	(96.5%)	15,296	20,997	(5,701)	(27.2%)
Audiovisual	3,092	2,802	291	10.4%	6,009	5,389	620	11.5%
Classified	278	(354)	631	178.5%	765	(18)	783	n.r.
Corporate and adjustments	(6,384)	(3,153)	(3,231)	(102.5%)	(9,015)	(5,805)	(3,210)	(55.3%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>(2,780)</b>	<b>6,030</b>	<b>(8,810)</b>	<b>(146.1%)</b>	<b>13,055</b>	<b>20,563</b>	<b>(7,507)</b>	<b>(36.5%)</b>
<b>EBITDA Margin</b>								
Newspapers	0.3%	6.7%	(6.4) p.p.		7.9%	10.2%	(2.3) p.p.	
Audiovisual	27.1%	25.2%	1.9 p.p.		25.8%	25.0%	0.8 p.p.	
Classified	6.8%	(10.3%)	17.1 p.p.		8.7%	(0.2%)	8.9 p.p.	
Corporate and adjustments	646.4%	479.8%	166.7 p.p.		455.0%	482.2%	(27.2) p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>(2.6%)</b>	<b>5.2%</b>	<b>(7.8) p.p.</b>		<b>5.8%</b>	<b>8.8%</b>	<b>(2.9) p.p.</b>	
<b>EBIT</b>								
Newspapers	(3,321)	3,050	(6,371)	(208.9%)	8,089	13,878	(5,790)	(41.7%)
Audiovisual	2,213	1,570	644	41.0%	4,263	2,999	1,265	42.2%
Classified	159	(533)	692	129.8%	541	(353)	893	253.2%
Corporate and adjustments	(6,471)	(3,267)	(3,204)	(98.1%)	(9,183)	(6,019)	(3,164)	(52.6%)
<b>Total EBIT</b>	<b>(7,420)</b>	<b>820</b>	<b>(8,239)</b>	<b>n.r.</b>	<b>3,709</b>	<b>10,505</b>	<b>(6,796)</b>	<b>(64.7%)</b>
<b>EBIT Margin</b>								
Newspapers	(3.6%)	3.0%	0.7 p.p.		4.2%	6.7%	0.5 p.p.	
Audiovisual	19.4%	14.1%	2.3 p.p.		18.3%	13.9%	0.7 p.p.	
Classified	3.9%	(15.5%)	1.0 p.p.		6.1%	(4.7%)	0.7 p.p.	
Corporate and adjustments	655.2%	497.1%	9.7 p.p.		463.5%	499.9%	4.1 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>(6.9%)</b>	<b>0.7%</b>	<b>1.0 p.p.</b>		<b>1.7%</b>	<b>4.5%</b>	<b>0.7 p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>								
Newspapers	6,872	8,738	(1,866)	(21.3%)	21,954	23,177	(1,223)	(5.3%)
Audiovisual	3,128	2,802	326	11.6%	5,979	5,390	589	10.9%
Classified	303	(174)	476	274.4%	819	153	666	434.2%
Corporate and adjustments	(3,147)	(2,773)	(373)	(13.5%)	(5,788)	(5,273)	(515)	(9.8%)
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>7,156</b>	<b>8,593</b>	<b>(1,437)</b>	<b>(16.7%)</b>	<b>22,964</b>	<b>23,448</b>	<b>(483)</b>	<b>(2.1%)</b>
<b>Comparable EBIT</b>								
Newspapers	3,200	5,041	(1,841)	(36.5%)	14,623	15,963	(1,340)	(8.4%)
Audiovisual	2,219	1,571	648	41.2%	4,203	3,002	1,201	40.0%
Classified	184	(353)	537	152.2%	590	(181)	772	425.4%
Corporate and adjustments	(3,233)	(2,887)	(346)	(12.0%)	(5,956)	(5,485)	(470)	(8.6%)
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>2,370</b>	<b>3,372</b>	<b>(1,002)</b>	<b>(29.7%)</b>	<b>13,461</b>	<b>13,299</b>	<b>162</b>	<b>1.2%</b>

**NEWSPAPERS**

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

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>								
Regionals	33,644	35,640	(1,996)	(5.6%)	66,986	70,919	(3,933)	(5.5%)
ABC	11,867	12,572	(705)	(5.6%)	22,907	24,907	(2,001)	(8.0%)
Supplements & Magazines	3,722	3,725	(3)	(0.1%)	7,388	7,532	(144)	(1.9%)
Adjustments intersegment	(2,731)	(2,934)	203	6.9%	(5,347)	(5,790)	443	7.6%
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>46,502</b>	<b>49,003</b>	<b>(2,501)</b>	<b>(5.1%)</b>	<b>91,933</b>	<b>97,568</b>	<b>(5,635)</b>	<b>(5.8%)</b>
<b>Advertising Revenues</b>								
Regionals	21,621	23,201	(1,580)	(6.8%)	47,935	49,502	(1,567)	(3.2%)
ABC	7,755	9,225	(1,469)	(15.9%)	18,296	20,265	(1,969)	(9.7%)
Supplements & Magazines	2,358	2,683	(325)	(12.1%)	6,007	6,710	(702)	(10.5%)
Adjustments intersegment	0	(1)	1	100.0%	0	(1)	1	100.0%
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>31,734</b>	<b>35,107</b>	<b>(3,373)</b>	<b>(9.6%)</b>	<b>72,238</b>	<b>76,475</b>	<b>(4,237)</b>	<b>(5.5%)</b>
<b>Other Revenues</b>								
Regionals	11,086	11,381	(295)	(2.6%)	23,549	23,475	74	0.3%
ABC	4,176	6,949	(2,773)	(39.9%)	8,658	11,924	(3,265)	(27.4%)
Supplements & Magazines	312	396	(84)	(21.1%)	710	705	4	0.6%
Adjustments intersegment	(1,466)	(1,799)	333	18.5%	(3,051)	(3,475)	424	12.2%
<b>Total Other Revenues</b>	<b>14,109</b>	<b>16,927</b>	<b>(2,818)</b>	<b>(16.6%)</b>	<b>29,866</b>	<b>32,629</b>	<b>(2,763)</b>	<b>(8.5%)</b>
<b>Total Revenues</b>								
Regionals	66,351	70,222	(3,871)	(5.5%)	138,470	143,895	(5,426)	(3.8%)
ABC	23,799	28,746	(4,947)	(17.2%)	49,861	57,096	(7,235)	(12.7%)
Supplements & Magazines	6,392	6,804	(412)	(6.1%)	14,105	14,947	(842)	(5.6%)
Adjustments intersegment	(4,197)	(4,735)	538	11.4%	(8,398)	(9,266)	867	9.4%
<b>Total Revenues</b>	<b>92,345</b>	<b>101,038</b>	<b>(8,692)</b>	<b>(8.6%)</b>	<b>194,037</b>	<b>206,672</b>	<b>(12,635)</b>	<b>(6.1%)</b>
<b>EBITDA</b>								
Regionals	3,444	7,825	(4,381)	(56.0%)	14,890	18,725	(3,835)	(20.5%)
ABC	(2,652)	(781)	(1,871)	(239.6%)	163	1,725	(1,563)	(90.6%)
Supplements & Magazines	(557)	(309)	(248)	(80.2%)	243	546	(303)	(55.5%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>235</b>	<b>6,734</b>	<b>(6,500)</b>	<b>(96.5%)</b>	<b>15,296</b>	<b>20,997</b>	<b>(5,701)</b>	<b>(27.2%)</b>
<b>EBITDA Margin</b>								
Regionals	5.2%	11.1%	(6.0) p.p.		10.8%	13.0%	(2.3) p.p.	
ABC	(11.1%)	(2.7%)	(8.4) p.p.		0.3%	3.0%	(2.7) p.p.	
Supplements & Magazines	(8.7%)	(4.5%)	(4.2) p.p.		1.7%	3.7%	(1.9) p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>0.3%</b>	<b>6.7%</b>	<b>(6.4) p.p.</b>		<b>7.9%</b>	<b>10.2%</b>	<b>(2.3) p.p.</b>	
<b>EBIT</b>								
Regionals	1,246	5,582	(4,336)	(77.7%)	10,389	14,334	(3,945)	(27.5%)
ABC	(3,932)	(2,171)	(1,760)	(81.1%)	(2,377)	(905)	(1,473)	(162.8%)
Supplements & Magazines	(636)	(361)	(274)	(76.0%)	77	449	(372)	(82.8%)
<b>Total EBIT</b>	<b>(3,321)</b>	<b>3,050</b>	<b>(6,371)</b>	<b>(208.9%)</b>	<b>8,089</b>	<b>13,878</b>	<b>(5,790)</b>	<b>(41.7%)</b>
<b>EBIT Margin</b>								
Regionals	1.9%	7.9%	(6.1) p.p.		7.5%	10.0%	(2.5) p.p.	
ABC	(16.5%)	(7.6%)	(9.0) p.p.		(4.8%)	(1.6%)	(3.2) p.p.	
Supplements & Magazines	(9.9%)	(5.3%)	(4.6) p.p.		0.5%	3.0%	(2.5) p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>(3.6%)</b>	<b>3.0%</b>	<b>(6.6) p.p.</b>		<b>4.2%</b>	<b>6.7%</b>	<b>(2.5) p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>								
Regionals	7,682	9,125	(1,442)	(15.8%)	18,950	20,036	(1,086)	(5.4%)
ABC	(303)	(78)	(225)	(289.7%)	2,761	2,594	167	6.4%
Supplements & Magazines	(507)	(309)	(198)	(64.0%)	243	546	(303)	(55.5%)
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>6,872</b>	<b>8,738</b>	<b>(1,866)</b>	<b>(21.3%)</b>	<b>21,954</b>	<b>23,177</b>	<b>(1,223)</b>	<b>(5.3%)</b>
<b>Comparable EBIT</b>								
Regionals	5,368	6,867	(1,499)	(21.8%)	14,325	15,533	(1,208)	(7.8%)
ABC	(1,582)	(1,465)	(117)	(8.0%)	221	(19)	240	n.r.
Supplements & Magazines	(586)	(361)	(224)	(62.2%)	77	450	(372)	(82.8%)
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>3,200</b>	<b>5,041</b>	<b>(1,841)</b>	<b>(36.5%)</b>	<b>14,623</b>	<b>15,963</b>	<b>(1,340)</b>	<b>(8.4%)</b>



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

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %
<b>Advertising Revenues</b>								
DTT	846	839	7	0.8%	1,606	1,587	18	1.2%
Radio	16	47	(31)	(66.2%)	34	84	(51)	(60.1%)
Content	(6)	0	(6)	n.a.	(6)	0	(6)	n.a.
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Adjustments intersegment</b>	<b>856</b>	<b>887</b>	<b>(30)</b>	<b>(3.4%)</b>	<b>1,633</b>	<b>1,672</b>	<b>(38)</b>	<b>(2.3%)</b>
<b>Other Revenues</b>								
DTT	6,209	6,037	171	2.8%	12,661	11,972	689	5.8%
Radio	993	1,007	(14)	(1.4%)	2,083	2,048	34	1.7%
Content	3,412	3,295	117	3.5%	7,020	6,041	978	16.2%
Adjustments intersegment	(67)	(105)	38	36.5%	(134)	(210)	77	36.5%
<b>Total Other Revenues</b>	<b>10,547</b>	<b>10,234</b>	<b>313</b>	<b>3.1%</b>	<b>21,630</b>	<b>19,851</b>	<b>1,778</b>	<b>9.0%</b>
<b>Total Revenues</b>								
DTT	7,055	6,877	179	2.6%	14,266	13,559	707	5.2%
Radio	1,009	1,054	(45)	(4.3%)	2,116	2,133	(16)	(0.8%)
Content	3,406	3,295	111	3.4%	7,014	6,041	972	16.1%
Adjustments intersegment	(67)	(105)	38	36.5%	(134)	(210)	77	36.5%
<b>Total Revenues</b>	<b>11,403</b>	<b>11,121</b>	<b>282</b>	<b>2.5%</b>	<b>23,263</b>	<b>21,523</b>	<b>1,740</b>	<b>8.1%</b>
<b>EBITDA</b>								
DTT	1,497	1,196	302	25.3%	2,766	2,185	582	26.6%
Radio	614	656	(42)	(6.4%)	1,340	1,286	54	4.2%
Content	981	950	31	3.2%	1,903	1,918	(15)	(0.8%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>3,092</b>	<b>2,802</b>	<b>291</b>	<b>10.4%</b>	<b>6,009</b>	<b>5,389</b>	<b>620</b>	<b>11.5%</b>
<b>EBITDA Margin</b>								
DTT	21.2%	17.4%	3.8 p.p.		19.4%	16.1%	3.3 p.p.	
Radio	60.8%	62.2%	(1.4) p.p.		63.3%	60.3%	3.0 p.p.	
Content	28.8%	28.8%	(0.0) p.p.		27.1%	31.8%	(4.6) p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>27.1%</b>	<b>25.2%</b>	<b>1.9 p.p.</b>		<b>25.8%</b>	<b>25.0%</b>	<b>0.8 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>								
DTT	1,433	1,125	308	27.4%	2,633	2,044	589	28.8%
Radio	640	652	(11)	(1.8%)	1,360	1,279	82	6.4%
Content	140	(207)	347	167.9%	270	(324)	595	183.3%
<b>Total EBIT</b>	<b>2,213</b>	<b>1,570</b>	<b>644</b>	<b>41.0%</b>	<b>4,263</b>	<b>2,999</b>	<b>1,265</b>	<b>42.2%</b>
<b>EBIT Margin</b>								
DTT	20.3%	16.4%	4.0 p.p.		18.5%	15.1%	3.4 p.p.	
Radio	63.5%	61.8%	1.6 p.p.		64.3%	60.0%	4.3 p.p.	
Content	4.1%	(6.3%)	10.4 p.p.		3.9%	(5.4%)	9.2 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>19.4%</b>	<b>14.1%</b>	<b>5.3 p.p.</b>		<b>18.3%</b>	<b>13.9%</b>	<b>4.4 p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>								
DTT	1,497	1,196	302	25.3%	2,766	2,185	581	26.6%
Radio	649	656	(7)	(1.0%)	1,310	1,286	24	1.9%
Content	981	950	31	3.2%	1,903	1,918	(15)	(0.8%)
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>3,128</b>	<b>2,802</b>	<b>326</b>	<b>11.6%</b>	<b>5,979</b>	<b>5,390</b>	<b>589</b>	<b>10.9%</b>
<b>Comparable EBIT</b>								
DTT	1,433	1,126	307	27.3%	2,633	2,048	585	28.6%
Radio	646	652	(6)	(0.9%)	1,300	1,279	22	1.7%
Content	140	(207)	347	167.9%	270	(324)	595	183.3%
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>2,219</b>	<b>1,571</b>	<b>648</b>	<b>41.2%</b>	<b>4,203</b>	<b>3,002</b>	<b>1,201</b>	<b>40.0%</b>

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

Thousand Euro

	IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>								
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>
<b>Advertising Revenues</b>								
Classified	3,815	3,161	654	20.7%	8,197	6,906	1,291	18.7%
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>3,815</b>	<b>3,161</b>	<b>654</b>	<b>20.7%</b>	<b>8,197</b>	<b>6,906</b>	<b>1,291</b>	<b>18.7%</b>
<b>Other Revenues</b>								
Classified	289	274	15	5.3%	605	552	53	9.7%
<b>Total Other Revenues</b>	<b>289</b>	<b>274</b>	<b>15</b>	<b>5.3%</b>	<b>605</b>	<b>552</b>	<b>53</b>	<b>9.7%</b>
<b>Total Revenues</b>								
Classified	4,104	3,435	669	19.5%	8,802	7,457	1,345	18.0%
<b>Total Revenues</b>	<b>4,104</b>	<b>3,435</b>	<b>669</b>	<b>19.5%</b>	<b>8,802</b>	<b>7,457</b>	<b>1,345</b>	<b>18.0%</b>
<b>EBITDA</b>								
Classified	278	(354)	631	178.5%	765	(18)	783	n.r.
<b>Total EBITDA</b>	<b>278</b>	<b>(354)</b>	<b>631</b>	<b>178.5%</b>	<b>765</b>	<b>(18)</b>	<b>783</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBITDA Margin</b>								
Classified	6.8%	(10.3%)	17.1 p.p.		8.7%	(0.2%)	8.9 p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>6.8%</b>	<b>(10.3%)</b>	<b>17.1 p.p.</b>		<b>8.7%</b>	<b>(0.2%)</b>	<b>8.9 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>								
Classified	159	(533)	692	129.8%	541	(353)	893	253.2%
<b>Total EBIT</b>	<b>159</b>	<b>(533)</b>	<b>692</b>	<b>129.8%</b>	<b>541</b>	<b>(353)</b>	<b>893</b>	<b>253.2%</b>
<b>EBIT Margin</b>								
Classified	3.9%	(15.5%)	19.4 p.p.		6.1%	(4.7%)	10.9 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>3.9%</b>	<b>(15.5%)</b>	<b>19.4 p.p.</b>		<b>6.1%</b>	<b>(4.7%)</b>	<b>10.9 p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>								
Classified	303	(174)	476	274.4%	819	153	666	434.2%
<b>Total comparable EBITDA</b>	<b>303</b>	<b>(174)</b>	<b>476</b>	<b>274.4%</b>	<b>819</b>	<b>153</b>	<b>666</b>	<b>434.2%</b>
<b>Comparable EBIT</b>								
Classified	184	(353)	537	152.2%	590	(181)	772	425.4%
<b>Total comparable EBIT</b>	<b>184</b>	<b>(353)</b>	<b>537</b>	<b>152.2%</b>	<b>590</b>	<b>(181)</b>	<b>772</b>	<b>425.4%</b>