

Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

**RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE 2016**

28 de febrero de 2017

**vocento**

## INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO

La economía española confirma su recuperación con un crecimiento del PIB en 2016 del +3,2% según primera estimación del INE. Esta recuperación se sostiene en el empleo que ha crecido un 3,0% durante el pasado año según las afiliaciones a la Seguridad Social. Al notable crecimiento de la ocupación cabe añadir el positivo impacto de shocks externos, como son el reducido precio del petróleo, los bajos tipos de interés, así como la creciente inseguridad en destinos turísticos como Egipto o Turquía.

Esta expansión de la actividad, con un crecimiento del consumo de los hogares del 3,1% según el consenso del Panel Funcas, no ha tenido su total reflejo en el mercado publicitario que ha crecido en un 2,9%, con Prensa e Internet un -7,1% y un +14,0%, respectivamente.

Las perspectivas para 2017 son de una ralentización en el ritmo de crecimiento de la economía hasta el 2,4%, según el consenso del panel de Funcas. Por su parte, se estima que la inversión publicitaria crezca algo menos en 2017 que en 2016, un 2,2% según i2p, con una variación estimada del -7,3% en prensa y del +8,2% en Internet, que superaría a la prensa como soporte publicitario.

## EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE VOCENTO

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

En la organización de la información de gestión, se definen las líneas de actividad de Periódicos, Audiovisual, y Clasificados. Esta agrupación de la información será la utilizada para el reporte al mercado e incluye todos los negocios donde VOCENTO está presente, y que están asignados a cada uno de los tres segmentos de negocio.

### Desglose de áreas de actividad de VOCENTO 2016

PERIODICOS (print y digital)			SUPLEMENTOS Y REVISTAS
REGIONALES	ABC		
<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 (Beralón)</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> </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> </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 dos grupos: 1) medidas de ajuste de plantilla y "one offs" y 2) impactos generados por cambios en el perímetro y por decisiones estratégicas de negocio (i.e. venta del inmueble de ABC en 2016).

## Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios 2016

**Ingresos publicitarios descienden un -2,2% en un mercado por debajo de las expectativas**

**Mejora del margen 2016 €+0,1m, pero ingresos por venta ejemplares -5,8%**

**Mejora del EBITDA comparable +4,1% hasta €52,2m**

**Beneficio neto comparable positivo €3,2m, pero impacto por cambios en Impuesto Sociedades (sin efecto en caja) llevan a un beneficio reportado €-60m**

**Deuda financiera neta/EBITDA comparable 2016 de 1,3x vs 2015 2,2x**

- **Ingresos publicitarios -2,2% en un mercado de más a menos**
  - i. Los ingresos publicitarios de VOCENTO en 2016 descienden un -2,2%, en un entorno de mercado publicitario de más a menos: previsión 2016E de +5,0%<sup>1</sup> en 1T16 a 2,9% real.
  - ii. Mejora de la cuota de mercado en offline: publicidad de las marcas de VOCENTO offline -6,6% vs mercado -7,1%<sup>1</sup>. Menor crecimiento de las marcas online y clasificados +12,4% vs mercado +14,0%<sup>1</sup>.
  - iii. Creciente exposición en digital: en 2016 un 31,1% del total ingresos publicitarios provienen de digital, incremento de +3,4 p.p. sobre 2015. La apuesta digital se traduce en los lanzamientos de Local Digital Kit, Oferplan Store y de los modelos premium Diario Vasco y Diario Montañés on+.
- **Ingresos por venta ejemplares -5,8%, con mejora de cuota de ABC**
  - i. En la Comunidad de Madrid, ABC incrementa en 2016 su cuota de difusión ordinaria en +0,8 p.p. hasta el 26,5%<sup>2</sup>.
- **Limitada exposición al Ibex 35 (5,2% del total ingresos) y sector público (6,6%)**
- **Mejora del EBITDA comparable +4,1% hasta 52.238 miles de euros**
  - i. Ejecución del Plan de Eficiencia: reducción de los costes de personal comparables 2016 en -4,3%<sup>3</sup>.
  - ii. Plan Industrial: mejora del margen de ejemplares a pesar de la caída de la difusión y la venta de ejemplares 2016 vs 2015 por +104 miles de euros.
  - iii. Crecimiento del EBITDA de ABC en 2016 +1.899 miles de euros hasta 7.757 miles de euros.
- **Beneficio neto negativo 60.011 miles de euros que incluye efectos no ordinarios. Sin ellos, el Resultado neto comparable sería positivo en 3.225 miles de euros**
  - i. Plusvalía de la venta del edificio de ABC después de impuestos por 16.267 miles de euros.
  - ii. Impacto negativo de los cambios en el Impuesto de Sociedades por 79.502<sup>4</sup> por miles de euros después de minoritarios, (ajuste contable no caja).
- **Reducción de Deuda Financiera Neta con generación de caja operativa ordinaria de 21.421 miles de euros a cierre de 2016**
  - i. Entrada de caja por la venta de la sede de ABC en diciembre por 35.000 miles de euros.
  - ii. Deuda financiera neta/EBITDA comparable 2016 1,3x. La DFN desciende hasta 66.412 miles de euros.
  - iii. Generación de cash flow ordinario positivo por 21.421 miles de euros.

<sup>1</sup> Fuente: i2p.

<sup>2</sup> Fuente OJD. Difusión de pago ordinaria (incluye venta en quiosco y suscripciones individuales).

<sup>3</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -10.115 y 2015 -2.556 miles de euros.

<sup>4</sup> Resultado de sumar al efecto de la reforma fiscal por -81.545 miles de euros, otros efectos no ordinarios en impuestos por -1.063 miles de euros, y el impacto en minoritarios por 3.106 miles de euros.

## Principales datos financieros

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	182.733	194.043	-11.310	-5,8%
Ventas de publicidad	162.981	166.645	-3.664	-2,2%
Otros ingresos	103.051	106.958	-3.907	-3,7%
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>448.765</b>	<b>467.646</b>	<b>-18.881</b>	<b>-4,0%</b>
Personal	-154.814	-156.119	1.305	0,8%
Aprovisionamientos	-67.246	-74.036	6.789	9,2%
Servicios exteriores	-182.516	-188.887	6.371	3,4%
Provisiones	-2.065	-965	-1.100	-113,9%
Gastos de explotación sin amortizaciones	-406.642	-420.007	13.366	3,2%
<b>EBITDA</b>	<b>42.123</b>	<b>47.638</b>	<b>-5.515</b>	<b>-11,6%</b>
Amortizaciones	-18.650	-20.055	1.405	7,0%
Resultado por enajenación de inmovilizado	20.881	-569	21.450	n.r.
<b>EBIT</b>	<b>44.354</b>	<b>27.015</b>	<b>17.339</b>	<b>64,2%</b>
Deterioro de fondo de comercio	-2.500	-5.350	2.850	53,3%
Resultado sociedades método de participación	-110	257	-368	-142,8%
Resultado financiero y otros	-6.752	-5.245	-1.507	-28,7%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	-177	-1.516	1.339	88,3%
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>34.814</b>	<b>15.161</b>	<b>19.653</b>	<b>129,6%</b>
Impuesto sobre sociedades	-92.570	-6.057	-86.513	n.r.
<b>Resultado neto antes de minoritarios</b>	<b>-57.756</b>	<b>9.104</b>	<b>-66.860</b>	<b>-734,4%</b>
Accionistas minoritarios	-2.255	-5.023	2.768	55,1%
<b>Resultado atribuible Sociedad Dominante</b>	<b>-60.011</b>	<b>4.081</b>	<b>-64.092</b>	<b>n.r.</b>
Gastos de personal comparables <sup>1</sup>	-144.699	-151.213	6.514	4,3%
Gastos explotación sin amort. Comparables <sup>1</sup>	-396.527	-417.451	20.925	5,0%
EBITDA comparable <sup>1</sup>	52.238	50.194	2.044	4,1%
EBIT comparable <sup>1 2</sup>	33.588	30.139	3.449	11,4%

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" 2016 -10.115 y 2015 -2.556 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 2016 20.881 miles de euros y 2015 -569 miles de euros.

### Ingresos de explotación

Los ingresos totales en 2016 alcanzan 448.765 miles de euros, una disminución del 4,0% comparado con 2015.

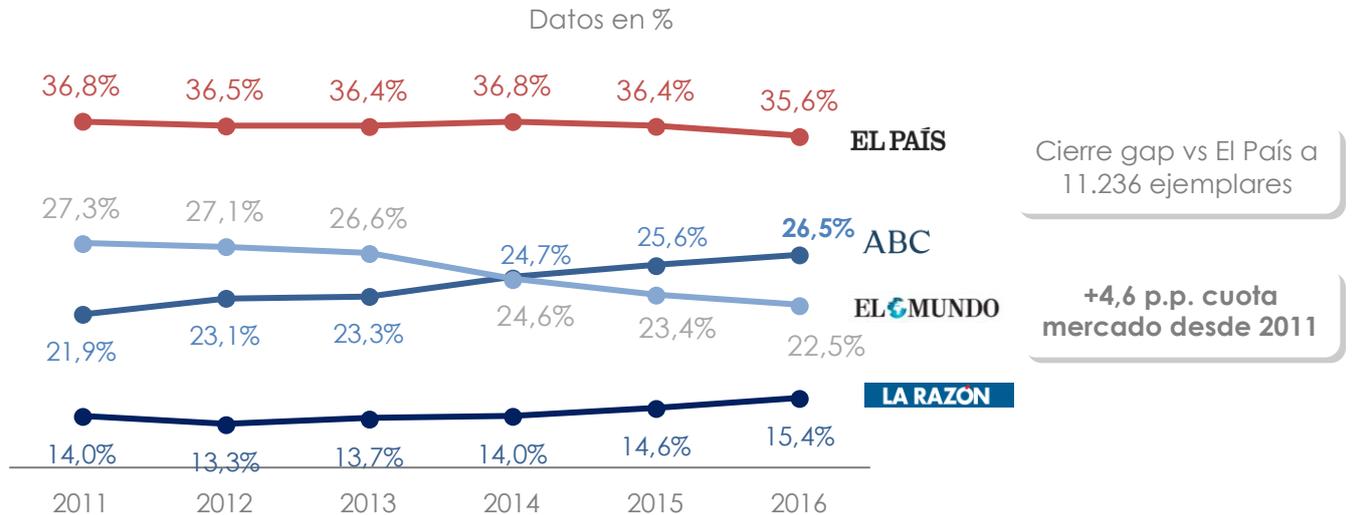
Cabe destacar que la procedencia de estos ingresos está muy atomizada y es poco dependiente de ningún sector en particular. Sólo el 5,2% de los ingresos totales provienen del IBEX 35, y el 6,6% del sector público, niveles ligeramente inferiores a los de 2015.

- i. Ventas de ejemplares experimenta una caída del -5,8%, e incluye descensos en Prensa Regional del -4,3% y en ABC del -9,3%. En ABC se han incrementado los precios de

cabecera durante el 2016 en domingo de €2,8 a €3,0 y ha continuado en su política de retirada de ventas no rentables.

En ABC, destaca la evolución de difusión ordinaria en la Comunidad de Madrid desde 2011. ABC ha ganado 6 puntos de cuota hasta el 26,5%, consolidando su posición como #2 y reduciendo el diferencial contra el líder durante el pasado año.

## Evolución de la cuota de difusión ordinaria de<sup>1</sup> en la Comunidad de Madrid



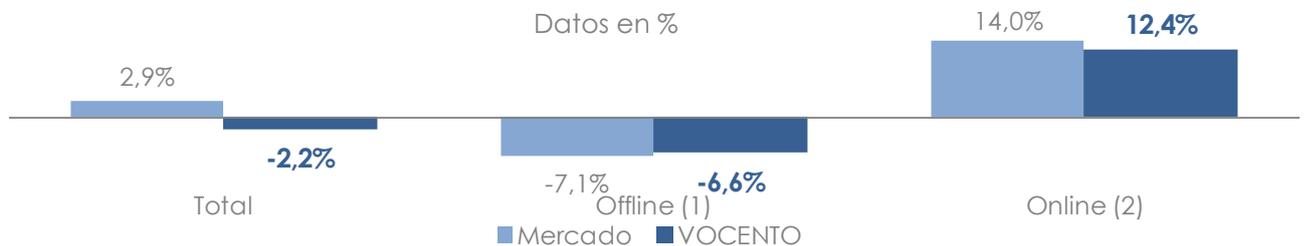
Nota 1: fuente OJD. Venta en kiosco y suscripciones individuales. Datos 2016 no certificados.

Cabe destacar la importancia de Madrid que supone el 35% de la difusión de las cabeceras nacionales, y que es una plaza clave para el anunciante.

- ii. Los ingresos por venta de publicidad descienden en 2016 un -2,2%, en un año por debajo de las expectativas.

VOCENTO registra un comportamiento algo mejor que el mercado en offline con un descenso del -6,6% en comparación con un -7,1% del mercado. El crecimiento en online es algo inferior al del mercado: +12,4% marcas de VOCENTO vs 14,0% mercado.

## Evolución publicidad de VOCENTO vs mercado 2016



Nota 1: fuente de mercado i2p. Prensa Regional y ABC. Nota 2: fuente de mercado i2p. Portales Locales, ABC.es y Clasificados.

El año 2016 se ha caracterizado por un crecimiento publicitario del mercado por debajo de las expectativas iniciales, y donde las previsiones se han ido revisando a lo largo del año a la baja desde el 5,0% en el inicio del año a un 2,9% al final.

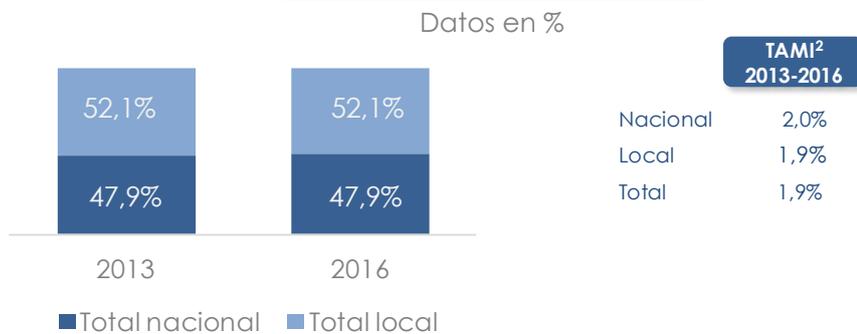
## Evolución trimestral y previsiones anuales del mercado publicitario para 2016



Nota 1: fuente de mercado i2p. Prensa Regional y ABC.

El mix de ingresos publicitarios de VOCENTO se encuentra equilibrado entre publicidad nacional y local.

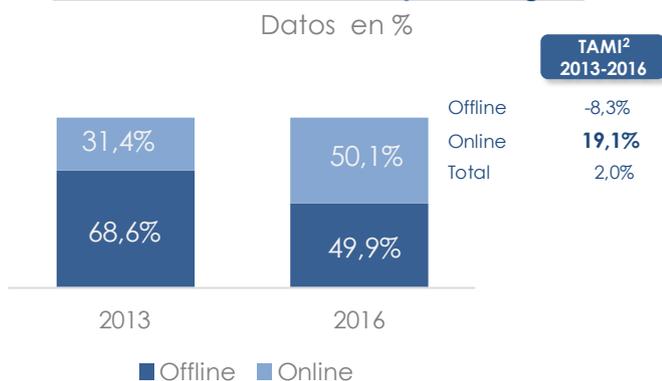
### Publicidad nacional vs local<sup>1</sup>



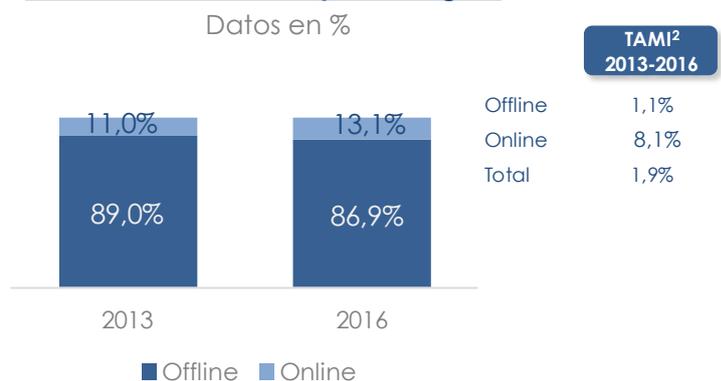
Nota 1: Datos de publicidad bruta 2013-2016. Nota 2: tasa anual media de incremento.

En cuanto al perfil de ingresos de VOCENTO, sigue ganando peso digital, en especial en nacional.

### Publicidad nacional<sup>1</sup>: Papel vs Digital



### Publicidad local<sup>1</sup>: Papel vs Digital



Nota 1: Datos de publicidad bruta 2013-2016. Nota 2: tasa anual media de incremento.

Considerando no solo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los derivados de los nuevos modelos de negocio digitales basados en e-commerce, contabilizados dentro de otros ingresos, el incremento en 2016 es de 3,4 p.p. en comparación con 2015 hasta alcanzar el 31,1% del total de los ingresos publicitarios y nuevos negocios.

## Evolución del perfil de ingresos publicitarios hacia digital y nuevos negocios



En perspectiva, se observa un notable incremento del peso digital en el perfil de ingresos de Vocento, que ha pasado del 13,2% en 2011 al 31,1% en 2016.

## Peso sobre el total de ingresos<sup>1</sup> publicitarios de digital



Nota 1: digital incluye los ingresos publicitarios y los de e-commerce.

- iii. Otros Ingresos se reducen un -3,7% sobre 2015 debido a los menores ingresos en el área de Periódicos que se explica por una política más selectiva en promociones de ABC y a la menor actividad de las imprentas locales.

## Gastos de explotación

Los costes comparables en 2016 descienden un -5,0%, excluidas las medidas de ajuste de personal y "one offs" por -10.115 miles de euros en 2016 y por -2.556 miles de euros en 2015.

Por partidas de gastos, destacan la disminución en los costes de aprovisionamientos -9,2% y en los costes de personal comparables -4,3%.

Por áreas, destaca la reducción de costes comparables en Periódicos por el impacto del Plan de Eficiencia -costes de personal- y del Plan Industrial -costes variables de papel, impresión y distribución-. Por otra parte, el incremento de los costes operativos en Audiovisual y en Clasificados se explica por una mayor actividad de las productoras y por tratarse de un área en crecimiento, respectivamente.

## Detalle de costes operativos comparables por área de negocio

Costes operativos comparables (miles de euros)	2016	2015	Var Abs	Var %
Periódicos	-339.693	-361.209	21.515	6,0%
Audiovisual	-35.933	-34.721	-1.213	-3,5%
Clasificados	-15.739	-14.604	-1.135	-7,8%
Estructura y eliminaciones	-5.161	-6.918	1.757	25,4%
<b>Total</b>	<b>-396.527</b>	<b>-417.451</b>	<b>20.925</b>	<b>5,0%</b>

## EBITDA comparable

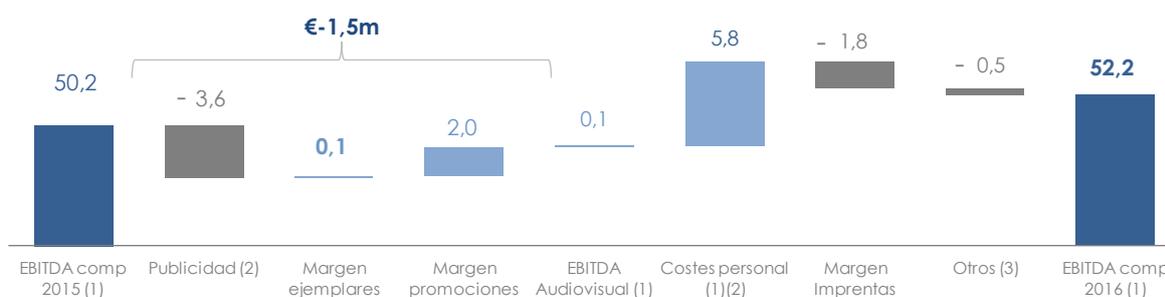
El EBITDA comparable en 2016 alcanza 52.238 miles de euros, lo que supone un crecimiento de +2.044 miles de euros, un +4,1%, en comparación con 2015. El margen EBITDA comparable también experimenta una mejora de 0,9 p.p. hasta el 11,6%.

Los principales impactos en la variación del EBITDA comparable son:

- i. La publicidad y los márgenes de ejemplares y promociones restan -1.493 miles de euros.
- ii. Las medidas en costes de personal derivadas del Plan de Eficiencia permiten un ahorro de 5.750 miles de euros en 2016.
- iii. El descenso de la actividad en el negocio de impresión tiene un impacto de -1.792 miles de euros, en parte resultado del cierre de las imprentas y su externalización.
- iv. Resto de partidas: principalmente, costes comerciales y mayores gastos asociados con el desarrollo digital por -499 miles de euros.

### Detalle del movimiento de EBITDA comparable<sup>1</sup> 2015-2016

Datos en variación en 2016 vs 2015 excepto para EBITDA comparable. Todas cifras en €m



Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" y 2015 €-2,6m y 2016 €-10,1m. Nota 2: variación ex. Audiovisual e imprentas. Nota 3: costes comerciales y otros.

Por área de negocio, cabe destacar en el acumulado del año:

- i. Periódicos<sup>5</sup>: EBITDA comparable en 2016 de 47.035 miles de euros, con una mejora de 418 miles de euros sobre 2015, y un incremento en la rentabilidad sobre margen EBITDA comparable de 0,7 p.p. hasta 12,2 %.
- ii. Audiovisual<sup>6</sup>: prácticamente sin variación, con un EBITDA comparable 2016 de 12.710 miles de euros, que compara con 12.634 miles de euros en 2015.
- iii. Clasificados<sup>7</sup>: alcanza un EBITDA comparable en 2016 de 2.076 miles de euros, un incremento de 1.244 miles de euros sobre 2015 gracias al crecimiento publicitario.

<sup>5</sup> Periódicos: excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -6.787 y 2015 -1.606 miles de euros.

<sup>6</sup> Audiovisual: excluye medidas de ajuste 2016 30 miles euros y 2015 46 miles de euros.

<sup>7</sup> Clasificados: excluye medidas de ajuste 2016 -61 miles de euros y 2015 -171 miles de euros.

## Evolución del EBITDA comparable<sup>1</sup> por área de negocio 2016

Datos en variación en 2016 vs 2015 excepto para EBITDA comparable. Todas cifras en €m

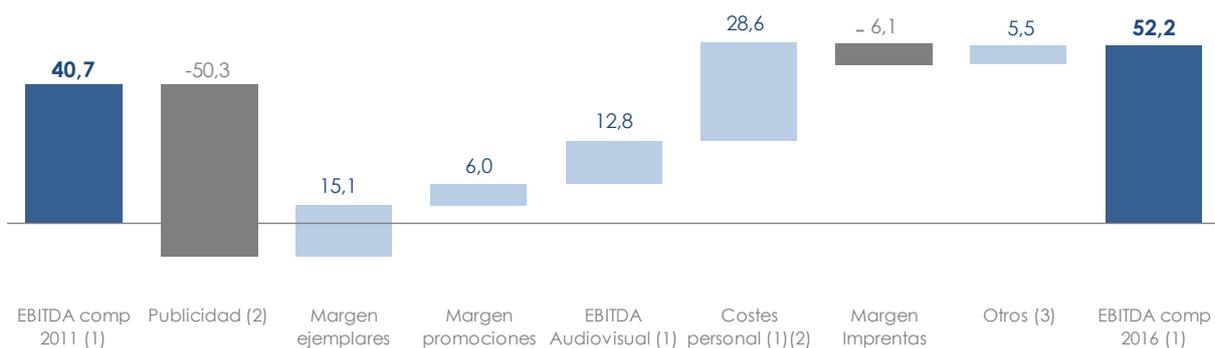


Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" 2015 €-2,6m y 2016 €-10,1m.

Desde 2011, el EBITDA comparable mejora gracias a las múltiples medidas en costes que más que compensan el descenso de la publicidad. Además, las decisiones estratégicas ejecutadas en el área de Audiovisual hacia modelos de negocio más rentables como han sido el caso de la Televisión Nacional o de la Radio, han tenido un impacto positivo.

## Evolución del EBITDA comparable<sup>1</sup> 2011-2016

Datos en variación en €m 2016 vs 2015 excepto para EBITDA comparable



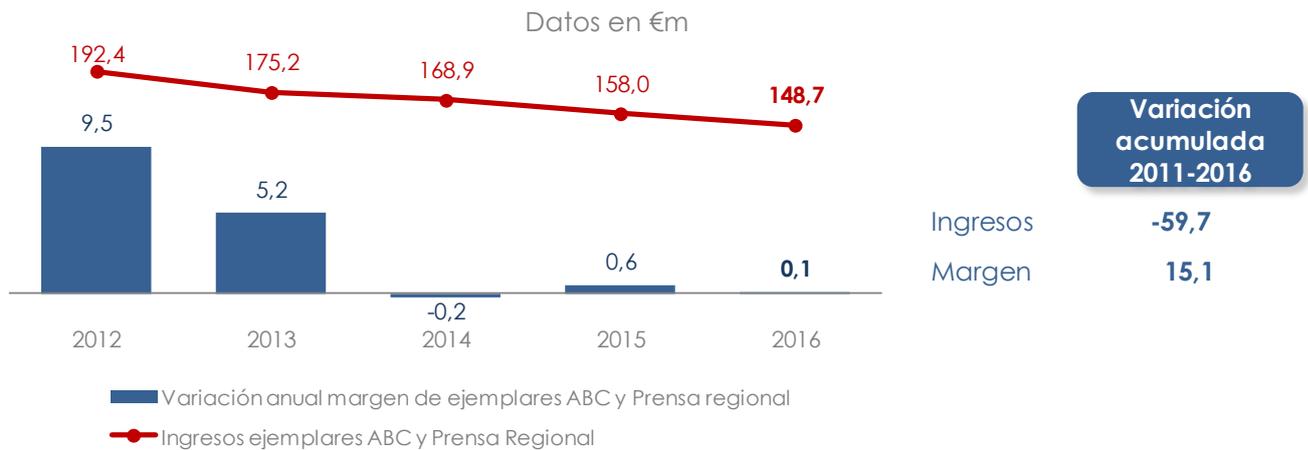
Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal ni "one offs". Nota 2: variación ex Audiovisual y Qué!. Nota 3: descenso de costes redacción, diversos y cambios de perímetro.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, una de las claves de la mejora en EBITDA comparable desde 2011 ha sido el control del margen de venta de ejemplares mediante un incremento de los precios de cabecera y un ahorro de los costes variables.

El impacto del descenso en los ingresos por venta de ejemplares en 2011-2016 de -59.666 miles de euros ha podido ser más que compensado en EBITDA comparable gracias a las medidas en costes de impresión, papel y distribución. Entre estas medidas, englobadas dentro del Plan Industrial, se incluyen el cierre de algunos centros de impresión y su posterior externalización.

Todas estas acciones en costes variables han permitido una mejora del margen de ejemplares de 15.093 miles de euros desde 2011 a 2016.

## Evolución margen de ejemplares 2011-2016



## Resultado de explotación (EBIT)

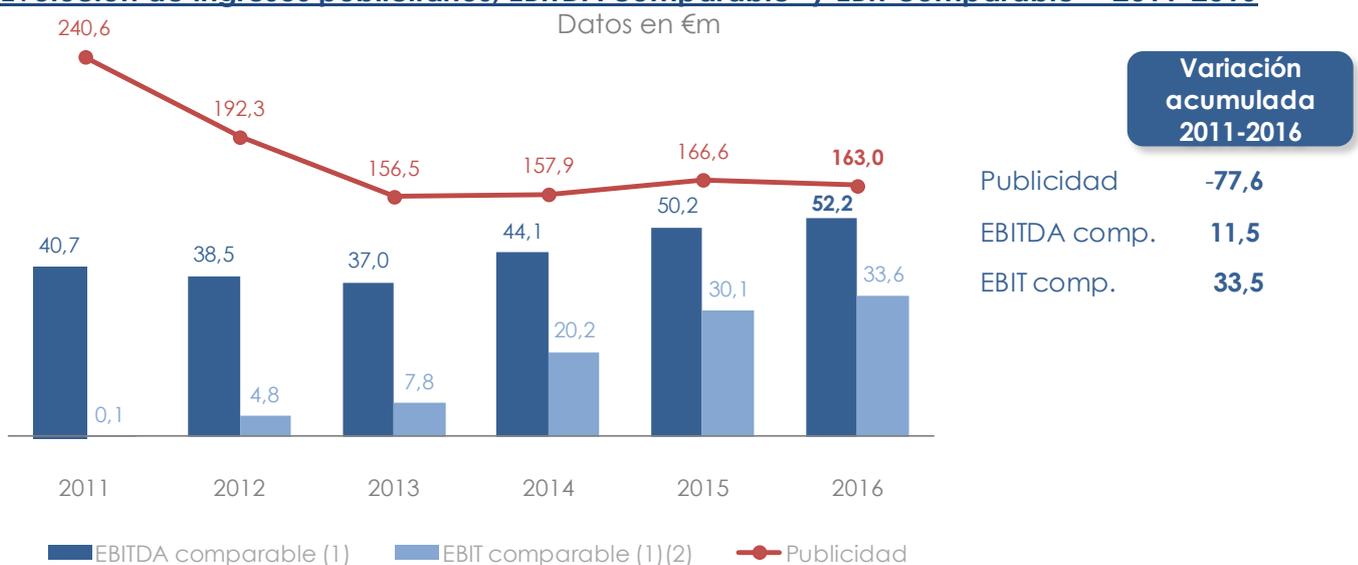
El resultado de explotación en 2016 se sitúan en 44.354 miles de euros, un 64,2% superior al de 2015. Dicho crecimiento se explica por la mejora operativa en el EBITDA comparable, el descenso en las amortizaciones y el resultado positivo de la venta de la sede de ABC.

La desinversión de la sede ABC ha tenido un impacto antes de impuestos de 21.689 miles de euros. En cuanto a las amortizaciones, éstas descienden en 1.405 miles de euros debido principalmente a Contenidos.

Respecto del EBIT comparable, sin extraordinarios ni one-offs, el EBIT se incrementa en un +11,4% hasta 33.588 miles de euros. Destacar que todas las áreas están en EBIT comparable positivo.

La tendencia tanto del EBITDA como del EBIT comparable en los últimos años es de mejora. En 2013, el EBIT comparable era de 7.818 miles de euros, mientras que en 2016 ya alcanza los 33.588 miles de euros, un incremento de 25.770 miles de euros que cuadruplica el de los ingresos publicitarios en ese periodo de 6.511 miles de euros.

## Evolución de ingresos publicitarios, EBITDA comparable<sup>1</sup> y EBIT comparable<sup>1 2</sup> 2011-2016



Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs". Nota 2: excluye Resultado enajenación de inmovilizado y deterioros.

## Saneamiento de fondo de comercio

Asciende a -2.500 miles de euros, debido al deterioro del fondo de comercio de la división de Contenidos originado por la progresiva reducción de la vida residual del catálogo de derechos cinematográficos, así como del de Federico Domenech.

## Diferencial financiero

La variación del diferencial financiero, desde -5.245 miles de euros en 2015 a -6.752 miles de euros en 2016, se explica por diversos ingresos financieros en 2015 entre los que destacan el derivado de la renegociación de las opciones de venta sobre Las Provincias por 1.177 miles de euros, y el cobro de un dividendo en Val Telecomunicaciones.

Los gastos financieros descienden en 1.004 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 el segundo semestre de 2015.

## Beneficio antes de impuestos

Asciende a 34.814 miles de euros. Si se excluye el efecto de la venta de la sede de ABC sería positivo por 13.126 miles de euros.

## Impuesto sobre sociedades

El gasto por impuestos de 92.570 miles de euros en 2016 se ve afectado de forma notoria por el Real Decreto Ley 3/2016 que modifica algunos aspectos del Impuesto de Sociedades, con un impacto contable de 82.608 miles de euros y -no de caja-.

Es importante resaltar que los cambios en el Impuesto de Sociedades afectan solo a las sociedades en Territorio Común y tienen tres efectos a destacar:

- i. limitación en la compensación de bases imponibles negativas desde el 70% al 25%, lo que dilata muy significativamente su aprovechamiento. Por ello, se ha reducido su valor contable en los Estados Financieros, sin que esto afecte a su valor fiscal nominal, que se mantiene.
- ii. limitación en la compensación de deducciones por doble imposición del 100% al 50% de la cuota íntegra y
- iii. reversión de los deterioros fiscales anteriores al 2013 de participaciones, que se incorporan a la base imponible y se reflejan contablemente.

El impacto contable total ha sido de 82.608 miles de euros, sin que esto haya tenido efecto en caja durante 2016.

En cuanto a la venta del pasado mes de diciembre de la sede de ABC, en Juan Ignacio Luca de Tena 7, Madrid, a Axiare Patrimonio Socimi S.A. ha supuesto la entrada bruta de caja por 35.000 miles de euros, con unas plusvalías antes de impuestos de sociedades de 21.689 miles de euros, después de impuestos por 16.267 miles de euros, y la firma de un contrato de alquiler a cinco años.

## Accionistas minoritarios

El menor resultado atribuido a los minoritarios, -2.255 miles de euros en 2016 frente a -5.023 miles de euros en 2015, se explica por el impacto de la reforma fiscal en el resultado atribuido a los socios minoritarios.

## Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 2016 es de -60.011 miles de euros en comparación con 4.081 miles de euros el pasado año. Si se excluyen los efectos de la venta de la sede de ABC y de la reforma del Impuesto de Sociedades, el resultado neto hubiera sido positivo por 3.225 miles de euros, en línea con el resultado de 2015.

### Cuenta de resultados 2016 sin efectos extraordinarios

Datos en €m

	Reportado	Sin efecto RDL 3/2016 ni venta sede
<b>EBITDA comparable</b>	<b>52,2</b>	<b>52,2</b>
Indemnizaciones	-10,1	-10,1
EBITDA	42,1	42,1
EBIT	44,4	22,7
BAI	34,8	13,1
Impuesto sobre sociedades	-92,6	-4,5
Beneficio antes de minoritarios	-57,8	8,6
Minoritarios	-2,3	-5,4
<b>Resultado sociedad dominante</b>	<b>-60,0</b>	<b>3,2</b>

Nota 1: excluye medidas ajuste personal 2016 €-10,1m.

## Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var abs	% Var
<b>Activos no Corrientes</b>	<b>363.777</b>	<b>478.511</b>	<b>-114.734</b>	<b>-24,0%</b>
Activo Intangible	119.912	125.438	-5.526	-4,4%
Propiedad, planta y equipo	137.023	156.772	-19.749	-12,6%
Part. valoradas por el método de participación	5.539	6.305	-767	-12,2%
Otros activos no corrientes	101.303	189.996	-88.693	-46,7%
<b>Activos Corrientes</b>	<b>134.889</b>	<b>135.138</b>	<b>-249</b>	<b>-0,2%</b>
Otros activos corrientes	113.181	115.790	-2.609	-2,3%
Efectivo y otros medios equivalentes	21.709	19.348	2.361	12,2%
<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>498.860</b>	<b>615.141</b>	<b>-116.281</b>	<b>-18,9%</b>
Patrimonio neto	255.067	318.690	-63.624	-20,0%
Deuda financiera	86.120	125.126	-39.006	-31,2%
Otros pasivos no corrientes	53.610	54.007	-397	-0,7%
Otros pasivos corrientes	104.063	117.318	-13.255	-11,3%
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>498.860</b>	<b>615.141</b>	<b>-116.281</b>	<b>-18,9%</b>

### Propiedad planta y equipo

El descenso en el saldo obedece principalmente a la venta de la sede de ABC y a la combinación del Capex y de las amortizaciones del año.

### Otros activos no corrientes

La reducción en activos no corrientes incluye el deterioro de créditos fiscales por 82.608<sup>8</sup> miles de euros comparables debido a la reforma del Impuesto de Sociedades en Territorio Común causado por el RDL 3/2016.

### Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de 2.609 miles de euros se corresponde principalmente a un descenso en los gastos anticipados.

### Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -66.412 miles de euros, reduciéndose en 42.374 miles de euros sobre 2015 gracias a la generación de caja ordinaria generada y entre otros efectos no ordinarios, al impacto de la citada venta del inmueble de ABC.

La ratio DFN/EBITDA comparable desciende desde 2,2x en 2015 a 1,3x en 2016, calculado sobre el EBITDA comparable de los últimos 12 meses, reforzando la situación financiera de la compañía.

<sup>8</sup> Resultado de sumar al efecto de la reforma fiscal por -81.545 miles de euros, los otros efectos no ordinarios en impuestos por -1.063 miles de euros.

## Desglose de Deuda Financiera Neta

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	19.724	25.770	-6.046	-23,5%
Endeudamiento financiero a largo plazo	66.396	99.355	-32.960	-33,2%
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>86.120</b>	<b>125.126</b>	<b>-39.006</b>	<b>-31,2%</b>
+ Efectivo y otros medios equivalentes	21.709	19.348	2.361	12,2%
+ Otros activos financieros no corrientes	270	270	0	0,0%
Gastos periodificados	2.271	3.279	-1.008	-30,7%
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>-66.412</b>	<b>-108.787</b>	<b>42.374</b>	<b>39,0%</b>

El endeudamiento a corto plazo incluye:

- i. deuda con entidades de crédito por 19.003 miles de euros, que incluye la reclasificación por los gastos de formalización del sindicado a corto plazo,
- ii. y otros pasivos con coste financiero corrientes por 1.783 miles de euros, principalmente vinculado con planes de pensiones.

El endeudamiento a largo plazo incluye:

- i. deuda con entidades de crédito por 66.113 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 1.493 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

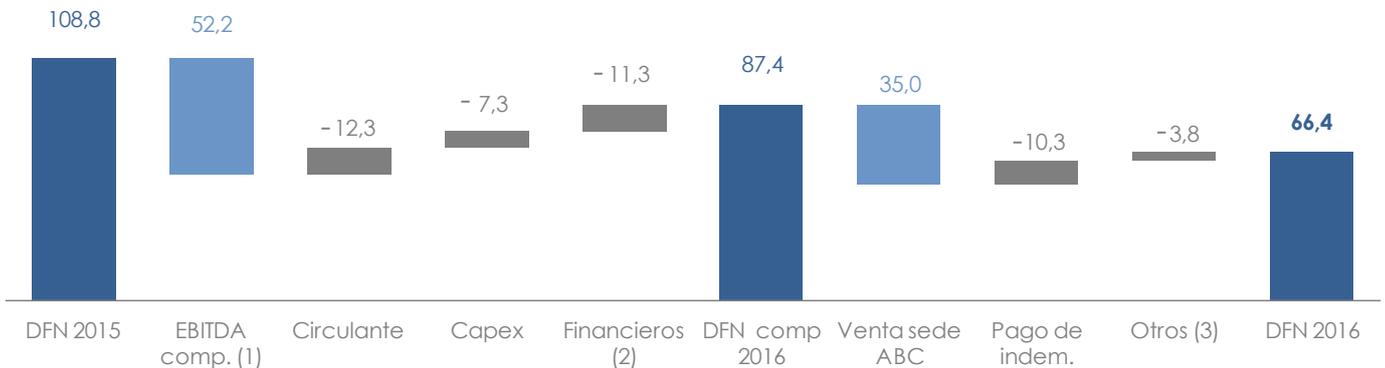
Un análisis del movimiento de deuda, entre negocio ordinario y extraordinario, permite observar que la generación de caja positiva proveniente de la operativa ordinaria del negocio es positiva por un total de 21.421 miles de euros. Dentro de los movimientos ordinarios en 2016, las variaciones más significativas se deben a:

- i. Variación en capital circulante de -12.262 miles de euros excluidos no ordinarios. La mejor actividad del negocio de Contenidos, cuyos cobros se producirán en 2017, es una de las múltiples razones de la evolución comparado con 2015.
- ii. Inversiones en inmovilizado material e inmaterial: salidas de caja por un total de -7.270 miles de euros, vinculadas principalmente con la actividad digital.

Dentro de los movimientos no ordinarios se incluyen la entrada de caja por la venta de la sede de ABC por importe de 35.000 miles de euros, los pagos por indemnizaciones en 2016 por -10.278 miles de euros, que incluyen ajustes de estructura de personal de 2015 y 2016, y otras salidas de caja no ordinarias por -3.767 miles de euros que responden, entre otros, al último pago por la compra en el 2015 de la participación del 34% a uno de los socios en Rotomadrid, y al pago relacionado con las opciones de venta de Las Provincias.

## Análisis del movimiento de deuda financiera neta 2015-2016

Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal y "one offs" €-10,1. Nota 2: incluye gastos financieros netos, dividendos a minoritarios e impuestos. Nota 3: incluye entre otros, compra 34% en Rotomadrid y pago relacionado con Las Provincias.

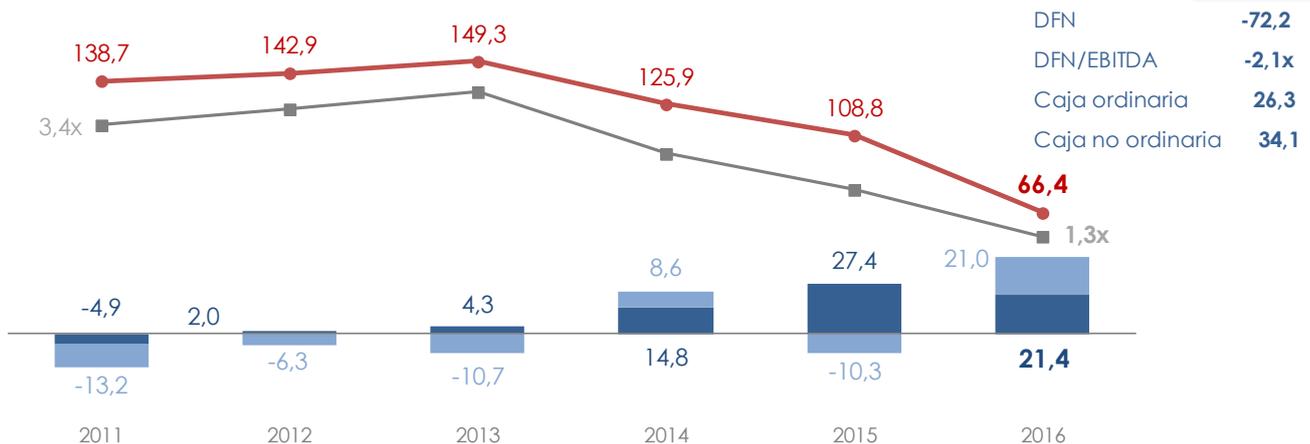
En una visión más a medio plazo, la mejora en el EBITDA comparable unida a un control del Capex y a la vigilancia de la inversión en circulante ha permitido un notable incremento en la generación de caja ordinaria desde 2011.

La deuda financiera neta se ha reducido en 72.246 miles de euros y su ratio de apalancamiento ha pasado desde más de 3 x DFN/EBITDA comparable en 2011 a 1,3 x en 2016.

## Análisis del movimiento de deuda financiera neta 2011-2016

Datos en €m

Variación acumulada 2011-2016



■ Generación de caja ordinaria ■ Generación de caja no ordinaria ● DFN ■ DFN/EBITDA comparable (x)

## Otros pasivos corrientes

La variación en el saldo de Otros Pasivos se debe principalmente a la disminución de saldos con proveedores.

## Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>-60.011</b>	<b>4.081</b>	<b>-64.092</b>	<b>n.r.</b>
Ajustes resultado del ejercicio	104.840	44.265	60.575	136,8%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante</b>	<b>44.829</b>	<b>48.346</b>	<b>-3.517</b>	<b>-7,3%</b>
Variación capital circulante y otros	-12.262	-5.164	-7.098	-137,5%
Otras partidas a pagar sin coste financiero	-4.247	-1.037	-3.210	-309,5%
Otras partidas a pagar con coste financiero	-2.286	-3.635	1.349	37,1%
Impuesto sobre las ganancias pagado	-2.473	-2.553	80	3,1%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	1.863	294	1.569	533,7%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)</b>	<b>25.424</b>	<b>36.251</b>	<b>-10.827</b>	<b>-29,9%</b>
Adiciones al inm. material e inmaterial	-7.270	-7.437	167	2,2%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	36.689	189	36.500	n.r.
Dividendos e intereses cobrados	230	882	-652	-73,9%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)</b>	<b>29.649</b>	<b>-6.366</b>	<b>36.015</b>	<b>565,7%</b>
Dividendos e intereses pagados	-10.433	-10.784	351	3,3%
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	-37.761	-17.600	-20.161	-114,6%
Otros cobros y pagos (financiación)	19	-19	38	200,0%
Operaciones societarias sin coste	-4.537	-4.931	394	8,0%
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>-52.712</b>	<b>-33.334</b>	<b>-19.378</b>	<b>-58,1%</b>
<b>Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo(I + II + III)</b>	<b>2.361</b>	<b>-3.449</b>	<b>5.810</b>	<b>168,5%</b>
<b>Efectivo y equivalentes operaciones discontinuadas</b>	<b>0</b>	<b>-654</b>	<b>654</b>	<b>100,0%</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>21.708</b>	<b>19.348</b>	<b>2.361</b>	<b>12,2%</b>

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 25.424 miles de euros que incluye entre otros: (i) pagos relacionados con las medidas de ajuste de personal por -10.278 miles de euros y (ii) variación en el capital circulante por -12.262 miles de euros, principalmente por la mejor actividad del negocio de Contenidos, citada anteriormente.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 29.649 miles de euros, explicados principalmente por la desinversión de la sede en ABC y, en menor medida, por la inversión en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -52.712 miles de euros, e incluye entre otros, los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO a sus accionistas minoritarios por -10.433 miles de euros, el segundo plazo de la compra del 34% en de Rotomadrid y un 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 decidida apuesta por Internet.

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado y CAPEX contable, 1.157 miles de euros, obedece al neto entre los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2015 y en 2016, y las inversiones registradas en 2016, pero no desembolsadas al cierre del ejercicio.

### Detalle de CAPEX por área de negocio

	NIIF (miles de euros)								
	2016			2015			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	3.915	3.189	7.104	4.729	2.786	7.514	-814	403	-411
Audiovisual	217	208	426	202	211	413	15	-2	13
Clasificados	281	150	430	326	77	403	-46	73	27
Estructura	416	102	518	216	48	264	200	54	254
<b>TOTAL</b>	<b>4.829</b>	<b>3.648</b>	<b>8.477</b>	<b>5.473</b>	<b>3.121</b>	<b>8.594</b>	<b>-644</b>	<b>528</b>	<b>-117</b>

## Información por área de actividad

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

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Periódicos	386.728	407.826	-21.098	-5,2%
Audiovisual	48.643	47.354	1.289	2,7%
Clasificados	17.815	15.435	2.380	15,4%
Estructura y eliminaciones	-4.422	-2.970	-1.452	-48,9%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>448.765</b>	<b>467.646</b>	<b>-18.881</b>	<b>-4,0%</b>
<b>EBITDA</b>				
Periódicos	40.247	45.010	-4.763	-10,6%
Audiovisual	12.740	12.680	61	0,5%
Clasificados	2.015	660	1.355	205,3%
Estructura y eliminaciones	-12.879	-10.712	-2.168	-20,2%
<b>Total EBITDA</b>	<b>42.123</b>	<b>47.638</b>	<b>-5.515</b>	<b>-11,6%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Periódicos	47.035	46.617	418	0,9%
Audiovisual	12.710	12.634	77	0,6%
Clasificados	2.076	831	1.244	149,7%
Otros	0	0	0	n.a.
Estructura y eliminaciones	-9.582	-9.887	305	3,1%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>52.238</b>	<b>50.194</b>	<b>2.044</b>	<b>4,1%</b>
<b>EBIT</b>				
Periódicos	45.445	30.609	14.837	48,5%
Audiovisual	10.574	8.030	2.543	31,7%
Clasificados	1.556	83	1.473	n.r.
Estructura y eliminaciones	-13.221	-11.708	-1.514	-12,9%
<b>Total EBIT</b>	<b>44.354</b>	<b>27.015</b>	<b>17.339</b>	<b>64,2%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
Periódicos	32.585	32.162	423	1,3%
Audiovisual	9.313	8.014	1.299	16,2%
Clasificados	1.613	261	1.352	519,0%
Estructura y eliminaciones	-9.923	-10.297	374	3,6%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>33.588</b>	<b>30.139</b>	<b>3.449</b>	<b>11,4%</b>

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -10.115 y 2015 -2.556 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 2016 20.881 miles de euros y 2015 -569 miles de euros.

## Compromisos para 2017

Las líneas de acción de VOCENTO para el 2017 derivan en los siguientes compromisos:

- i. Incremento del peso de los ingresos digitales sobre el total de ingresos publicitarios.
- ii. Mejora del EBITDA comparable entre otros, mediante la optimización de la estructura de negocio en los nuevos Planes de Eficiencia (c. €12m).
- iii. Generación de caja operativa ordinaria positiva.

Para ello se actúa en varios frentes:

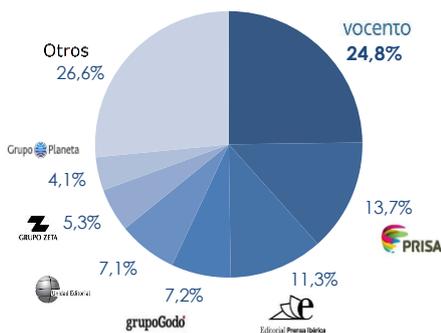
- i. Diversificación de negocios incluyendo nuevas líneas de negocio que permiten diversificar los ingresos y que aportan una mayor estabilidad a la cuenta de resultados de VOCENTO.
- ii. Reducción de costes.
- iii. Eficiencia en Cash Flow, por ejemplo, continuo control del Capex y vigilancia en circulante.

## Periódicos (incluye actividad offline y online)

VOCENTO presenta un claro liderazgo en presa de información general con una cuota del 24,8%, incrementándose la distancia frente a su inmediato grupo de comunicación comparable. También es líder en audiencia, según la 3ª ola acumulada 2016 EGM, con más de 2,3 millones de lectores, lo que supone más de un millón de lectores sobre el siguiente grupo, y con un notable posicionamiento en Internet con una audiencia superior a los 19 millones de usuarios únicos mensuales según comScore en el mes de diciembre de 2016.

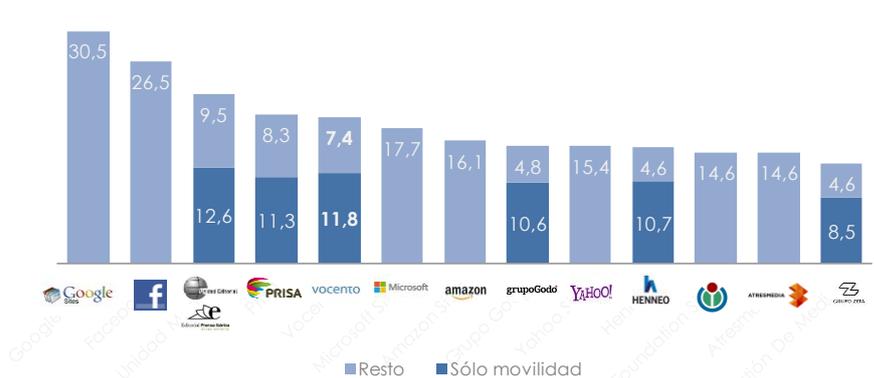
### Cuota de difusión ordinaria<sup>1</sup>

Datos en%



### Ranking de audiencia en Internet<sup>2</sup>

Datos en millones de usuarios únicos mes



Nota 1: fuente OJD 2016. Datos no certificados. Nota 2: fuente comScore diciembre 2016. Henneo se corresponde con Grupo Heraldo.

VOCENTO está presente y activo en la nueva realidad digital, tanto en el desarrollo de nuevos negocios como en la creación de las infraestructuras internas necesarias para un óptimo posicionamiento.

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

- i. Incremento de los ingresos digitales: acciones encaminadas a maximizar los ingresos publicitarios con segmentación de audiencias y ofertas multipantalla.

Entre las diversas medidas llevadas a cabo destaca el lanzamiento en abril de 2016 de Local Digital Kit, una solución para la presencia y 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, permite a las PYMES llegar de manera eficaz a sus clientes y obtener un retorno inmediato a sus inversiones. Tras el lanzamiento en seis ciudades, la mayoría en la última parte del año, ya cuenta con cerca de 300 clientes en su cartera.

El objetivo para 2017 es el lanzamiento en el resto de ciudades donde existe presencia de los medios de VOCENTO y diversificar la base de clientes a nuevos sectores.

Por otro lado, durante la primera parte de este año se producirá el lanzamiento de una nueva versión de Oferplan, portal de ofertas y planes, con un producto innovador que supondrá su evolución desde un portal dedicado a cupones hacia uno nuevo que combine cupones y reservas, configurándose en una guía del ocio con atractivos descuentos.

Local Digital Kit como Oferplan, son negocios con una fase de maduración más lenta, pero que aportarán una mayor estabilidad a la cuenta de resultados de VOCENTO.

Además, en el mes de julio se ha tomado una participación del 19,9%, vía Media for Equity -M4E-, en Dinero Gelt S.L., compañía propietaria de una aplicación que permite al usuario acceder a una amplia gama de ofertas de productos de consumo mediante "cupones digitales".

Estas iniciativas permiten contactar a sectores de anunciantes que tradicionalmente no invertían masivamente en el soporte de prensa por lo que se amplía la base de clientes.

- ii. Desarrollo de nuevos productos digitales: apoyado en VOCENTO Media Lab. Su objetivo es investigar, experimentar y capacitar en tendencias innovadoras y de interés mediante experiencias piloto a las cabeceras de la compañía. 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. Un importante hito ha sido el lanzamiento de Eslang como portal *responsive* dirigido a una audiencia *millennial*.

Una clave en la innovación reside en la movilidad, donde existen diversos hitos destacables como las nuevas aplicaciones para los suscriptores en premium en on+, o ABC como primer diario español en Facebook Instant Articles.

De cara a 2017 destacan las siguientes líneas de ejecución: la apuesta por las redes sociales, los dispositivos de movilidad y el video, y el refuerzo del *engagement* del usuario a través de conversaciones personalizadas con *bots* y el desarrollo de diversas aplicaciones.

- iii. 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.

En 2016 se ha implementado una plataforma para la gestión de los datos sobre los usuarios. En 2017 se avanzará en la explotación y cualificación de las audiencias. Estas herramientas tiene diversos objetivos como son incrementar tanto los ingresos transaccionales -gracias a entre otros a la venta cruzada y la venta dirigida de productos y servicios- como publicitarios.

La mejora de los ingresos publicitarios digitales se obtendrá mediante un incremento del inventario – engagement- así como de una optimización de la monetización del mismo gracias a la cualificación de las audiencias.

## Resumen gráfico del posicionamiento y aceleración digital en VOCENTO

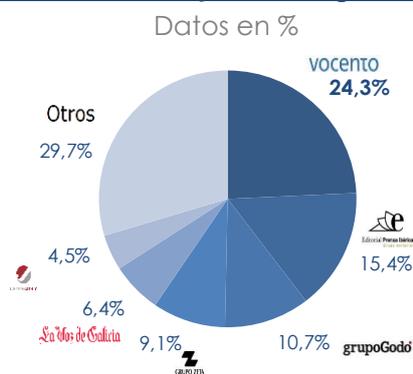


## Periódicos Regionales

VOCENTO es el líder indiscutible en los mercados regionales en España por el arraigo y excelente posicionamiento de sus 11 cabeceras regionales: El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, El Norte de Castilla, La Verdad, Ideal, Las Provincias, Sur, El Comercio, Hoy y La Rioja. La notoriedad de las cabeceras, algunas de ellas con más de 100 años, su elevado reconocimiento local y la fuerte vinculación con su territorio, las sitúa como referente en sus mercados. El ejercicio del periodismo desde la rigurosidad y la independencia son sus mejores credenciales.

Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen su liderazgo en términos de difusión en 2016, alcanzando una cuota de mercado en prensa regional del 24,3%, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,4%.

### Cuota de difusión prensa regional 2016 <sup>1</sup>

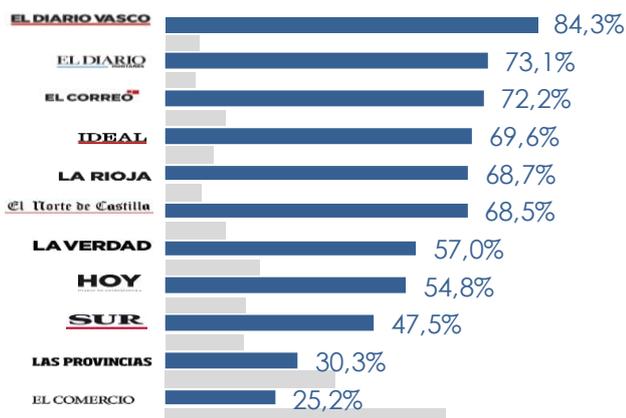


Nota 1: fuente OJD. Datos no certificados.

En cuanto a la audiencia en prensa, las cabeceras regionales son también líderes en offline, con más de 1,8<sup>9</sup> millones de lectores, 0,6m lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional, y en online, donde alcanzan una audiencia de casi 19<sup>10</sup> millones de usuarios únicos mensuales. Asimismo, cada uno de los once portales es líder en audiencia en su mercado de referencia.

### Cuota difusión área influencia por cabecera<sup>1</sup>

Datos en %



### Audiencia portales locales<sup>2</sup>

Datos en miles de usuarios únicos mes



Nota 1: fuente OJD. 2016. Datos no certificados. Nota 2: fuente comScore diciembre 2016.

<sup>9</sup> Fuente EGM 3º ola acumulada 2016.

<sup>10</sup> Fuente comScore diciembre 2016 de usuarios únicos mensuales.

Las principales líneas de trabajo, que tienen como objetivo mantener el liderazgo de los periódicos independientemente del soporte y proteger la rentabilidad del negocio, se resumen en:

- i. **Potenciar el negocio digital:** desarrollo de los negocios existentes en e-commerce como Oferplan, y consolidación del modelo de pago digital "on+", que incluye contenidos exclusivos, con el lanzamiento durante mayo de 2016 en El Diario Vasco. Además, se han lanzado nuevos productos y servicios, como Local Digital Kit. En 2017, el objetivo es ampliar la presencia geográfica de los productos que han tenido un mayor éxito, entre los que destaca Local Digital Kit. Además se ha ampliado el modelo "on+" con el lanzamiento en el mes de febrero en El Diario Montañés. El amplio portafolio de VOCENTO permite que experiencias piloto que son un éxito sean extrapolables al resto de marcas.
- ii. **Protección de la rentabilidad:** incrementar algunos precios de cabecera, continuar con la optimización de procesos y recursos, sin dejar de invertir en la calidad del producto editorial, y mantener la apuesta por la difusión rentable. En este sentido, las medidas de los planes de eficiencia tienen por objetivo optimizar la estructura del área.

### Evolución anual del EBITDA comparable<sup>1</sup> de Regionales 2011-2016



Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs

### Periódico Nacional- ABC

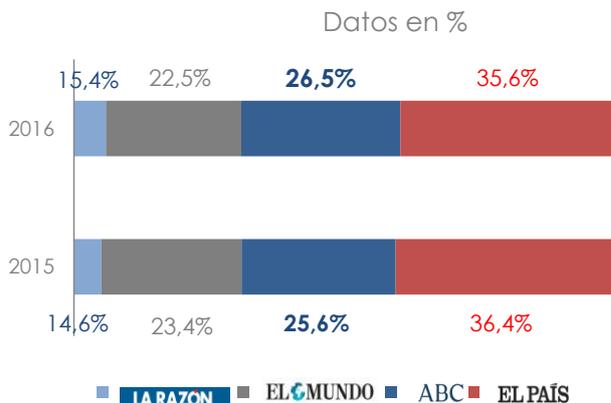
ABC es la cabecera nacional de VOCENTO y cuenta con más de 110 años de historia. Es uno de los diarios nacionales de referencia, además de ser uno de los periódicos líderes de este país.

ABC ha desarrollado una presencia multisoprote: ABC prensa + ABC en Kiosco y Más + ABC.es + ABC móvil (aplicaciones para diferentes entornos multipantalla), que se completa en radio con el apoyo derivado del acuerdo de emisión en cadena con COPE. 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 o venta base que incluye las suscripciones individuales y la venta en quiosco, que es aquella que reporta rentabilidad, disminuyendo de forma voluntaria y controlada la difusión no ordinaria, o (difusión en bloque y colectiva).

Destacar que ABC gana cuota de difusión en el mercado clave de la Comunidad de Madrid, donde cada vez abre un mayor diferencial con El Mundo, como se puede observar en el siguiente gráfico, y se acerca a El País.

## Cuota de difusión ordinaria en Madrid 2015-2016<sup>1</sup>

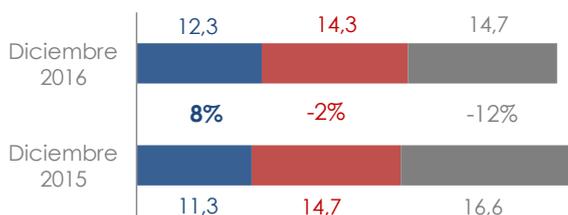


Nota 1: fuente OJD. Datos 2016 no certificados

Por su parte, abc.es sigue ganando cuota de audiencia gracias al potencial en los dispositivos de movilidad. Según comScore en diciembre de 2016, alcanza los 12 millones de usuarios únicos mensuales con un crecimiento del +8% por encima de sus comparables. Destacar que de estos, 8 millones o un 67% del total provienen exclusivamente de móviles que crecen un +21% comparado contra el año anterior, por encima también de sus comparables.

### Audiencia online total<sup>1</sup>

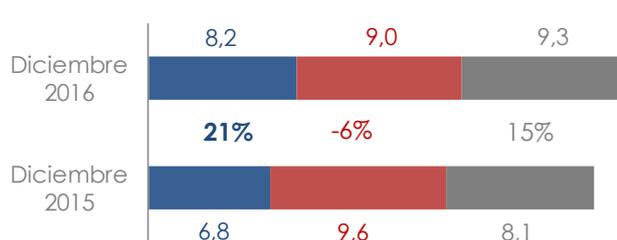
Datos en millones de usuarios únicos



■ ABC.es Sites ■ EL PAÍS.com.es ■ elmundo.es Sites

### Audiencia online movilidad exclusiva<sup>1</sup>

Datos en millones de usuarios únicos



Nota 1: fuente comScore. ■ ABC.es Sites ■ EL PAÍS.com.es ■ elmundo.es Sites

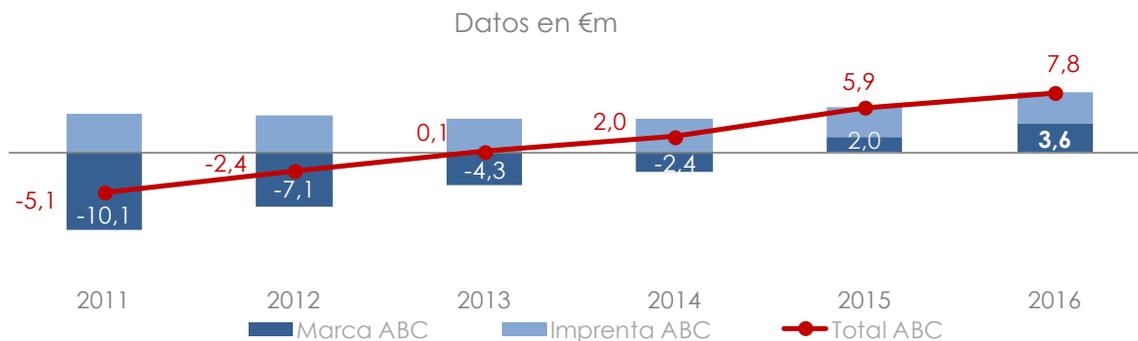
Durante 2016, las claves en la estrategia han sido el posicionamiento de mercado y la rentabilidad:

- Incrementar el negocio digital potenciando la movilidad, la personalización y la captación de nuevos registros y además reforzando la oferta de servicios y utilidades al cliente (e.g. Oferplan o ABC Foto).
- Mejora de la rentabilidad a través de la subida de precios de cabecera -en los domingos desde €2,8 a €3,0- y de continuar con la reducción de costes de impresión.
- Fidelización tanto del lector quiosco como de los usuarios en la plataforma digital de Kiosco y Más.

El EBITDA comparable mantiene una continua tendencia creciente pese a la caída publicitaria.

Desde 2011 el EBITDA comparable de ABC acumula una mejora de 13.701 miles de euros gracias a la puesta en rentabilidad de las marcas de ABC. El agregado de la actividad editora y digital en ese periodo ha pasado de tener pérdidas EBITDA comparable por -10.081 miles de euros en 2011, a registrar un EBITDA comparable positivo de 3.620 miles de euros en 2016.

## Evolución anual del EBITDA comparable<sup>1</sup> de ABC 2011-2016



Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs

De cara a 2017, se mantienen los objetivos estratégicos de 2016:

- i. Transformación digital basada en abc.es con una renovada oferta en los verticales de lujo y cine y TV, el refuerzo de los servicios existentes, como Oferplan o ABC Foto, y el lanzamiento de nuevos productos digitales, como son, por ejemplo, Local Digital Kit en Sevilla o el portal de descuentos abc.es, una nueva plataforma digital de descuentos.  
Conocimiento del cliente que permita su fidelización mediante acciones de marketing cada vez más efectivas.
- ii. Proteger la rentabilidad de ABC mediante la subida de precios de cabecera - en lunes a viernes desde €1,5 a €1,6- y la optimización de costes operativos.

## Suplementos y Revistas

VOCENTO edita los dos suplementos líderes por audiencia en España: XL Semanal y Mujer Hoy. La calidad de sus firmas y 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, Carmen Posadas o David Gistau, entre otros. El objetivo es continuar invirtiendo en un producto diferencial con visión periodística, que permita atraer tanto a lectores como anunciantes.

Por su parte, Mujer Hoy es el segundo suplemento más leído, además del femenino líder en su categoría. Destaca la notable actividad en eventos corporativos que permiten optimizar la imagen de la marca junto a anunciantes de primer orden, así como el desarrollo de productos en e-commerce como Guapabox, en el segmento de *beauty boxes*.

Dentro de la división de revistas, Corazón CZN TVE, en alianza con el programa de TVE Corazón presentado por Anne Igartiburu, se sitúa por ventas entre las principales revistas del corazón.

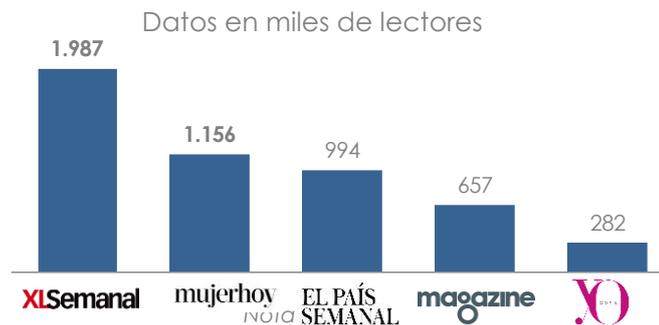
Dentro del segmento de lujo masculino destaca la revista mensual de gran formato Código Único dirigida a los hombres, urbanitas de clase alta, y amantes del lujo y de las marcas.

En el ámbito de la información económica, [Inversión y Finanzas](#) es la revista semanal líder por venta en quiosco, gracias a un riguroso análisis de cobertura de la actualidad bursátil y económica.

En cuanto a 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 en 2016 de más de 3,3 millones de lectores, con un claro liderazgo de XL Semanal -cerca de dos millones de lectores; casi un millón sobre su inmediato comparable ; fuente: 3ª ola acumulada 2016 EGM- y Mujer Hoy con más un millón de lectores.

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



Se observa además un claro liderazgo en cuanto a cuota de mercado publicitaria. Según datos internos, XL Semanal **consolida su cuota de mercado publicitaria** entre los dominicales con una cuota del 34%, según fuentes internas.

En cuanto a la vertiente digital, Mujerhoy.com, con cerca de 1,3 millones de usuarios únicos, según comScore diciembre 2016, se sitúa al nivel de los principales verticales de la categoría.

Durante el año 2016, se han tomado diversas medidas con el objetivo de mejorar la actividad de los suplementos y revistas de VOCENTO:

- i. [Consolidación de la posición de liderazgo](#) tanto en audiencia como en cuota publicitaria de los suplementos de VOCENTO tras la alianza con el Grupo Zeta para la distribución de manera conjunta de XL Semanal y de Mujer Hoy con El Periódico en Cataluña.
- ii. [Inversión en la atractiva cartera](#) de productos existentes, como por ejemplo en el rediseño de Código Único.
- iii. [Refuerzo del posicionamiento de Inversión y Finanzas](#) tras el acuerdo estratégico con Bloomberg Businessweek para publicar sus reportajes y artículos en español.
- iv. [Impulso tanto del área de eventos y acciones especiales](#) como de nuevas iniciativas digitales, entre las que destaca el rediseño del portal mujerhoy.com, y el lanzamiento de XLsemanal.com y codigounico.com, así como el fomento del e-commerce con Guapabox, entre otros.
- v. Compatibilizar dicha posición de liderazgo con el criterio de [racionalidad en costes](#), sin reducir la calidad del contenido editorial.

De cara al ejercicio 2017, hay tres ejes estratégicos:

- i. [Reforzar los contenidos digitales](#) que permitan un crecimiento del tráfico en los portales verticales y su monetización, lanzamiento de nuevos productos y continuar con la apuesta por Guapabox.

- ii. [Mantenimiento de la posición de liderazgo](#) en el soporte en papel. En 2017 además, XL Semanal cumple 30 años.
- iii. [Incrementar el negocio en nuevas líneas de explotación](#) como son los eventos y el diseño de acciones especiales diseñados a medida del cliente.

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

	NIIF			
Miles de Euros	2016	2015	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Regionales	276.355	286.501	-10.146	-3,5%
ABC	98.786	110.085	-11.299	-10,3%
Suplementos y Revistas	28.821	29.942	-1.121	-3,7%
Eliminaciones	-17.234	-18.702	1.468	7,8%
<b>Total Ingresos de Explotaci</b>	<b>386.728</b>	<b>407.826</b>	<b>-21.098</b>	<b>-5,2%</b>
<b>EBITDA</b>				
Regionales	34.704	38.588	-3.884	-10,1%
ABC	5.173	5.174	-1	-0,0%
Suplementos y Revistas	370	1.248	-878	-70,4%
<b>Total EBITDA</b>	<b>40.247</b>	<b>45.010</b>	<b>-4.763</b>	<b>-10,6%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Regionales	38.908	39.510	-602	-1,5%
ABC	7.757	5.858	1.899	32,4%
Suplementos y Revistas	370	1.249	-879	-70,4%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>47.035</b>	<b>46.617</b>	<b>418</b>	<b>0,9%</b>
<b>EBIT</b>				
Regionales	24.208	29.511	-5.303	-18,0%
ABC	21.223	42	21.181	n.r.
Suplementos y Revistas	14	1.055	-1.041	-98,7%
<b>Total EBIT</b>	<b>45.445</b>	<b>30.609</b>	<b>14.837</b>	<b>48,5%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
Regionales	29.855	30.390	-535	-1,8%
ABC	2.716	715	2.000	279,7%
Suplementos y Revistas	14	1.056	-1.042	-98,6%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>32.585</b>	<b>32.162</b>	<b>423</b>	<b>1,3%</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.

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -6.787 miles de euros y 2015 -1.606 miles de euros.

<sup>2</sup> Excluye resultado por enajenación de inmovilizado 2016 19.647 miles de euros y 2015 53 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** 386.728 miles de euros, un -5,2% inferior al 2015.

**Ventas de ejemplares:** asciende a 182.710 miles de euros, un descenso del -5,8%. Los ingresos por venta de ejemplares de [Prensa Regional](#) descienden en 2016 un -4,3%, con una caída de la

difusión del -7,8%. En [ABC](#), los ingresos por venta de ejemplares descienden un -9,3%, impactados por la reducción voluntaria de parte de sus ventas.

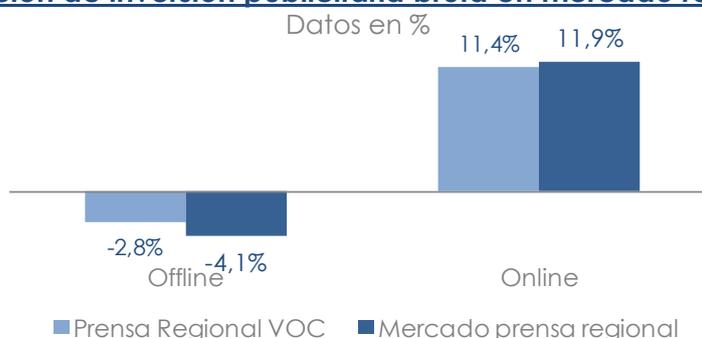
Por último, la menor caída en los ingresos por venta de ejemplares en [Suplementos y Revistas](#) del -0,8% se explica por la distribución de XL Semanal y Mujer Hoy en Cataluña.

**Ventas de Publicidad:** alcanzan 142.983 miles de euros, un descenso del -3,9%. La publicidad de las marcas regionales y ABC descienden un -3,2%, con una diferente evolución entre la publicidad online, que crece un +10,4%, y la offline, que desciende un -6,6%.

Los [Regionales](#) alcanzan unas ventas de publicidad de 95.930 miles de euros, un descenso del -1,2% sobre 2015.

El crecimiento publicitario online permite que crezca el peso de los ingresos digitales sobre el total de ingresos de los periódicos regionales por encima de sus comparables, partiendo de una base superior al del resto de operadores locales.

### Evolución de inversión publicitaria bruta en mercado regional

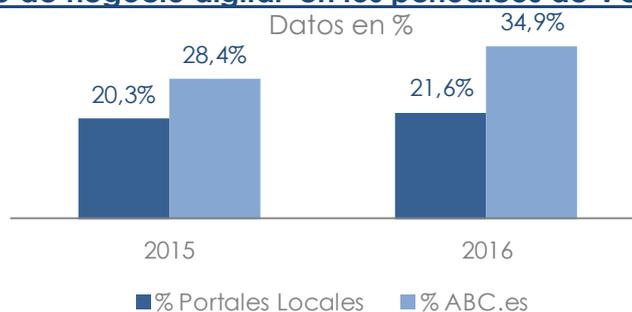


Nota 1: fuentes internas. Datos de publicidad bruta 2016.

En [ABC](#), los ingresos por publicidad descienden un -9,2%, con un crecimiento publicitario en ABC.es del +12,6% y un descenso en offline del -17,3%, consecuencia del entorno publicitario más debilitado del mercado de prensa offline nacional.

La paulatina incorporación del modelo digital se refleja en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (21,6% +1,3 p.p.), como en ABC (34,9% +6,6 p.p.).

### Peso de negocio digital en los periódicos de VOCENTO



Nota 1: Peso de negocio digital se calcula como los ingresos publicidad digital más e-commerce sobre el total de ingresos de publicidad más e-commerce.

**Otros Ingresos:** se sitúan en 61.035 miles de euros, un descenso del -6,0%, debido a una política más selectiva en promociones de ABC y a la menor actividad de las imprentas locales.

**EBITDA comparable<sup>11</sup>:** asciende a 47.035 miles de euros, un incremento de 418 miles de euros sobre un año antes. La rentabilidad del área crece, con un margen EBITDA comparable del 12,2%, en comparación con el 11,4% en 2015.

### Evolución del EBITDA comparable Periódicos

Datos en €m

(NIIF Miles de Euros)	2016	2015	Var Abs
Regionales	38.908	39.510	-602
ABC	7.757	5.858	1.899
Suplementos y Revistas	370	1.249	-879
<b>Total</b>	<b>47.035</b>	<b>46.617</b>	<b>418</b>

En 2016 se produce una disminución de los costes comparables del -5,3%<sup>9</sup>:

### Evolución de los costes comparables Periódicos

Datos en €m

Costes operativos comp. (miles de euros)	2016	2015	Var Abs	Var %
Regionales	-237.448	-246.991	9.544	3,9%
ABC	-91.030	-101.727	10.698	10,5%
Suplementos y Revistas	-28.451	-28.693	242	0,8%
Eliminaciones	17.234	18.702	-1.468	-7,8%
<b>Total</b>	<b>-339.693</b>	<b>-358.709</b>	<b>19.015</b>	<b>5,3%</b>

- i. **Regionales:** los ahorros del Plan de Eficiencia, incluidos como un menor gasto de personal -en el siguiente gráfico dentro del epígrafe "Otros"- permite sostener el EBITDA comparable de 38.908 miles de euros. La reducción de costes en Regionales es de -9.544 miles de euros, lo que además posibilita mejorar ligeramente su margen EBITDA comparable 2016 hasta 14,1%.

### Regionales: evolución del EBITDA comparable

Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m) y margen EBITDA comparable (%)



Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2015 €-0,9m y 2016 €-4,2m. Nota. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen margen de imprentas, comerciales y otros costes fijos.

- ii. **ABC:** su EBITDA comparable crece durante 2016 en 1.899 miles de euros.

<sup>11</sup> Excluye medidas de ajuste de personal y "one offs" 2016 -6.787 miles de euros y 2015 -1.606 miles de euros.

Los ahorros del Plan de Eficiencia e Industrial, junto a una política más eficiente de promociones, permiten alcanzar un EBITDA comparable de 7.757 miles de euros y un EBIT comparable de 2.716 miles de euros.

### **ABC: evolución del EBITDA comparable**

Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m).



Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2015 €-0,7m y 2016 €-2,6m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen margen de imprentas, comerciales y otros costes fijos.

- iii. Suplementos y Revistas: alcanza un EBITDA comparable de 370 miles de euros que se compara con 1.249 miles de euros en 2015.

## **Audiovisual**

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

### **Televisión**

VOCENTO, con su participación del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV S.A. ("NET TV"), tiene presencia en uno de los 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 plazo.

2016 ha sido el primer año de estabilidad en el entorno regulatorio de la televisión, lo que ha tenido como consecuencia una mejora de la rentabilidad de la división de televisión nacional. De cara a 2017, se espera un año de continuidad.

### **Radio**

La alianza con Cadena COPE ha permitido desde 2013, aparte de aportar una rentabilidad estable, permite reforzar la marca ABC al tener sus contenidos editoriales y comunicadores un altavoz en COPE.

### **Producción Audiovisual y Distribución-Veralia**

La presencia de VOCENTO en el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento, factual 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 219 títulos.

Las productoras de Veralia durante 2016 han tenido entre desarrollo, preproducción, producción y emisión diversos formatos, entre los que destaca, "9 meses con Samanta", "Magic Manía" (Disney Channel), "Yo Soy del Sur" (Canal Sur), "A Tu Vera" (Castilla la Mancha TV), "Donde quieres estar" (Canal Extremadura) y "El Ministerio del Tiempo" (RTP, Portugal). Otro programa de éxito ha sido la gala emitida por TVE en Nochebuena "Telepasión".

En 2016, las productoras de Veralia se han posicionado como referencia en el sector tras un ejercicio en el que se ha incrementado el volumen de producciones y diversificado la cartera de clientes. El año 2017 se presenta con mejores perspectivas tras el acuerdo con TVE para la producción de una serie diaria de ficción.

En el área de distribución de películas, Veralia Distribución de Cine, tras el acuerdo alcanzado en 2013 con ciertos socios minoritarios de Veralia, ha reducido el riesgo de impacto de la volatilidad del área, liberado de la necesidad de invertir en Capex y favorecido sus posibilidades de rentabilidad. Por el lado del cine, el objetivo es seguir maximizando los ingresos provenientes del catálogo existente en un mercado creciente con la entrada de los nuevos operadores OTT (over the top) en el entorno competitivo de la televisión.

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

<b>NIIF</b>				
<b>Miles de Euros</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>Var Abs</b>	<b>Var %</b>
<b>Ingresos de Explotación</b>				
TDT	29.400	30.113	-713	-2,4%
Radio	4.130	4.082	48	1,2%
Contenidos	15.381	13.579	1.802	13,3%
Eliminaciones	-267	-419	152	36,3%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>48.643</b>	<b>47.354</b>	<b>1.289</b>	<b>2,7%</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT	5.825	5.328	497	9,3%
Radio	2.604	2.646	-42	-1,6%
Contenidos	4.312	4.706	-395	-8,4%
<b>Total EBITDA</b>	<b>12.740</b>	<b>12.680</b>	<b>61</b>	<b>0,5%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
TDT	5.825	5.329	496	9,3%
Radio	2.574	2.599	-25	-1,0%
Contenidos	4.312	4.706	-395	-8,4%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>12.710</b>	<b>12.634</b>	<b>77</b>	<b>0,6%</b>
<b>EBIT</b>				
TDT	6.757	5.031	1.727	34,3%
Radio	2.615	2.626	-11	-0,4%
Contenidos	1.201	374	827	221,1%
<b>Total EBIT</b>	<b>10.574</b>	<b>8.030</b>	<b>2.543</b>	<b>31,7%</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
TDT	5.557	5.056	501	9,9%
Radio	2.554	2.584	-30	-1,1%
Contenidos	1.201	374	827	221,1%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>9.313</b>	<b>8.014</b>	<b>1.299</b>	<b>16,2%</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 2016 por 1.657 y 2015 por 2.075 miles de euros.

<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal en 2016 de 30 miles euros y en 2015 de 46 miles euros.

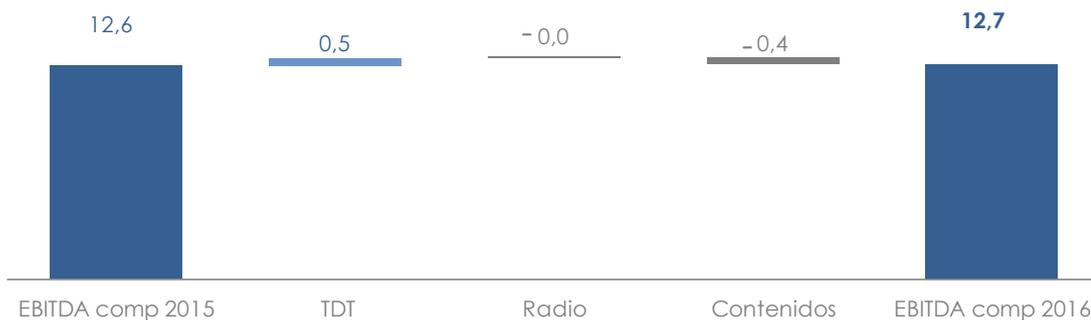
<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado en 2016 1.231 miles euros y 2015 -30 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** alcanza 48.643 miles de euros, un incremento del +2,7% debido principalmente a la mayor actividad de las productoras de contenidos.

**EBITDA comparable<sup>12</sup>:** asciende a 12.710 miles de euros, prácticamente igual que en 2015, una mejora de 77 miles de euros. El margen EBITDA comparable del área se sitúa en el 26,1% a cierre de 2016 en comparación con el 26,7% en 2015.

## Evolución EBITDA comparable del área Audiovisual

Datos en €m



- i. **TDI:** EBITDA comparable de 5.825 miles de euros en 2016, con un incremento de 496 miles de euros comparado con 2015, debido a la consolidación de los dos canales en TDT nacional.
- ii. **Radio:** EBITDA comparable de 2.574 miles de euros prácticamente el mismo que en 2015 que fue de 2.599 miles de euros. La estabilidad es consecuencia del acuerdo alcanzado con COPE.
- iii. **Contenidos:** EBITDA comparable de 4.312 miles de euros que se compara con 4.706 miles de euros en 2015. El descenso es consecuencia de la senda decreciente en la rentabilidad de la comercialización de derechos en distribución de cine, que no es compensada por la mayor actividad en la producción de contenidos.

**Resultado de Explotación comparable:** (dado el importe de las amortizaciones en esta área se comenta su evolución). Asciende a 9.313 miles de euros en comparación con 8.014 miles de euros en 2015, debido a la mejora en EBITDA comparable y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en 1.222 miles de euros en 2016. Destacar que todas las divisiones ya se encuentran en rentabilidad del EBIT comparable.

<sup>12</sup> Excluye medidas de ajuste de personal en 2016 de 30 miles euros y en 2015 de 46 miles 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), empleo con Infoempleo.com (top#4) y motor con autocasión.com (top#6).

2016 se ha caracterizado por la consolidación del negocio con un notable crecimiento tanto en ingresos como en EBITDA y un destacable nivel de cuota y de penetración de mercado. El enfoque estratégico se desarrolla en el segmento B2B con ofertas comerciales atractivas. Como hitos concretos, se ha producido el rediseño de los portales Infoempleo.com y autocasión.com.

De cara a 2017 se mantienen las líneas de acción de 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. Por el lado de los ingresos, mediante acciones de marketing de marca, el objetivo es incrementar la facturación publicitaria tanto de clasificados como display. Asimismo, continuarán las medidas que permitan captar, fidelizar e incrementar el ingreso medio por cliente. Por el lado de los costes, todas estas medidas se ejecutan bajo el criterio de rentabilidad manteniendo la estructura operativa.

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

Miles de Euros	NIIF			
	2016	2015	Var Abs	Var %
<b>Ingresos de Explotación</b>				
Clasificados	17.815	15.435	2.380	15,4%
<b>Total Ingresos de Explotación</b>	<b>17.815</b>	<b>15.435</b>	<b>2.380</b>	<b>15,4%</b>
<b>EBITDA</b>				
Clasificados	2.015	660	1.355	205,3%
<b>Total EBITDA</b>	<b>2.015</b>	<b>660</b>	<b>1.355</b>	<b>205,3%</b>
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>				
Clasificados	2.076	831	1.244	149,7%
<b>Total EBITDA comparable</b>	<b>2.076</b>	<b>831</b>	<b>1.244</b>	<b>149,7%</b>
<b>EBIT</b>				
Clasificados	1.556	83	1.473	n.r.
<b>Total EBIT</b>	<b>1.556</b>	<b>83</b>	<b>1.473</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBIT comparable<sup>1 2</sup></b>				
Clasificados	1.613	261	1.352	519,0%
<b>Total EBIT comparable</b>	<b>1.613</b>	<b>261</b>	<b>1.352</b>	<b>519,0%</b>

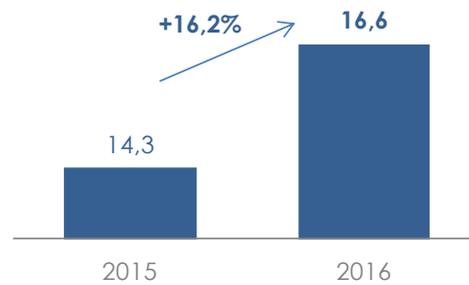
<sup>1</sup> Excluye medidas de ajuste de personal en 2016 de -61 miles euros y en 2015 de -171 miles euros.

<sup>2</sup> Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado en 2016 4 miles euros y 2015 -6 miles de euros.

**Ingresos de Explotación:** alcanzan 17.815 miles de euros, un crecimiento del 15,4%, debido al buen comportamiento de los ingresos de publicidad del área que se incrementan un 16,2%.

## Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados

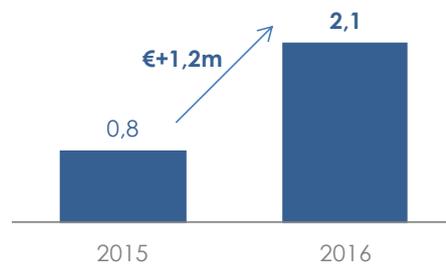
Datos en €m



**EBITDA comparable:** alcanza en 2016 miles de euros en comparación con 831 miles de euros en 2015, gracias al incremento de facturación que permite avanzar en el objetivo de crecimiento de rentabilidad en el área.

## Evolución del EBITDA comparable del área de Clasificados<sup>1</sup>

Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste 2016 €-0,1m y 2015 €-0,2m.

## Datos operativos

### Periódicos

Datos de Difusión Media	2016	2015	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	91.159	107.802	-16.643	-15,4%
<b>Prensa Regional</b>				
El Correo	66.623	72.956	-6.334	-8,7%
El Diario Vasco	50.831	53.493	-2.662	-5,0%
El Diario Montañés	23.222	25.156	-1.934	-7,7%
Ideal	18.152	19.624	-1.472	-7,5%
La Verdad	15.821	17.470	-1.649	-9,4%
Hoy	10.303	11.103	-800	-7,2%
Sur	15.992	17.579	-1.587	-9,0%
La Rioja	9.368	10.231	-863	-8,4%
El Norte de Castilla	18.089	20.456	-2.367	-11,6%
El Comercio	16.357	17.410	-1.053	-6,0%
Las Provincias	16.679	18.110	-1.430	-7,9%
<b>TOTAL Prensa Regional</b>	<b>261.438</b>	<b>283.587</b>	<b>-22.150</b>	<b>-7,8%</b>

Fuente: OJD. Datos 2016 no certificados.

Audiencia	3ºOla 16	3ºOla 15	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	<b>453.000</b>	<b>497.000</b>	<b>-44.000</b>	<b>-8,9%</b>
<b>Prensa Regional</b>	<b>1.859.000</b>	<b>2.029.000</b>	<b>-170.000</b>	<b>-8,4%</b>
El Correo	386.000	419.000	-33.000	-7,9%
El Diario Vasco	198.000	249.000	-51.000	-20,5%
El Diario Montañés	141.000	161.000	-20.000	-12,4%
Ideal	139.000	192.000	-53.000	-27,6%
La Verdad	191.000	191.000	0	0,0%
Hoy	134.000	134.000	0	0,0%
Sur	124.000	148.000	-24.000	-16,2%
La Rioja	85.000	84.000	1.000	1,2%
El Norte de Castilla	191.000	181.000	10.000	5,5%
El Comercio	152.000	155.000	-3.000	-1,9%
Las Provincias	118.000	115.000	3.000	2,6%
<b>Suplementos</b>				
XL Semanal	1.760.000	2.024.000	-264.000	-13,0%
XL Dominical	146.000		146.000	n/r
Mujer Hoy	1.156.000	1.255.000	-99.000	-7,9%
Mujer Hoy Corazón	186.000	266.000	-80.000	-30,1%
Inversión y Finanzas	23.000	37.000	-14.000	-37,8%

### Usuarios Unicos Mensuales (Miles)

	dic-16	dic-15	Var Abs	%
Vocento	19.180	18.449	731	4,0%

Fuente: ComScore Multiplataforma.

### Audiovisual

#### Mercado TDT Nacional

	dic-16	dic-15	Var Abs
NET TV audiencia	3,2%	3,3%	-0,1 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) 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.

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 entre otros 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, el importe recibido por la venta de la sede de ABC, el importe de la compra de minoritarios de Rotomadrid, 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.: conciliación entre los datos contables y las Medidas Alternativas al Rendimiento**

Miles de Euros	<b>2016</b>	<b>2015</b>
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	-57.756	9.104
Ingresos financieros	-243	-1.538
Gastos financieros	6.701	7.705
Otros resultados de instrumentos financieros	294	-923
Impuesto sobre beneficios de las operaciones continuadas	92.570	6.057
Amortizaciones y depreciaciones	18.650	20.055
Deterioro del Fondo de Comercio	2.500	5.350
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	-20.881	569
Resultado de sociedades por el método de participación	110	-257
Resultado neto en enajenación de activos financieros no corrientes	177	1.516
<b>EBITDA</b>	<b>42.123</b>	<b>47.638</b>
Indemnizaciones	10.115	2.556
<b>EBITDA COMPARABLE</b>	<b>52.238</b>	<b>50.194</b>
EBITDA	42.123	47.638
Amortizaciones y depreciaciones	-18.650	-20.055
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	20.881	-569
<b>EBIT</b>	<b>44.354</b>	<b>27.016</b>
Indemnizaciones	10.115	2.556
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado material e intangible	-20.881	569
<b>EBIT COMPARABLE</b>	<b>33.588</b>	<b>30.139</b>

Miles de Euros	2016	2015
Deuda financiera con entidades de crédito a Largo Plazo	64.903	97.004
Otros pasivos con coste financiero a Largo Plazo	1.493	2.351
Deuda financiera con entidades de crédito a Corto Plazo	17.942	23.262
Otros pasivos con coste financiero a Corto Plazo	1.783	2.509
Efectivo y otros medios equivalentes	-21.709	-19.348
Otras cuentas a cobrar no corrientes con coste financiero	-270	-270
Gastos de apertura del sindicato	2.271	3.279
<b>DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)</b>	<b>66.412</b>	<b>108.787</b>
DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)	66.412	108.787
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	-10.278	-6.329
Cobro por venta Edificio ABC	35.000	0
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias , segundo pago del la compra del 34% de Rotomadrid y cobro por venta de activos	-3.767	-3.972
<b>DEUDA FINANCIERA NETA COMPARABLE</b>	<b>87.367</b>	<b>98.486</b>
DFN del inicio del periodo	108.787	125.869
DFN del final del periodo	-66.412	-108.787
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	10.278	6.329
Cobro por venta Edificio ABC	-35.000	0
Pago por renegociación de las opciones de venta de Las Provincias , segundo pago del la compra del 34% de Rotomadrid y cobro por venta de activos	3.767	3.972
<b>GENERACION DE CAJA ORDINARIA</b>	<b>21.420</b>	<b>27.383</b>

## **Aviso Legal**

Las declaraciones contenidas en este documento, incluyendo aquellas referentes a cualquier posible realización o estimación futura de Vocento S.A. o su grupo, son declaraciones prospectivas y en este sentido implican riesgos e incertidumbres.

Asimismo, los resultados y desarrollos reales pueden diferir materialmente de los expresados o implícitos en las declaraciones anteriores, dependiendo de una variedad de factores, y en ningún caso suponen ni una indicación del rendimiento futuro ni una promesa o garantía de rentabilidad futura.

Adicionalmente, 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 u otra información disponible, debido a este redondeo.

El contenido de este documento no es, ni debe ser considerado, un documento de oferta o una oferta o solicitud de suscripción, compra o venta de acciones, y no se dirige a personas o entidades que sean ciudadanas, residentes en, constituidas en o ubicadas en, cualquier jurisdicción en la que su disponibilidad o uso constituyan una infracción de la legislación o normativa local, requisitos de registro y licencia. Del mismo modo, tampoco está dirigido ni destinado a su distribución o utilización en país alguno en el que se refiera a valores no registrados.

Por todo lo anterior, no se asume responsabilidad alguna, en ningún caso, por las pérdidas, daños, sanciones o cualquier otro perjuicio que pudiera derivarse, directa o indirectamente, del uso de las declaraciones e informaciones incluidas en el documento.

## **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)



vocento

# RESULTADOS 2016

28 de febrero de 2017

# ÍNDICE

---

**1. AVANZANDO EN LA TRANSFORMACIÓN**

2. EVOLUCIÓN EN 2016 DE LOS NEGOCIOS

3. PERSPECTIVAS PARA 2017

# CRECIMIENTO EN EBITDA PESE A CAIDA PUBLICIDAD

## Evolución principales magnitudes PYG VOCENTO 2011-2016

€m



**Variación acumulada 2011-2016**

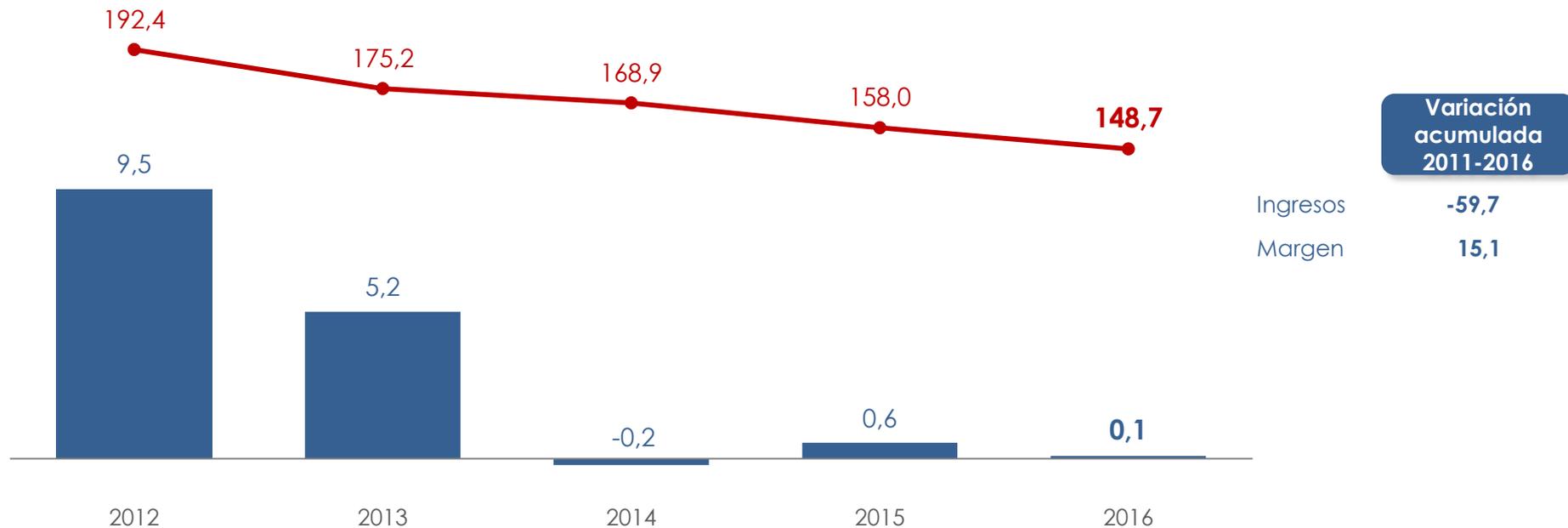
Publicidad	-77,6
EBITDA comp.	11,5
EBIT comp.	33,5

Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs. Nota 2: no incluye resultado por enajenación de inmovilizado ni deterioros.

# PROTECCIÓN DEL MARGEN A PESAR DE LA CAIDA EN DIFUSIÓN

## Evolución del margen de ejemplares 2011-2016

€m

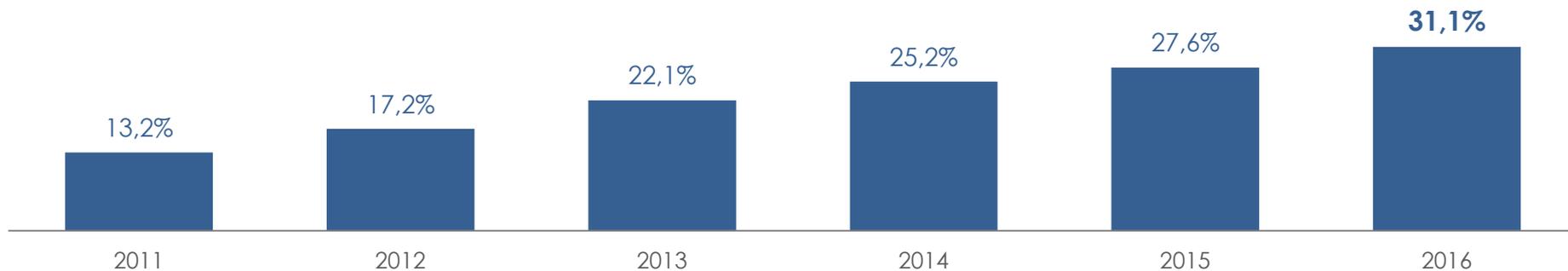


■ Variación anual margen de ejemplares ABC y Prensa regional —●— Ingresos ejemplares ABC y Prensa Regional

# DESARROLLO DE LOS INGRESOS PUBLICITARIOS DIGITALES

## Ingresos publicitarios digitales<sup>1</sup> sobre el total (%)

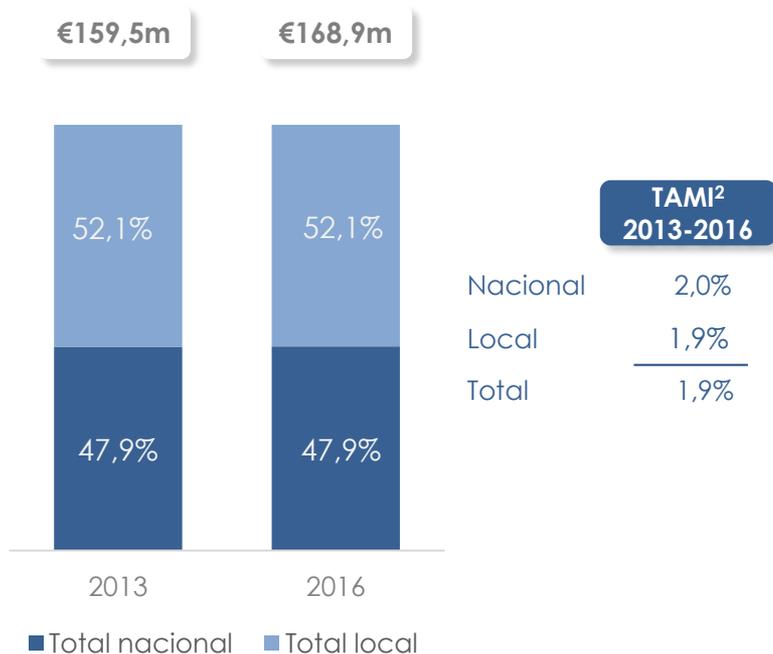
%



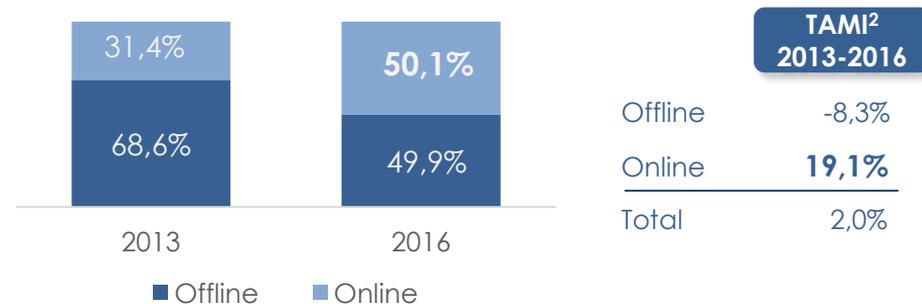
Nota 1: digital incluye los ingresos publicitarios y los de e-commerce.

# CAMBIO HACIA DIGITAL MÁS RÁPIDO EN PUBLICIDAD NACIONAL

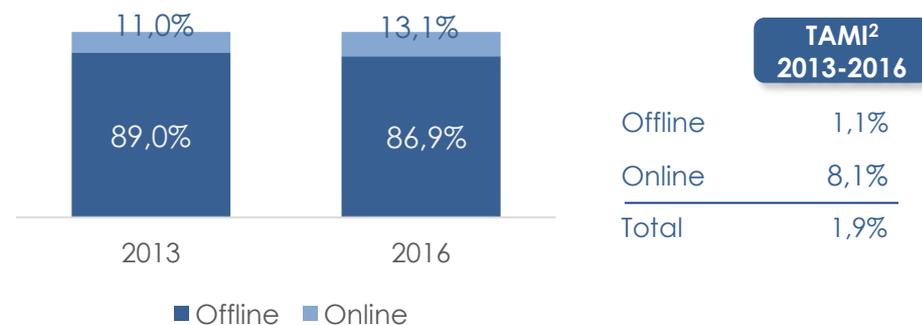
## Publicidad nacional vs local<sup>1</sup>



## Publicidad nacional<sup>1</sup>: Papel vs Digital



## Publicidad local<sup>1</sup>: Papel vs Digital



Nota 1: Datos de publicidad bruta 2013-2016. Nota 2: tasa anual media de incremento.

# DIGITAL ES UN PILAR ESTRATEGICO

Maximizar los ingresos publicitarios



Potencial e-commerce



Desarrollar modelos Premium



Consolidar Clasificados



Explorar nuevas iniciativas



Facebook Instant Articles  
+ nuevos lanzamientos 2017

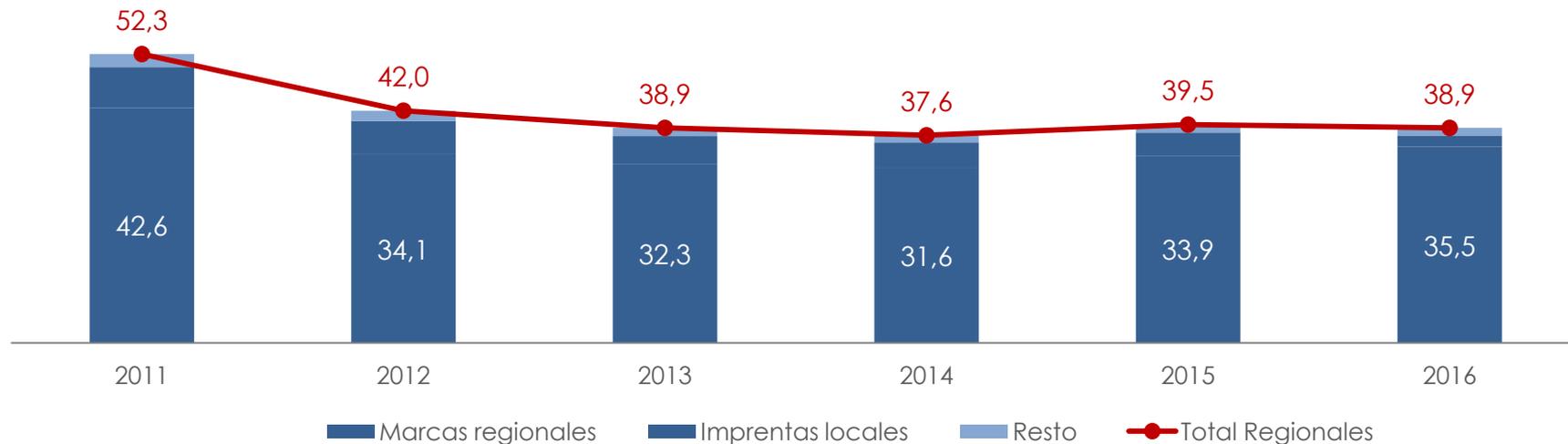


Herramientas de gestión de datos y conocimiento de usuario (Data)

# ESTABILIZACION DE LA RENTABILIDAD DE PRENSA REGIONAL

## Evolución anual EBITDA comparable<sup>1</sup> marcas regionales 2011-2016

€m

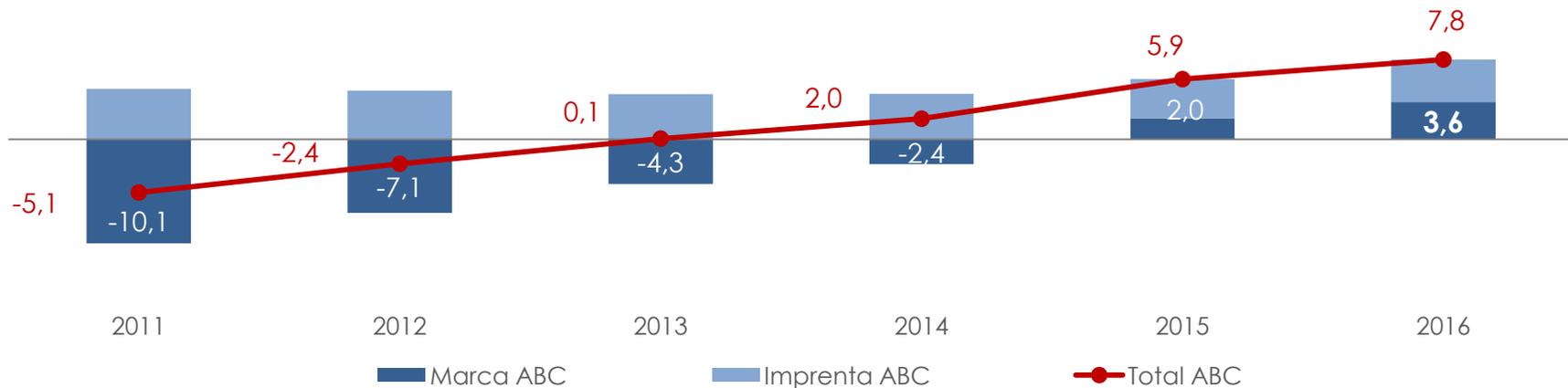


Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs.

# RECUPERACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE ABC

## Evolución anual del EBITDA comparable<sup>1</sup> de ABC 2011-2016

€m

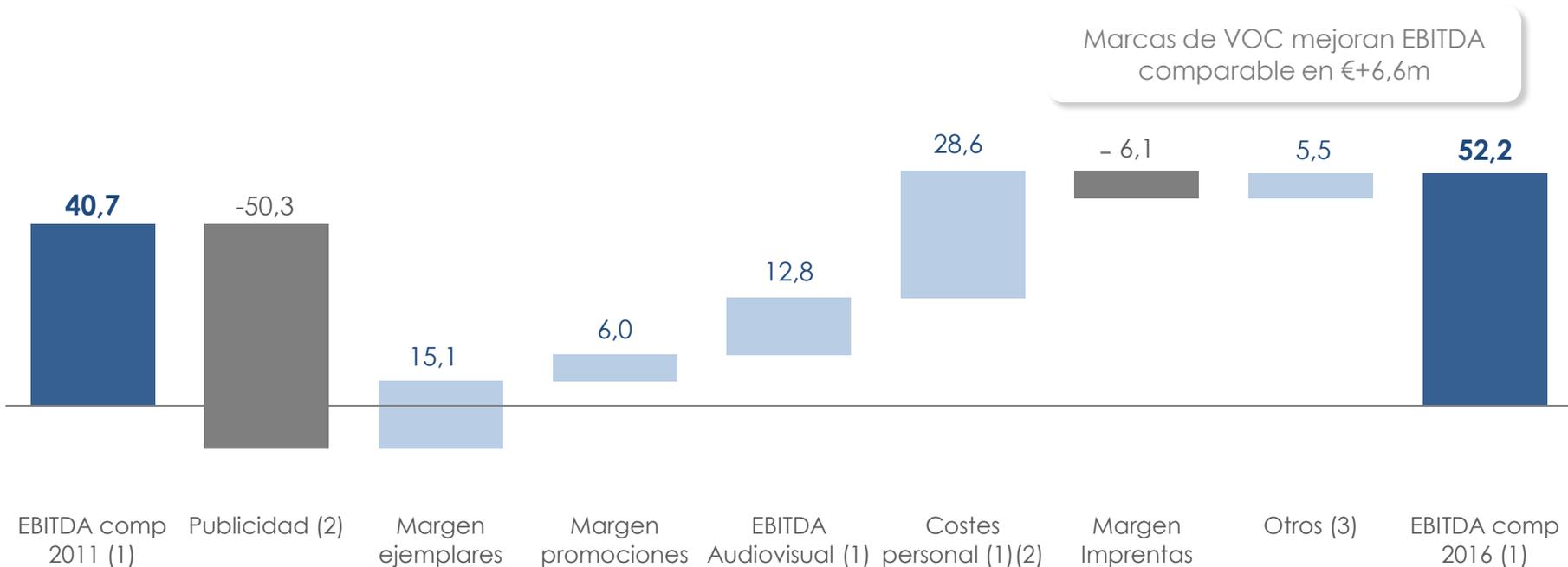


Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal y one offs.

# CRECIMIENTO DEL EBITDA GRACIAS A LA REDUCCIÓN DE COSTES

## Evolución EBITDA comparable VOCENTO 2011-2016

Variación 2016 vs 2011 excepto EBITDA comparable (€m)

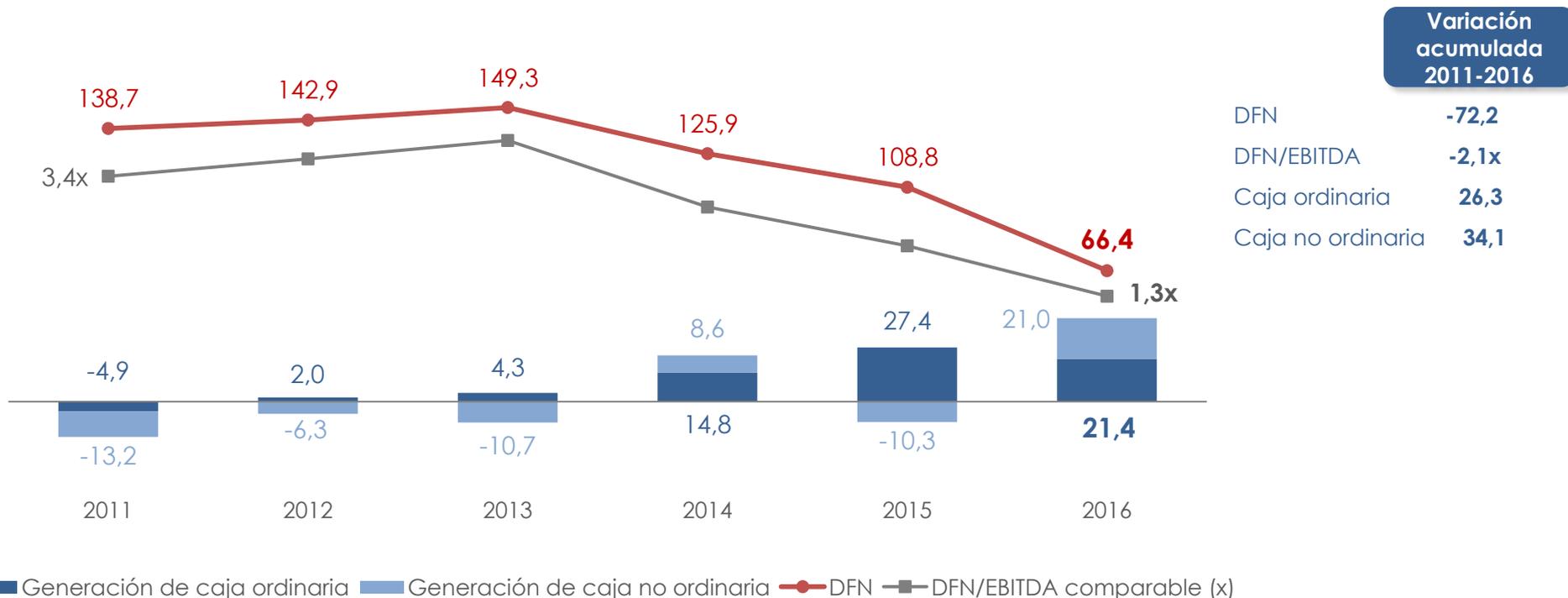


Nota 1: no incluye medidas de ajuste de personal ni "one offs". Nota 2: variación ex Audiovisual y Qué!. Nota 3: variación de costes diversos y perímetro.

# GENERACION DE CAJA ORDINARIA Y DESAPALANCAMIENTO

## Evolución de la deuda financiera neta y generación de caja VOCENTO 2011-2016

€m



# ÍNDICE

---

1. AVANZANDO EN LA TRANSFORMACIÓN

**2. EVOLUCIÓN EN 2016 DE LOS NEGOCIOS**

3. PERSPECTIVAS PARA 2017

# PRINCIPALES HITOS 2016

## INGRESOS

- Ingresos publicitarios descienden un **-2,2%**
- **Creciente peso digital 31,1%** del total ingresos publicitarios
- **Mejora continua del margen de difusión** (2016 €+0,1m) **a pesar de la caída Ingresos por venta ejemplares -5,8%**
- **Base de clientes poco dependiente:** 5,2% de los ingresos totales provienen **del IBEX 35**; el 6,6% del **sector público**

## RENTABILIDAD

- Mejora del **EBITDA comparable +4,1%** hasta €52,2m
- **ABC: EBITDA comp. crece en 2016 €+1,9m** hasta €7,8m y **EBIT comp. positivo** (€2,7m) por **2º año consecutivo**
- **Bº neto comparable positivo €3,2m**
  - Plusvalías netas de impuestos venta del edificio ABC €16,3m, tras venta en diciembre por €35,0m
  - Impacto contable (no caja) del cambio en Impuesto de Sociedades €79,5m después de minoritarios
- Resultado neto negativo €-60,0m

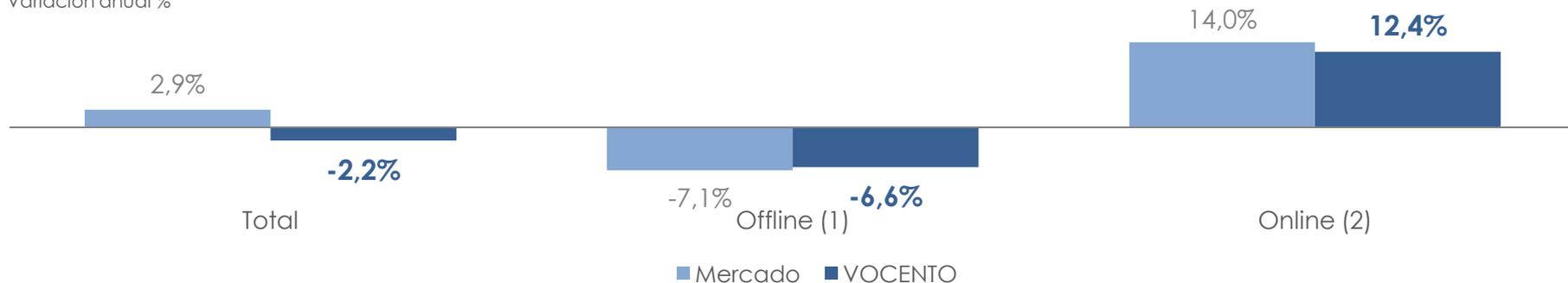
## GENERACION DE CAJA

- **Deuda financiera neta/EBITDA comparable 2016 1,3x** (2015 2,2x). La DFN desciende hasta €66,4m
- **Cash flow ordinario positivo de €21,4m**

# PUBLICIDAD: MERCADO POR DEBAJO DE EXPECTATIVAS

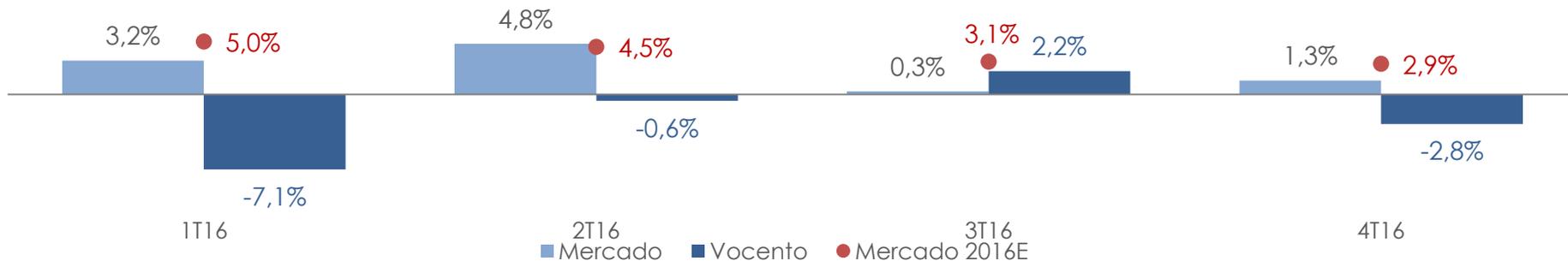
## VOC mejora cuota de mercado en offline y menor crecimiento en online 2016

Variación anual %



## 2016 ha sido un año publicitariamente de más a menos

Variación anual %

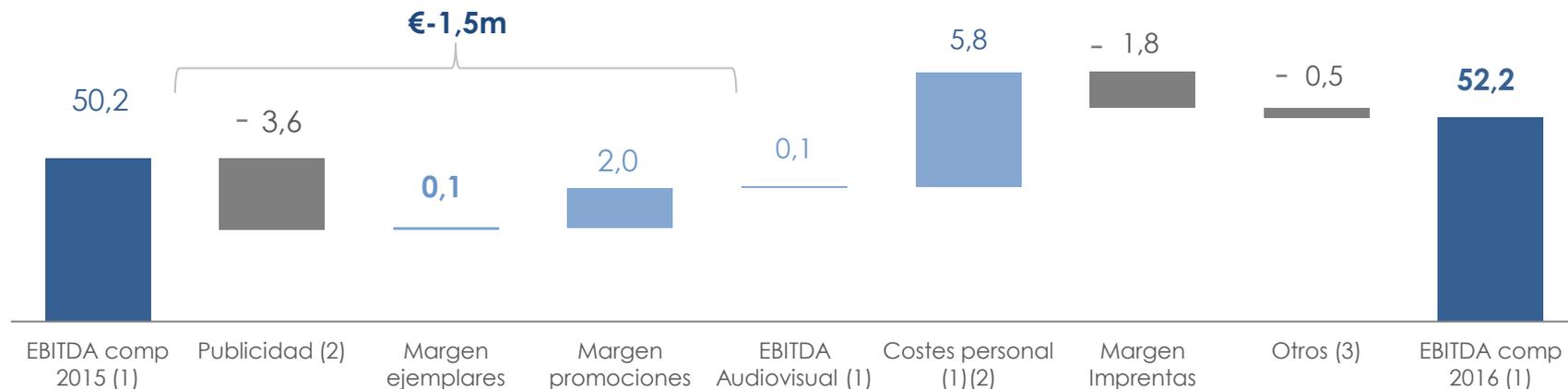


Nota 1: fuente de mercado i2p. Prensa Regional y ABC. Nota 2: fuente de mercado i2p. Portales Locales, ABC.es y Clasificados.

# MEDIDAS EN COSTES PERMITEN CRECIMIENTO DEL EBITDA

## Evolución del EBITDA comparable VOCENTO 2015-2016

Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m)



Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" 2015 €-2,6m y 2016 €-10,1m . Nota 2: variación ex. Audiovisual e imprentas.  
Nota 3: costes diversos.

## Efectos extraordinarios

- Real Decreto Ley 3/2016. Supone deterioro contable (no caja) por €83m en impuestos (€80m después de minoritarios):
  - Limitación a la compensación de bases imponible negativas
  - Limitación deducciones por doble imposición
  - Reversión deterioros deducidos antes de 2013 de participaciones
- Venta sede de ABC en Madrid por €35m en diciembre 2016.
  - Alquiler por 5 años
  - Plusvalías de antes de impuestos €22m (después de impuestos €16m)

## Cuenta de resultados 2016 simplificada

NIF  
(Datos en €m)

	Reportado	Sin efecto RDL 3/2016, ni venta sede
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>	<b>52,2</b>	<b>52,2</b>
Indemnizaciones	-10,1	-10,1
EBITDA	42,1	42,1
EBIT	44,4	22,7
BAI	34,8	13,1
<b>Impuesto sobre sociedades</b>	<b>-92,6</b>	<b>-4,5</b>
Beneficio antes de minoritarios	-57,8	8,6
Minoritarios	-2,3	-5,4
<b>Resultado sociedad dominante</b>	<b>-60,0</b>	<b>3,2</b>

Nota 1: excluye medidas ajuste personal 2016 €-10,1m.

# REDUCCIÓN DE DEUDA FINANCIERA NETA < 1,3x EBITDA

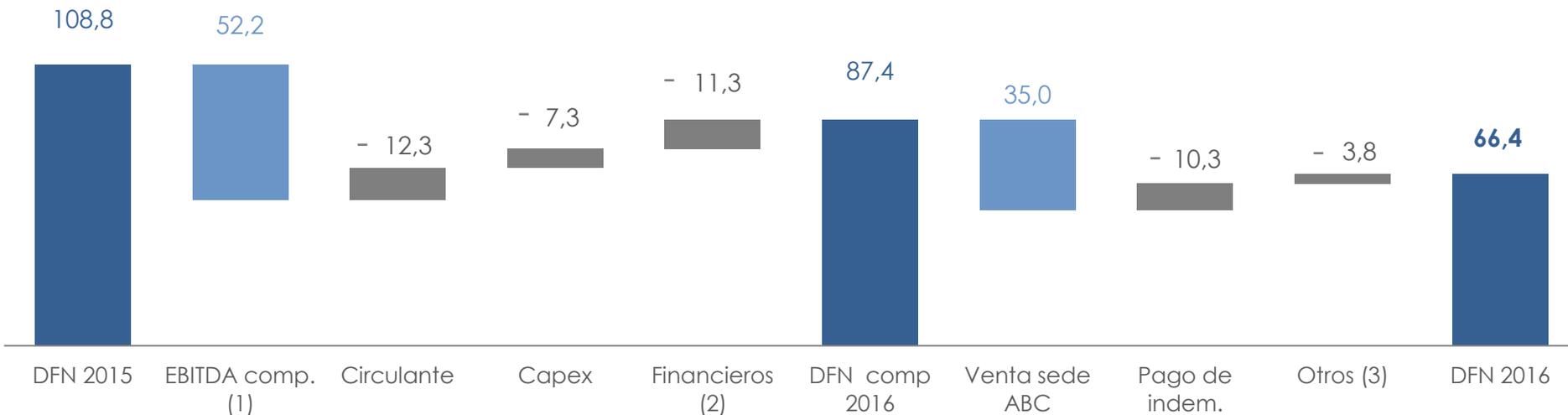
## Evolución deuda financiera neta VOCENTO

€m

Caja ordinaria generada  
€21,4m

DFN/EBITDA  
comparable 2,2x

DFN/EBITDA  
comparable 1,3x



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal y "one offs" 2016 €-10,1m. Nota 2: incluye gastos financieros netos, dividendos a minoritarios e impuestos. Nota 3: incluye entre otros, la compra del 34% en Rotomadrid y al pago relacionado con Las Provincias.

# ÍNDICE

---

1. AVANZANDO EN LA TRANSFORMACIÓN

2. EVOLUCIÓN EN 2016 DE LOS NEGOCIOS

**3. PERSPECTIVAS PARA 2017**

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS DE VOCENTO 2017

## Medidas de actuación

### Diversificación de ingresos

Nuevas líneas de negocio  
Impulso de publicidad digital  
Cualificar las audiencias (data)

### Reducción de costes

Optimización estructura negocio tradicional (coste €c.12m): Plan de Eficiencia  
Inversión vía OPEX en posicionamiento digital

### Eficiencia en cash flow

Continuo control del Capex  
Vigilancia en circulante

## Objetivos

**MAYOR PESO DIGITAL**  
ingresos publicitarios

**MEJORA**  
EBITDA comparable

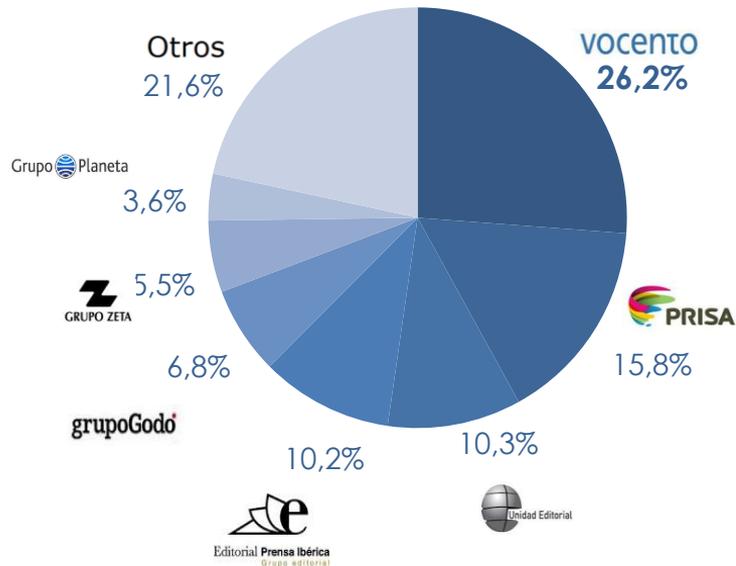
**GENERACIÓN**  
Caja ordinaria

## ANEXO DE NEGOCIO

# AUMENTANDO LA DISTANCIA FRENTE A COMPARABLES

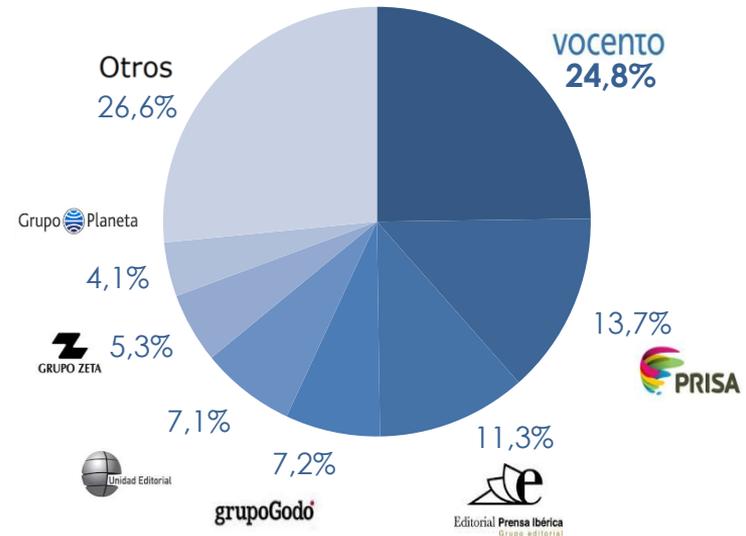
## Cuota de difusión ordinaria 2011

%



## Cuota de difusión ordinaria 2016

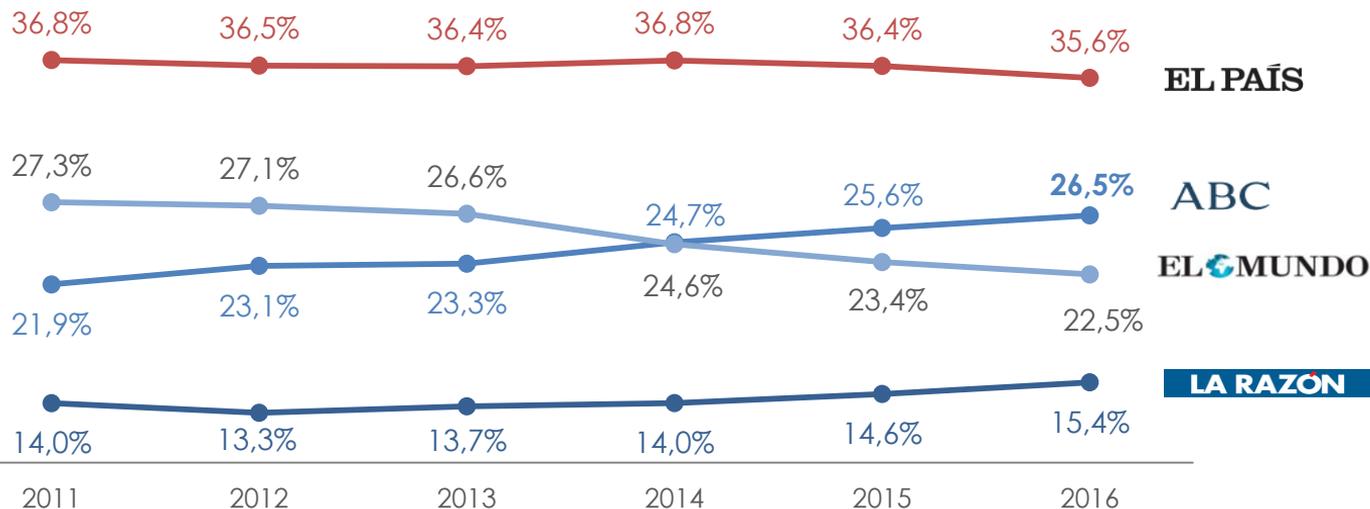
%



# ABC CONSOLIDA POSICIÓN #2 EN MADRID

## ABC cuota de difusión ordinaria en la Comunidad de Madrid

%



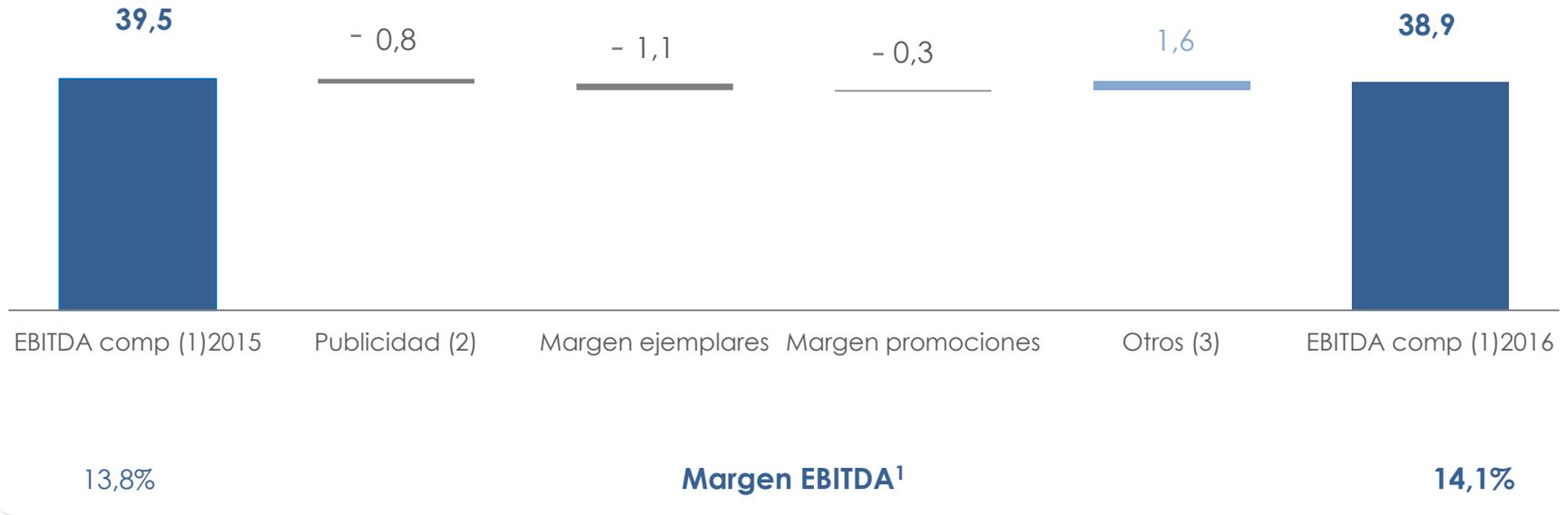
Cierre gap vs El País a 11.236 ejemplares

+4,6 p.p. cuota mercado desde 2011

# MANTENIMIENTO DE LA RENTABILIDAD DE REGIONALES

## Evolución de EBITDA comparable de regionales 2015-2016

Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m) y margen EBITDA comparable (%)

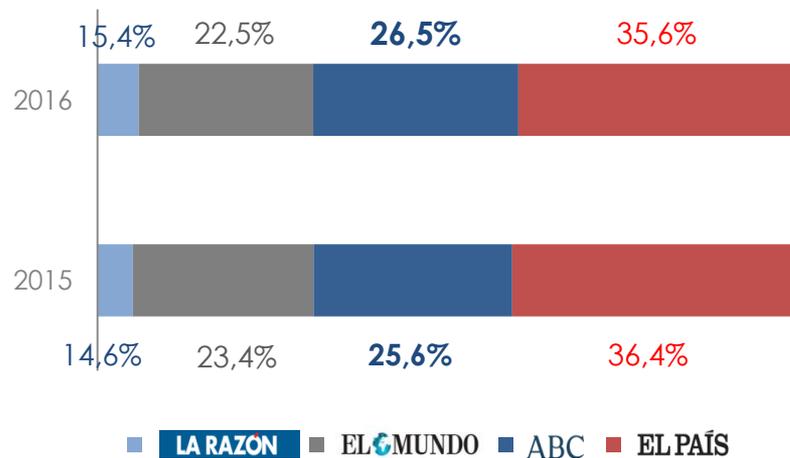


Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2015 €-0,9m y 2016 €-4,2m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen margen de imprentas, gastos comerciales y otros costes fijos.

# ABC FORTALECE SU POSICIÓN EN MADRID Y ONLINE

## Difusión ordinaria en Madrid 2015-2016

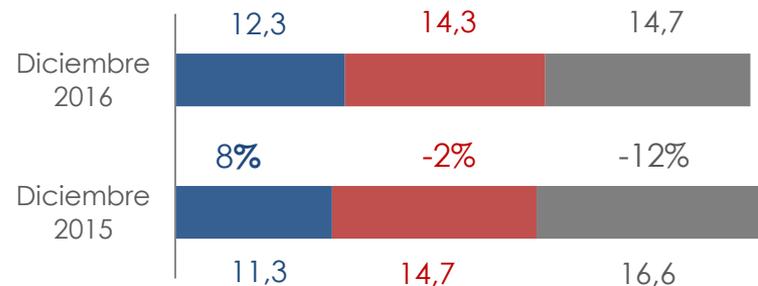
Cuota (%)



Fuente: OJD. Datos 2016 no certificados.

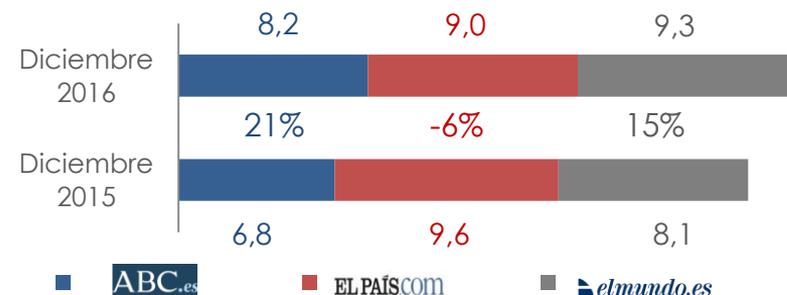
## Audiencia online total

U.U. millones de usuarios



## Audiencia online en movilidad

U.U. millones de usuarios

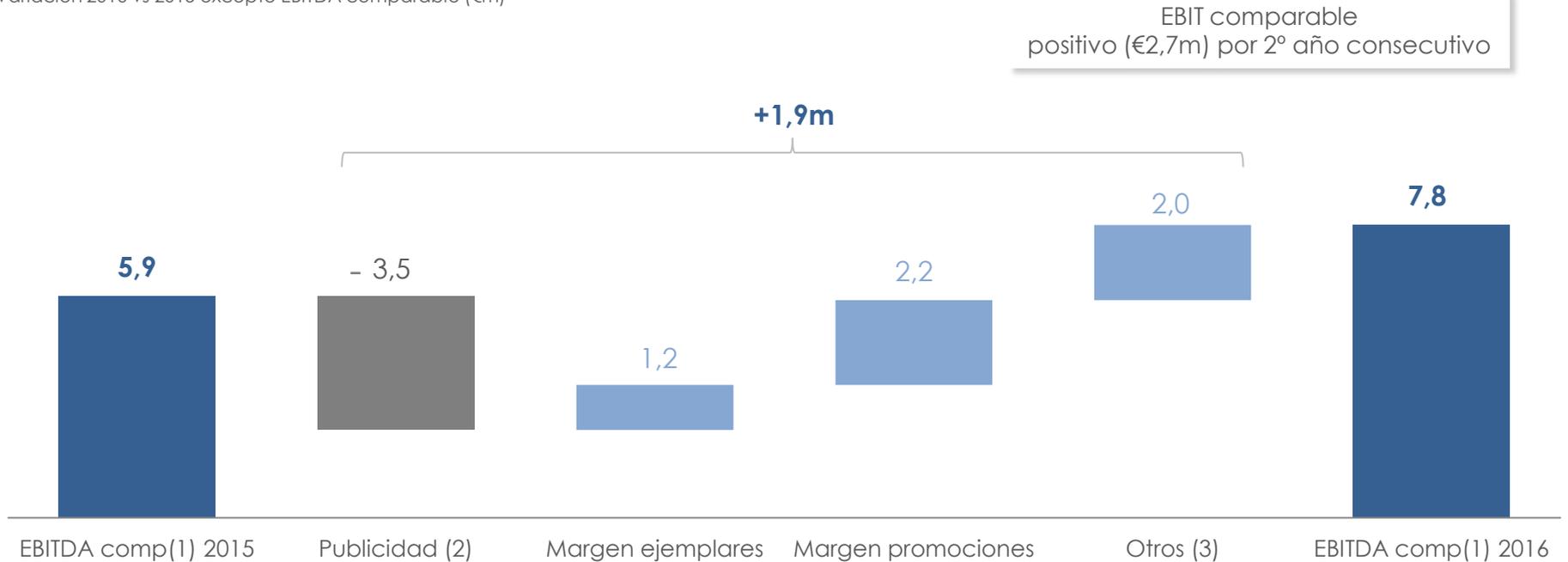


Fuente: comScore

# ABC: MEJORA DE EBITDA Y RENTABILIDAD

## Evolución de EBITDA comparable de ABC 2015-2016

Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m)

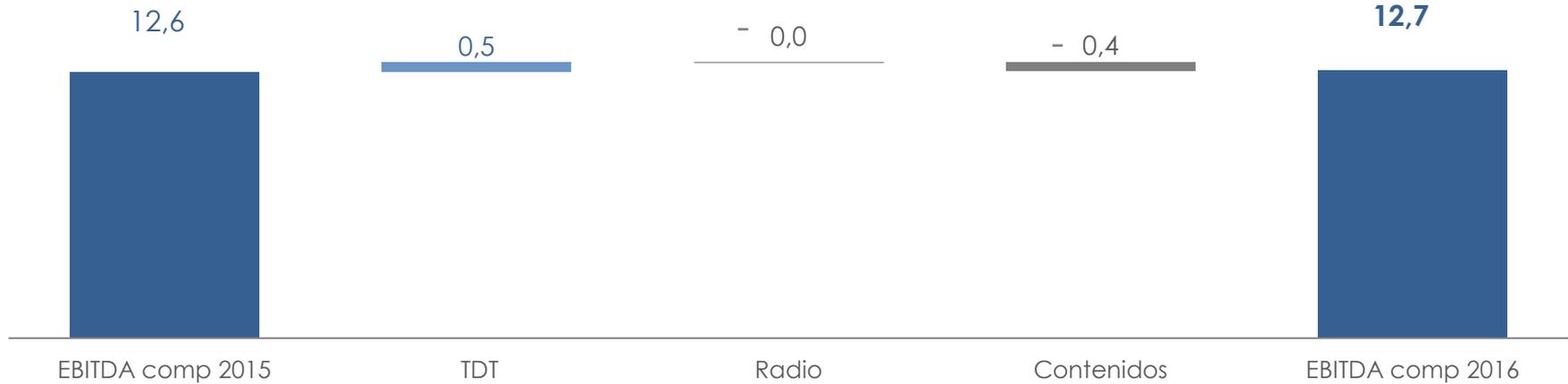


Nota 1: excluye medidas de ajuste y "one offs" 2015 €-0,7m y 2016 €-2,6m. Nota 2: actividad editora y digital. Nota 3: otros incluyen margen de imprenta, gastos comerciales y otros costes fijos.

# AUDIOVISUAL: DIVISIÓN CON RENTABILIDAD ESTABLE

## Evolución en EBITDA comparable de Audiovisual

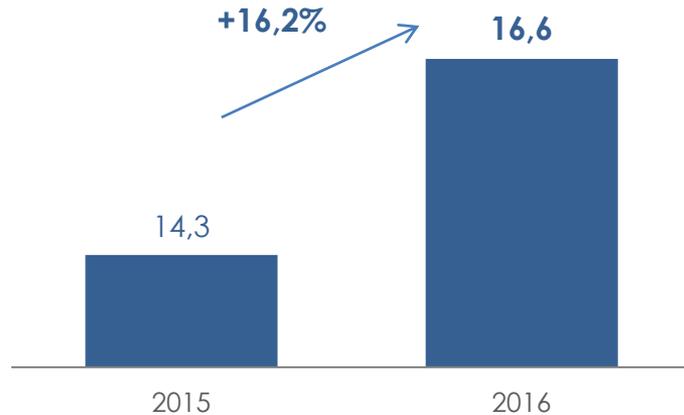
Variación 2016 vs 2015 excepto EBITDA comparable (€m)



# CRECIMIENTO EN CLASIFICADOS

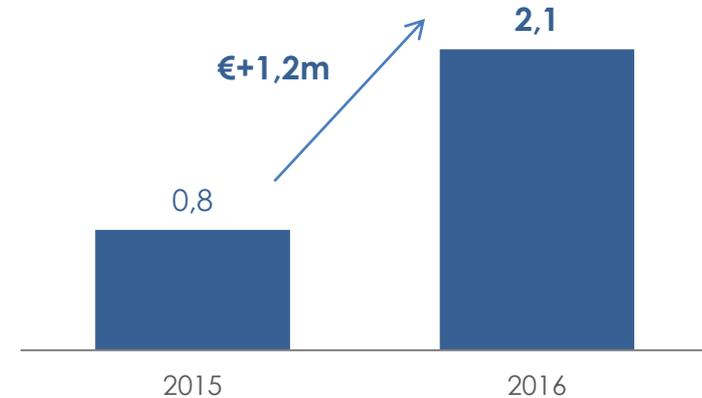
## Evolución publicidad 2015-2016

Ingresos publicitarios (€m) y variación (%)



## Evolución EBITDA comparable<sup>1</sup> 2015-2016

€m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 2015 €-0,2m y 2016 €-0,1m

## ANEXO FINANCIERO

# CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

NIIF  
(Datos en €m)

	2016	2015	Var%	2016 comp.	2015	Var%
Ingresos de explotación	448,8	467,6	-4,0%	448,8	467,6	-4,0%
Gastos explotación sin amort. Comparables <sup>1</sup>	-396,5	-417,5	5,0%	-396,5	-417,5	5,0%
<b>EBITDA comparable<sup>1</sup></b>	<b>52,2</b>	<b>50,2</b>	<b>4,1%</b>	<b>52,2</b>	<b>50,2</b>	<b>4,1%</b>
Indemnización y medidas ajuste personal	-10,1	-2,6	-295,8%	-10,1	-2,6	-295,8%
EBITDA	42,1	47,6	-11,6%	42,1	47,6	-11,6%
Resultado por enajenación de inmovilizado	20,9	-0,6	n.r.	-0,8	-0,6	-42,1%
EBIT	44,4	27,0	64,2%	22,7	27,0	-16,1%
Resultado financiero y otros	-6,8	-5,2	-28,7%	-6,8	-5,2	-28,7%
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>34,8</b>	<b>15,2</b>	<b>129,6%</b>	<b>13,1</b>	<b>15,2</b>	<b>-13,4%</b>
Impuesto sobre sociedades	-92,6	-6,1	n.r.	-4,5	-6,1	25,1%
<b>Resultado atribuible Sociedad Dominante</b>	<b>-60,0</b>	<b>4,1</b>	<b>n.r.</b>	<b>3,2</b>	<b>4,1</b>	<b>-21,0%</b>

Nota 1: excluye medidas ajuste personal y "one offs" 2016 €-10,1m y 2015 €-2,6m.

# BALANCE CONSOLIDADO

NIIF  
(Datos en €m)

	2016	2015
Activos no Corrientes	363,8	478,5
Activos Corrientes	134,9	135,1
Activos mantenidos para la venta	0,2	1,5
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>498,9</b>	<b>615,1</b>
<b>PATROMONIO NETO</b>	<b>255,1</b>	<b>318,7</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>243,8</b>	<b>296,5</b>
Deuda financiera	86,1	125,1
Otros pasivos no corrientes	53,6	54,0
Otros pasivos corrientes	104,1	117,3
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO</b>	<b>498,9</b>	<b>615,1</b>
Deuda financiera neta	-66,4	-108,8

# VARIACIÓN DEUDA FINANCIERA NETA 2016

NIIF (Datos en €m)	2016	2015
EBITDA comparable	52,2	50,2
Variación de circulante	-12,3	-3,2
Capex	-7,3	-7,4
Otras partidas <sup>1</sup>	-1,1	-2,3
<b>Cash flow proveniente de actividades recurrentes</b>	<b>31,6</b>	<b>37,3</b>
Intereses cobrados	0,2	0,9
Dividendos e intereses pagados <sup>2</sup>	-10,4	-10,8
<b>Total cash flow ordinario</b>	<b>21,4</b>	<b>27,4</b>
Pago medidas ajuste	-10,3	-6,3
Suma de partidas no recurrentes con impacto en el cash flow <sup>3</sup>	31,2	-4,0
<b>Cambio en Deuda Financiera Neta</b>	<b>42,4</b>	<b>17,1</b>
<b>Deuda Financiera Neta</b>	<b>66,4</b>	<b>108,8</b>

Nota 1: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros. Nota 2: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 3: incluye entre otros la venta del inmuebles de ABC. el segundo plazo de la compra del 34% de participación en Rotomadrid y ejercicio de una opción de venta en Las Provincias.

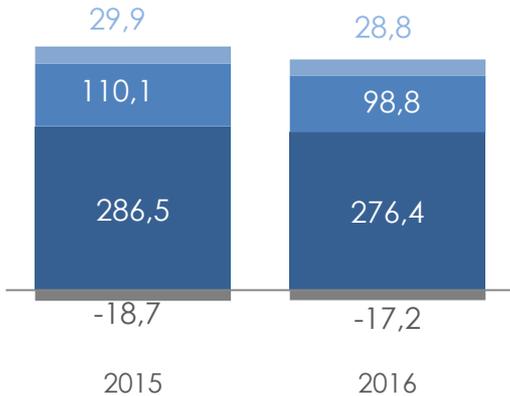
# INGRESOS POR NEGOCIO

## Periódicos

€m

Total  
407,8

Total  
386,7



## Audiovisual

€m

Total  
47,4

Total  
48,6

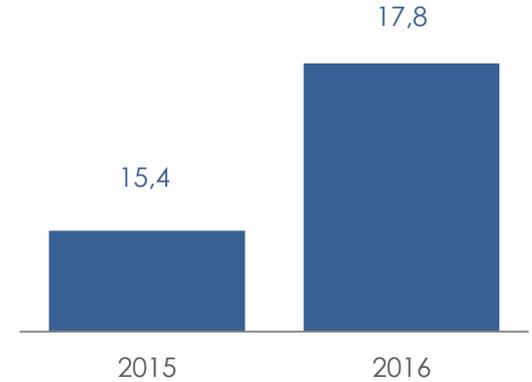


## Clasificados

€m

Total  
15,4

Total  
17,8



■ Regionales ■ ABC ■ Supl. y Rev ■ Eliminac.

■ TDT ■ Radio ■ Contenidos ■ Eliminac.

■ Clasificados

# EBITDA COMPARABLE<sup>1</sup> POR NEGOCIO

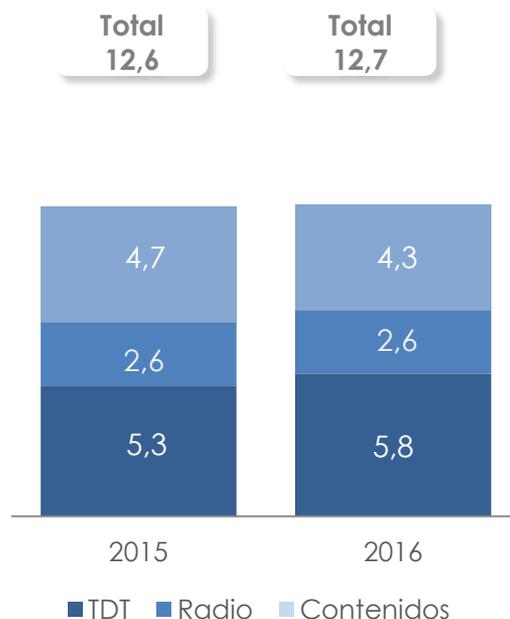
## Periódicos

€m



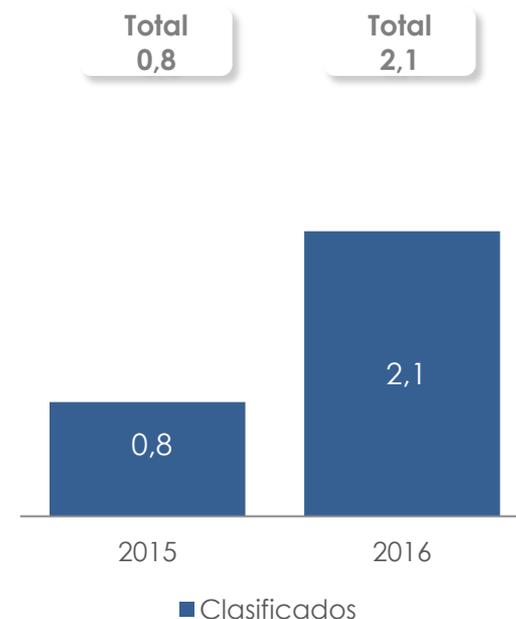
## Audiovisual

€m



## Clasificados

€m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 2015 €-1,6m y 2016 €-6,8m , y Clasificados 2015 €-0,2m y 2016 €-0,1m.

# MEDIDAS ALTERNATIVAS DEL RENDIMIENTO (M.A.R)

---

Nota: las definiciones y el método de cálculo de las Medidas Alternativas del Rendimiento (M.A.R) no han cambiado sobre lo presentado en los anteriores Resultados de enero-septiembre 2016

Asimismo, aparte de las definiciones y el método de cálculo de las Medidas Alternativas del Rendimiento (M.A.R), se incluyen los nuevos cálculos para el periodo de enero a diciembre 2016 en el Informe de Resultados 2016

# AVISO LEGAL

Las declaraciones contenidas en este documento, incluyendo aquellas referentes a cualquier posible realización o estimación futura de Vocento S.A. o su grupo, son declaraciones prospectivas y en este sentido implican riesgos e incertidumbres.

Asimismo, los resultados y desarrollos reales pueden diferir materialmente de los expresados o implícitos en las declaraciones anteriores, dependiendo de una variedad de factores, y en ningún caso suponen ni una indicación del rendimiento futuro ni una promesa o garantía de rentabilidad futura.

Adicionalmente, 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 u otra información disponible, debido a este redondeo.

El contenido de este documento no es, ni debe

ser considerado, un documento de oferta o una oferta o solicitud de suscripción, compra o venta de acciones, y no se dirige a personas o entidades que sean ciudadanas, residentes en, constituidas en o ubicadas en, cualquier jurisdicción en la que su disponibilidad o uso constituyan una infracción de la legislación o normativa local, requisitos de registro y licencia. Del mismo modo, tampoco está dirigido ni destinado a su distribución o utilización en país alguno en el que se refiera a valores no registrados.

Por todo lo anterior, no se asume responsabilidad alguna, en ningún caso, por las pérdidas, daños, sanciones o cualquier otro perjuicio que pudiera derivarse, directa o indirectamente, del uso de las declaraciones e informaciones incluidas en el documento.

ABC

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO  
MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla

EL COMERCIO

LAS PROVINCIAS

LA VOZ  
DE CÁDIZ

Colpisa

XI Semanal

mujerhoy

INVERSIÓN  
finanzas.com

CORAZÓN  
C7N

CODIGO

Infoempleo

AVANZA  
ENTUCARRERA.COM

Autocasión

Oferplan

pisos.com

guapabox

eslang.

cmvocento

K\*  
KIOSKO  
Y MAS

COPE  
con la fuerza de ABC

NET TV

veralia

### Relación con Inversores y Accionistas

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



## CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT

Thousand Euro

	IFRS			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Circulation revenues	182.733	194.043	-11.310	-5,8%
Advertising revenues	162.981	166.645	-3.664	-2,2%
Other revenues	103.051	106.958	-3.907	-3,7%
<b>Total revenue</b>	<b>448.765</b>	<b>467.646</b>	<b>-18.881</b>	<b>-4,0%</b>
Staff costs	-154.814	-156.119	1.305	0,8%
Procurements	-67.246	-74.036	6.789	9,2%
External Services	-182.516	-188.887	6.371	3,4%
Provisions	-2.065	-965	-1.100	-113,9%
<b>Operating expenses (without D&amp;A)</b>	<b>-406.642</b>	<b>-420.007</b>	<b>13.366</b>	<b>3,2%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>42.123</b>	<b>47.638</b>	<b>-5.515</b>	<b>-11,6%</b>
Depreciation and amortization	-18.650	-20.055	1.405	7,0%
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. assets	20.881	-569	21.450	n.r.
<b>EBIT</b>	<b>44.354</b>	<b>27.015</b>	<b>17.339</b>	<b>64,2%</b>
Impairments/reversal of other intangible assets	-2.500	-5.350	2.850	53,3%
Profit of companies acc. equity method	-110	257	-368	-142,8%
Net financial income	-6.752	-5.245	-1.507	-28,7%
Net gains on disposal of non- current assets	-177	-1.516	1.339	88,3%
<b>Profit before taxes</b>	<b>34.814</b>	<b>15.161</b>	<b>19.653</b>	<b>129,6%</b>
Corporation tax	-92.570	-6.057	-86.513	n.r.
<b>Net profit for the year</b>	<b>-57.756</b>	<b>9.104</b>	<b>-66.860</b>	<b>-734,4%</b>
Minority interests	-2.255	-5.023	2.768	55,1%
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>-60.011</b>	<b>4.081</b>	<b>-64.092</b>	<b>n.r.</b>
Staff costs ex non recurring costs	-144.699	-153.563	-8.864	-5,8%
Operating Expenses ex non recurring costs	-396.527	-417.451	20.925	5,0%
Comparable EBITDA	52.238	50.194	2.044	4,1%
Comparable EBIT	33.588	30.139	3.449	11,4%

## CONSOLIDATED BALANCE SHEETS

Thousand Euro

	IFRS		
	2016	2015	Var abs
<b>ASSETS</b>			
<b>NON CURRENT ASSETS</b>			
Intangible assets	119.912	125.438	-5.526
Goodwill	87.514	89.996	-2.483
Intangible assets	32.398	35.441	-3.043
<b>Property, plant and equipment</b>	<b>137.023</b>	<b>156.772</b>	<b>-19.749</b>
<b>Investments accounted for using the equity method</b>	<b>5.539</b>	<b>6.305</b>	<b>-767</b>
<b>Financial assets</b>	<b>4.023</b>	<b>4.237</b>	<b>-214</b>
Non-current investment securities	3.208	3.501	-293
Other non current financial assets	815	736	79
<b>Other non current receivables</b>	<b>4.164</b>	<b>4.765</b>	<b>-601</b>
<b>Deferred tax assets</b>	<b>93.117</b>	<b>180.994</b>	<b>-87.877</b>
	<b>363.777</b>	<b>478.511</b>	<b>-114.734</b>
<b>CURRENT ASSETS</b>			
Inventories	13.603	13.505	98
Trade and other receivables	92.356	92.063	293
Tax receivables	7.222	10.222	-3.000
Cash and cash equivalents	21.709	19.348	2.361
	<b>134.889</b>	<b>135.138</b>	<b>-249</b>
Assets held for sale and discontinued operations	<b>193</b>	<b>1.492</b>	<b>-1.298</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>498.860</b>	<b>615.141</b>	<b>-116.281</b>

Thousand Euro

	IFRS		
	2016	2015	Var abs
<b>EQUITY AND LIABILITIES</b>			
<b>EQUITY</b>			
<b>Of the Parent</b>	<b>203.874</b>	<b>265.008</b>	<b>-61.134</b>
Share capital	24.994	24.994	0
Reserves	259.475	261.224	-1.749
Treasury shares	-20.583	-25.291	4.707
Net profit for the year	-60.011	4.081	-64.092
<b>Of minority interest</b>	<b>51.193</b>	<b>53.682</b>	<b>-2.490</b>
<b>NON CURRENT LIABILITIES</b>			
Deferred income	0	0	0
Provisions	6.054	5.435	619
Bank borrowings and other financial liabilities	66.396	99.355	-32.960
Other non-current payables	14.592	17.314	-2.722
Deferred tax liabilities	32.964	31.258	1.706
	<b>120.006</b>	<b>153.362</b>	<b>-33.356</b>
<b>CURRENT LIABILITIES</b>			
Bank borrowings and other financial liabilities	19.724	25.770	-6.046
Trade and other payables	88.315	103.142	-14.827
Tax payables	15.747	14.176	1.572
	<b>123.787</b>	<b>143.088</b>	<b>-19.301</b>
<b>TOTAL EQUITY AND LIABILITIES</b>	<b>498.860</b>	<b>615.141</b>	<b>-116.281</b>

## NET DEBT

Thousand Euro

	IFRS			
	2016	2015	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (short term)	19.724	25.770	-6.046	-23,5%
Bank borrowings and other financial liabilities (long term)	66.396	99.355	-32.960	-33,2%
<b>Gross Debt</b>	<b>86.120</b>	<b>125.126</b>	<b>-39.006</b>	<b>-31,2%</b>
Cash and cash equivalents	21.709	19.348	2.361	12,2%
Other non current financial asstes	270	270	0	0,0%
Deferred expenses	2.271	3.279	2.297	n.a.
<b>Net cash position/ (net debt)</b>	<b>-66.412</b>	<b>-108.787</b>	<b>42.374</b>	<b>39,0%</b>

## CASH FLOW STATEMENT

Thousand Euro

	IFRS			
	2016	2015	Var Abs	% Var
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>-60.011</b>	<b>4.081</b>	<b>-64.092</b>	<b>n.r.</b>
Adjustments to net profit	104.840	44.265	60.575	136,8%
<b>Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital</b>	<b>44.829</b>	<b>48.346</b>	<b>-3.517</b>	<b>-7,3%</b>
Changes in working capital	-12.262	-5.164	-7.098	-137,5%
Other payables without financial cost	-4.247	-1.037	-3.210	-309,5%
Other payables with financial cost	-2.286	-3.635	1.349	37,1%
Income tax paid	-2.473	-2.553	80	3,1%
Interests deduction for tax purposes	1.863	294	1.569	533,7%
<b>Net cash flow from operating activities (I)</b>	<b>25.424</b>	<b>36.251</b>	<b>-10.827</b>	<b>-29,9%</b>
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	-7.270	-7.437	167	2,2%
Net proceed on disposal of financial assets	36.689	189	36.500	n.r.
Interests and dividends received	230	882	-652	-73,9%
Other receivables and payables (investing)	0	0	0	n.a.
<b>Net cash flow from investing activities (II)</b>	<b>29.649</b>	<b>-6.366</b>	<b>36.015</b>	<b>565,7%</b>
Interests and dividends paid	-10.433	-10.784	351	3,3%
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	-37.761	-17.600	-20.161	-114,6%
Other receivables and payables (financing)	19	-19	38	200,0%
Equity related instruments without financial cost	-4.537	-4.931	394	8,0%
Equity related instruments with financial cost	0	0	0	n.a.
<b>Net cash flows from financing activities (III)</b>	<b>-52.712</b>	<b>-33.334</b>	<b>-19.378</b>	<b>-58,1%</b>
<b>Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)</b>	<b>2.361</b>	<b>-3.449</b>	<b>5.810</b>	<b>168,5%</b>
<b>Cash and cash equivalents of discounted operations</b>	<b>0</b>	<b>-654</b>	<b>654</b>	<b>100,0%</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>21.708</b>	<b>19.348</b>	<b>2.361</b>	<b>12,2%</b>

**CAPEX: (Additions to PPE and intangible assets)**

Thousand Euro

	IFRS								
	2016			2015			Var Abs		
	<i>Inmat.</i>	<i>Mat.</i>	<i>Total</i>	<i>Inmat.</i>	<i>Mat.</i>	<i>Total</i>	<i>Inmat.</i>	<i>Mat.</i>	<i>Total</i>
Newspapers	3.915	3.189	7.104	4.729	2.786	7.514	-814	403	-411
Audiovisual	217	208	426	202	211	413	15	-2	13
Classified	281	150	430	326	77	403	-46	73	27
Corporate	416	102	518	216	48	264	200	54	254
<b>TOTAL</b>	<b>4.829</b>	<b>3.648</b>	<b>8.477</b>	<b>5.473</b>	<b>3.121</b>	<b>8.594</b>	<b>-644</b>	<b>528</b>	<b>-117</b>

LINES OF ACTIVITY

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %	9M16	9M15	Var Abs	Var %	2016	2015	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Newspapers	46.502	49.003	-2.501	-5,1%	91.933	97.568	-5.635	-5,8%	137.865	146.564	-8.699	-5,9%	182.710	194.043	-11.332	-5,8%
Audiovisual	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Corporate and adjustments	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	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>137.865</b>	<b>146.564</b>	<b>-8.699</b>	<b>-5,9%</b>	<b>182.733</b>	<b>194.043</b>	<b>-11.310</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%	101.178	105.266	-4.088	-3,9%	142.983	148.833	-5.851	-3,9%
Audiovisual	856	887	-30	-3,4%	1.633	1.672	-38	-2,3%	2.324	2.439	-115	-4,7%	3.435	3.529	-94	-2,7%
Classified	3.815	3.161	654	20,7%	8.197	6.906	1.291	18,7%	12.211	10.397	1.813	17,4%	16.646	14.329	2.318	16,2%
Corporate and adjustments	-20	-9	-11	-131,9%	-73	-27	-46	-168,1%	56	-28	83	301,5%	-83	-46	-37	-80,7%
<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>115.768</b>	<b>118.075</b>	<b>-2.306</b>	<b>-2,0%</b>	<b>162.981</b>	<b>166.645</b>	<b>-3.664</b>	<b>-2,2%</b>
<b>Other Revenues</b>																
Newspapers	14.109	16.927	-2.818	-16,6%	29.866	32.629	-2.763	-8,5%	42.828	45.715	-2.887	-6,3%	61.035	64.950	-3.915	-6,0%
Audiovisual	10.547	10.234	313	3,1%	21.630	19.851	1.778	9,0%	31.982	31.761	221	0,7%	45.208	43.825	1.383	3,2%
Classified	289	274	15	5,3%	605	552	53	9,7%	899	827	72	8,7%	1.169	1.107	62	5,6%
Corporate and adjustments	-968	-649	-319	-49,2%	-1.909	-1.177	-732	-62,2%	-2.700	-1.912	-789	-41,3%	-4.361	-2.924	-1.437	-49,2%
<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>73.010</b>	<b>76.392</b>	<b>-3.383</b>	<b>-4,4%</b>	<b>103.051</b>	<b>106.958</b>	<b>-3.907</b>	<b>-3,7%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Newspapers	92.345	101.038	-8.692	-8,6%	194.037	206.672	-12.635	-6,1%	281.871	297.545	-15.675	-5,3%	386.728	407.826	-21.098	-5,2%
Audiovisual	11.403	11.121	282	2,5%	23.263	21.523	1.740	8,1%	34.307	34.200	106	0,3%	48.643	47.354	1.289	2,7%
Classified	4.104	3.435	669	19,5%	8.802	7.457	1.345	18,0%	13.110	11.224	1.885	16,8%	17.815	15.435	2.380	15,4%
Corporate and adjustments	-988	-657	-330	-50,3%	-1.981	-1.204	-778	-64,6%	-2.645	-1.939	-706	-36,4%	-4.422	-2.970	-1.452	-48,9%
<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>326.642</b>	<b>341.031</b>	<b>-14.389</b>	<b>-4,2%</b>	<b>448.765</b>	<b>467.646</b>	<b>-18.881</b>	<b>-4,0%</b>
<b>EBITDA</b>																
Newspapers	235	6.734	-6.500	-96,5%	15.296	20.997	-5.701	-27,2%	20.308	24.806	-4.498	-18,1%	40.247	45.010	-4.763	-10,6%
Audiovisual	3.092	2.802	291	10,4%	6.009	5.389	620	11,5%	8.711	8.656	56	0,6%	12.740	12.680	61	0,5%
Classified	278	-354	631	178,5%	765	-18	783	n.r.	1.291	224	1.067	476,3%	2.015	660	1.355	205,3%
Corporate and adjustments	-6.384	-3.153	-3.231	-102,5%	-9.015	-5.805	-3.210	-55,3%	-11.503	-8.271	-3.232	-39,1%	-12.879	-10.712	-2.168	-20,2%
<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>18.808</b>	<b>25.414</b>	<b>-6.606</b>	<b>-26,0%</b>	<b>42.123</b>	<b>47.638</b>	<b>-5.515</b>	<b>-11,6%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Newspapers	0,3%	6,7%	-6,4 p.p.		7,9%	10,2%	-2,3 p.p.		7,2%	8,3%	-1,1 p.p.		10,4%	11,0%	-0,6 p.p.	
Audiovisual	27,1%	25,2%	1,9 p.p.		25,8%	25,0%	0,8 p.p.		25,4%	25,3%	0,1 p.p.		26,2%	26,8%	-0,6 p.p.	
Classified	6,8%	-10,3%	17,1 p.p.		8,7%	-0,2%	8,9 p.p.		9,8%	2,0%	7,9 p.p.		11,3%	4,3%	7,0 p.p.	
Corporate and adjustments	646,4%	479,8%	166,7 p.p.		455,0%	482,2%	-27,2 p.p.		434,9%	426,5%	8,4 p.p.		n/s	n/s	n/s	
<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>5,8%</b>	<b>7,5%</b>	<b>-1,7 p.p.</b>		<b>9,4%</b>	<b>10,2%</b>	<b>-0,8 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Newspapers	-3.321	3.050	-6.371	-208,9%	8.089	13.878	-5.790	-41,7%	7.853	14.155	-6.302	-44,5%	45.445	30.609	14.837	48,5%
Audiovisual	2.213	1.570	644	41,0%	4.263	2.999	1.265	42,2%	6.136	5.141	995	19,4%	10.574	8.030	2.543	31,7%
Classified	159	-533	692	129,8%	541	-353	893	253,2%	948	-232	1.180	508,3%	1.556	83	1.473	n.r.
Corporate and adjustments	-6.471	-3.267	-3.204	-98,1%	-9.183	-6.019	-3.164	-52,6%	-11.758	-8.581	-3.178	-37,0%	-13.221	-11.708	-1.514	-12,9%
<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>3.179</b>	<b>10.484</b>	<b>-7.304</b>	<b>-69,7%</b>	<b>44.354</b>	<b>27.015</b>	<b>17.339</b>	<b>64,2%</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Newspapers	-3,6%	3,0%	0,7 p.p.		4,2%	6,7%	0,5 p.p.		2,8%	4,8%	0,4 p.p.		11,8%	7,5%	-0,7 p.p.	
Audiovisual	19,4%	14,1%	2,3 p.p.		18,3%	13,9%	0,7 p.p.		17,9%	15,0%	9,4 p.p.		21,7%	17,0%	2,0 p.p.	
Classified	3,9%	-15,5%	1,0 p.p.		6,1%	-4,7%	0,7 p.p.		7,2%	-2,1%	0,6 p.p.		8,7%	0,5%	0,6 p.p.	
Corporate and adjustments	655,2%	497,1%	9,7 p.p.		463,5%	499,9%	4,1 p.p.		444,6%	442,5%	4,5 p.p.		n/s	n/s	n/s	
<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>1,0%</b>	<b>3,1%</b>	<b>0,5 p.p.</b>		<b>9,9%</b>	<b>5,8%</b>	<b>-0,9 p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>																
Newspapers	6.872	8.738	-1.866	-21,3%	21.954	23.177	-1.223	-5,3%	27.070	27.115	-45	-0,2%	47.035	46.617	418	0,9%
Audiovisual	3.128	2.802	326	11,6%	5.979	5.390	589	10,9%	8.681	8.656	25	0,3%	12.710	12.634	77	0,6%
Classified	303	-174	476	274,4%	819	153	666	434,2%	1.347	396	951	240,0%	2.076	831	1.244	149,7%
Corporate and adjustments	-3.147	-2.773	-373	-13,5%	-5.788	-5.273	-515	-9,8%	-8.275	-7.738	-537	-6,9%	-9.582	-9.887	305	3,1%
<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>28.824</b>	<b>28.430</b>	<b>395</b>	<b>1,4%</b>	<b>52.238</b>	<b>50.194</b>	<b>2.044</b>	<b>4,1%</b>
<b>Comparable EBIT</b>																
Newspapers	3.200	5.041	-1.841	-36,5%	14.623	15.963	-1.340	-8,4%	16.081	16.326	-245	-1,5%	32.585	32.162	423	1,3%
Audiovisual	2.219	1.571	648	41,2%	4.203	3.002	1.201	40,0%	6.076	5.145	931	18,1%	9.313	8.014	1.299	16,2%
Classified	184	-353	537	152,2%	590	-181	772	425,4%	1.000	-60	1.060	n.r.	1.613	261	1.352	519,0%
Corporate and adjustments	-3.233	-2.887	-346	-12,0%	-5.956	-5.485	-470	-8,6%	-8.529	-8.046	-483	-6,0%	-9.923	-10.297	374	3,6%
<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>	<b>14.628</b>	<b>13.365</b>	<b>1.263</b>	<b>9,5%</b>	<b>33.588</b>	<b>30.139</b>	<b>3.449</b>	<b>11,4%</b>

**NEWSPAPERS**

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %	9M16	9M15	Var Abs	Var %	2016	2015	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Regionals	33.644	35.640	-1.996	-5,6%	66.986	70.919	-3.933	-5,5%	100.960	106.790	-5.830	-5,5%	133.822	141.314	-7.493	-5,3%
ABC	11.867	12.572	-705	-5,6%	22.907	24.907	-2.001	-8,0%	33.805	37.116	-3.311	-8,9%	44.558	49.147	-4.588	-9,3%
Supplements & Magazines	3.722	3.725	-3	-0,1%	7.388	7.532	-144	-1,9%	11.201	11.489	-288	-2,5%	15.099	15.218	-119	-0,8%
Adjustments intersegment	-2.731	-2.934	203	6,9%	-5.347	-5.790	443	7,6%	-8.102	-8.831	729	8,3%	-10.769	-11.637	868	7,5%
<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>137.865</b>	<b>146.564</b>	<b>-8.699</b>	<b>-5,9%</b>	<b>182.710</b>	<b>194.043</b>	<b>-11.332</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%	67.816	68.685	-869	-1,3%	95.930	97.085	-1.155	-1,2%
ABC	7.755	9.225	-1.469	-15,9%	18.296	20.265	-1.969	-9,7%	24.994	27.381	-2.387	-8,7%	34.819	38.336	-3.517	-9,2%
Supplements & Magazines	2.358	2.683	-325	-12,1%	6.007	6.710	-702	-10,5%	8.368	9.201	-833	-9,1%	12.252	13.496	-1.244	-9,2%
Adjustments intersegment	0	-1	1	100,0%	0	-1	1	100,0%	0	-1	1	100,0%	-19	-85	66	77,9%
<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>101.178</b>	<b>105.266</b>	<b>-4.088</b>	<b>-3,9%</b>	<b>142.983</b>	<b>148.833</b>	<b>-5.851</b>	<b>-3,9%</b>
<b>Other Revenues</b>																
Regionals	11.086	11.381	-295	-2,6%	23.549	23.475	74	0,3%	33.281	33.827	-547	-1,6%	46.603	48.101	-1.498	-3,1%
ABC	4.176	6.949	-2.773	-39,9%	8.658	11.924	-3.265	-27,4%	13.170	16.122	-2.952	-18,3%	19.409	22.602	-3.193	-14,1%
Supplements & Magazines	312	396	-84	-21,1%	710	705	4	0,6%	987	932	55	5,9%	1.470	1.228	242	19,7%
Adjustments intersegment	-1.466	-1.799	333	18,5%	-3.051	-3.475	424	12,2%	-4.609	-5.166	557	10,8%	-6.447	-6.981	534	7,7%
<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>42.828</b>	<b>45.715</b>	<b>-2.887</b>	<b>-6,3%</b>	<b>61.035</b>	<b>64.950</b>	<b>-3.915</b>	<b>-6,0%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Regionals	66.351	70.222	-3.871	-5,5%	138.470	143.895	-5.426	-3,8%	202.057	209.303	-7.246	-3,5%	276.355	286.501	-10.146	-3,5%
ABC	23.799	28.746	-4.947	-17,2%	49.861	57.096	-7.235	-12,7%	71.969	80.619	-8.650	-10,7%	98.786	110.085	-11.299	-10,3%
Supplements & Magazines	6.392	6.804	-412	-6,1%	14.105	14.947	-842	-5,6%	20.556	21.622	-1.066	-4,9%	28.821	29.942	-1.121	-3,7%
Adjustments intersegment	-4.197	-4.735	538	11,4%	-8.398	-9.266	867	9,4%	-12.711	-13.998	1.287	9,2%	-17.234	-18.702	1.468	7,8%
<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>281.871</b>	<b>297.545</b>	<b>-15.675</b>	<b>-5,3%</b>	<b>386.728</b>	<b>407.826</b>	<b>-21.098</b>	<b>-5,2%</b>
<b>EBITDA</b>																
Regionals	3.444	7.825	-4.381	-56,0%	14.890	18.725	-3.835	-20,5%	20.563	24.288	-3.725	-15,3%	34.704	38.588	-3.884	-10,1%
ABC	-2.652	-781	-1.871	-239,6%	163	1.725	-1.563	-90,6%	-46	267	-313	-117,1%	5.173	5.174	-1	-0,0%
Supplements & Magazines	-557	-309	-248	-80,2%	243	546	-303	-55,5%	-209	250	-459	-183,6%	370	1.248	-878	-70,4%
<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>20.308</b>	<b>24.806</b>	<b>-4.498</b>	<b>-18,1%</b>	<b>40.247</b>	<b>45.010</b>	<b>-4.763</b>	<b>-10,6%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Regionals	5,2%	11,1%	-6,0 p.p.		10,8%	13,0%	-2,3 p.p.		10,2%	11,6%	-1,4 p.p.		12,6%	13,5%	-0,9 p.p.	
ABC	-11,1%	-2,7%	-8,4 p.p.		0,3%	3,0%	-2,7 p.p.		(0,1%)	0,3%	-0,4 p.p.		5,2%	4,7%	0,5 p.p.	
Supplements & Magazines	-8,7%	-4,5%	-4,2 p.p.		1,7%	3,7%	-1,9 p.p.		(1,0%)	1,2%	-2,2 p.p.		1,3%	4,2%	-2,9 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>7,2%</b>	<b>8,3%</b>	<b>-1,1 p.p.</b>		<b>10,4%</b>	<b>11,0%</b>	<b>-0,6 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Regionals	1.246	5.582	-4.336	-77,7%	10.389	14.334	-3.945	-27,5%	12.786	17.622	-4.835	-27,4%	24.208	29.511	-5.303	-18,0%
ABC	-3.932	-2.171	-1.760	-81,1%	-2.377	-905	-1.473	-162,8%	-4.464	-3.575	-890	-24,9%	21.223	42	21.181	n.r.
Supplements & Magazines	-636	-361	-274	-76,0%	77	449	-372	-82,8%	-468	109	-577	-531,3%	14	1.055	-1.041	-98,7%
<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>7.853</b>	<b>14.155</b>	<b>-6.302</b>	<b>-44,5%</b>	<b>45.445</b>	<b>30.609</b>	<b>14.837</b>	<b>48,5%</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Regionals	1,9%	7,9%	-6,1 p.p.		7,5%	10,0%	-2,5 p.p.		6,3%	8,4%	-2,1 p.p.		8,8%	10,3%	-1,5 p.p.	
ABC	-16,5%	-7,6%	-9,0 p.p.		(4,8%)	(1,6%)	-3,2 p.p.		(6,2%)	(4,4%)	-1,8 p.p.		21,5%	0,0%	21,4 p.p.	
Supplements & Magazines	-9,9%	-5,3%	-4,6 p.p.		0,5%	3,0%	-2,5 p.p.		(2,3%)	0,5%	-2,8 p.p.		0,0%	3,5%	-3,5 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>2,8%</b>	<b>4,8%</b>	<b>-2,0 p.p.</b>		<b>11,8%</b>	<b>7,5%</b>	<b>4,2 p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>																
Regionals	7.682	9.125	-1.442	-15,8%	18.950	20.036	-1.086	-5,4%	24.725	25.722	-997	-3,9%	38.908	39.510	-602	-1,5%
ABC	-303	-78	-225	-289,7%	2.761	2.594	167	6,4%	2.554	1.142	1.412	123,7%	7.757	5.858	1.899	32,4%
Supplements & Magazines	-507	-309	-198	-64,0%	243	546	-303	-55,5%	-209	251	-460	-183,2%	370	1.249	-879	-70,4%
<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>27.070</b>	<b>27.115</b>	<b>-45</b>	<b>-0,2%</b>	<b>47.035</b>	<b>46.617</b>	<b>418</b>	<b>0,9%</b>
<b>Comparable EBIT</b>																
Regionals	5.368	6.867	-1.499	-21,8%	14.325	15.533	-1.208	-7,8%	17.800	18.930	-1.131	-6,0%	29.855	30.390	-535	-1,8%
ABC	-1.582	-1.465	-117	-8,0%	221	-19	240	n.r.	-1.250	-2.713	1.463	53,9%	2.716	715	2.000	279,7%
Supplements & Magazines	-586	-361	-224	-62,2%	77	450	-372	-82,8%	-468	109	-577	-527,4%	14	1.056	-1.042	-98,6%
<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>	<b>16.081</b>	<b>16.326</b>	<b>-245</b>	<b>-1,5%</b>	<b>32.585</b>	<b>32.162</b>	<b>423</b>	<b>1,3%</b>

## AUDIOVISUAL

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %	9M16	9M15	Var Abs	Var %	2016	2015	Var Abs	Var %
<b>Advertising Revenues</b>																
DTT	846	839	7	0,8%	1.606	1.587	18	1,2%	2.289	2.341	-52	-2,2%	3.381	3.415	-34	-1,0%
Radio	16	47	-31	-66,2%	34	84	-51	-60,1%	41	98	-57	-58,2%	60	114	-54	-47,6%
Content	-6	0	-6	n.a.	-6	0	-6	n.a.	-6	0	-6	n.a.	-6	0	-6	n.a.
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	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>2.324</b>	<b>2.439</b>	<b>-115</b>	<b>-4,7%</b>	<b>3.435</b>	<b>3.529</b>	<b>-94</b>	<b>-2,7%</b>
<b>Other Revenues</b>																
DTT	6.209	6.037	171	2,8%	12.661	11.972	689	5,8%	18.679	20.333	-1.654	-8,1%	26.019	26.698	-679	-2,5%
Radio	993	1.007	-14	-1,4%	2.083	2.048	34	1,7%	3.051	3.011	39	1,3%	4.070	3.968	102	2,6%
Content	3.412	3.295	117	3,5%	7.020	6.041	978	16,2%	10.453	8.733	1.720	19,7%	15.387	13.579	1.808	13,3%
Adjustments intersegment	-67	-105	38	36,5%	-134	-210	77	36,5%	-200	-315	115	36,5%	-267	-419	152	36,3%
<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>31.982</b>	<b>31.761</b>	<b>221</b>	<b>0,7%</b>	<b>45.208</b>	<b>43.825</b>	<b>1.383</b>	<b>3,2%</b>
<b>Total Revenues</b>																
DTT	7.055	6.877	179	2,6%	14.266	13.559	707	5,2%	20.968	22.674	-1.705	-7,5%	29.400	30.113	-713	-2,4%
Radio	1.009	1.054	-45	-4,3%	2.116	2.133	-16	-0,8%	3.092	3.109	-18	-0,6%	4.130	4.082	48	1,2%
Content	3.406	3.295	111	3,4%	7.014	6.041	972	16,1%	10.447	8.733	1.714	19,6%	15.381	13.579	1.802	13,3%
Adjustments intersegment	-67	-105	38	36,5%	-134	-210	77	36,5%	-200	-315	115	36,5%	-267	-419	152	36,3%
<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>34.307</b>	<b>34.200</b>	<b>106</b>	<b>0,3%</b>	<b>48.643</b>	<b>47.354</b>	<b>1.289</b>	<b>2,7%</b>
<b>EBITDA</b>																
DTT	1.497	1.196	302	25,3%	2.766	2.185	582	26,6%	4.052	3.598	455	12,6%	5.825	5.328	497	9,3%
Radio	614	656	-42	-6,4%	1.340	1.286	54	4,2%	1.958	1.959	-0	-0,0%	2.604	2.646	-42	-1,6%
Content	981	950	31	3,2%	1.903	1.918	-15	-0,8%	2.701	3.099	-398	-12,9%	4.312	4.706	-395	-8,4%
<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>8.711</b>	<b>8.656</b>	<b>56</b>	<b>0,6%</b>	<b>12.740</b>	<b>12.680</b>	<b>61</b>	<b>0,5%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
DTT	21,2%	17,4%	3,8 p.p.		19,4%	16,1%	3,3 p.p.		19,3%	15,9%	3,5 p.p.		19,8%	17,7%	2,1 p.p.	
Radio	60,8%	62,2%	-1,4 p.p.		63,3%	60,3%	3,0 p.p.		63,3%	63,0%	0,4 p.p.		63,1%	64,8%	-1,8 p.p.	
Content	28,8%	28,8%	-0,0 p.p.		27,1%	31,8%	-4,6 p.p.		25,9%	35,5%	-9,6 p.p.		28,0%	34,7%	-6,6 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>25,4%</b>	<b>25,3%</b>	<b>0,1 p.p.</b>		<b>26,2%</b>	<b>26,8%</b>	<b>-0,6 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
DTT	1.433	1.125	308	27,4%	2.633	2.044	589	28,8%	3.851	3.389	462	13,6%	6.757	5.031	1.727	34,3%
Radio	640	652	-11	-1,8%	1.360	1.279	82	6,4%	1.974	1.948	27	1,4%	2.615	2.626	-11	-0,4%
Content	140	-207	347	167,9%	270	-324	595	183,3%	311	-195	506	259,1%	1.201	374	827	221,1%
<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>6.136</b>	<b>5.141</b>	<b>995</b>	<b>19,4%</b>	<b>10.574</b>	<b>8.030</b>	<b>2.543</b>	<b>31,7%</b>
<b>EBIT Margin</b>																
DTT	20,3%	16,4%	4,0 p.p.		18,5%	15,1%	3,4 p.p.		18,4%	14,9%	3,4 p.p.		23,0%	16,7%	6,3 p.p.	
Radio	63,5%	61,8%	1,6 p.p.		64,3%	60,0%	4,3 p.p.		63,9%	62,6%	1,2 p.p.		63,3%	64,3%	-1,0 p.p.	
Content	4,1%	-6,3%	10,4 p.p.		3,9%	-5,4%	9,2 p.p.		3,0%	-2,2%	5,2 p.p.		7,8%	2,8%	5,1 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>17,9%</b>	<b>15,0%</b>	<b>2,9 p.p.</b>		<b>21,7%</b>	<b>17,0%</b>	<b>4,8 p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>																
DTT	1.497	1.196	302	25,3%	2.766	2.185	581	26,6%	4.052	3.599	454	12,6%	5.825	5.329	496	9,3%
Radio	649	656	-7	-1,0%	1.310	1.286	24	1,9%	1.928	1.959	-30	-1,6%	2.574	2.599	-25	-1,0%
Content	981	950	31	3,2%	1.903	1.918	-15	-0,8%	2.701	3.099	-398	-12,9%	4.312	4.706	-395	-8,4%
<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>8.681</b>	<b>8.656</b>	<b>25</b>	<b>0,3%</b>	<b>12.710</b>	<b>12.634</b>	<b>77</b>	<b>0,6%</b>
<b>Comparable EBIT</b>																
DTT	1.433	1.126	307	27,3%	2.633	2.048	585	28,6%	3.851	3.393	458	13,5%	5.557	5.056	501	9,9%
Radio	646	652	-6	-0,9%	1.300	1.279	22	1,7%	1.914	1.947	-34	-1,7%	2.554	2.584	-30	-1,1%
Content	140	-207	347	167,9%	270	-324	595	183,3%	311	-195	506	259,1%	1.201	374	827	221,1%
<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>	<b>6.076</b>	<b>5.145</b>	<b>931</b>	<b>18,1%</b>	<b>9.313</b>	<b>8.014</b>	<b>1.299</b>	<b>16,2%</b>

## CLASSIFIED

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q16	1Q15	Var Abs	Var %	1H16	1H15	Var Abs	Var %	9M16	9M15	Var Abs	Var %	2016	2015	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	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>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%	12.211	10.397	1.813	17,4%	16.646	14.329	2.318	16,2%
<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>12.211</b>	<b>10.397</b>	<b>1.813</b>	<b>17,4%</b>	<b>16.646</b>	<b>14.329</b>	<b>2.318</b>	<b>16,2%</b>
<b>Other Revenues</b>																
Classified	289	274	15	5,3%	605	552	53	9,7%	899	827	72	8,7%	1.169	1.107	62	5,6%
<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>899</b>	<b>827</b>	<b>72</b>	<b>8,7%</b>	<b>1.169</b>	<b>1.107</b>	<b>62</b>	<b>5,6%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Classified	4.104	3.435	669	19,5%	8.802	7.457	1.345	18,0%	13.110	11.224	1.885	16,8%	17.815	15.435	2.380	15,4%
<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>13.110</b>	<b>11.224</b>	<b>1.885</b>	<b>16,8%</b>	<b>17.815</b>	<b>15.435</b>	<b>2.380</b>	<b>15,4%</b>
<b>EBITDA</b>																
Classified	278	-354	631	178,5%	765	-18	783	n.r.	1.291	224	1.067	476,3%	2.015	660	1.355	205,3%
<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>1.291</b>	<b>224</b>	<b>1.067</b>	<b>476,3%</b>	<b>2.015</b>	<b>660</b>	<b>1.355</b>	<b>205,3%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Classified	6,8%	-10,3%	17,1 p.p.		8,7%	-0,2%	8,9 p.p.		9,8%	2,0%	7,9 p.p.		11,3%	4,3%	7,0 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>9,8%</b>	<b>2,0%</b>	<b>7,9 p.p.</b>		<b>11,3%</b>	<b>4,3%</b>	<b>7,0 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Classified	159	-533	692	129,8%	541	-353	893	253,2%	948	-232	1.180	508,3%	1.556	83	1.473	n.r.
<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>948</b>	<b>-232</b>	<b>1.180</b>	<b>508,3%</b>	<b>1.556</b>	<b>83</b>	<b>1.473</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Classified	3,9%	-15,5%	19,4 p.p.		6,1%	-4,7%	10,9 p.p.		7,2%	-2,1%	9,3 p.p.		8,7%	0,5%	8,2 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>7,2%</b>	<b>-2,1%</b>	<b>9,3 p.p.</b>		<b>8,7%</b>	<b>0,5%</b>	<b>8,2 p.p.</b>	
<b>Comparable EBITDA</b>																
Classified	303	-174	476	274,4%	819	153	666	434,2%	1.347	396	951	240,0%	2.076	831	1.244	149,7%
<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>1.347</b>	<b>396</b>	<b>951</b>	<b>240,0%</b>	<b>2.076</b>	<b>831</b>	<b>1.244</b>	<b>149,7%</b>
<b>Comparable EBIT</b>																
Classified	184	-353	537	152,2%	590	-181	772	425,4%	1.000	-60	1.060	n.r.	1.613	261	1.352	519,0%
<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>	<b>1.000</b>	<b>-60</b>	<b>1.060</b>	<b>n.r.</b>	<b>1.613</b>	<b>261</b>	<b>1.352</b>	<b>519,0%</b>