

vocento



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Resultados Enero-Septiembre 2014

13 de noviembre de 2014

Detalle de las líneas de actividad de VOCENTO

PERIODICOS			
REGIONALES		ABC	SUPLEMENTOS Y REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ La Verdad ▪ El Diario Vasco ▪ El Norte de Castilla ▪ El Diario Montañés ▪ Ideal ▪ Sur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las Provincias ▪ El Comercio ▪ Hoy ▪ La Rioja ▪ Imprentas locales ▪ Comercializadoras locales ▪ Otras participadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ Imprentas nacionales ▪ Comercializadora 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Hoy Corazón ▪ Inversión y Finanzas ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com
AUDIOVISUAL			
TELEVISION DIGITAL TERRESTRE		RADIO	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT Nacional - Net TV 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TDT Regional 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Licencias de radio analógica ▪ Licencias de radio digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Producción: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, Europroduzione y Hill Valley) Distribución: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veralia Cine
CLASIFICADOS		OTROS	
Clasificados: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión 	Directorios: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11870 (35%) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sarenet 	

NOTA IMPORTANTE

Para facilitar el análisis de la información y poder apreciar la evolución orgánica de la Compañía, a lo largo del informe se explica siempre cuando los gastos de explotación, el EBITDA, el EBIT y el Resultado Neto, están afectados por diferentes impactos no recurrentes o extraordinarios. Los impactos más relevantes se resumen en dos grupos: 1) costes de reestructuración y medidas de ajustes 2) impactos derivados de decisiones estratégicas de negocio (i.e. Radio, distribución de cine).

Aspectos destacables en la evolución financiera de los negocios

Mejora del entorno publicitario: ingresos por publicidad totales de VOC 3T14 +4,6%

Los negocios digitales alcanzan el 25% de los ingresos publicitarios a 9M14

EBITDA comp. 9M14 +37,0%, €+7,0m por ahorro y control de costes

Generación de caja operativa positiva del negocio ordinario 9M14: €+5,9m

▪ Mejora de la tendencia publicitaria en 3T14

- (i) Al crecimiento publicitario de 3T14 contribuyen todos los negocios: negocio de prensa escrita +0,2%, publicidad online de las ediciones digitales +16,6% y Clasificados +9,6%.
- (ii) Los ingresos publicitarios provenientes de internet y los nuevos negocios digitales aportan el 25,0% del total de ingresos publicitarios y de e-commerce de VOC en 9M14 (+2,6 p.p. vs 9M13).
- (iii) Mejor evolución publicitaria de Suplementos y Revistas (9M14 -0,8%, 3T14 +8,8%) que mercado (9M14 -6,9%¹), especialmente del suplemento Mujer Hoy (ingresos publicitarios 9M14 +21,3%).
- (iv) Se mantiene el incremento de cuota de mercado publicitaria a 9M14, a pesar de no tener prensa deportiva: los ingresos publicitarios de los periódicos de VOC en offline descienden a 9M14 -2,5% vs -3,5%¹ del mercado, mientras que los ingresos online crecen 10,9% vs 3,1%¹ del mercado.

▪ El EBITDA comparable 9M14 aumenta en +7.022² miles de euros, +37,0%: puesta en valor del apalancamiento operativo por estabilización de la publicidad y ahorro de costes

- (i) Las principales áreas de negocio registran crecimiento en EBITDA: ahorro de costes comparables 9M14 de -8,6% y de gastos de personal de -5,7%, que excluyen medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 miles euros.
- (ii) Periódicos: EBITDA comparable 9M14 aumenta +2.188 miles de euros, por mantener el foco en costes y por la positiva aportación de digital.
- (iii) Audiovisual: EBITDA comparable 9M14 +1.208 miles de euros. El cese de dos canales de TV se compensa con el impacto positivo del acuerdo estratégico en radio con COPE y del cambio de modelo de negocio en distribución de Contenidos.

NIIF Miles de Euros	EBITDA comparable			Publicidad
	9M14	9M13	Var Abs	Var Abs
Periódicos	24.869	22.681	2.188	(389)
Audiovisual	7.762	6.554	1.208	(297)
Clasificados	(547)	(1.762)	1.215	680
Otros	2.222	2.530	(308)	(94)
Estructura	(8.292)	(11.012)	2.719	58
Total	26.014	18.992	7.022	(42)

▪ EBIT 9M positivo por primera desde 2008: EBIT 9M14 positivo de 2.562 miles de euros, un incremento de 6.198 miles de euros vs 9M13 por mejora de EBITDA y menores amortizaciones en Contenidos

▪ Reducción de deuda financiera neta hasta 146.932 miles de euros vs 149.277 miles de euros en 2013

- (i) Generación de caja operativa positiva del negocio ordinario: +5.903 miles de euros
- (ii) Entrada de caja extraordinaria por venta de la participación indirecta del 0,36% en el operador de cable ONO por 9.214 miles de euros y salida de caja no recurrente de -12.766 miles de euros vinculadas a indemnizaciones, préstamo sindicado y otros.
- (iii) Mejora del ratio Deuda Neta/EBITDA comparable desde 4,0x a cierre de 2013 hasta 3,3x (LTM³)

¹ Fuente: i2p 9M14.

² Excluye medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 miles euros.

³ LTM son "últimos doce meses" traducido del inglés "Last twelve months".

Principales datos financieros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Venta de ejemplares	155.415	162.490	(7.075)	(4,4%)
Ventas de publicidad	110.248	110.291	(42)	(0,0%)
Otros ingresos	95.847	113.334	(17.487)	(15,4%)
Ingresos de explotación	361.510	386.115	(24.605)	(6,4%)
Personal	(123.606)	(126.285)	(2.678)	(2,1%)
Aprovisionamientos	(64.784)	(67.935)	(3.151)	(4,6%)
Servicios exteriores	(150.162)	(171.093)	(20.930)	(12,2%)
Provisiones	(2.210)	(2.548)	(338)	(13,3%)
Gastos de explotación sin amortizaciones	(340.762)	(367.860)	(27.098)	(7,4%)
EBITDA	20.748	18.255	2.493	13,7%
Amortizaciones	(18.204)	(22.114)	(3.909)	(17,7%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	18	223	(205)	(92,0%)
EBIT	2.562	(3.636)	6.198	170,4%
Resultado sociedades método de participación	8	131	(123)	(93,8%)
Diferencial financiero y otros	(7.363)	(7.537)	174	2,3%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	(305)	356	(661)	(185,7%)
Resultado antes de impuestos	(5.099)	(10.685)	5.587	52,3%
Impuesto sobre sociedades	(966)	(1.068)	103	9,6%
Resultado neto antes de minoritarios	(6.064)	(11.754)	5.690	48,4%
Accionistas minoritarios	(3.043)	(3.560)	516	14,5%
Resultado atribuible Sociedad Dominante	(9.108)	(15.314)	6.206	40,5%
Gastos de personal comparables ¹	(118.341)	(125.548)	(7.207)	(5,7%)
Gastos explotación sin amort. comparables ¹	(335.496)	(367.123)	(31.627)	(8,6%)
EBITDA comparable ¹	26.014	18.992	7.022	37,0%
EBIT comparable ^{1 2}	7.809	(3.122)	10.931	350,1%

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

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

¹ Excluye medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 miles euros.

² EBIT comparable excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M14 18 miles de euros y 9M13 223 miles de euros.

Ingresos de explotación

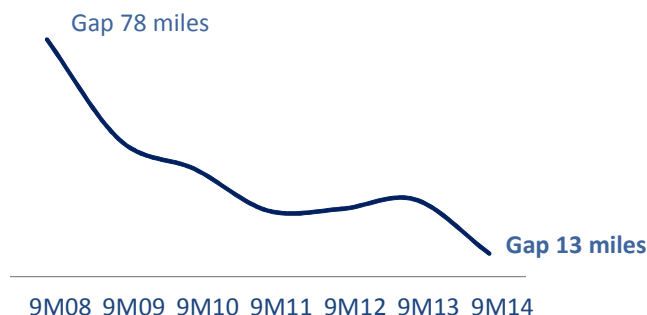
Los ingresos totales en 9M14 alcanzan 361.510 miles de euros, -6,4% comparado con 9M13. Los principales motivos de dicho comportamiento se detallan a continuación:

Ventas de ejemplares: caída del -4,4%, explicado principalmente por el descenso de los ingresos en Regionales del -5,5% (periódicos regionales -5,0%) y del -1,6% en ABC. La evolución de la difusión ha sido del -8,3% en ABC y del -6,9% en Prensa Regional.

Según datos oficiales de OJD a 9M14, ABC se sitúa a 12,8⁴ mil ejemplares de la segunda posición en prensa nacional generalista en España. De forma paulatina, el gap se ha ido reduciendo desde los 77,9 mil ejemplares que había a 9M08.

Evolución del "gap" en difusión ordinaria de ABC vs El Mundo¹

Evolución ejemplares en quiosco y suscripciones individuales 9M14/08 (datos en miles)

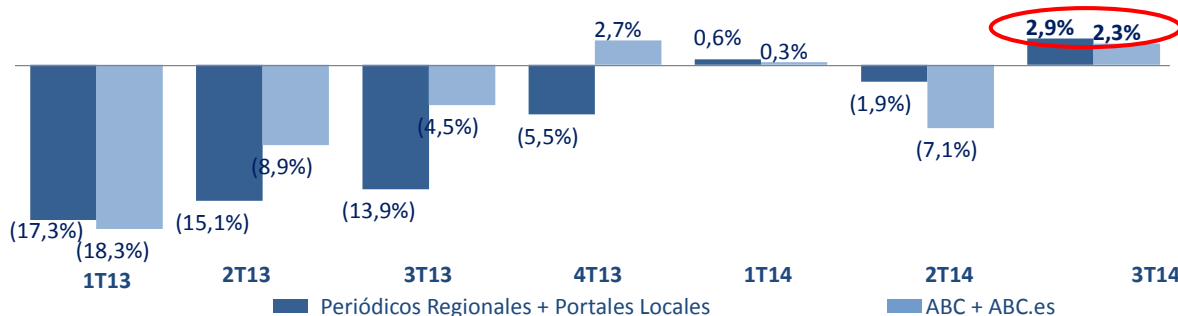


Nota 1: fuente OJD. Datos 9M14 no certificados.

Los ingresos por venta de publicidad se mantienen planos a 9M14, con un crecimiento del +0,3% si se ajusta por perímetro (acuerdo estratégico en Radio con COPE a partir del 2T13 y desinversión del diario gratuito online que.es en 2013).

Se observa una mejora en la tendencia de las ventas de publicidad totales de VOC que a 3T14 crecen 4,6%. Dicho crecimiento está especialmente apoyado en la publicidad digital, donde las ventas de publicidad de las ediciones digitales crecen a un ritmo del 16,6%, pero también contribuye la edición impresa que crece al 0,2%. El resultado conjunto (on+off) se resume en un crecimiento de la Prensa Regional del +2,9% y Nacional +2,3%.

Evolución publicitaria VOC offline y online (%)

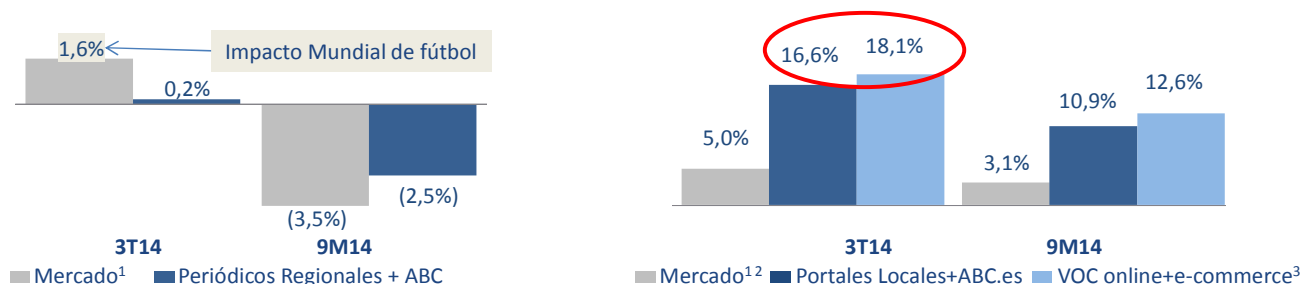


Fuente: datos internos.

Asimismo, y según i2p, las marcas de VOC registran un mejor comportamiento que el soporte de prensa a 9M14, con una caída del soporte offline del -2,5% vs mercado -3,5%, ganando, por tanto, cuota de mercado publicitaria. Según esta misma fuente, el mercado habría crecido +1,6% en 3T14 vs +0,2% de las cabeceras de VOC, explicado entre otros por el efecto del Mundial de Fútbol al no tener VOC prensa deportiva (ver gráfico en la página siguiente).

⁴ Fuente: OJD datos a 9M 2014 no certificados. Difusión ordinaria (venta en quiosco y suscripciones individuales).

Evolución publicitaria VOC vs Mercado offline y online (%)

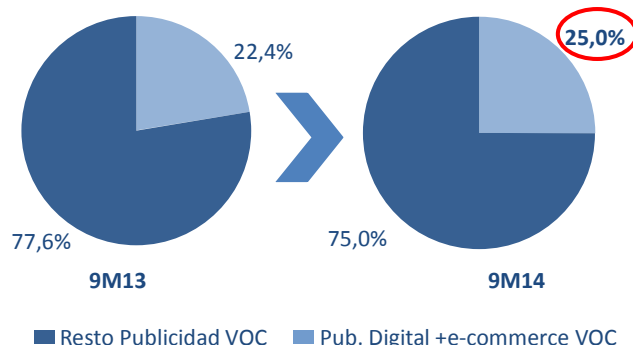


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

Otros Ingresos se reducen un 15,4% debido, entre otros, al impacto del cese de emisiones de dos canales del multiplex de TDT (Televisión Digital Terrestre) Nacional, al cambio de modelo de negocio en distribución de cine (área de Contenidos), y a la actividad más selectiva en promociones. Estos efectos son compensados parcialmente por la aportación creciente de eventos y patrocinios así como de negocios digitales de Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox o Ticketing.

El cambio de perfil de ingresos hacía digital, considerando no solo los ingresos de publicidad digitales de VOCENTO, sino también los ingresos derivados de los citados nuevos modelos digitales basados en e-commerce, permiten incrementar la exposición a digital de VOCENTO hasta el 25,0% en 9M14 (+2,6 p.p. vs 9M13).

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



Gastos de explotación

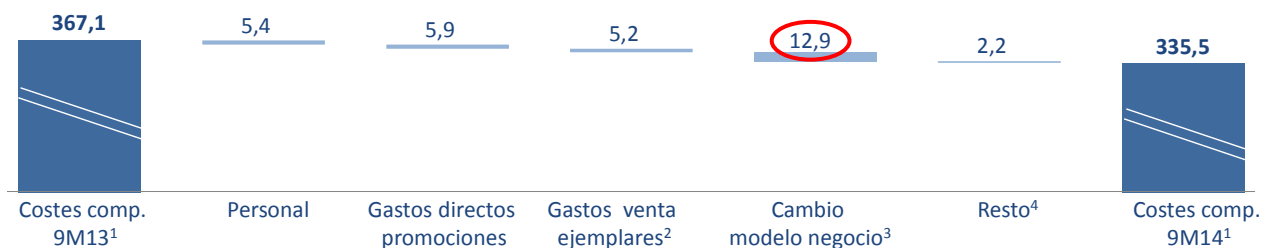
Los costes comparables de 9M14 descienden un 8,6%, -31.627 miles de euros, excluidas medidas de ajuste de personal en 9M14 por -5.266 miles de euros y en 9M13 por -737 miles euros. Estas medidas de ajuste de personal se enmarcan dentro de una gestión normalizada de la compañía, donde la búsqueda de eficiencias es continua, máxime en un entorno publicitario todavía incierto.

Los principales conceptos en la reducción de costes son:

- Cambio de modelo de negocio en el área Audiovisual -12.919 miles de euros: cese de canales de TDT Nacional, Radio tras acuerdo con COPE y distribución de películas de cine en Contenidos.
- Reducción de los gastos en promociones que a 9M14 se reducen en un -30,1%, un total de 5.946 miles de euros
- Ajustes de personal y modificación de políticas salariales, con una disminución de costes de -7.207 miles de euros, -5,7%⁵. Excluyendo el área Audiovisual esta reducción es de -5.441 miles de euros o -4,5%.
- Menores gastos vinculados a la venta de ejemplares por un total de 5.170 miles de euros

⁵ Excluye medidas de ajuste de personal 9M14 -5.266 miles de euros y 9M13 -737 mil euros.

Detalle de costes operativos comparables por concepto



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m y Audiovisual. Nota 2: costes de marketing, aprovisionamientos, distribución y talleres. Nota 3: reducción en costes en Audiovisual. Nota 4: resto de costes de Periódicos, y costes de las áreas de Clasificados, Otros y Estructura, excluida la variación de costes de personal.

Por áreas:

- Periódicos: destaca el descenso de costes comparables en 13.872 miles de euros a 9M14, -4,8%, explicado principalmente por la disminución de costes de personal y una política de promociones más selectiva.
- Audiovisual: disminución de 12.919 miles de euros a 9M14, -27,0%, estando los principales motivos en el cese de los dos canales de TV y a la no distribución de estrenos de películas de cine.
- En el resto de áreas, los motivos se centran en las reestructuraciones y redimensionamientos de equipos y procesos realizados.

Detalle de costes operativos comparables por área de negocio



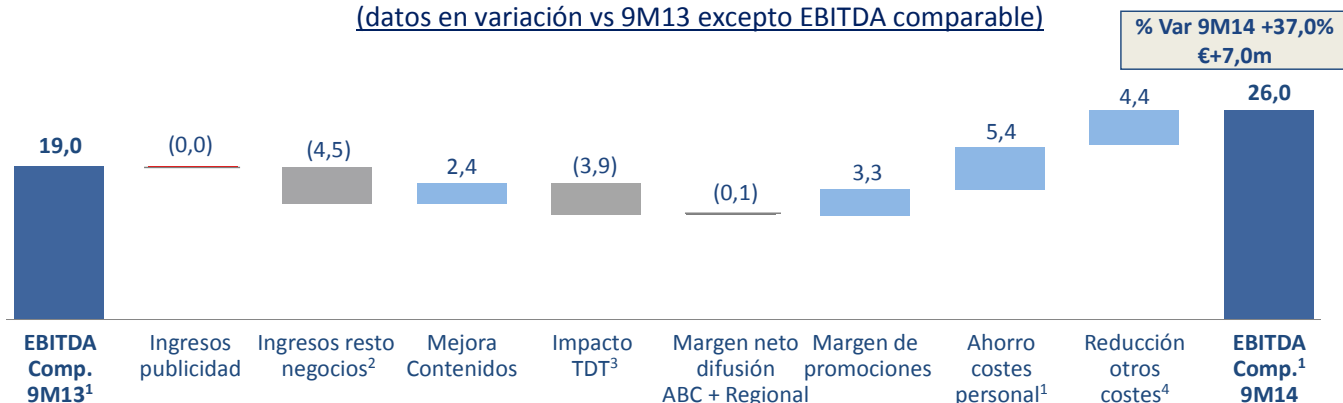
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m

EBITDA comparable

El EBITDA comparable en 9M14 alcanza 26.014 miles de euros una mejora de 7.022 miles de euros, +37,0% en comparación con 9M13. Se refleja la puesta en valor del apalancamiento operativo: la recuperación publicitaria en 3T14 se pone de manifiesto en un crecimiento de EBITDA 3T14 del +60,0% superior al acumulado 9M14 (+37,0%)

Las grandes líneas que respaldan esta mejoría, se resumen en la gráfica siguiente:

Detalle del movimiento de EBITDA comparable¹ 9M13-9M14 (€m) (datos en variación vs 9M13 excepto EBITDA comparable)

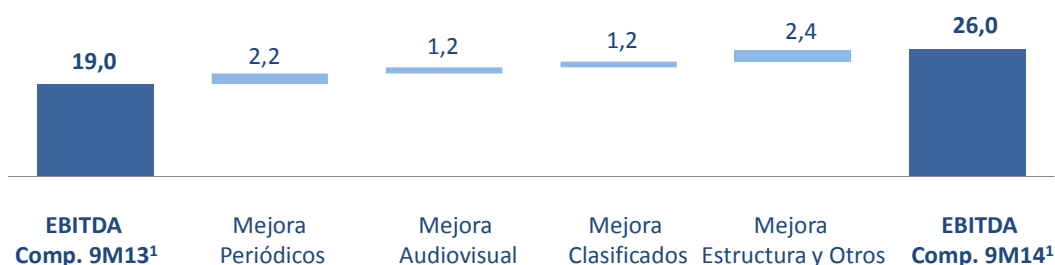


Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m. Los ahorros de costes de personal excluyen Audiovisual. Nota 2: ingresos de radio, clasificados, venta de ejemplares de suplementos y otros negocios. Nota 3: impacto cierre de canales TDT y provisión de Intereconomía. Nota 4: costes comerciales, y administrativos Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas ex-Contenidos.

Todas las áreas de negocio mejoran la cifra de EBITDA. Destacar:

- (i) **Periódicos⁶**: EBITDA comparable 9M14 de 24.869 miles de euros con un crecimiento de +2.188 miles de euros vs 9M13. A pesar de la menor cifra de ingresos por venta de ejemplares (descenso de 7.189 miles de euros), la activa gestión de costes se manifiesta en: a) menores costes de personal tras las medidas de ajuste de estructuras y revisión de políticas salariales, b) mejora del margen neto de venta de ejemplares en ABC y c) mejora del margen de promociones. Los nuevos negocios digitales y la realización de eventos favorecen este crecimiento.
- (ii) **Audiovisual⁷**: incremento de EBITDA comparable 9M14 de +1.208 miles de euros, hasta 7.762 miles de euros. Por el lado negativo destaca el impacto del cese de la emisión de dos canales en TDT nacional y la provisión por cuentas a cobrar relativas a Intereconomía; por la parte positiva, el acuerdo estratégico en Radio con COPE y el resultado de las medidas de reestructuración acometidas en el área de Contenidos durante 2013.
- (iii) **Clasificados⁸**: reducción de la pérdida en EBITDA comparable 9M14 de +1.215 miles de euros hasta -547 miles de euros debido al efecto combinado del crecimiento en ingresos de publicidad en 9M14 del +8,9% y medidas de reducción de costes relacionadas con optimización de equipos comerciales y reducción de personal.

Evolución del EBITDA comparable¹ por área de negocio 9M14 €m (datos en variación 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable)



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m.

⁶ Periódicos: excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13 -1.016 miles de euros.

⁷ Audiovisual: excluye medidas de ajuste 9M14 -421 mil es de euros y 9M13 -223 miles de euros.

⁸ Clasificados: excluye medidas de ajuste 9M14 -117 miles de euros y 9M13 55 miles de euros.

Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 9M14 fue positivo y alcanzó los 2.562 miles de euros en comparación con -3.636 miles de euros en 9M13, una mejora de 6.198 miles de euros. El resultado de explotación comparable en 9M14 mejora hasta alcanzar 7.809 miles de euros en comparación con -3.122 miles de euros en 9M13.

Además del impacto positivo de los menores costes, se ve positivamente afectado por el descenso de las amortizaciones en el periodo por un total de 3.909 miles de euros. La reducción en las amortizaciones en 9M14 se debe por un lado a la menor amortización en el área de Contenidos por -1.539 importe de miles de euros tras la transmisión de parte del negocio de Distribución de cine y por otra, a las menores amortizaciones vinculadas a las plantas de impresión.

VOCENTO alcanza EBIT positive en resultados a 9M por primera vez desde 2008.

Diferencial financiero

El diferencial financiero 9M14 alcanza los -7.363 miles de euros, en línea con 9M13 (-7.537 miles de euros). Los gastos y comisiones de apertura vinculados al préstamo sindicado se periodifican a lo largo de la vida del mismo.

En el mes de febrero de 2014, VOCENTO firmó un préstamo sindicado a 5 años por un importe total de 175 millones de euros (ver hecho relevante de 24 de febrero de 2014) que ha contribuido a reforzar la estructura financiera de Vocento, sustituyendo líneas bilaterales, a efecto de extender sus vencimientos y unificar la gestión de las mismas. En este sentido, se ha realizado una permuta de intereses de cobertura del préstamo sindicado por un importe de 87.637 miles de euros realizada tras la firma en marzo de 2014, con el objetivo de realizar una cobertura del tipo de interés, cuyo impacto anual se refleja vía resultado financiero.

Impuesto sobre sociedades

El efecto de la mejora del resultado operativo se compensa con el impacto de las regularizaciones de bases imponibles negativas de ejercicios anteriores, por lo que el impuesto sobre sociedades se mantiene en línea con el pasado año (9M14 -966 miles de euros vs 9M13 -1.068 miles de euros).

Accionistas minoritarios

El menor saldo de accionistas minoritarios 9M14 por importe de 3.043 miles de euros (vs -3.560 en 9M13) es debido principalmente al menor resultado en TDT Nacional por prescindir de dos canales que no es compensado con la mejora de Contenidos.

Resultado neto atribuible a la sociedad dominante

El resultado neto consolidado en 9M14 asciende a -9.108 miles de euros, reduciendo las pérdidas en un -40,5% en comparación con 9M13 (-15.314 miles de euros).

Balance de situación consolidado

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	2013	Var abs	% Var
Activos no Corrientes	547.766	568.022	(20.256)	(3,6%)
Activo Intangible	152.674	159.662	(6.988)	(4,4%)
Propiedad, planta y equipo	172.356	182.365	(10.009)	(5,5%)
Part.valoradas por el método de participaci	10.555	10.676	(121)	(1,1%)
Otros activos no corrientes	212.181	215.318	(3.138)	(1,5%)
Activos Corrientes	152.182	172.774	(20.592)	(11,9%)
Efectivo y otros medios equivalentes	29.743	34.721	(4.978)	(14,3%)
Otros activos corrientes	122.439	138.053	(15.614)	(11,3%)
Activos mantenidos para la venta	193	193	0	0,0%
TOTAL ACTIVO	700.142	740.990	(40.848)	(5,5%)
Patrimonio neto	337.110	349.902	(12.791)	(3,7%)
Deuda financiera	174.736	184.414	(9.678)	(5,2%)
Otros pasivos no corrientes	68.268	68.274	(5)	(0,0%)
Otros pasivos corrientes	120.027	138.401	(18.374)	(13,3%)
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	700.142	740.990	(40.848)	(5,5%)

Otros activos corrientes

La disminución en el saldo por importe de -15.614 miles de euros se explica tanto por el menor saldo de clientes dada la menor actividad, como por el impacto en clientes y proveedores del cese de emisión de los dos canales de TDT y la venta de parte del negocio de distribución de contenidos de cine.

Posición financiera neta

La posición financiera neta en el periodo se sitúa en -146.932 miles de euros que incluye efectivo y otros medios equivalentes y otros activos financieros corrientes por 29.743 miles de euros.

La reducción de deuda acometida y la mejora del EBITDA comparable a 9M14, permiten reducir el ratio de apalancamiento financiero, medido como Deuda Neta/EBITDA comparable, desde 4,0x a cierre de 2013 hasta 3,3x (LTM⁹).

Desglose de la Deuda Financiera Neta a 9M14

Miles de Euros	9M14	2013	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	23.798	120.589	(96.791)	(80,3%)
Endeudamiento financiero a largo plazo	150.938	63.824	87.114	136,5%
Endeudamiento financiero bruto	174.736	184.414	(9.678)	(5,2%)
Efectivo y otros medios equivalentes	29.743	34.721	(4.978)	(14,3%)
Otros activos financieros no corrientes	235	415	(180)	(43,4%)
Gastos de formalización del sindicato	2.173	0	2.173	n.a.
Posición de caja neta/ (deuda neta)	(146.932)	(149.277)	2.346	1,6%

⁹ LTM son "últimos doce meses" traducido del inglés "Last twelve months".

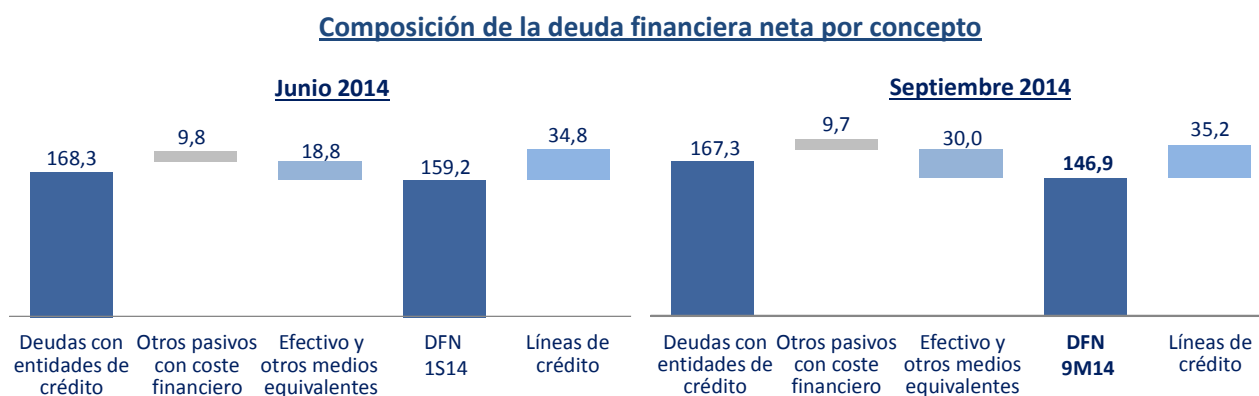
El endeudamiento a c.p. incluye deuda con entidades de crédito por 19.738 miles de euros, cuyo descenso es consecuencia de la nueva financiación del préstamo sindicado, y otros pasivos con coste financiero corrientes por 4.060 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones.

El endeudamiento a l.p. incluye: a) deuda con entidades de crédito por 145.348 miles de euros y b) otros pasivos con coste financiero no corrientes por 5.590 miles de euros que incluyen principalmente planes de pensiones e indemnizaciones pendientes de pago vinculadas al plan de salidas de ABC de 2009.

Las partidas de endeudamiento a corto y largo plazo en balance, y de acuerdo a normativa contable, se encuentran neteadas por los gastos anticipados a corto y largo plazo de la financiación del préstamo sindicado por un importe de 2.173 miles de euros. Dicho importe no tiene coste financiero. Estos gastos se vuelven a sumar a efectos del cálculo de la deuda neta.

Asimismo, el préstamo sindicado ha llevado a realizar un ajuste contable en el endeudamiento financiero a largo plazo por la valoración a precios de mercado ("mark to market") de los derivados del préstamo sindicado (se formalizan con varias entidades bancarias), que asciende a 2.804 miles de euros

Ver detalle de la composición de la deuda en el gráfico siguiente:



Para una mejor comprensión del movimiento de deuda, se analizan por separado los movimientos ordinarios y no ordinarios. Dentro de los movimientos ordinarios en 9M14, las variaciones más significativas se deben a:

- (i) **Variación en capital circulante** de -5.534 miles de euros (excluido extraordinarios por Fundación ABC de 1.926 miles de euros) principalmente debido a la recuperación de saldos de clientes, el impacto en el saldo de deudores y proveedores por el cese de dos canales de TDT, la menor actividad de Contenidos y a pagos realizados a proveedores de papel.

La gestión del capital circulante (incluye variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA)) sigue siendo una de las prioridades clave en la operativa diaria de la compañía.

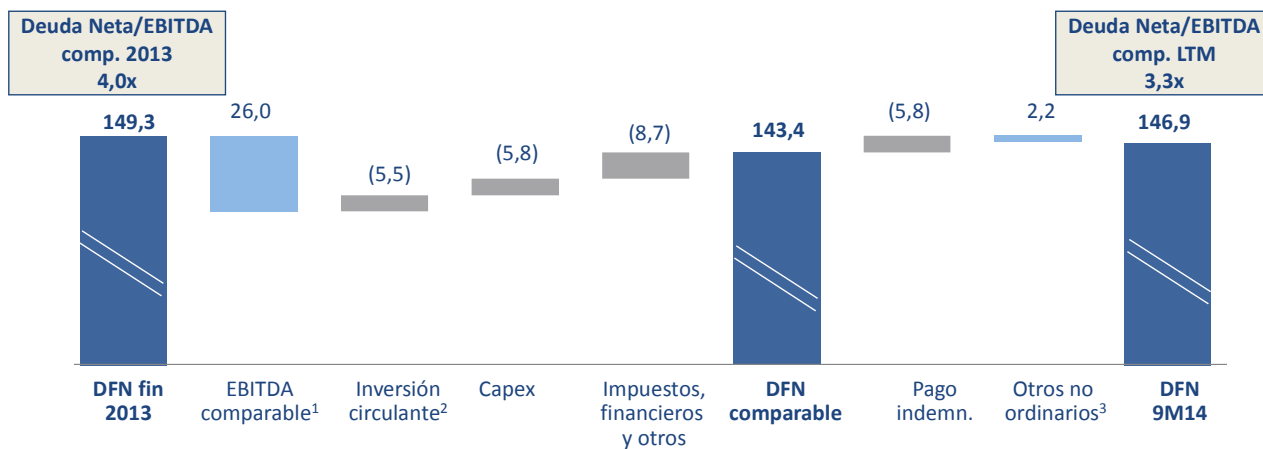
- (ii) **Inversiones en inmovilizado material e inmaterial**: salidas de caja por un total de -5.845 miles de euros, vinculadas principalmente con la actividad digital.

Dentro de los movimientos no recurrentes:

- (iii) **Coste de indemnizaciones por las medidas de ajuste de personal**: se producen salidas de caja en 9M14 por importe total de -5.796 miles de euros principalmente en Regionales y Corporativo.
- (iv) **Otros no ordinarios**: incluye la caja generada por la venta de la participación indirecta del 0,36% de VOC en el operador de cable ONO (9.214 miles de euros), gastos y ajustes asociados a la constitución del préstamo sindicado (i.e. como el ajuste contable, que no implica salida de caja, del valor de su derivado ("mark to market")), así como, el préstamo realizado a la Fundación ABC.

Destacar que en 4T14 se ha cobrado 1,179 miles de euros adicionales por la citada desinversión en ONO.

Análisis del movimiento de deuda financiera neta 9M14-2013 (€m)



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 9M14 €-5,3m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA). Nota 3: incluye venta de participación en ONO, comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y pago extraordinario a la Fundación ABC.

Otros pasivos corrientes

La variación en el saldo de Otros Pasivos por 18.374 miles de euros, se debe principalmente a la disminución de saldos con proveedores, debido a la menor actividad de Contenidos, tanto por televisión como por distribución de cine, y al menor saldo con proveedores de papel.

Estado de flujos de efectivo

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	% Var
Resultado del ejercicio	(9.107)	(15.312)	6.205	40,5%
Ajustes resultado del ejercicio	31.824	36.081	(4.257)	(11,8%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación antes de circulante	22.717	20.769	1.948	9,4%
Variación capital circulante	(7.460)	(379)	(7.081)	n.r.
Otras partidas a pagar sin coste financiero	4.819	(11.380)	16.199	142,3%
Otras partidas a pagar con coste financiero	(3.105)	(4.244)	1.139	26,8%
Impuesto sobre las ganancias pagado	(1.483)	(2.857)	1.374	48,1%
Retenciones intereses (tesorería centralizada)	(2.012)	(476)	(1.536)	(322,7%)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)	13.477	1.433	12.044	840,4%
Adiciones al inm. material e inmaterial	(5.845)	(6.758)	913	13,5%
Adquisición y venta de activos financieros, filiales y asociadas	9.742	(485)	10.227	n.r.
Dividendos e intereses cobrados	559	553	6	1,1%
Otros cobros y pagos (inversión)	0	0	0	n.a.
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión (II)	4.456	(6.690)	11.146	166,6%
Dividendos e intereses pagados	(15.133)	(13.179)	(1.954)	(14,8%)
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(5.513)	13.198	(18.711)	(141,8%)
Otros cobros y pagos (financiación)	(2)	(256)	254	99,2%
Operaciones societarias sin coste	(1.033)	(201)	(832)	(413,9%)
Operaciones societarias con coste	(1.025)	(6.598)	5.573	84,5%
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación (III)	(22.706)	(7.036)	(15.670)	(222,7%)
Variación neta de efectivo y equivalentes al efectivo (I + II + III)	(4.774)	(12.293)	7.519	61,2%
Efectivo y equivalentes operaciones discontinuadas	(205)	0	(205)	n.a.
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	34.721	40.295	(5.574)	(13,8%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	29.743	28.004	1.739	6,2%

Los flujos netos de efectivo de las actividades de explotación ascienden a 13.477 miles de euros que incluye entre otros: a) pagos relacionados con las medidas de ajuste de estructuras de personal por -5.796 miles de euros y b) variación en el capital circulante por -7.460 miles de euros que, excluyendo no ordinarios (préstamo a la Fundación ABC), asciende a -5.534 miles de euros principalmente por la ya citada disminución de saldos con proveedores, tanto vinculados a televisión como a papel.

Los flujos netos de efectivo de las actividades de inversión ascienden a 4.456 miles de euros debido principalmente a la entrada de caja derivada de la venta de la participación indirecta del 0,36% de VOC en el operador de cable ONO por un total de 9.214 miles de euros, que se compensa con las inversiones en inmovilizado (ver apartado Capex).

El flujo neto de las actividades de financiación asciende a -22.706 miles de euros, e incluye los intereses y los dividendos pagados por las filiales de VOCENTO por -15.133 miles de euros, así como devolución de deuda en el periodo, y operaciones societarias originadas por el pago a minoritarios en Las Provincias (pasivo con coste) y otras operaciones.

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. A 9M14, destacar por un lado, que gran parte de la inversión está vinculada con el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos digitales, y por otro, la reducción de CAPEX en el área de Contenidos tras el acuerdo alcanzado en 2013 mediante el cual VOCENTO se libera de las obligaciones contraídas respecto de adquisiciones de nuevas películas manteniendo en cambio la explotación del catálogo histórico.

La diferencia entre salida de caja por inversiones en inmovilizado (5.845 miles de euros) y CAPEX contable (4.460 miles de euros) obedece principalmente a los pagos pendientes por inversiones realizadas en 2013.

Detalle de CAPEX por área de negocio

	NIIF (miles de euros)								
	9M14			9M13			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	1.634	705	2.339	1.322	1.194	2.516	312	(489)	(177)
Audiovisual	143	95	238	1.282	152	1.434	(1.139)	(57)	(1.196)
Clasificados	180	11	191	267	63	330	(87)	(52)	(139)
Otros	6	522	528	3	328	331	3	194	197
Estructura	1.141	23	1.164	897	23	920	244	0	244
TOTAL	3.104	1.357	4.460	3.771	1.761	5.532	(667)	(404)	(1.071)

Información por área de actividad

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Periódicos	302.837	314.520	(11.683)	(3,7%)
Audiovisual	42.667	54.379	(11.711)	(21,5%)
Clasificados	9.070	9.700	(630)	(6,5%)
Otros	10.347	11.277	(930)	(8,2%)
Estructura y eliminaciones	(3.411)	(3.761)	350	9,3%
Total Ingresos de Explotación	361.510	386.115	(24.605)	(6,4%)
EBITDA				
Periódicos	21.371	21.665	(294)	(1,4%)
Audiovisual	7.341	6.332	1.009	15,9%
Clasificados	(664)	(1.707)	1.043	61,1%
Otros	2.222	2.511	(289)	(11,5%)
Estructura y eliminaciones	(9.522)	(10.546)	1.024	9,7%
Total EBITDA	20.748	18.255	2.493	13,7%
EBITDA comparable¹				
Periódicos	24.869	22.681	2.188	9,6%
Audiovisual	7.762	6.554	1.208	18,4%
Clasificados	(547)	(1.762)	1.215	68,9%
Otros	2.222	2.530	(308)	(12,2%)
Estructura y eliminaciones	(8.292)	(11.012)	2.719	24,7%
Total EBITDA comparable	26.014	18.992	7.022	37,0%
EBIT				
Periódicos	9.406	8.253	1.153	14,0%
Audiovisual	3.160	241	2.919	n.r.
Clasificados	(1.423)	(2.739)	1.316	48,1%
Otros	1.490	1.751	(261)	(14,9%)
Estructura y eliminaciones	(10.072)	(11.142)	1.070	9,6%
Total EBIT	2.562	(3.636)	6.198	170,4%
EBIT comparable¹²				
Periódicos	12.921	9.260	3.661	39,5%
Audiovisual	3.547	430	3.117	724,1%
Clasificados	(1.306)	(2.802)	1.497	53,4%
Otros	1.490	1.599	(109)	(6,8%)
Estructura y eliminaciones	(8.842)	(11.609)	2.766	23,8%
Total EBIT comparable	7.809	(3.122)	10.931	350,1%

Periódicos (incluye actividad offline y online)

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Regionales	215.010	222.261	(7.251)	(3,3%)
ABC	82.264	87.578	(5.314)	(6,1%)
Suplementos y Revistas	22.026	22.938	(912)	(4,0%)
Eliminaciones	(16.463)	(18.257)	1.794	9,8%
Total Ingresos de Explotación	302.837	314.520	(11.683)	(3,7%)
EBITDA				
Regionales	21.831	24.741	(2.910)	(11,8%)
ABC	(919)	(3.090)	2.171	70,3%
Suplementos y Revistas	459	14	445	n.r.
Total EBITDA	21.371	21.665	(294)	(1,4%)
EBITDA comparable¹				
Regionales	25.160	25.536	(376)	(1,5%)
ABC	(867)	(3.083)	2.216	71,9%
Suplementos y Revistas	577	228	349	152,7%
Total EBITDA comparable	24.869	22.681	2.188	9,6%
EBIT				
Regionales	14.751	17.106	(2.355)	(13,8%)
ABC	(5.519)	(8.585)	3.066	35,7%
Suplementos y Revistas	175	(267)	442	165,4%
Total EBIT	9.406	8.253	1.153	14,0%
EBIT comparable^{1,2}				
Regionales	18.091	17.891	200	1,1%
ABC	(5.468)	(8.578)	3.110	36,3%
Suplementos y Revistas	297	(53)	350	659,7%
Total EBIT comparable	12.921	9.260	3.661	39,5%

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

¹ Excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13- 1.016 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M14 -16 miles de euros y 9M13 9 miles de euros.

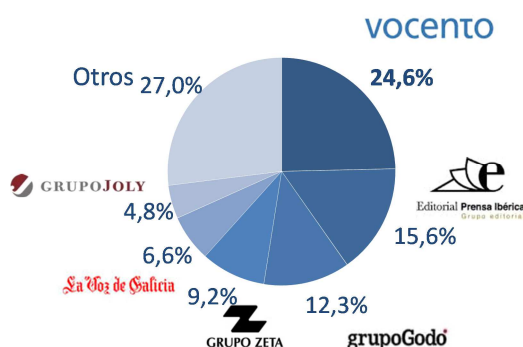
Ingresos de Explotación: asciende a 302.837 miles de euros en los nueve primeros meses de 2014, un descenso del 3,7% como consecuencia principalmente de las menores ventas de ejemplares de Regionales y del menor esfuerzo en promociones realizado en ABC.

Ventas de ejemplares: asciende a 155.415 miles de euros (-4,4%).

Los ingresos por venta de ejemplares de la Prensa Regional descienden en 9M14 un 5,5% (periódicos regionales -5,0%) debido a una caída de la difusión en el periodo del 6,9%. El incremento generalizado de los precios de cabecera en sábados y domingos en gran parte de los periódicos regionales permite suavizar ligeramente la tendencia en ingresos.

Las cabeceras regionales de VOCENTO mantienen un claro liderazgo en sus áreas de influencia, reflejado en una cuota de mercado de difusión en prensa regional del 24,6% en comparación con su inmediato comparable que alcanza una cuota del 15,6%.

Cuota de difusión a 9M14 en prensa regional¹



Nota 1: fuente OJD prensa generalista. Datos no certificados.

En ABC, los ingresos por venta de ejemplares descienden un 1,6%, suavizando el impacto de la caída de difusión por el incremento de precios de cabecera en el mes de enero, de lunes a viernes de €1,3 a €1,4 y en domingo de €2,5 a €2,8. ABC alcanza un promedio de difusión en 9M14 de 130.211 ejemplares diarios, una caída del 8,3% vs 10,4% del mercado de prensa nacional.

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

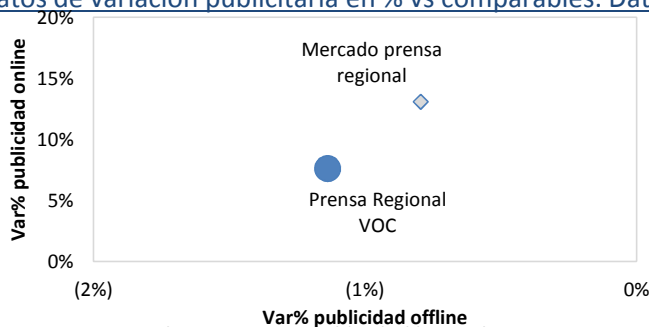
Ventas de Publicidad: ascienden a 99.726 miles de euros, -0,4% en comparación con 9M13.

Los periódicos regionales y ABC prácticamente repiten el nivel de publicidad del pasado año y vuelven a registrar un mejor comportamiento publicitario que el mercado en prensa offline e Internet. Los ingresos publicitarios de los periódicos en offline 9M14 caen un 2,5% y crecen en online 10,9% en comparación con un -3,5% y un +3,1% del mercado, respectivamente, según i2p (ver gráfico en página 6). La evolución en prensa offline de VOC durante 3T14 está impactada por el Mundial de fútbol, al no tener prensa deportiva.

Los **Regionales** alcanzan ventas de publicidad de 64.929 miles de euros, un crecimiento del 0,4% en 9M14, observándose un mejor comportamiento de la publicidad regional en local que en nacional.

En la comparativa con mercado, los Regionales están en línea con el resto de operadores en offline (-1,1% vs -0,8% de comparables) y en online los Regionales crecen +7,6% vs comparables +13,1% motivado por ser un negocio más desarrollado y de mayor tamaño en VOC. Así, la publicidad online representa ya el 15,8% del total de ingresos publicitarios de los Regionales vs 10,2% en el caso de los comparables.

Regionales: datos de variación publicitaria en % vs comparables. Datos ene-sep 14



Nota 1: datos internos. Publicidad bruta de prensa.

En **ABC**, los ingresos por publicidad crecen en 3T14 un 2,3%, y descienden un 2,3% en 9M14, compensándose en parte el deterioro de las ventas de publicidad offline del -6,3% con el notable crecimiento publicitario en ABC.es del 17,1%.

En la comparativa con mercado, se observa el mejor comportamiento de ABC, tanto en offline (-5,3% de ABC vs -7,2% de comparables) y en online: ABC +19,4% vs comparables +9,5%.

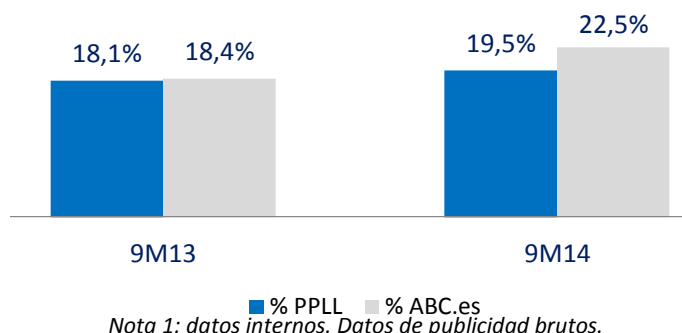
ABC: datos de variación publicitaria en % vs comparables. Datos ene-sep 14



Nota 1: datos internos. Publicidad bruta de prensa.

La paulatina incorporación del modelo complementario digital se sigue reflejando en el creciente peso de los ingresos digitales, tanto en los Regionales (19,5% +1,4 p.p.), como en ABC (22,5%, +4,1 p.p.).

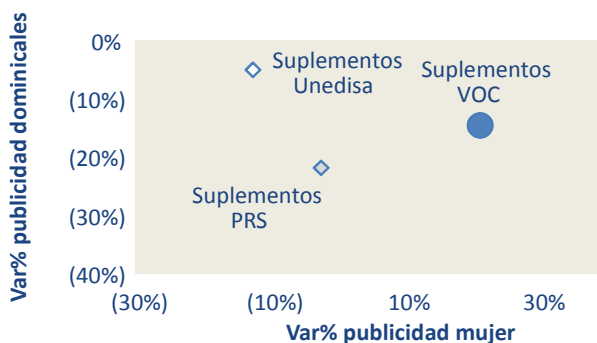
% de negocio digital sobre ingresos publicidad bruta de ABC y regionales ene-sep14¹ (%)



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

Por su parte, los ingresos de publicidad de Suplementos y Revistas crecen en 3T14 un +8,8% apoyados tanto en online (+30,6%) como en offline (+6,5%). A 9M14, los ingresos de publicidad caen un 0,8%, en comparación con el mercado de dominicales -6,9%¹⁰. Destaca la positiva evolución del suplemento femenino de los sábados, Mujer Hoy, que muestra un incremento de inversión del anunciante, especialmente de sectores de alta gama (belleza y moda), así como una mejora de cuota resultado a su vez del rediseño y mejora del producto.

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



Nota 1: datos internos. Datos de publicidad brutos.

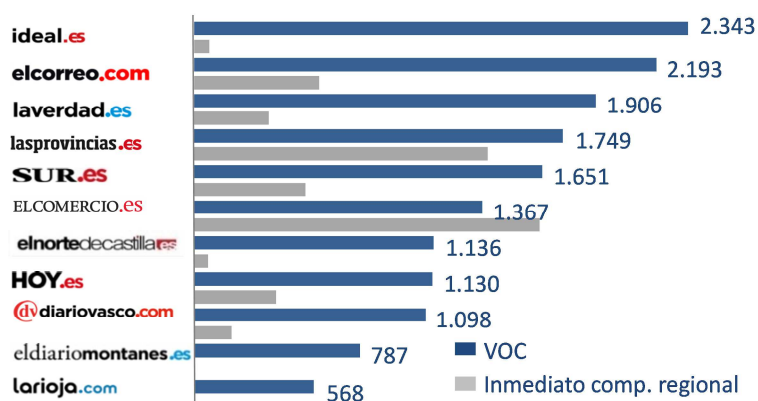
¹⁰ Fuente: i2p 9M14.

Otros Ingresos: ascienden a 47.696 miles de euros, -7,9%, reflejo principalmente del menor esfuerzo en promociones en ABC y el impacto de en Impresión y Distribución de la menor venta de ejemplares.

Estos efectos son compensados parcialmente por la aportación creciente de eventos y patrocinios así como de negocios digitales de Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox o Ticketing.

Estos nuevos modelos digitales se apoyan en audiencias crecientes de usuarios únicos tanto en las ediciones digitales de los regionales como de ABC. Las cabeceras regionales se mantienen como líderes en online, donde alcanzan una audiencia de 16 millones de usuarios únicos mensuales. Asimismo, cada uno de los once portales es líder en audiencia en su mercado de referencia, excepto El Comercio Digital.

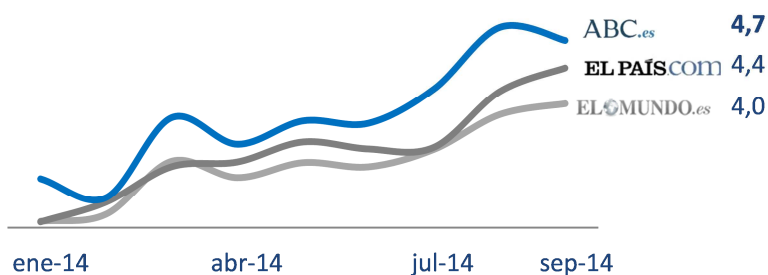
Audiencia portales locales (miles u.u.m.)



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

Igualmente, ABC.es sigue ganando cuota digital y fortaleciendo su posición, y alcanza cerca de 4,7 millones de usuarios únicos mensuales que acceden exclusivamente a través de dispositivos de movilidad.

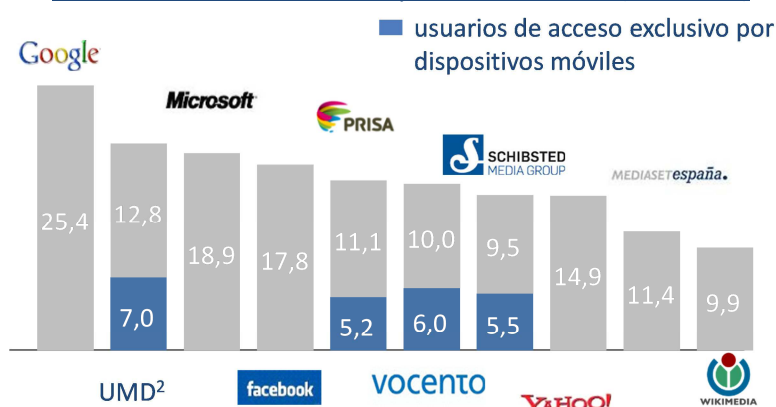
Evolución usuarios únicos dispositivos móviles (m. u.u.m)



Fuente: comScore MMX Multiplataforma.

Por último, VOCENTO está por delante de sus comparables en el peso de los usuarios únicos desde dispositivos de movilidad (como tablets y teléfonos móviles) según datos de Comscore a septiembre 2014:

Evolución usuarios únicos dispositivos móviles¹ (m. u.u.m)



Fuente: comScore MMX Multiplataforma septiembre 2014. Nota 2: UMD=Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

EBITDA comparable¹¹: asciende a 24.869 miles de euros, una mejora de 2.188 miles de euros.

El impacto combinado de la reducción de costes variables vinculados a la operativa y las medidas de eficiencia se refleja en una disminución de los costes comparables del 4,8%¹¹.

Evolución de los costes comparables Periódicos 9M14 (€m)

Costes operativos comp. (miles de euros)	9M14	9M13	Var Abs ¹	Var %
Regionales	(189.850)	(196.725)	(6.875)	(3,5%)
ABC	(83.131)	(90.661)	(7.530)	(8,3%)
Suplementos y Revistas	(21.450)	(22.710)	(1.260)	(5,5%)
Eliminaciones	16.463	18.257	1.794	9,8%
Total	(277.968)	(291.839)	(13.872)	(4,8%)

Esta ejecución en costes permite absorber el ligero deterioro publicitario a 9M14, poniendo en valor el apalancamiento operativo generado tal y como se pone de manifiesto en la siguiente tabla:

Evolución del EBITDA comparable y publicidad Periódicos 9M14 (€m)

(NIIF Miles de Euros)	EBITDA comparable			Publicidad
	9M14	9M13	Var Abs ¹	Var Abs ²
Regionales	25.160	25.536	(376)	275
ABC	(867)	(3.083)	2.216	(609)
Suplementos y Revistas	577	228	349	(71)
Total	24.869	22.681	2.188	(389)

Nota 1: Excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13 -1.016 miles de euros. Nota 2: la cifra total de publicidad incluye eliminaciones del área.

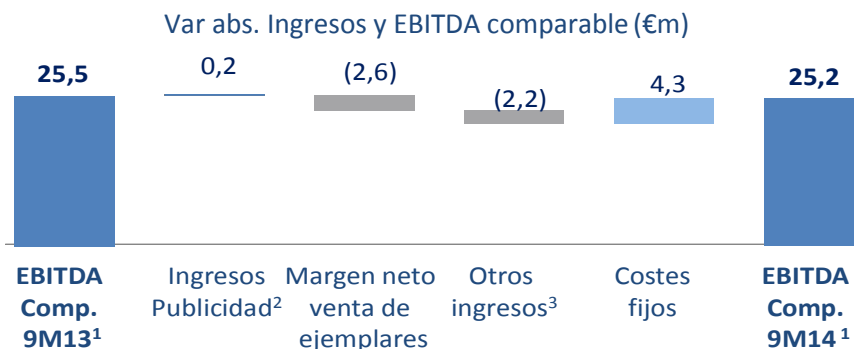
- (i) **Regionales**: EBITDA comparable de 25.160 miles de euros, manteniéndose en niveles de 9M13 (variación -376 miles de euros), con una reducción de costes de 6.875 miles de euros. El margen EBITDA comparable 9M14/13 se incrementa en +0,2 p.p. hasta 11,7%.

Los principales ahorros se explican por la mejora del margen de promociones, debido a la reducción y optimización de las mismas, y el ahorro en costes fijos, principalmente vinculados a costes de personal. El margen neto por venta de ejemplares se deteriora en el trimestre por la

¹¹ Excluye medidas de ajuste 9M14 -3.498 miles de euros y 9M13 -1.016 miles de euros.

menor difusión, aunque sigue dando un retorno positivo importante. La caída de otros ingresos está vinculada principalmente a menores ingresos en la distribución e impresión de terceros.

Regionales: evolución del EBITDA comparable¹

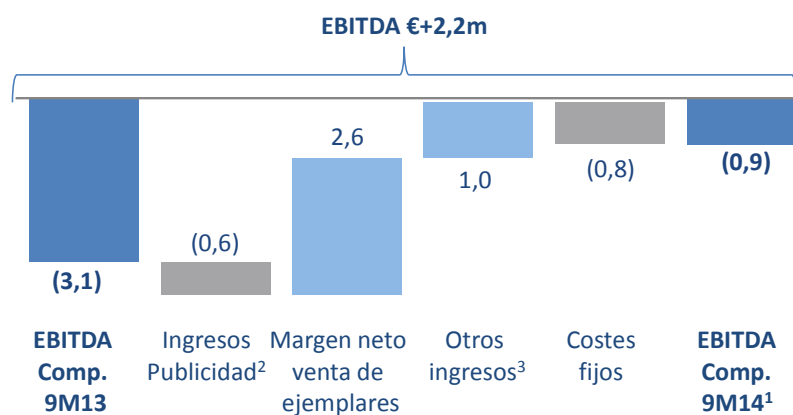


Nota 1: excluye reestructuración 9M13 €-0,8m y medidas de ajuste de personal 9M14 €-3,3m.
 Nota 2: actividad editora, digital. Nota 3: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones.

- (ii) **ABC**: mejora en EBITDA comparable en 9M14 de +2.216 miles de euros, hasta -867 miles de euros, por la mejora del margen neto por venta de ejemplares en +2.563 miles de euros y por la mejora del margen de promociones:

Perímetro marca ABC: evolución del EBITDA comparable¹

Var abs. Ingresos y EBITDA comparable en millones de euros



Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m. Nota 2: actividad editora, digital.
 Nota 3: incluye entre otros, margen de promociones.

- (iii) **Suplementos y Revistas**: alcanza un EBITDA comparable de 577 miles de euros vs 228 miles de euros en 9M13, siendo compensado el impacto de la caída de ingresos con reducción de costes. El margen EBITDA comparable del área se incrementa en 1,6 p.p. hasta el 2,6%.

Audiovisual

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
TDT	25.195	37.205	(12.010)	(32,3%)
Radio	3.141	2.538	603	23,8%
Contenidos	14.658	14.935	(277)	(1,9%)
Eliminaciones	(326)	(300)	(27)	(8,9%)
Total Ingresos de Explotación	42.667	54.379	(11.711)	(21,5%)
EBITDA				
TDT	2.347	6.242	(3.895)	(62,4%)
Radio	1.636	(1.033)	2.669	258,5%
Contenidos	3.358	1.122	2.235	199,1%
Total EBITDA	7.341	6.332	1.009	15,9%
EBITDA comparable¹				
TDT	2.351	6.256	(3.905)	(62,4%)
Radio	1.749	(918)	2.667	290,5%
Contenidos	3.663	1.217	2.446	201,0%
Total EBITDA comparable	7.762	6.554	1.208	18,4%
EBIT				
TDT	2.127	5.975	(3.849)	(64,4%)
Radio	1.658	(1.311)	2.969	226,5%
Contenidos	(625)	(4.423)	3.798	85,9%
Total EBIT	3.160	241	2.919	n.r.
EBIT comparable^{1 2}				
TDT	2.130	5.989	(3.859)	(64,4%)
Radio	1.736	(1.254)	2.991	238,4%
Contenidos	(319)	(4.304)	3.985	92,6%
Total EBIT comparable	3.547	430	3.117	724,1%

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 9M14 por 1.506 miles de euros y en 9M13 por 1.804 miles de euros.

¹ Excluye medidas de ajuste 9M14 -421 miles de euros y 9M13 -223 miles de euros.

² Excluye Resultado por enajenación de inmovilizado 9M14 por 34 miles de euros y 9M13 por 33 miles de euros.

Ingresos de Explotación: alcanza 42.667 miles de euros, -21,5% debido a cambios en el perímetro: i) descenso en ingresos en TDT del 32,3% por el cese de la emisión de dos canales en la TDT nacional, MTV e Intereconomía y ii) menor facturación en la distribución de cine (área de Contenidos) como resultado de la transmisión a un tercero de parte del negocio a finales de 2013.

EBITDA comparable¹²: 7.762 miles de euros con una mejora de 1.208 miles de euros sobre 9M13, con todas las divisiones en positivo pese a los cambios en perímetro mencionados.

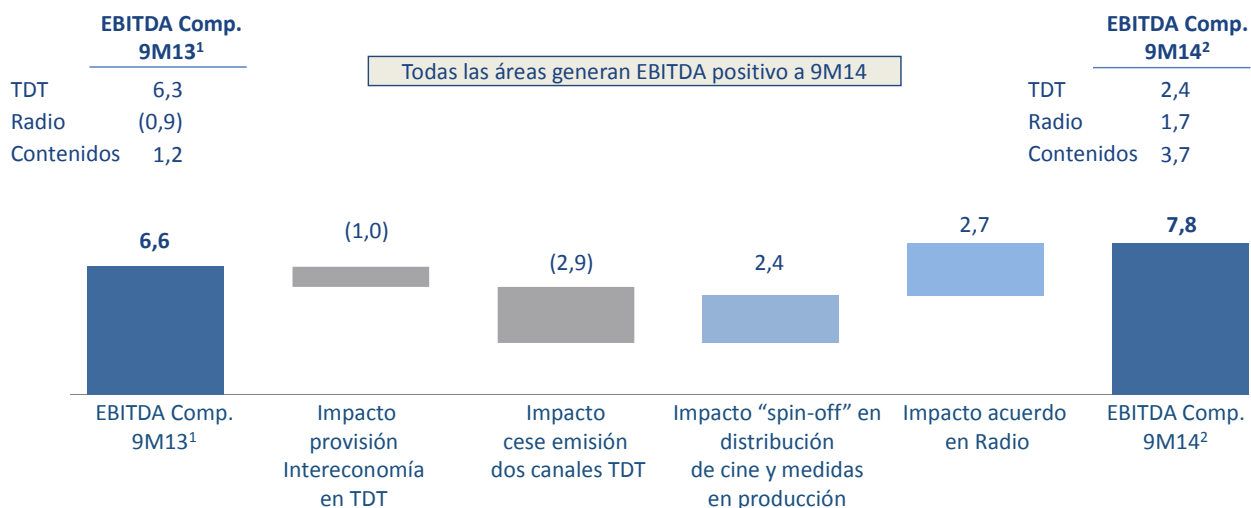
¹² Excluye medidas de ajuste 9M14 -421 miles de euros y 9M13 -223 miles de euros.

Por área de negocio destacar:

- (i) **TDT:** EBITDA comparable positivo de 2.351 miles de euros en 9M14, con un descenso de 3.905 miles de euros comparado con 9M13. Esta variación se debe al impacto del cese de emisiones en dos canales del multiplex de TDT Nacional y a la distorsión provocada por la provisión en 1T14 por las cuentas a cobrar relativas a una filial de Intereconomía de 1.053 miles de euros.
- (ii) **Radio:** EBITDA comparable positivo de 1.749 miles de euros comparado con -918 miles de euros en 9M13. El positivo acuerdo comercial y estratégico con COPE tuvo impacto en resultados a partir de 2T13, momento en el que se obtuvo la autorización por competencia.
- (iii) **Contenidos:** EBITDA comparable de 3.663 miles de euros vs 1.217 miles de euros en 9M13. Durante 1T14 y vinculado al área de distribución de cine, se incurrió en costes por los últimos lanzamientos en la ventana DVD de los estrenos de 2013 y que ya no se han vuelto a repetir en sucesivos trimestres debido a la venta de esta parte del negocio.

Evolución EBITDA comparable del área Audiovisual (€m)

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable



Nota 1: ajustado por reestructuración 9M13 €-0,1m en Radio y €-0,1m en Contenidos. Nota 2: ajustado por medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

Resultado de Explotación comparable: (dado el importe de las amortizaciones en este área se comenta su evolución) asciende a 3.547 miles de euros vs 430 miles de euros en 9M13, debido a la mejora del negocio y a la menor amortización en el área de Contenidos que disminuye en 1.539 miles de euros en 9M14 tras la venta de parte del negocio.

Clasificados

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
Clasificados	9.070	9.700	(630)	(6,5%)
Total Ingresos de Explotación	9.070	9.700	(630)	(6,5%)
EBITDA				
Clasificados	(664)	(1.707)	1.043	61,1%
Total EBITDA	(664)	(1.707)	1.043	61,1%
EBITDA comparable¹				
Clasificados	(547)	(1.762)	1215	68,9%
Total EBITDA comparable	(547)	(1.762)	1.215	68,9%
EBIT				
Clasificados	(1.423)	(2.739)	1.316	48,1%
Total EBIT	(1.423)	(2.739)	1.316	48,1%
EBIT comparable¹				
Clasificados	(1.306)	(2.802)	1.497	53,4%
Total EBIT comparable	(1.306)	(2.802)	1.497	53,4%

¹ Excluye medidas de ajuste 9M14 -117 miles de euros y 9M13 55 miles de euro.

Ingresos de Explotación: alcanzan 9.070 miles de euros, una caída del 6,5% debido al efecto perímetro de la venta de la división de soluciones de Infoempleo en 4T13 (ingresos pro forma +7,2%), siendo los sectores de inmobiliario y motor los que más contribuyen a dicho crecimiento. Los ingresos de publicidad del área crecen un 8,9%.

EBITDA comparable: asciende a -547 miles de euros con un descenso de las pérdidas del 68,9% sobre 9M13 gracias al desarrollo del negocio y a diferentes medidas de reducción de costes que se concretan principalmente en la optimización de los equipos comerciales (reforzando la televenta) y en ahorros de personal.

Otros

Miles de Euros	NIIF			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Ingresos de Explotación				
B2B	10.364	11.093	(729)	(6,6%)
Qué!	(17)	207	(223)	(108,2%)
Eliminaciones	0	(22)	22	100,0%
Total Ingresos de Explotación	10.347	11.277	(930)	(8,2%)
EBITDA				
B2B	2.263	2.680	(417)	(15,6%)
Qué!	(41)	(169)	128	75,8%
Total EBITDA	2.222	2.511	(289)	(11,5%)
EBITDA comparable				
B2B	2.263	2.680	(417)	(15,6%)
Qué!	(41)	(149)	109	72,7%
Total EBITDA comparable	2.222	2.530	(308)	(12,2%)
EBIT				
B2B	1.531	1.836	(306)	(16,6%)
Qué!	(41)	(85)	44	51,9%
Total EBIT	1.490	1.751	(261)	(14,9%)
EBIT comparable				
B2B	1.531	1.789	(258)	(14,4%)
Qué!	(41)	(190)	149	78,5%
Total EBIT comparable	1.490	1.599	(109)	(6,8%)

Ingresos de Explotación: alcanzan 10.347 miles de euros, -8,2% que se explica casi exclusivamente por la evolución de B2B.

EBITDA comparable: asciende a 2.222 miles de euros.

Datos operativos

Periódicos

Datos de Difusión Media	9M14	9M13	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	130.211	142.051	(11.840)	(8,3%)
Prensa Regional				
El Correo	77.652	83.334	(5.682)	(6,8%)
El Diario Vasco	56.236	59.507	(3.271)	(5,5%)
El Diario Montañés	26.531	27.720	(1.189)	(4,3%)
Ideal	21.343	23.051	(1.708)	(7,4%)
La Verdad	19.154	21.029	(1.875)	(8,9%)
Hoy	12.210	13.301	(1.091)	(8,2%)
Sur	18.933	20.495	(1.562)	(7,6%)
La Rioja	10.794	11.652	(858)	(7,4%)
El Norte de Castilla	21.798	24.200	(2.402)	(9,9%)
El Comercio	18.189	19.654	(1.465)	(7,5%)
Las Provincias	19.853	21.181	(1.328)	(6,3%)
TOTAL Prensa Regional	302.693	325.124	(22.431)	(6,9%)

Fuente: OJD. Datos 9M14 no certificados.

Audiencia	2ªOla 14	2ªOla 13	Var Abs	%
Prensa Nacional- ABC	517.000	577.000	(60.000)	(10,4%)
Prensa Regional	2.038.000	2.241.000	(203.000)	(9,1%)
El Correo	419.000	453.000	(34.000)	(7,5%)
El Diario Vasco	248.000	254.000	(6.000)	(2,4%)
El Diario Montañés	164.000	185.000	(21.000)	(11,4%)
Ideal	185.000	209.000	(24.000)	(11,5%)
La Verdad	209.000	228.000	(19.000)	(8,3%)
Hoy	134.000	138.000	(4.000)	(2,9%)
Sur	129.000	166.000	(37.000)	(22,3%)
La Rioja	88.000	97.000	(9.000)	(9,3%)
El Norte de Castilla	177.000	204.000	(27.000)	(13,2%)
El Comercio	158.000	160.000	(2.000)	(1,3%)
Las Provincias	127.000	147.000	(20.000)	(13,6%)
Suplementos				
XL Semanal	2.271.000	2.535.000	(264.000)	(10,4%)
Mujer Hoy	1.509.000	1.618.000	(109.000)	(6,7%)
Mujer Hoy Corazón	314.000	335.000	(21.000)	(6,3%)
Inversión y Finanzas	51.000	53.000	(2.000)	(3,8%)

Usuarios Unicos Mensuales (Miles)	sep-14	sep-13	Var Abs	%
Vocento	16.002	n/a	n/a	n/a

Fuente: ComScore Multiplataforma (dato 2014)

Audiovisual

Mercado TDT Nacional	sep-14	sep-13	Var Abs
NET TV audiencia	3,6%	4,7%	(1,1) p.p.

Fuente: Kantar Media último mes.

Aviso Legal

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

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

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

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

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

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

Contacto

Relación con Inversores y Accionistas

C/ Pintor Losada, 7
48004 Bilbao
Bizkaia

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

Resultados 9M14

The logo graphic consists of several overlapping, semi-transparent circles in shades of light blue and grey, arranged in a circular pattern that resembles a stylized flower or a cluster of petals. The word "vocento" is centered over this graphic.

vocento

13 Noviembre 2014

ver, escuchar, leer y sentir.

Aviso Legal

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

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

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

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

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

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

Principales hitos 9M14

Mejora de la tendencia publicitaria

- Las ventas de **publicidad** totales de VOC se **incrementan 4,6% en 3T14** (9M14 0,0%)
- Los **ingresos digitales de VOC** son motor de crecimiento y representan ya el **25% (+2,6 p.p.) del total** de la publicidad 9M14
- **Mejor comportamiento que el mercado a 9M14** a pesar de no tener prensa deportiva: Periódicos offline -2,5% vs -3,5% mercado y en online VOC +10,9% vs +3,1% mercado

Criterio de rentabilidad: EBITDA comparable 9M14 €26,0m. Mejora de €7,0m (+37,0%)

- **Puesta en valor del apalancamiento operativo:** la recuperación publicitaria en 3T14 se refleja en un crecimiento de EBITDA 3T14 del 60,0%, superior al acumulado 9M14 (+37,0%)
- **Todas las áreas de negocio registran crecimiento de EBITDA**
 - Periódicos: foco en eficiencia en costes y negocios digitales como principal palanca
 - Audiovisual: el impacto positivo de las medidas adoptadas en Contenidos y el acuerdo en Radio, compensa el deterioro en EBITDA por el cese de emisión de 2 canales de TV Nacional
- **EBIT 9M14 positivo por primera vez desde 2008:** EBIT 9M14 de €2,6m vs €-3,6m a 9M13, un incremento de €6,2m por crecimiento de EBITDA y menores amortizaciones en Contenidos

Posición financiera neta 9M14 de €-146,9m vs cierre de 2013 de €-149,3m

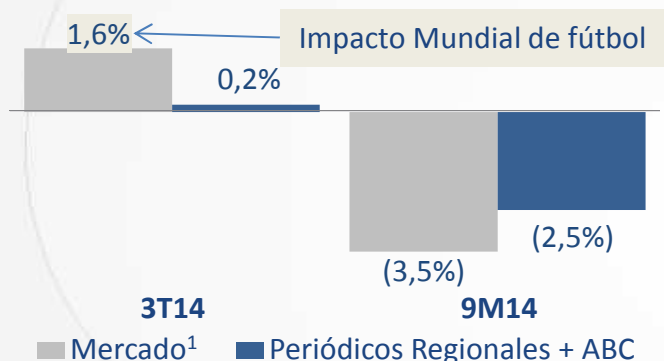
- Generación de **caja operativa positiva del negocio ordinario:** €+5,9m
- Entradas de caja extraordinarias por venta de activos €+9,2m (0,36% del operador de cable, ONO) y salidas de caja no recurrentes €-12,8m vinculadas a indemnizaciones, préstamo sindicado y otros
- **Mejora del ratio Deuda Neta/EBITDA** comparable desde 4,0x a cierre de 2013 **hasta 3,3x (LTM)**

Publicidad: VOC gana cuota en prensa 9M14 pese a no tener prensa deportiva

- Las ventas de **publicidad totales de VOC crecen 4,6% en 3T14** (9M14 0,0%)
 - Todas las áreas contribuyen al crecimiento 3T14: prensa escrita +0,2%, publicidad online de ediciones digitales +16,6% y Clasificados +9,6%. Especialmente apoyado en digital
- **Mejor comportamiento de VOC que el mercado a 9M14 en offline (-2,5% vs mercado¹ -3,5%) y en online (10,9% vs 3,1%¹ del mercado)**
 - Impacto en 3T14 del Mundial al no tener prensa deportiva: mercado offline 1,6% vs VOC 0,2%

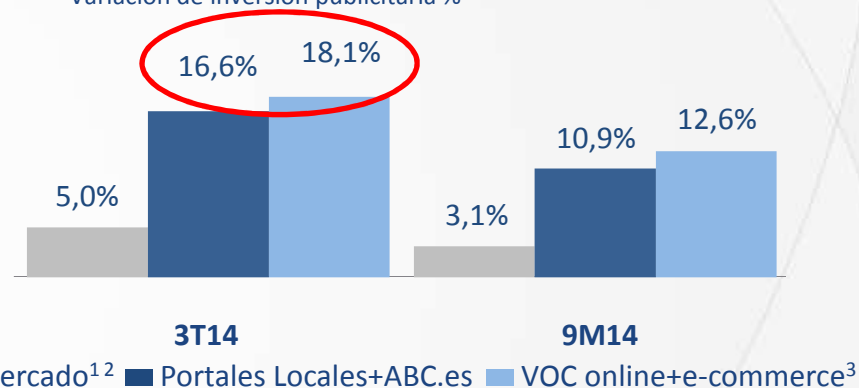
Mejor evolución publicidad offline de VOC vs mercado¹ a 9M14

Variación de inversión publicitaria %



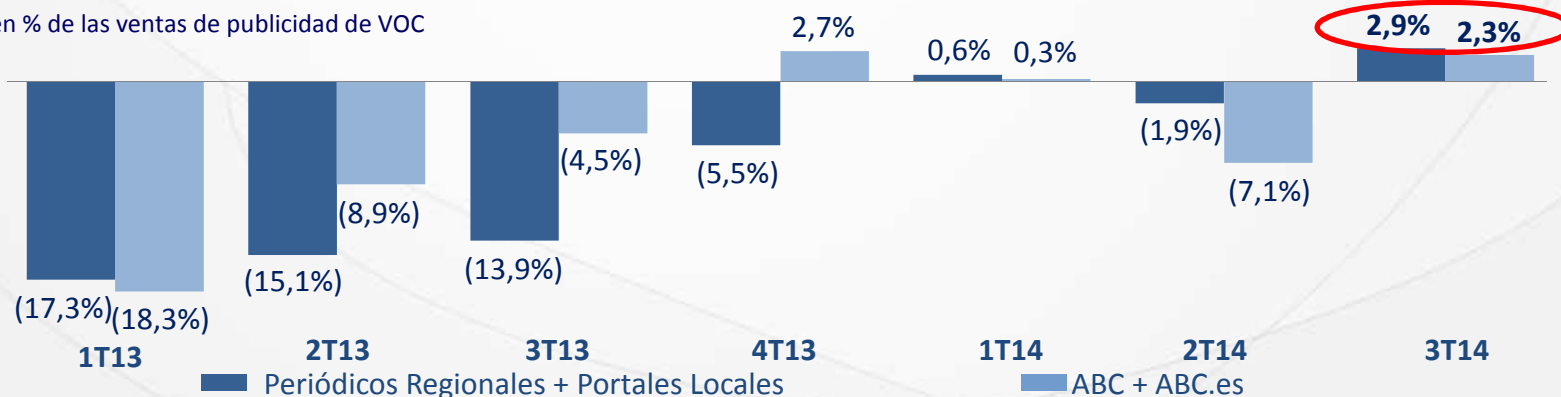
...y en online

Variación de inversión publicitaria %



Mejora la tendencia publicitaria en 3T14

Evolución en % de las ventas de publicidad de VOC

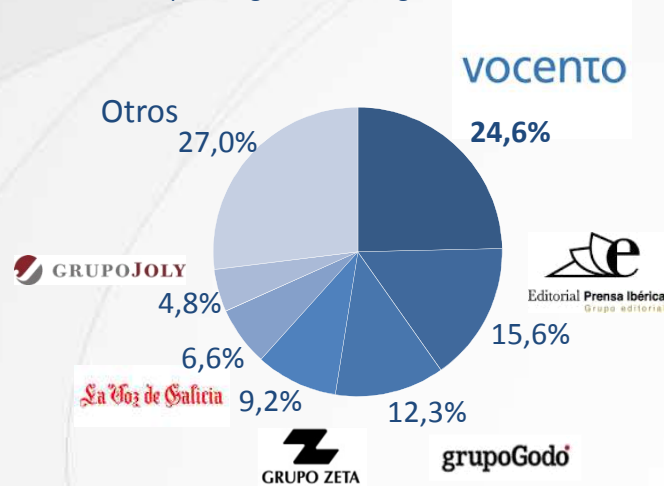


Nota 1: fuente i2p. Nota 2: La inversión online no incluye la publicidad de buscadores. Nota 3: incluye todos los ingresos de publicidad en Internet de VOC.

Regionales: publicidad estabilizada, mantenimiento de liderazgo y rentabilidad

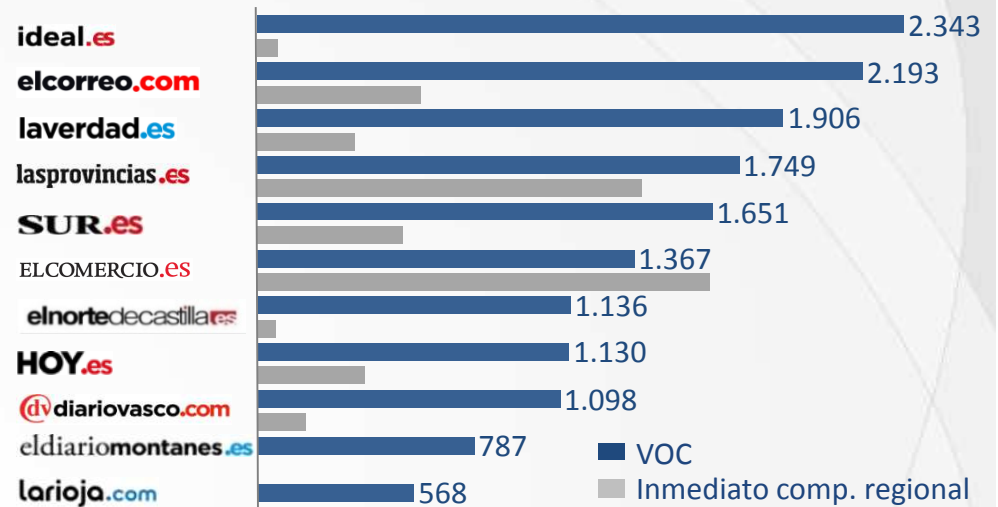
Mantiene claro liderazgo en difusión regional¹ ...

Cuota de mercado prensa generalista regional



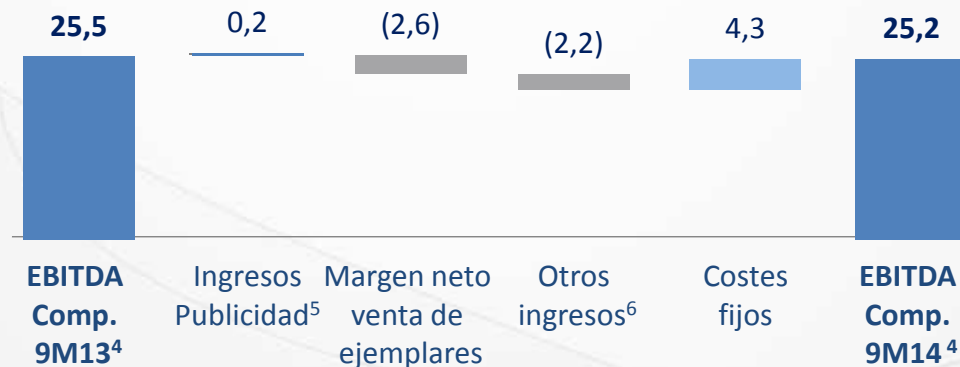
... y en audiencias² online, claves del nuevo negocio digital

Miles de usuarios únicos mes



Mantenimiento EBITDA de regionales³ por control de costes

Variación 9M14 vs 9M13 excepto EBITDA comparable (€m)

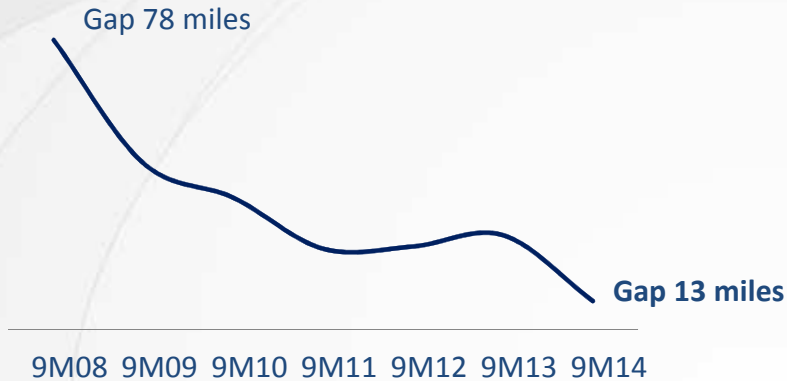


Nota 1: OJD 9M14 datos no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma sep14. Nota 3: actividad editora, digital y otros negocios. Nota 4: excluye reestructuración 9M13 €-0,8m y medidas de ajuste de personal 9M14 €-3,3m. Nota 5: actividad editora y digital. Nota 6: incluye entre otros, publicidad de Otras participadas, venta de ejemplares de la distribuidora y margen de promociones.

ABC: mejora de cuota de mercado y de EBITDA

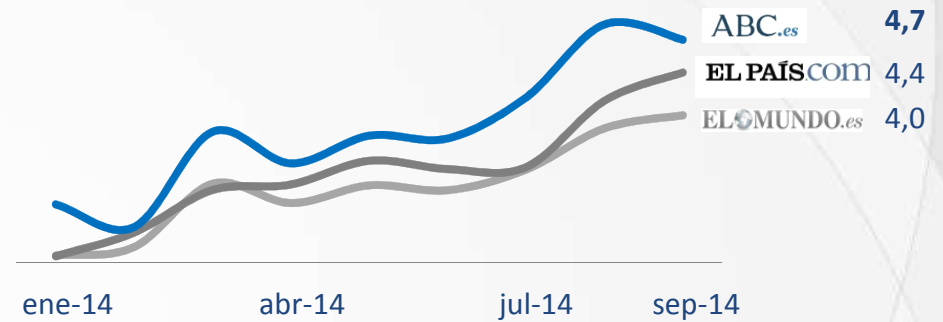
Mejora de cuota de difusión ordinaria¹

Evolución del diferencial ejemplares en quiosco y suscripciones individuales vs El Mundo. 9M08-9M14 (miles)



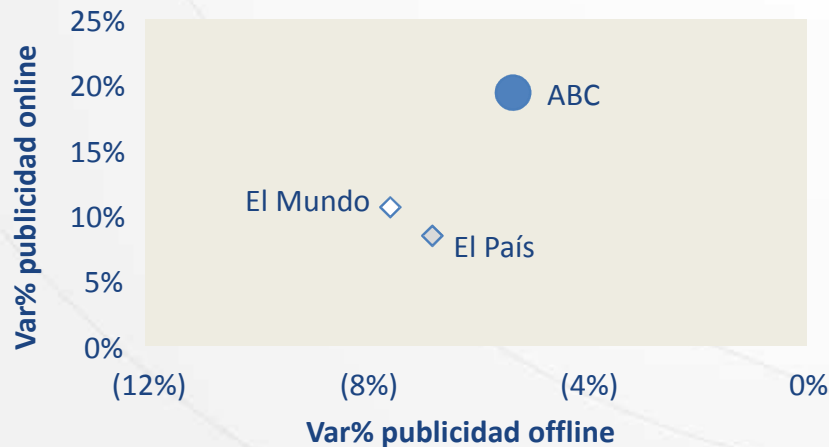
Y líder en movilidad con ABC.es²

Usuarios únicos mensuales exclusivos de movilidad ene14-sep14 (millones)



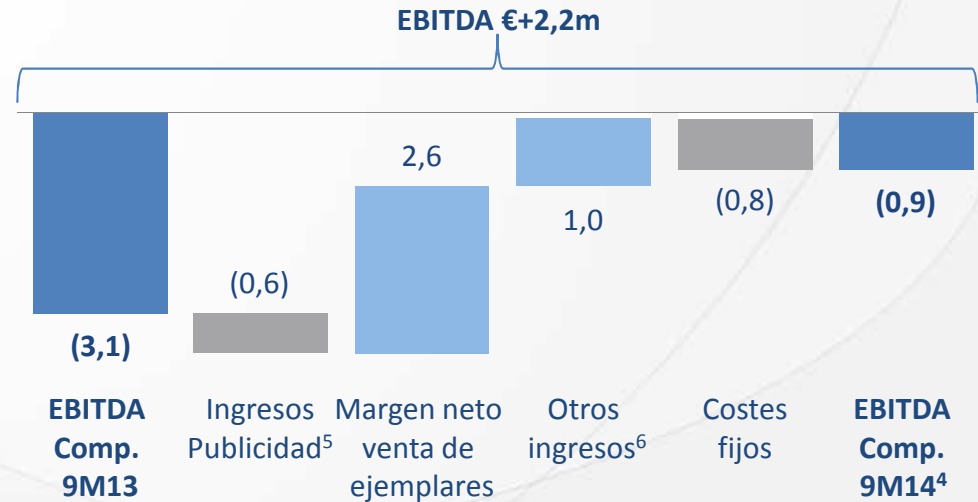
...sigue ganando cuota de mercado publicitaria³

Datos de variación publicitaria ene14-sep14 (%)



Mejora en EBITDA⁴ de ABC por eficiencia en costes

Variación 9M14 vs 9M13 excepto EBITDA comparable (€m)



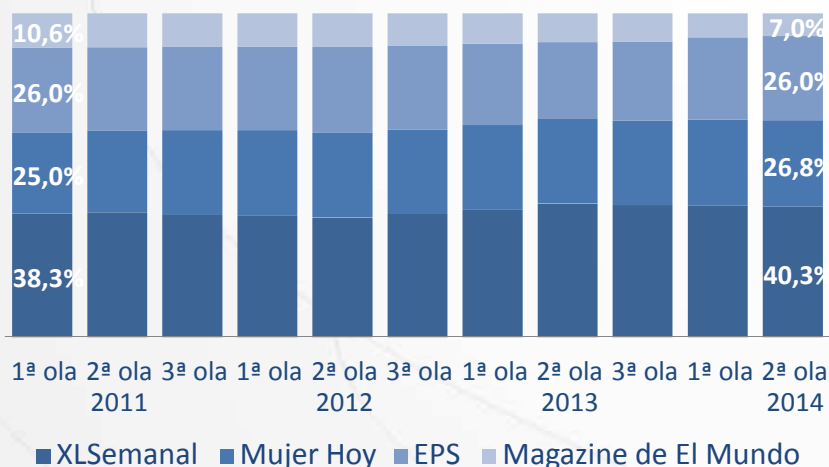
Nota 1: OJD datos desde dic13 no auditados. Nota 2: fuente comScore MMX Multiplataforma. Movilidad exclusiva incluye solo dispositivos móviles. Nota 3: datos internos. Publicidad bruta. Nota 4: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m. Nota 5: actividad editora, digital. Nota 6: incluye entre otros, margen de promociones.

Suplementos y revistas: mejora de cuota y posicionamiento

- **Posición clara de liderazgo** en suplementos XL Semanal + Mujer Hoy
 - Mujerhoy.com 1,2m¹ de usuarios únicos
 - Rediseño del portal femenino tras 15 años de existencia e incremento de la apuesta editorial
- **Mejor evolución publicitaria en offline del área de suplementos vs mercado:**
 - Suplementos y Revistas VOC 3T14 crece +8,8%, apoyados tanto en online (+30,6%) como en offline (+6,5%)
 - 9M14 -2,1% vs mercado dominicales -6,9%²
 - Mujer Hoy: ingresos publicitarios (+21,3%) gracias a alta gama (belleza y moda)
- Mejora del **margen EBITDA comparable 9M14 en +1,6 p.p.** vs 9M13

Mejora paulatina de cuota de mercado³ ...

Cuota de mercado audiencias suplementos



... con reflejo en publicidad³

Variación de inversión publicitaria de suplementos dominicales y femeninos
 Datos de variación publicitaria ene14-sep14 (%)



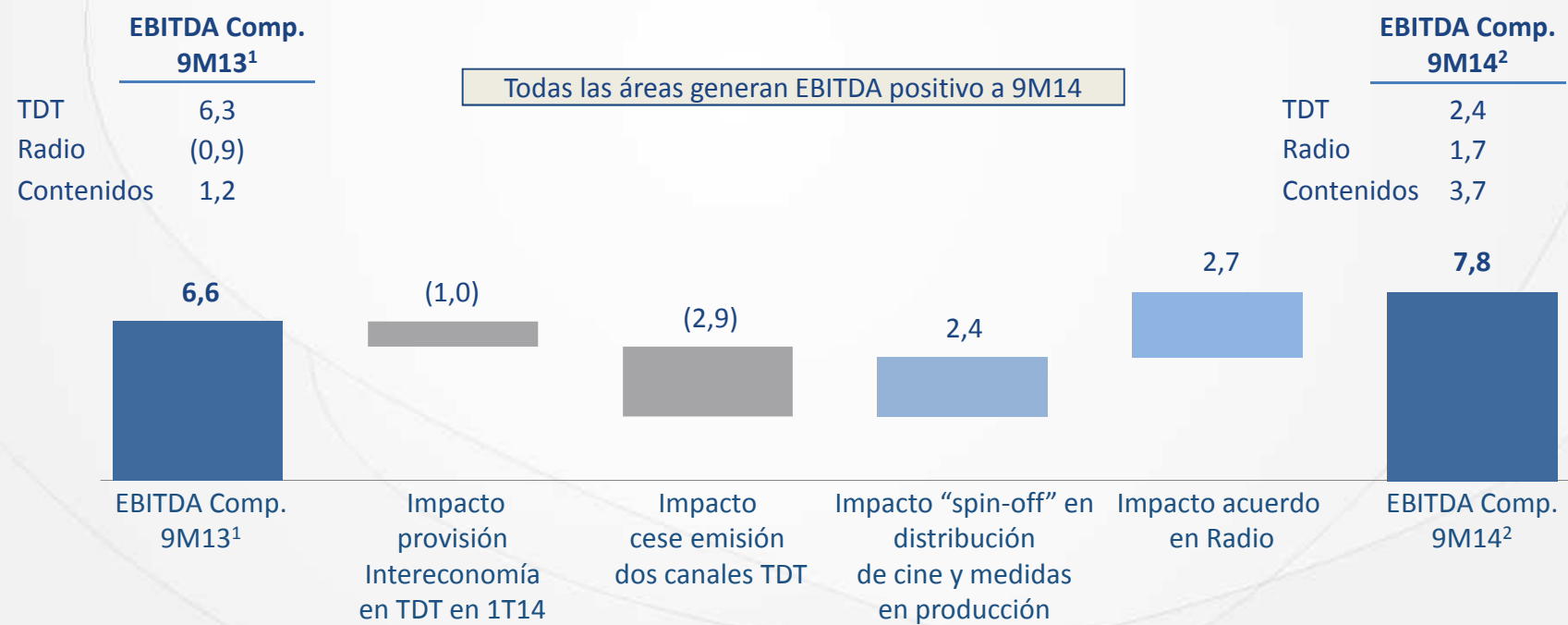
Nota 1: comScore sep14. Nota 2: fuente i2p. Nota 3: EGM olas acumuladas. Son cuotas calculadas sobre contactos (pueden existir duplicidades en lectores). Nota 4: datos internos variación % a/a ene-sep14. Publicidad bruta.

Audiovisual: todas las áreas en EBITDA positivo en 9M14 tras medidas adoptadas

- **TDT sigue siendo rentable pese al cese de emisiones de 2 canales del multiplex**
 - Menor EBITDA en perímetro por un total de €2,9m por el cese de emisiones de dos canales de TDT Nacional en 1T14 (MTV e Intereconomía)
 - Impacto negativo de la provisión de Intereconomía realizada en 1T14 por un importe de €-1,0m
- **Radio alcanza EBITDA positivo por acuerdo estratégico con COPE** cerrado en 2T13
 - Positivo impacto de la aportación de postes en las audiencias de COPE
- **Contenidos en EBITDA positivo tras medidas adoptadas**
 - Distribución cine: EBITDA 3T14 €1,8m

Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable

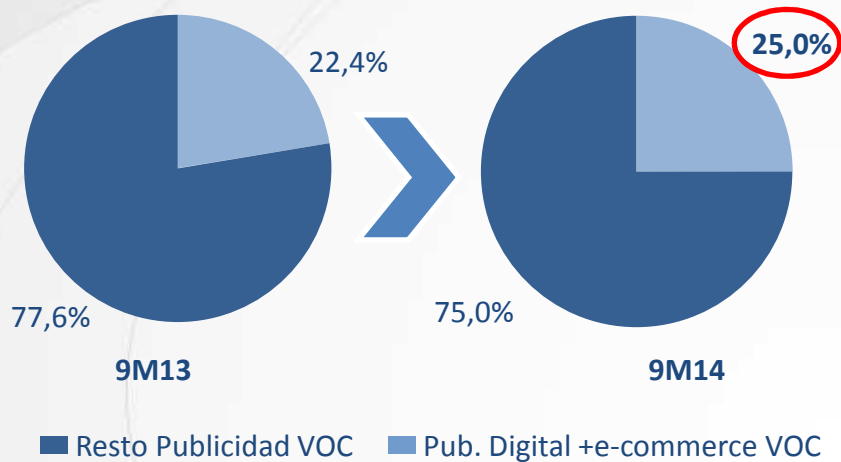


Nota 1: ajustado por reestructuración 9M13 €-0,1m en Radio y €-0,1m en Contenidos. Nota 2: ajustado por medidas de ajuste de personal 9M14 €-0,1m en Radio y €-0,3m en Contenidos.

Nuevas iniciativas y crecimiento online que alcanza 25% de ingresos

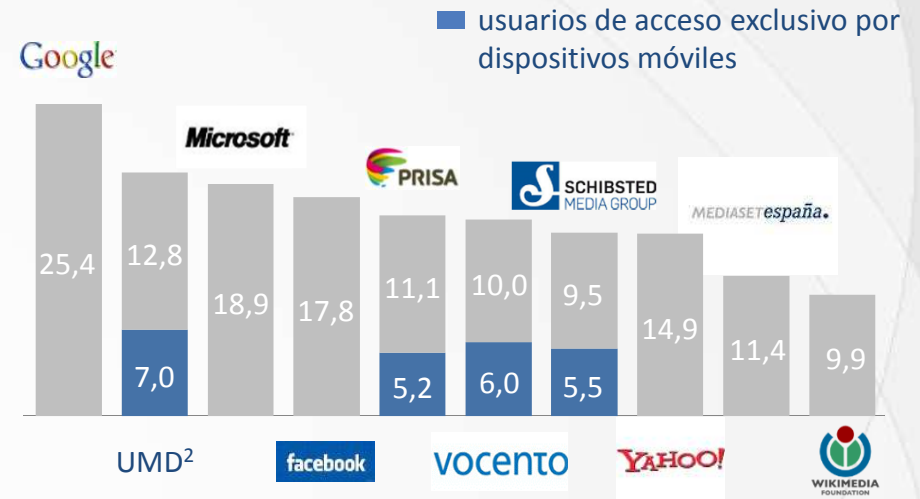
Incrementa peso de publicidad online y nuevos negocios digitales en VOC

Desglose ingresos publicitarios de VOC (%)



Mayor peso de usuarios de movilidad que comparables¹

Millones de usuarios únicos mensuales



Las nuevas fuentes de ingresos digitales aportan EBITDA positivo agregado 9M14 de €1,7m



15% s/total ingresos ediciones digitales 9M14



Ingresos 9M14 +40,1%



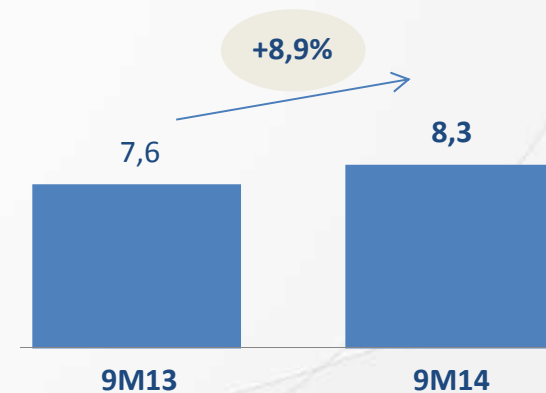
Venta online de entradas a espectáculos o eventos



Promoción de productos cosméticos de primeras marcas

Crecimiento de publicidad en Clasificados

Evolución de ingresos publicitarios del área de Clasificados (%)



Nota 1: fuente comScore MMX Multiplataforma sep14. Nota 2: UMD= Unidad de Medios Digitales incluye Unidad Editorial, Zeta y Prensa Ibérica.

Control de costes y ahorros derivados de cambios en modelos de negocio

- **Costes operativos comparables -8,6% (€-31,6m):**
 - Cambios de modelo de negocio en área Audiovisual (TDT, Contenidos y radio): €-12,9m
 - Ajustes de personal y de políticas salariales (9M14 -5,7%, €-7,2m, €-5,4m ex Audiovisual) y mejora de eficiencias en servicios compartidos, revisión de costes de producción, comerciales y administrativos €-2,2m
 - Política selectiva de promociones (9M14 -30,1%, €-5,9m) y control de costes asociados a venta de ejemplares (9M14 €-5,2m)
- **Por áreas, Periódicos (€-13,9m, -4,8%), y Audiovisual (9M14 €-12,9m, -27,0%)**

Reducción de costes comparables por concepto

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para costes comparables 9M13 y 9M14



Reducción de costes comparables por área de negocio

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para Costes comparables 9M13 y 9M14



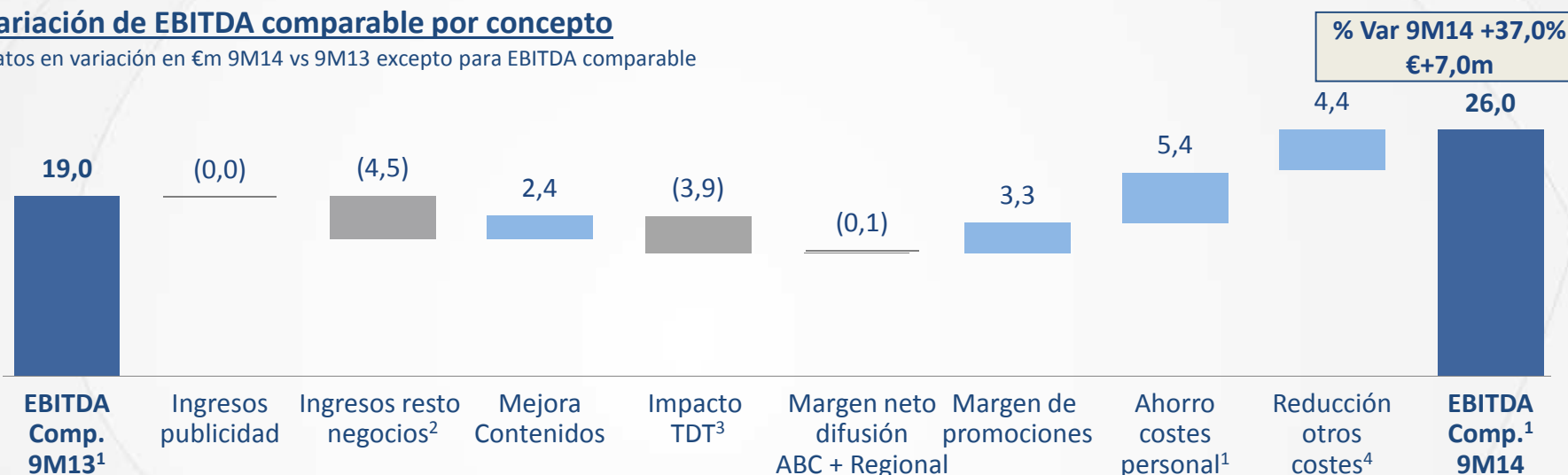
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m y Audiovisual. Nota 2: costes de marketing, aprovisionamientos, distribución y talleres. Nota 3: reducción en costes en Audiovisual. Nota 4: resto de costes de Periódicos, y costes de Clasificados, Otros y Estructura menos excluido variación de costes de personal.

EBITDA comparable 9M14 crece €7,0m: mejora en todas las áreas

- **Mejora de EBITDA 9M14 en todas las áreas, que se acelera en 3T14 por crecimiento en publicidad**
 - Puesta en valor del apalancamiento operativo: la recuperación publicitaria en 3T14 se refleja en un crecimiento de EBITDA 3T14 del 60,0% superior al acumulado 9M14 (+37,0%)
- **No recurrentes: medidas de ajuste de personal en 9M14 por €-5,3m y provisión por Intereconomía €-1,0m**

Variación de EBITDA comparable por concepto

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable



Incremento de EBITDA comparable por área de negocio

Datos en variación en €m 9M14 vs 9M13 excepto para EBITDA comparable



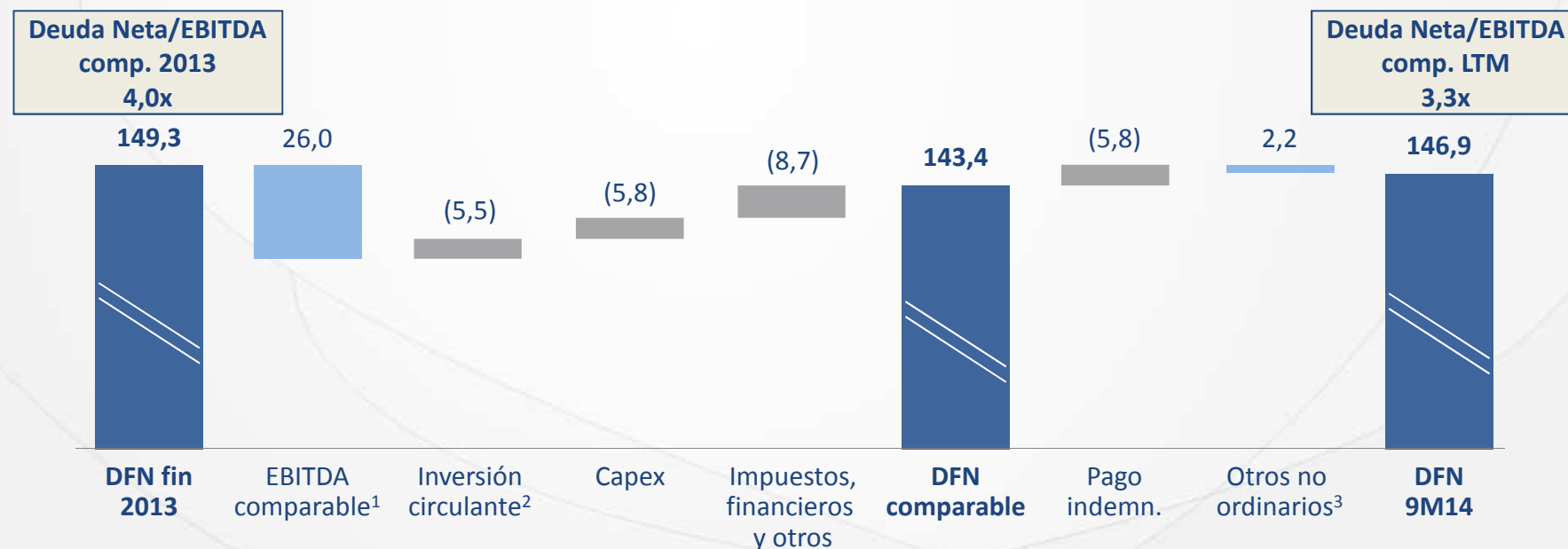
Nota 1: excluye medidas de ajuste de personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m. Los ahorros de personal excluyen Audiovisual. Nota 2: ingresos de radio, clasificados, venta de ejemplares suplementos y otros negocios. Nota 3: impacto cierre de canales TDT y provisión de Intereconomía. Nota 4: costes comerciales, y administrativos Regionales y ABC, y costes de producción, comerciales y administración del resto de áreas ex-Contenidos.

Posición financiera neta sostenida

- **Generación de caja positiva del negocio ordinario de €+5,9m a 9M14**
 - Control de CAPEX: inversión asociada fundamentalmente con Internet
 - Inversión en capital circulante: disminución de la actividad con proveedores por venta del negocio de Tripictures (Contenidos), cese de 2 canales de TV, y gestión activa de deudores comerciales en 9M14
- **Impacto neto en caja de no recurrentes y otros ajustes no ordinarios por un total de €-3,6m a 9M14**
 - Venta 0,36% de ONO: entrada de caja en julio 2014 por €+9,2m. En 4T14 entrada de €1,2m adicional
 - Pagos vinculados a las medidas de ajuste de personal acometidas (€-5,8m)
 - Pagos y ajustes contables por constitución del préstamo sindicado, “mark to market” de su derivado, y otros
- Política activa de optimización de caja
- Posición de **autocartera de 3,1%** a 30 de septiembre de 2014

Sostenimiento de los niveles de DFN

Cambios en Deuda Financiera Neta diciembre 2013-9M14. Datos en €m



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 9M14 €-5,3m. Nota 2: variación de existencias, clientes, proveedores e impuestos corrientes (IVA).
 Nota 3: incluye venta de participación en ONO, comisión de apertura, gastos asociados y efecto contable en DFN de la cobertura de intereses del préstamo sindicado, y pago extraordinario a la Fundación ABC.

Anexo financiero 9M14 vs 9M13

Cuenta de Resultados consolidada 9M14

NIIF

Datos en €m

	9M14	9M13	Var %
Ventas de ejemplares	155,4	162,5	(4,4%)
Ventas de publicidad	110,2	110,3	(0,0%)
Otros ingresos	95,8	113,3	(15,4%)
Ingresos de explotación	361,5	386,1	(6,4%)
Costes operativos comparables¹	(335,5)	(367,1)	(8,6%)
EBITDA comparable¹	26,0	19,0	37,0%
Indemnización y medidas ajuste personal	(5,3)	(0,7)	(614,5%)
EBITDA	20,7	18,3	13,7%
Depreciación y amortización	(18,2)	(22,1)	(17,7%)
Resultado por enajenación inmov.	0,0	0,2	(92,0%)
Rdo. de explotación (EBIT)	2,6	(3,6)	170,4%
Rdo. sociedades método participación	0,0	0,1	(93,8%)
Diferencial financiero y otros	(7,4)	(7,5)	2,3%
Rdo. Neto enaj. de activos no corrientes	(0,3)	0,4	(185,7%)
Impuesto sobre sociedades	(1,0)	(1,1)	9,6%
Resultado neto del ejercicio antes minorit.	(6,1)	(11,8)	48,4%
Minoritarios	(3,0)	(3,6)	14,5%
Rdo. Neto atribuible a la soc. dominante	(9,1)	(15,3)	40,5%

Nota 1: excluye medidas de ajuste personal 9M14 €-5,3m y 9M13 €-0,7m.

Balance consolidado a 30 de septiembre de 2014

NIIF

Datos en €m

	9M14	2013		9M14	2013
Activos no corrientes	547,8	568,0	Patrimonio neto	337,1	349,9
Activo intangible	152,7	159,7			
Propiedad, planta y equipo	172,4	182,4			
Part. por método participación	10,6	10,7			
Otros activos no corrientes	212,2	215,3			
Activos corrientes	152,2	172,8	Total pasivo	363,0	391,1
Otros activos corrientes	122,4	138,1	Deuda financiera	174,7	184,4
Efectivo y medios equivalentes	29,7	34,7	Otros pasivos no corrientes	68,3	68,3
Activos mantenidos a la venta	0,2	0,2	Otros pasivos corrientes	120,0	138,4
Total Activo	700,1	741,0	Total Pasivo	700,1	741,0
			Deuda financiera neta	146,9	149,3

Variación DFN 9M14

NIIF

Datos en €m

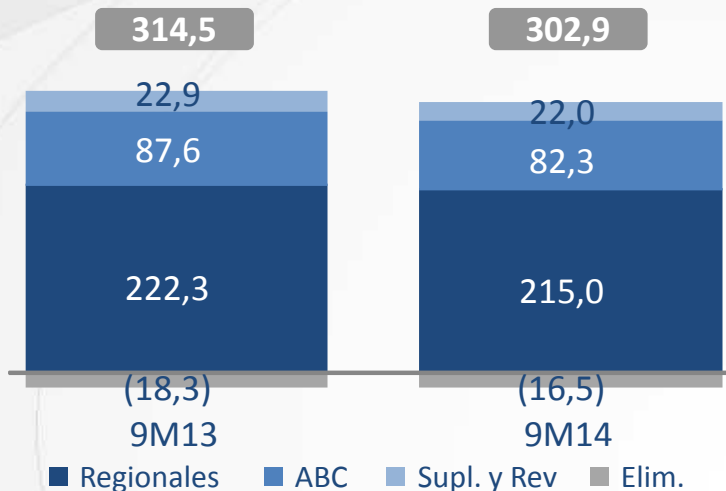
	9M14	9M13
EBITDA Comparable	26,0	19,0
Variación capital circulante ¹	(5,5)	(0,4)
Capex	(5,8)	(6,8)
Otras partidas ²	2,8	4,8
Cash flow proveniente de actividades operativas	17,4	16,6
Dividendos e intereses cobrados	0,6	0,6
Dividendos e intereses pagados ³	(12,1)	(13,2)
Total cash flow recurrente	5,9	4,0
Pagos medidas ajuste de personal	(5,8)	(17,8)
Otras partidas no recurrentes con impacto en el cash flow ⁴	2,2	0,0
Cambio en DFN	2,4	(13,8)
	DFN 9M14	146,9
	DFN 2013	149,3

Nota 1: excluye pagos a Fundación ABC. Nota 2: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros. Nota 3: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 4: incluye ventas de activos no estratégicos, comisión de apertura, gastos asociados y efecto de los derivados del préstamo sindicado, y pagos a Fundación ABC.

Ingresos por área de negocio

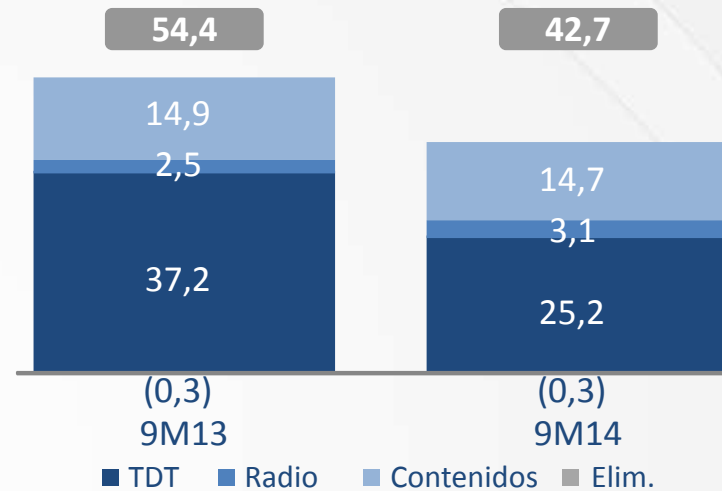
Periódicos

Datos en €m



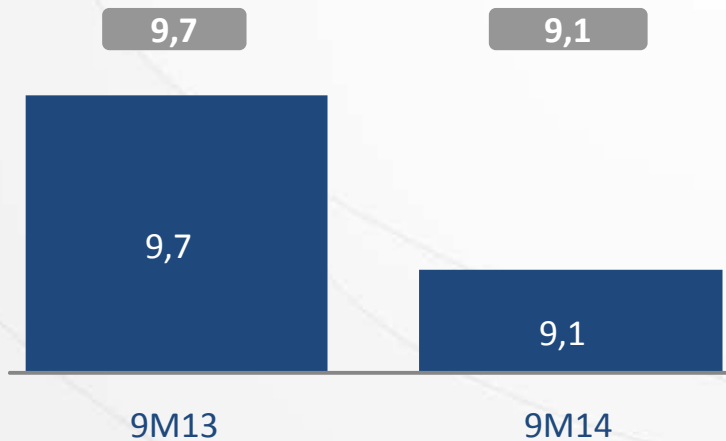
Audiovisual

Datos en €m



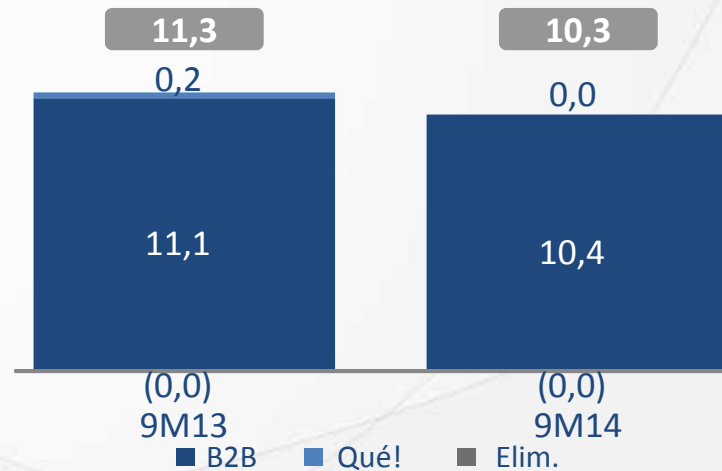
Clasificados

Datos en €m

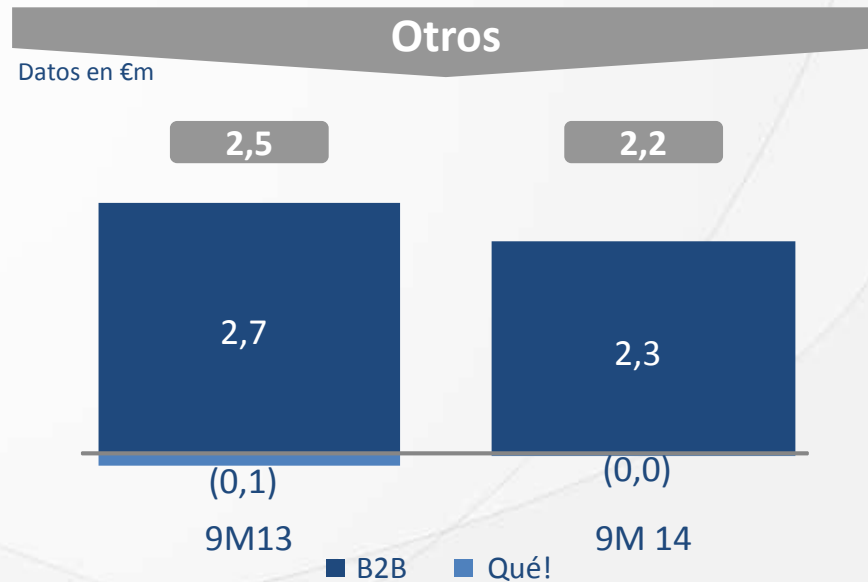
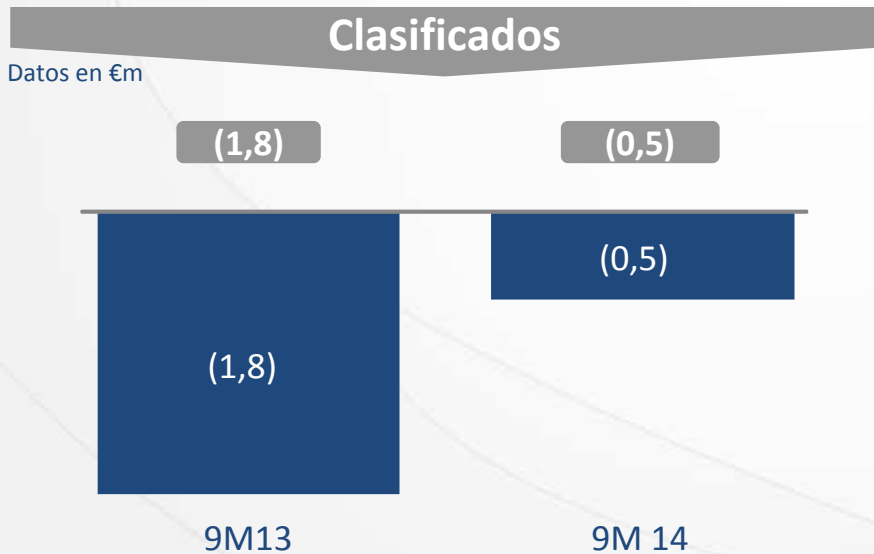
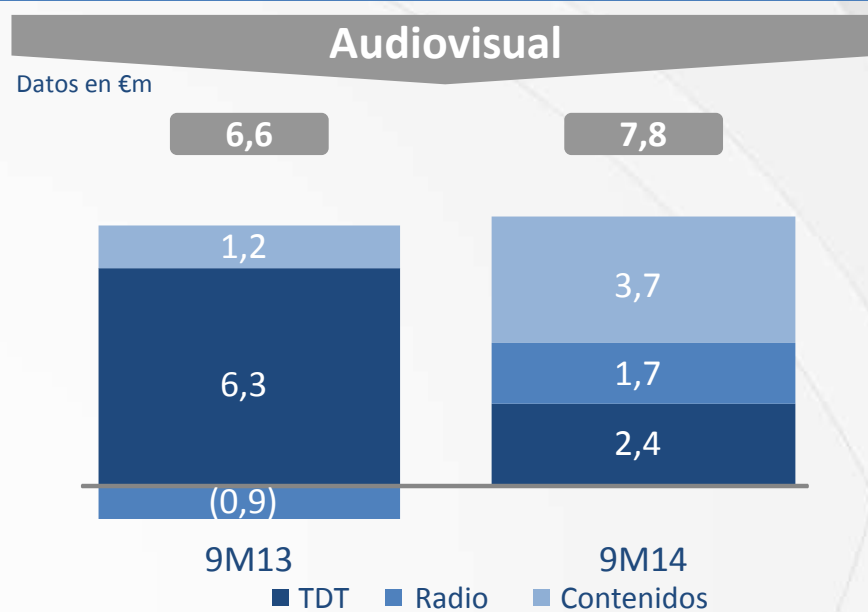
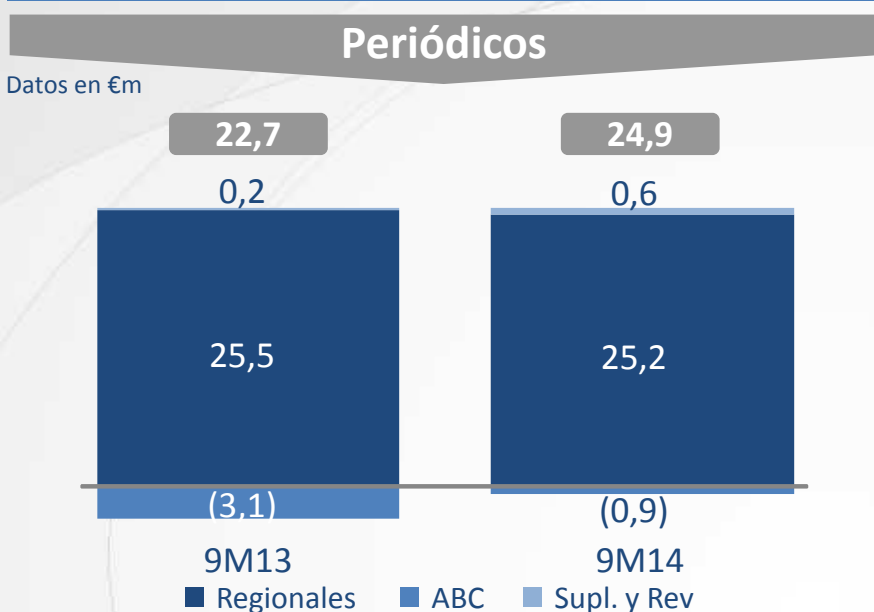


Otros

Datos en €m



EBITDA comparable¹ por área de negocio



Nota 1: excluye medidas de ajuste personal Periódicos 9M14 €-3,5m y 9M13 €-1,0m, Audiovisual 9M14 €-0,4m y 9M13 €-0,2m y Clasificados 9M14 €-0,1m y 9M13 €0,1m.

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla.

EL COMERCIO

LA VOZ

ABC
www.abc.es

INVERSIÓN

XI Semanal

Colpisa

mujer hoy.com

K+ KIOSKO y MAS

Hoy Corazón

Mujer hoy

COPE

LAS PROVINCIAS

con la fuerza de ABC

hillvalley

infoempleo.com

EUROTV producciones

11870.COM

BOCA BOCA PRODUCCIONES

pisos.com

veralia

finanzas.com

VOCENTO

NET TV

AUTOCASION.com

Paramount CHANNEL

larioja.com

DISNEY CHANNEL

elcorreo.com

diariovasco.com

laverdad.es

ideal.es

HOY.es

SUR.es

ABC.es

eldiariomontanes.es

elnortedecastilla.es

ELCOMERCIO.es

lavozdigital.es

lasprovincias.es

ver, escuchar, leer y sentir.

vocento



Vocento, S.A. and Subsidiaries

Results for January-September 2014

13 November 2014

Detail of VOCENTO business lines

NEWSPAPERS			
REGIONALS		ABC	SUPPLEMENTS & MAGAZINES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Correo ▪ La Verdad ▪ El Diario Vasco ▪ El Norte de Castilla ▪ El Diario Montañés ▪ Ideal ▪ Sur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las Provincias ▪ El Comercio ▪ Hoy ▪ La Rioja ▪ Regional printing plants ▪ Regional sales companies ▪ Other regional companies 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ABC ▪ National printing plants ▪ Sales company 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ XL Semanal ▪ Mujer Hoy ▪ Hoy Corazón ▪ Inversión y Finanzas ▪ Mujerhoy.com ▪ Finanzas.com

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

CLASSIFIEDS	OTHERS
Classifieds: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pisos.com ▪ Infoempleo ▪ Autocasión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sa re net

IMPORTANT NOTE

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

Highlights of the financial performance of the business

Advertising market improves: VOC total advertising revenues 3Q14 +4.6%

Digital businesses represent 25% of advertising revenues in 9M14

Comparable EBITDA 9M14 +37.0%, €+7.0m thanks to cost controls and savings

Positive cash flow generated from the ordinary business in 9M14: €+5.9m

▪ The advertising trend improved in 3Q14

- (i) All businesses contributed to the increase in advertising in 3Q14: print press +0.2%, online advertising on the digital editions +16.6% and Classifieds +9.6%.
- (ii) Advertising revenues from the Internet and new digital businesses contributed 25.0% of VOC's total advertising and e-commerce revenues in internet 9M14 (+2.6 p.p. vs 9M13).
- (iii) Advertising in the Supplements and Magazines (9M14 -0.8%, 3Q14 +8.8%) outperformed the market (9M14 -6.9%¹), in particular Mujer Hoy (advertising revenues 9M14 +21.3%).
- (iv) VOC's share of the advertising market continued to improve in 9M14, despite the lack of a sports title: offline advertising revenues at VOC decreased by 2.5% vs -3.5%¹ for the market in 9M14, while online revenues increased by 10.9% vs 3.1%¹ for the market.

▪ Comparable EBITDA 9M14 increased by +7,022² thousand euros, +37.0%: reflection of operational gearing, stability in advertising, and cost savings

- (i) The main business areas recorded EBITDA growth: comparable cost savings of -8.6% in 9M14 with personnel expenses down -5.7%, excluding personnel adjustment measures in 9M14 of -5,266 thousand euros and in 9M13 -737 thousand euros.
- (ii) Newspapers: comparable EBITDA 9M14 improved by 2,188 thousand euros, thanks to the continued focus on costs and the positive contribution from digital.
- (iii) Audiovisual: comparable EBITDA 9M14 +1,208 thousand euros. The end of broadcasting of two TV channels was offset by the positive impact of the radio agreement with COPE and the change of film distribution model at Content.

IFRS thousand euros	Comparable EBITDA			Advertising
	9M14	9M13	Var Abs	Var Abs
Newspapers	24,869	22,681	2,188	(389)
Audiovisual	7,762	6,554	1,208	(297)
Classified	(547)	(1,762)	1,215	680
Other	2,222	2,530	(308)	(94)
Corporate	(8,292)	(11,012)	2,719	58
Total	26,014	18,992	7,022	(42)

- **EBIT 9M positive for the first time since 2008:** Positive EBIT 9M14 of 2,562 thousand euros, an increase of 6,198 thousand euros, as a result of improved EBITDA and reduced amortization at Content.

▪ Reduction of net financial debt to 146,932 thousand euros vs 149,277 thousand euros in 2013

- (i) Generation of positive operating cash flows from the ordinary business: +5,903 thousand euros.
- (ii) Extraordinary cash entry following the sale of the indirect stake of 0.36% in cable operator ONO, of 9,214 thousand euros, and non-recurring cash exit of -12,766 thousand euros for compensation payments, the syndicated loan and others.
- (iii) Improvement of the Net Debt/Comparable EBITDA ratio from 4.0x at the end of 2013 to 3.3x (LTM³).

¹ Source: i2p 9M14.

² Excluding personnel adjustment measures 9M14 -5,266 thousand euros and 9M13 -737 thousand euros.

³ LTM "Last twelve months".

Main financial data

Consolidated Profit and Loss Account

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Circulation revenues	155,415	162,490	(7,075)	(4.4%)
Advertising revenues	110,248	110,291	(42)	(0.0%)
Other revenues	95,847	113,334	(17,487)	(15.4%)
Total revenue	361,510	386,115	(24,605)	(6.4%)
Staff costs	(123,606)	(126,285)	(2,678)	(2.1%)
Procurements	(64,784)	(67,935)	(3,151)	(4.6%)
External Services	(150,162)	(171,093)	(20,930)	(12.2%)
Provisions	(2,210)	(2,548)	(338)	(13.3%)
Operating expenses (without D&A)	(340,762)	(367,860)	(27,098)	(7.4%)
EBITDA	20,748	18,255	2,493	13.7%
Depreciation and amortization	(18,204)	(22,114)	(3,909)	(17.7%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. assets	18	223	(205)	(92.0%)
EBIT	2,562	(3,636)	6,198	170.4%
Profit of companies acc. equity method	8	131	(123)	(93.8%)
Net financial income	(7,363)	(7,537)	174	2.3%
Net gains on disposal of non- current assets	(305)	356	(661)	(185.7%)
Profit before taxes	(5,099)	(10,685)	5,587	52.3%
Corporation tax	(966)	(1,068)	103	9.6%
Net profit for the year	(6,064)	(11,754)	5,690	48.4%
Minority interests	(3,043)	(3,560)	516	14.5%
Net profit attributable to the parent	(9,108)	(15,314)	6,206	40.5%
Staff costs ex non recurring costs ¹	(118,341)	(125,548)	(7,207)	(5.7%)
Operating Expenses ex non recurring costs ¹	(335,496)	(367,123)	(31,627)	(8.6%)
Comparable EBITDA ¹	26,014	18,992	7,022	37.0%
Comparable EBIT ^{1 2}	7,809	(3,122)	10,931	350.1%

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

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

¹ Excluding personnel adjustment measures 9M14 -5,266 thousand euros and 9M13 -737 thousand euros.

² Comparable EBIT excludes result from sale of fixed assets 9M14 18 thousand euros and 9M13 223 thousand euros.

Operating revenues

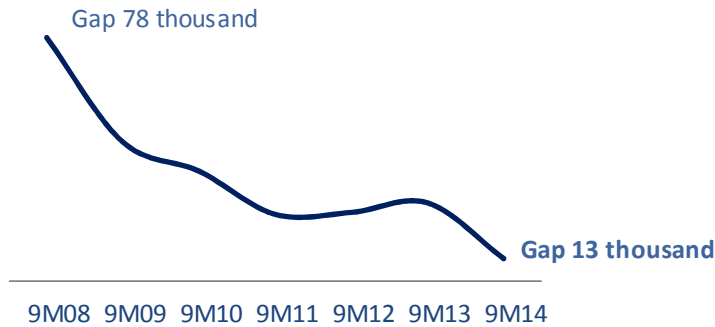
Total revenues in 9M14 were 361,510 thousand euros, -6.4% compared to 9M13. The main reasons for this performance were as follows:

Circulation sales: a decrease of -4.4%, mainly because of a -5.5% decline in the Regional Press (regional newspapers -5.0%) and -1.6% at ABC. The performance of circulation was -8.3% at ABC and -6.9% at the Regional Press.

According to official OJD data for 9M14, ABC is 12.8⁴ thousand copies from the number two position in the Spanish general press sector. The gap has gradually fallen from 77.9 thousand copies in 9M08.

Reducing the circulation gap from ABC to El Mundo¹

Performance of kiosk sales and individual subscriptions 9M14/08 (data in thousands)

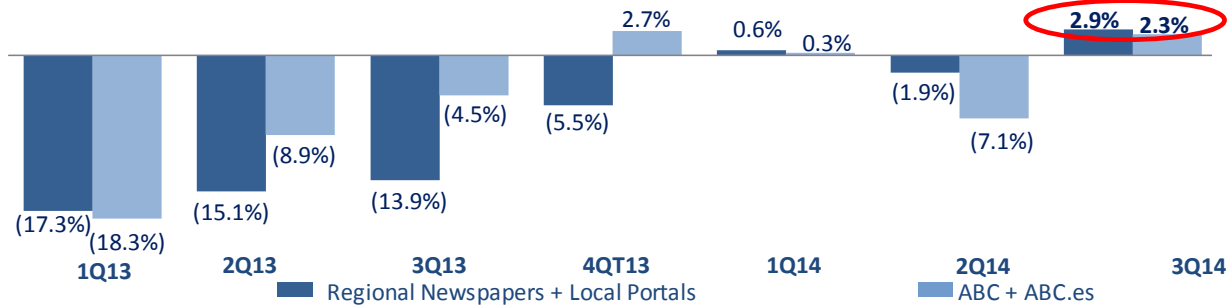


Note 1: source OJD. 9M14 data not certified.

Advertising revenues were stable in 9M14, with an increase of 0.3% when adjusted for changes to the perimeter (the strategic radio agreement with COPE that took effect in 2Q13 and the divestment of online daily que.es in 2013).

There is an improving trend for VOC advertising revenues, which increased by 4.6% in 3Q14. This growth is being supported in particular by digital advertising, with advertising sales in the digital editions increasing at a rate of 16.6%. Print editions are also contributing, with growth of 0.2%. This online + offline growth has resulted in an advertising increase of 2.9% at the Regional Press and 2.3% in National Press.

VOC advertising performance, offline and online (%)

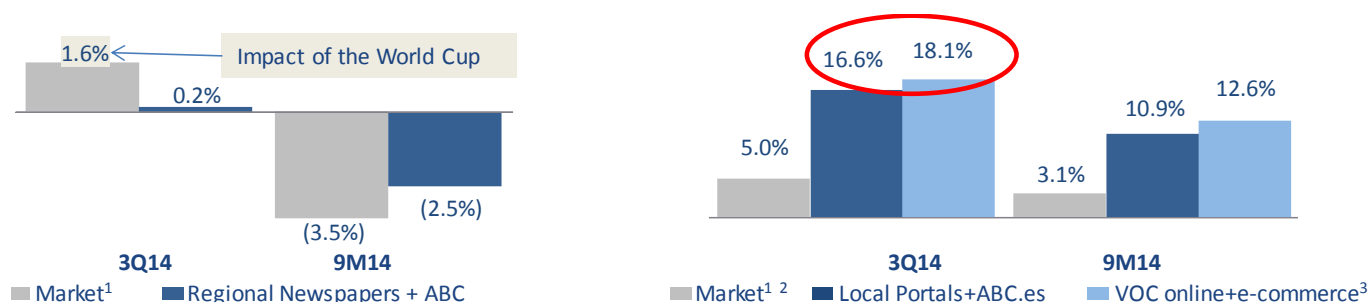


Source: internal data

In addition, according to i2p, VOC brands outperformed the press sector in 9M14, with a decline in offline advertising of 2.5% compared to -3.5% for the market, increasing its market share. Also according to i2p, the market grew by 1.6% in 3Q14 vs 0.2% for VOC titles, which among other factors was due to the effect of the World Cup, as VOC does not have a sports publication.

⁴ Source: OJD. Data for 9M 2014 not certified. Ordinary circulation (kiosk sales and individual subscriptions).

VOC advertising performance vs market, offline and online (%)

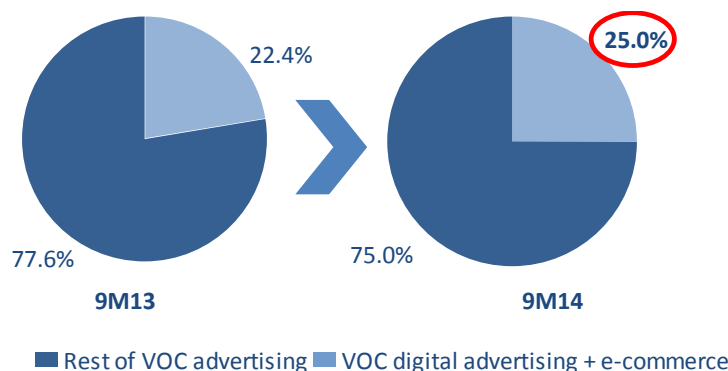


Note 1: source i2p. Note2: Online does not include search engine advertising. Note 3: includes all VOC Internet advertising.

Other Revenues fell by 15.4% as a result, among other factors, of the end of broadcasting of two DTT channels, the change of business model in the film distribution business (Content area), and the more selective add-ons activity. These effects were partly offset by the increased contribution of events, sponsorships, and digital businesses such as Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox and Ticketing.

The change in the revenue profile towards digital, including not only digital advertising revenues at VOCENTO but also revenues from new digital businesses based on e-commerce, increased VOCENTO's exposure to digital to 25.0% in 9M14 (+2.6 p.p. vs 9M13).

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



Operating expenses

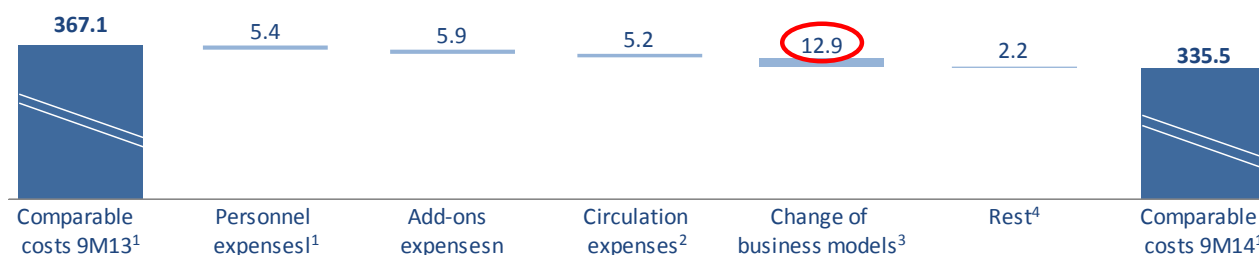
In 9M14, comparable costs were reduced by 8.6%, or 31,627 thousand euros, excluding the costs of personnel adjustment measures of -5,266 thousand euros in 9M14 and of -737 thousand euros in 9M13. These measures form part of the company's normalized management and reflect its continuous search for efficiency in an advertising market that remains unstable.

The main contributions to the cost reductions were:

- Change of business model in the Audiovisual area, -12,919 thousand euros: end of broadcasting of two National DTT channels, Radio agreement with COPE, film distribution agreement at Content.
- Reduction of promotional expenses, down -30.1% in 9M14 or 5,946 thousand euros
- Adjustments to personnel and to salary policies, with costs reduced by 7,207 thousand euros, 5.7%⁵. Excluding the Audiovisual area, the reduction was 5,441 thousand euros or 4.5%.
- Lower expenses associated with newspaper circulation, down by 5,170 thousand euros

⁵ Excluding personnel adjustment measures 9M14 -5,266 thousand euros and 9M13 -737 thousand euros.

Detail of comparable operating expenses by concept



Note 1: Excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m and 9M13 €-0.7m and Audiovisual. Note 2: costs of marketing, supplies distribution and print shops. Note 3: cost reductions at Audiovisual. Note 4: other costs of Newspapers and costs of Classifieds, Others and Corporate Centre, excluding variation in personnel expenses.

By area:

- Newspapers: there was a decrease in comparable costs of 13,872 thousand euros in 9M14, 4.8%, mainly as a result of a reduction in personnel expenses and a more selective promotions policy.
- Audiovisual: a decrease of 12,919 thousand euros in 9M14, 27.0%, mainly as a result of the closure of two TV channels and the end of distribution of new film releases.
- In the other areas, cost reductions have mainly been achieved by restructuring and adjusting workforces and processes.

Detail of comparable operating expenses by business area



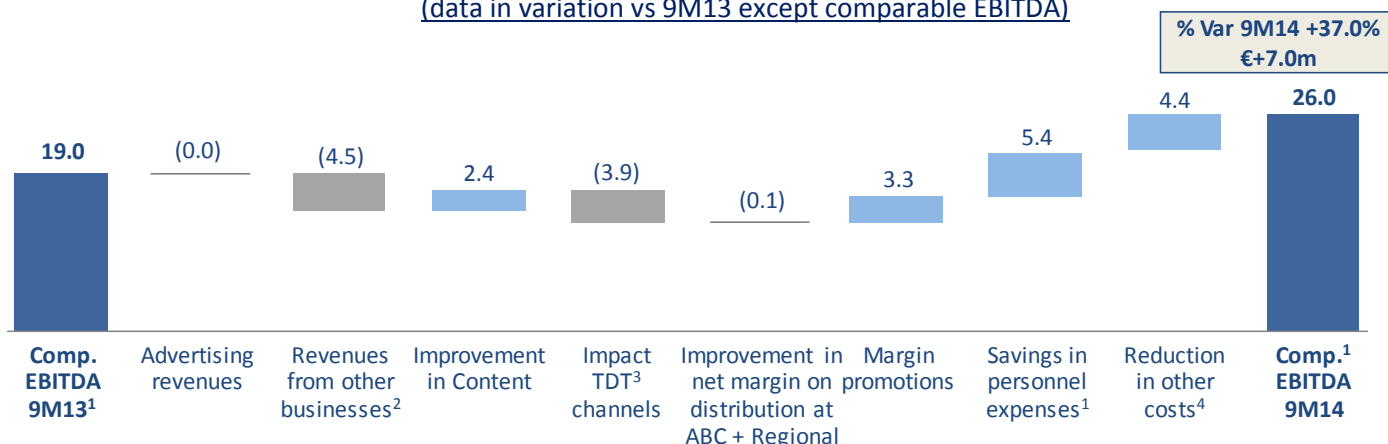
Note 1: Excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m and 9M13 €-0.7m

Comparable EBITDA

Comparable EBITDA was 26,014 thousand euros in 9M14, an improvement of 7,022 thousand euros or 37.0% compared to 9M13. This performance reflects the level of operational gearing that has been generated: the advertising recovery in 3Q14 led to a growth in EBITDA 3Q14 of 60.0% compared to 37.0% for 9M14.

The following chart illustrates the main contributions to this performance:

Detail of performance of comparable EBITDA¹ 9M13-9M14 (€m) (data in variation vs 9M13 except comparable EBITDA)

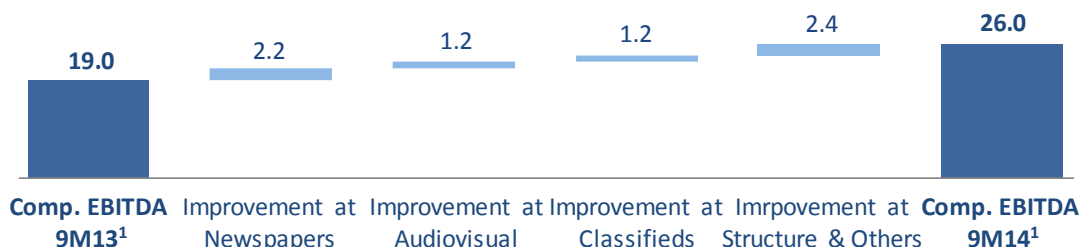


Note 1: Excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m and 9M13 €-0.7m. Personnel savings costs exclude Audiovisual.
 Note 2: Revenues from Radio, Classifieds, circulation sales of supplements and other businesses. Note 3: impact of closure of DTT channels and provision for Intereconomía. Note 4: costs of sales and administration at Regional and ABC, and costs of production, sales and administration at the other areas except Content.

EBITDA improved in all business areas. Highlights included:

- (i) **Newspapers⁶**: comparable EBITDA 9M14 of 24,869 thousand euros, an increase of 2,188 thousand euros vs 9M13. Despite the decrease in circulation sales (which fell by 7,189 thousand euros), the active management of costs resulted in: a) lower personnel costs following restructuring measures and adjustments to salaries, b) an improvement in the net margin on circulation sales at ABC, and c) an improvement in the margin on add-ons. The new digital businesses and the organisation of events supported this growth.
- (ii) **Audiovisual⁷**: comparable EBITDA 9M14 improved by 1,208 thousand euros, to 7,762 thousand euros. Negative impacts were felt from the end of DTT broadcasting of two channels and from the provision made for receivables associated with Intereconomía. There were positive impacts from the strategic Radio agreement with COPE and the restructuring measures implemented in the Content area in 2013.
- (iii) **Classifieds⁸**: reduction of comparable EBITDA losses in 9M14 by 1,215 thousand euros to -547 thousand euros, because of the combined effect of a 8.9% increase in advertising revenues in 9M14 and cost reduction measures, which included optimizing sales teams and reducing headcount.

Performance of comparable EBITDA¹ by business area 9M14 €m (data in variation 9M14 vs 9M13 except for comparable EBITDA)



Note 1: Excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m and 9M13 €-0.7m.

⁶ Newspapers: Excluding adjustment measures 9M14 -3,498 thousand euros and 9M13 -1,016 thousand euros.

⁷ Audiovisual: Excluding adjustment measures 9M14 -421 thousand euros and 9M13 -223 thousand euros.

⁸ Classifieds: Excluding adjustment measures 9M14 -117 thousand euros and 9M13 55 thousand euros.

Operating result (EBIT)

The operating result in 9M14 was 2,562 thousand euros, compared to -3,636 thousand euros in 9M13, an improvement of 6,198 thousand euros. The comparable operating result in 9M14 improved to 7,809 thousand euros from -3,122 thousand euros in 9M13.

As well as the positive impact of lower costs, there was a decrease in amortization in the period of 3,909 thousand euros. The decrease in amortization in 9M14 was partly a result of a lower level of amortization in the Content area, where there was a reduction of -1,539 thousand euros following the transfer of part of the film distribution business, and the lower level of depreciation at the print plants.

VOCENTO reaches EBIT positive in 9M results for the first time since 2008.

Net financial result

The net financial result in 9M14 was -7,363 thousand euros, in line with 9M13 (-7,537 thousand euros). The costs and arrangement fee of the syndicate loan are accrued over the life of the loan.

In February 2014, VOCENTO signed a 5-year syndicated loan for 175 million euros (see Relevant Fact of 24 February 2014) which has served to strengthen the financial structure, replacing bilateral credit lines, extending maturities and unifying debt management. In March 2014, VOCENTO carried out a swap transaction for the interest rate on the syndicated loan, for 87,637 thousand euros, as a hedge against the interest rate. The annual impact of this swap is reflected in the net financial result.

Corporation tax

The improvement of the operating result was offset by the regularisation of the negative tax bases of previous years, and corporation tax was in line with last year's level (9M14 -966 thousand euros vs 9M13 -1,068 thousand euros).

Minority interest

The reduction in minority interest in 9M14 by 3,043 thousand euros (vs -3,560 in 9M13) was mainly due the lower result at National DTT, because of the end of broadcasting of two channels, which was not offset by the improvement in the Content area.

Net result attributable to the parent company

The consolidated net result in 9M14 was -9,108 thousand euros, with losses narrowing by -40.5% compared to 9M13 (-15,314 thousand euros).

Consolidated Balance Sheet

Miles de Euros	IFRS			
	9M14	2013	Var abs	% Var
Non current assets	547,766	568,022	(20,256)	(3.6%)
Intangible assets	152,674	159,662	(6,988)	(4.4%)
Property, plant and equipment	172,356	182,365	(10,009)	(5.5%)
Investments accounted using equity method	10,555	10,676	(121)	(1.1%)
Other non current assets	212,181	215,318	(3,138)	(1.5%)
Current assets	152,182	172,774	(20,592)	(11.9%)
Cash and cash equivalents	29,743	34,721	(4,978)	(14.3%)
Other current assets	122,439	138,053	(15,614)	(11.3%)
Assets held for sale	193	193	0	0.0%
TOTAL ASSETS	700,142	740,990	(40,848)	(5.5%)
Equity	337,110	349,902	(12,791)	(3.7%)
Bank borrowings and other fin. liabilities	174,736	184,414	(9,678)	(5.2%)
Other non current liabilities	68,268	68,274	(5)	(0.0%)
Other current liabilities	120,027	138,401	(18,374)	(13.3%)
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	700,142	740,990	(40,848)	(5.5%)

Other current assets

The amount decreased by 15,614 thousand euros, mainly as a result of a lower balance from clients because of the lower level of activity and because of the impact on clients and suppliers of the end of broadcasting of two DTT channels and the sale of part of the film distribution business.

Net financial position

The net financial position at the end of the period was -146,932 thousand euros, including cash and cash equivalents and other current financial assets of 29,743 thousand euros.

The reduction of debt and the improvement in comparable EBITDA in 9M14 lead to a reduction in financial gearing, measured as Net Debt/comparable EBITDA, from 4.0x at the end of 2013 to 3.3x (LTM⁹).

Breakdown of net financial debt, 9M14

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	2013	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (s.t.)	23,798	120,589	(96,791)	(80.3%)
Bank borrowings and other financial liabilities (l.t.)	150,938	63,824	87,114	136.5%
Gross Debt	174,736	184,414	(9,678)	(5.2%)
Cash and cash equivalents	29,743	34,721	(4,978)	(14.3%)
Other non current financial asstes	235	415	(180)	(43.4%)
Deferred expenses	2,173	0	2,173	n.a.
Net cash position/ (net debt)	(146,932)	(149,277)	2,346	1.6%

⁹ LTM "Last twelve months".

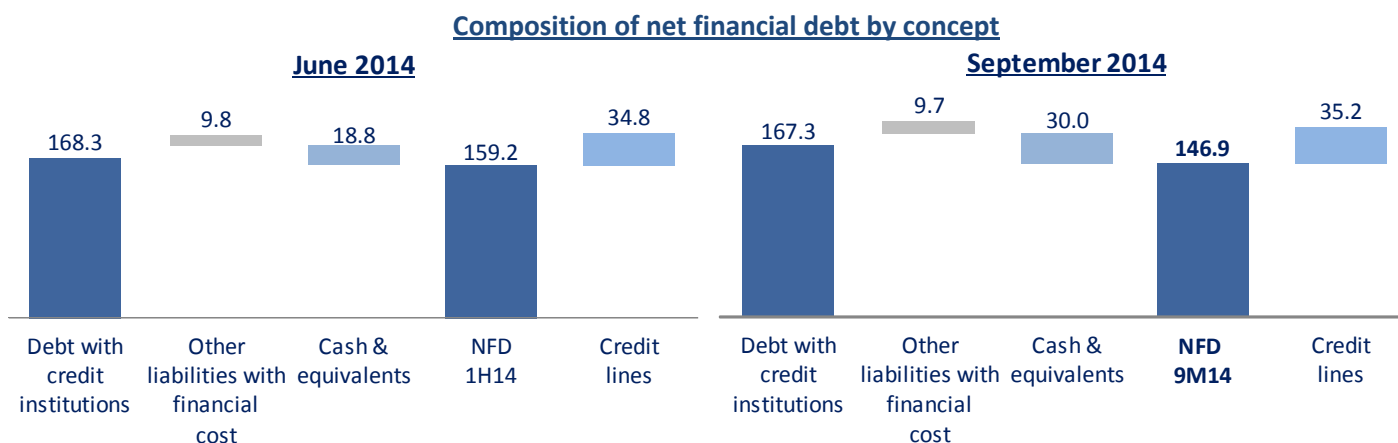
Short term borrowings and other financial liabilities include debt with credit institutions of 19,738 thousand euros, which decreased because of the syndicated loan, and other liabilities with a current financial cost of 4,060 thousand euros, mainly pension plans.

Long term bank borrowings and other financial liabilities include: a) debt with credit institutions of 145,348 thousand euros, and b) other liabilities with a non-current financial cost of 5,590 thousand euros, including mainly pension plans and compensation pending payment, associated with the downsizing at ABC in 2009.

On the balance sheet, in accordance with accounting principles, short term and long term borrowing are netted off for the short term and long term expenses of the syndicated loan, an amount of 2,173 thousand euros. There is no financial cost to this, and these expenses are included when calculating net debt.

An accounting adjustment was also made to long term financial debt as a result of the mark to market of the derivatives of the syndicated loan (with various financial institutions), of 2,804 thousand euros.

Net financial debt consists of the following:



To better understand the variation in debt, ordinary and extraordinary changes are analysed separately. The most significant ordinary variations in 9M14 were as follows:

- (i) Variation in working capital of -5,534 thousand euros (excluding extraordinary payments to the ABC Foundation of 1,926 thousand euros) mainly due to the recovery of balances with clients, the impact of the end of broadcasting of two DTT channels, and payments made to paper providers.

The management of working capital (including the variation of inventories, clients, suppliers and operating taxes (VAT)) remains one of the key priorities in the company's daily activities.

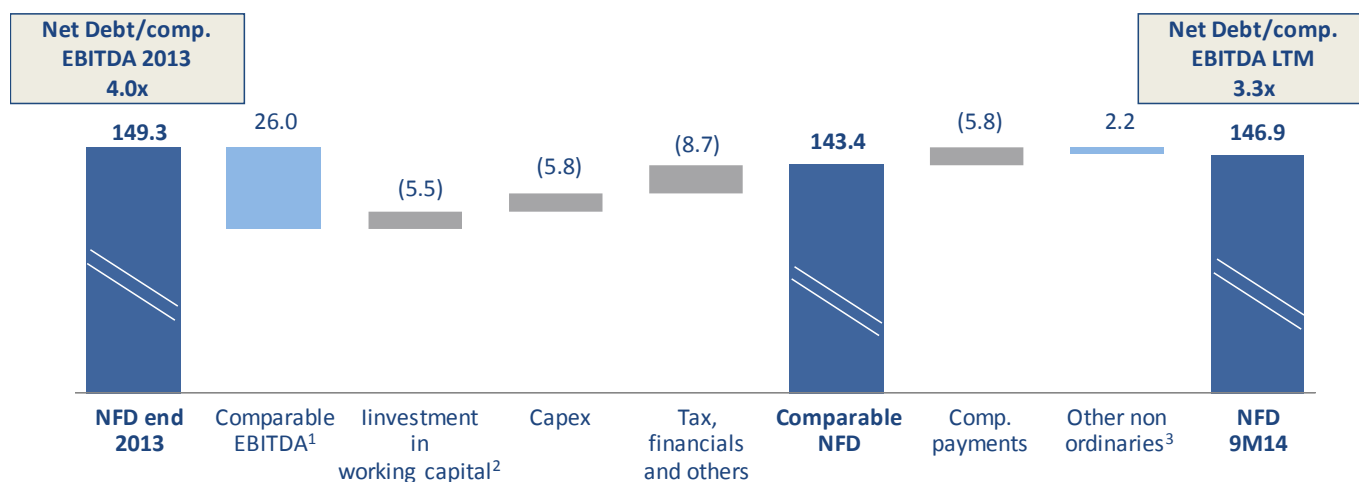
- (ii) Investments in fixed and intangible assets: total cash exit of -5,845 thousand euros, mainly associated with digital activity.

Non-recurring items include:

- (iii) Cost of compensation payments following the adjustment to personnel: a total cash exit in 9M14 of -5,796 thousand euros, mainly at Regional and Corporate.
- (iv) Other extraordinaries: including cash from the sale of the indirect stake of 0.36% in cable operator ONO (9,214 thousand euros), expenses associated with the arrangement of the syndicated loan, such as the mark to market valuation of the derivative, which did not result in any cash exit, and the loan made to the ABC Foundation.

It should be noted that in 4Q14, an additional 1,179 thousand euros was booked from the already mention divestment of ONO.

Analysis of movement in net financial debt 9M14-2013 (€m)



Note 1: excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m. Note 2: variation of inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT). Note 3: including sale of stake in ONO, arrangement fee, associated expenses and effects on NFD of the syndicated loan, and the extraordinary payment to the ABC Foundation.

Other current liabilities

The variation in Other Liabilities of 18,374 thousand euros is due mainly to the reduction of balances with suppliers, because of the lower level of activity at Content in both television and film distribution, and the lower balances with suppliers of paper.

Cash flow statement

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	% Var
Net profit attributable to the parent	(9,107)	(15,312)	6,205	40.5%
Adjustments to net profit	31,824	36,081	(4,257)	(11.8%)
Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital	22,717	20,769	1,948	9.4%
Changes in working capital	(7,460)	(379)	(7,081)	n.r.
Other payables without financial cost	4,819	(11,380)	16,199	142.3%
Other payables with financial cost	(3,105)	(4,244)	1,139	26.8%
Income tax paid	(1,483)	(2,857)	1,374	48.1%
Interests deduction for tax purposes	(2,012)	(476)	(1,536)	(322.7%)
Net cash flow from operating activities (I)	13,477	1,433	12,044	840.4%
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(5,845)	(6,758)	913	13.5%
Net proceed on disposal of financial assets	9,742	(485)	10,227	n.r.
Interests and dividends received	559	553	6	1.1%
Other receivables and payables (investing)	0	0	0	n.a.
Net cash flow from investing activities (II)	4,456	(6,690)	11,146	166.6%
Interests and dividends paid	(15,133)	(13,179)	(1,954)	(14.8%)
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	(5,513)	13,198	(18,711)	(141.8%)
Other receivables and payables (financing)	(2)	(256)	254	99.2%
Equity related instruments without financial cost	(1,033)	(201)	(832)	(413.9%)
Equity related instruments with financial cost	(1,025)	(6,598)	5,573	84.5%
Net cash flows from financing activities (III)	(22,706)	(7,036)	(15,670)	(222.7%)
Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)	(4,774)	(12,293)	7,519	61.2%
Cash and cash equivalents of discounted operations	(205)	0	(205)	n.a.
Cash and cash equivalents at beginning of the year	34,721	40,295	(5,574)	(13.8%)
Cash and cash equivalents at end of year	29,743	28,004	1,739	6.2%

Net cash flow from operating activities was 13,477 thousand euros, including: a) payments of -5,796 thousand euros associated with the personnel adjustment measures, and b) a variation in working capital of -7,460 thousand euros which excluding extraordinary items (the loan to the ABC Foundation) would have been -5,534 thousand euros, mainly due to the lower balance with suppliers of television services and paper.

Net cash flow from investment activities was 4,456 thousand euros, mainly as a result of the entry of cash from the sale of the indirect 0.36% stake that VOCENTO held in cable operator ONO, for a total of 9,214 thousand euros, partly offset by investments in fixed assets (see Capex section).

Net cash flow from financing activity was -22,706 thousand euros, and included interest and dividend payments paid by subsidiaries of VOCENTO of -15,133 thousand euros, the repayment of debt in the period, corporate transactions generated from the payment to minority shareholders in Las Provincias (liabilities with a financial cost), and other transactions.

Capex

Controlling investments in order to preserve cash is one of the main targets of VOCENTO's financial management. In 9M14, investments were associated mainly with the development of new sources of digital revenues. Another highlight was the reduction of capex in the Content area, following the agreement in 2013 which released VOCENTO of its obligations to acquire new films, while continuing to manage its back catalogue.

The difference between the exit of cash because of investments in fixed assets (5,845 thousand euros) and the Capex recorded in accounts (4,460 thousand euros) is mainly due to pending payments for investments made in 2013.

Detail of Capex by business area

	IFRS (thousand euros)								
	9M14			9M13			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Newspapers	1,634	705	2,339	1,322	1,194	2,516	312	(489)	(177)
Audiovisual	143	95	238	1,282	152	1,434	(1,139)	(57)	(1,196)
Classified	180	11	191	267	63	330	(87)	(52)	(139)
Other	6	522	528	3	328	331	3	194	197
Corporate	1,141	23	1,164	897	23	920	244	0	244
TOTAL	3,104	1,357	4,460	3,771	1,761	5,532	(667)	(404)	(1,071)

Information by business area

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Newspapers	302,837	314,520	(11,683)	(3.7%)
Audiovisual	42,667	54,379	(11,711)	(21.5%)
Classified	9,070	9,700	(630)	(6.5%)
Other	10,347	11,277	(930)	(8.2%)
Corporate and adjustments	(3,411)	(3,761)	350	9.3%
Total Revenues	361,510	386,115	(24,605)	(6.4%)
EBITDA				
Newspapers	21,371	21,665	(294)	(1.4%)
Audiovisual	7,341	6,332	1,009	15.9%
Classified	(664)	(1,707)	1,043	61.1%
Other	2,222	2,511	(289)	(11.5%)
Corporate and adjustments	(9,522)	(10,546)	1,024	9.7%
Total EBITDA	20,748	18,255	2,493	13.7%
Comparable EBITDA¹				
Newspapers	24,869	22,681	2,188	9.6%
Audiovisual	7,762	6,554	1,208	18.4%
Classified	(547)	(1,762)	1,215	68.9%
Other	2,222	2,530	(308)	(12.2%)
Corporate and adjustments	(8,292)	(11,012)	2,719	24.7%
Total comparable EBITDA	26,014	18,992	7,022	37.0%
EBIT				
Newspapers	9,406	8,253	1,153	14.0%
Audiovisual	3,160	241	2,919	n.r.
Classified	(1,423)	(2,739)	1,316	48.1%
Other	1,490	1,751	(261)	(14.9%)
Corporate and adjustments	(10,072)	(11,142)	1,070	9.6%
Total EBIT	2,562	(3,636)	6,198	170.4%
Comparable EBIT^{1,2}				
Newspapers	12,921	9,260	3,661	39.5%
Audiovisual	3,547	430	3,117	724.1%
Classified	(1,306)	(2,802)	1,497	53.4%
Other	1,490	1,599	(109)	(6.8%)
Corporate and adjustments	(8,842)	(11,609)	2,766	23.8%
Total comparable EBIT	7,809	(3,122)	10,931	350.1%

Newspapers (offline and online)

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Regionals	215,010	222,261	(7,251)	(3.3%)
ABC	82,264	87,578	(5,314)	(6.1%)
Supplements& Magazines	22,026	22,938	(912)	(4.0%)
Adjustments intersegment	(16,463)	(18,257)	1,794	9.8%
Total Revenues	302,837	314,520	(11,683)	(3.7%)
EBITDA				
Regionals	21,831	24,741	(2,910)	(11.8%)
ABC	(919)	(3,090)	2,171	70.3%
Supplements& Magazines	459	14	445	n.r.
Total EBITDA	21,371	21,665	(294)	(1.4%)
Comparable EBITDA¹				
Regionals	25,160	25,536	(376)	(1.5%)
ABC	(867)	(3,083)	2,216	71.9%
Supplements& Magazines	577	228	349	152.7%
Total comparable EBITDA	24,869	22,681	2,188	9.6%
EBIT				
Regionals	14,751	17,106	(2,355)	(13.8%)
ABC	(5,519)	(8,585)	3,066	35.7%
Supplements & Magazines	175	(267)	442	165.4%
Total EBIT	9,406	8,253	1,153	14.0%
Comparable EBIT^{1 2}				
Regionals	18,091	17,891	200	1.1%
ABC	(5,468)	(8,578)	3,110	36.3%
Supplements& Magazines	297	(53)	350	659.7%
Total comparable EBIT	12,921	9,260	3,661	39.5%

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

¹ Excluding adjustment measures 9M14 -3,498 thousand euros and 9M13- 1,016 thousand euros.

² Excluding result from sale of fixed assets 9M14 -16 thousand euros and 9M13 9 thousand euros.

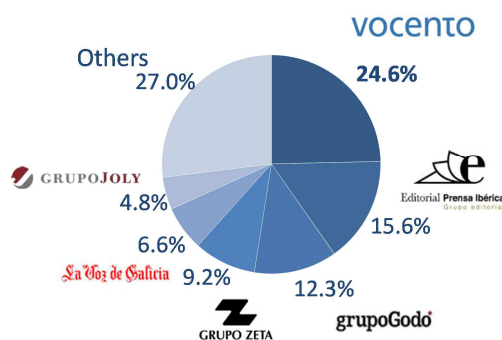
Operating Revenues: 302,837 thousand euros in the first nine months of 2014, decreasing by 3.7% mainly as a consequence of lower circulation sales at the Regional newspapers and a lower level of add-ons at ABC.

Circulation sales: 155,415 thousand euros (-4.4%).

Revenues from the circulation sales of the Regional Press fell by 5.5% in 9M14 (regional newspapers -5.0%), because of a fall in circulation of 6.9% in the period. The slower decline in revenues was due to a generalised increase in the cover prices of most of the regional newspapers on Saturdays and Sundays.

VOCENTO's regional newspapers continue to be clear leaders in their areas, with a 24.6% share of the regional press circulation market, compared to 15.6% for its closest competitor.

Share of regional press circulation, 9M14¹



Note 1: source OJD general press. Data not certified.

At ABC, revenues from circulation sales decreased by 1.6%, with the impact of the fall in circulation partly offset by the increase to cover prices in January, from €1.3 to €1.4 from Mondays to Fridays and from €2.5 to €2.8 on Sundays. In 9M14, ABC's average circulation was 130,211 copies per day, a decrease of -8.3% vs -10.4% for the national press market.

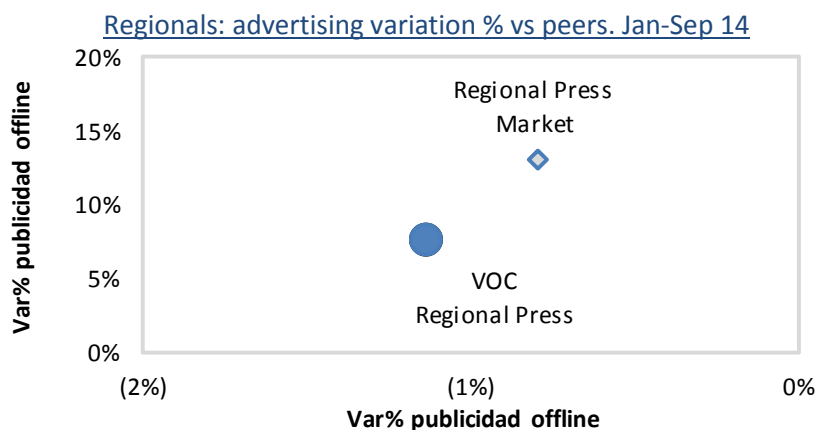
Finally, the performance of revenues from circulation sales of Supplements and Magazines (-7.5%) was a result of the lower level of circulation for the newspapers with which the supplements are distributed.

Advertising Sales: 99,726 thousand euros, a decrease of 0.4% compared to 9M13.

The regional newspapers and ABC practically repeated the advertising level of the prior year period and again outperformed the online and offline press advertising market. The advertising revenues of the offline newspapers fell by 2.5% in 9M13 and online revenues increased by 10.9%, compared to -3.5% and +3.1% for the market respectively, according to figures from i2p (see chart on page 6). The offline performance of VOC in 3Q14 was affected by the World Cup, as the company does not own a sports title.

At the Regional Newspapers, advertising sales were 64,929 thousand euros, up 0.4% in 9M14, with regional advertising in the local press outperforming the national press.

Compared to the market, the performance of the Regional Newspapers was in line with other offline players (-1.1% vs -0.8% for peers), while in the online market Regional Newspapers reported growth of +7.6% vs +13.1% for competitors, as the VOC business is now larger and more developed. Online advertising now represents 15.1% of the total advertising revenues of the Regional Newspapers, vs 10.2% at competitors.



Note 1: internal data. Gross press advertising.

At ABC, advertising revenues increased by 2.3% in 3Q14, and fell by 2.3% in 9M14, with the fall in offline advertising sales of -6.3% partly compensated by advertising growth at ABC.es of 17.1%.

Compared to the advertising market, ABC has outperformed both offline (ABC -5.3% vs -7.2% for peers) and online: ABC +19.4%, peers +9.5%.

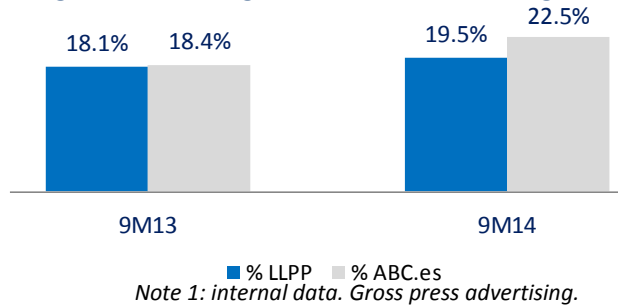
ABC: advertising variation % vs peers. Jan-Sep 14



Note 1: internal data. Gross press advertising.

The steady roll-out of the complementary digital businesses continues to be reflected in the increased contribution of digital revenues, both at Regional (19.5% +1.4 p.p.), and at ABC (22.5%, +4.1 p.p.).

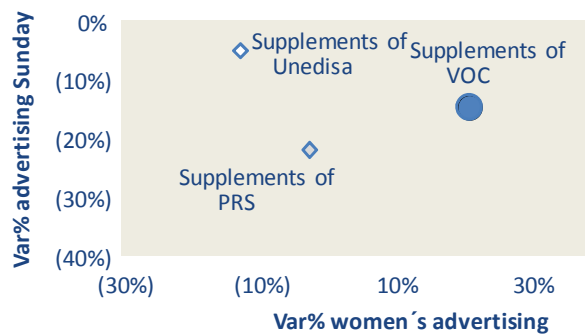
% of digital business to gross advertising revenues at ABC and regional newspapers, Jan-Sep14¹



Note 1: internal data. Gross press advertising.

Advertising revenues from Supplements and Magazines increased by 8.8% in 3Q14, with both online growth (+30.6%) and offline (+6.5%). For 9M14, advertising sales fell by 0.8%, compared to a decline of 6.9%¹⁰ for the Sunday supplement market. Highlights included the performance of the women's supplement Mujer Hoy, distributed on Saturdays, which reported increased advertising spend especially in high end segments (beauty and fashion), and with an increased market share following the redesign and improvement of the product, as the chart on the next page shows.

Gross advertising revenues of Sunday and women's supplements Jan-Sep 2014¹ (%)



Note 1: internal data. Gross advertising.

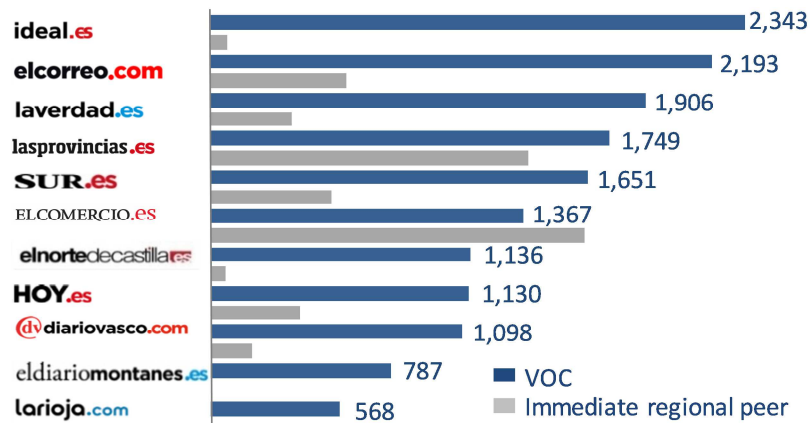
¹⁰ Source: i2p 9M14.

Other Revenues: 47,696 thousand euros, -7.9%, mainly as a result of the reduced level of add-ons at ABC and the impact on Printing and Distribution of the lower level of circulation.

These effects were partly offset by the increased contribution of events and of digital businesses such as Oferplan, Kiosko y Más, Guapabox and Ticketing.

These new digital businesses are supported by the growing unique user bases of the digital editions of the regional newspapers and ABC. The regional newspapers continue to be online leaders, with total readership of 16 million unique monthly users. In addition, each of their eleven portals is the leader in their regions, except for El Comercio Digital.

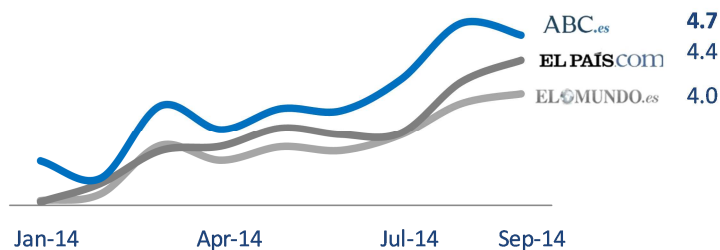
Readership of local portals (thousands u.m.u.)



Source: comScore MMX Multiplataforma September 2014. Competitor share in grey.

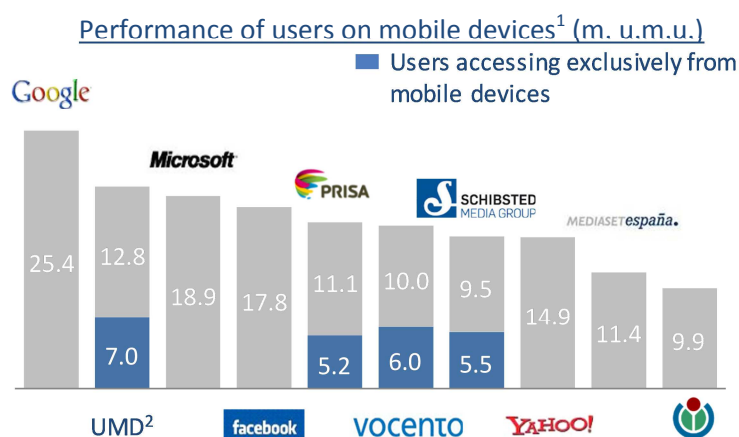
Likewise ABC.es continues to increase its digital market share and to enhance its position, and now reaches 4.7 million unique monthly users who access the website exclusively from mobile devices.

Performance of unique monthly users, mobile access (m. u.m.u.)



Source: comScore MMX Multiplataforma.

Finally, VOCENTO is ahead of its competitors in terms of the proportion of unique users from mobile devices such as tablets and mobile telephones, according to ComScore data from September 2014.



Source: comScore MMX Multiplataforma SEPTEMBER 20. Unidad Editorial, Zeta and Prensa Ibérica.

2: UMD² Unidad de Medios Digitales includes

Comparable EBITDA¹¹: 24,869 thousand euros, an improvement of 2,188 thousand euros.

The combined impact of the reduction of the variable expenses linked to operations and the cost efficiency measures has led to a 4.8% decrease in comparable costs¹¹.

Performance of comparable costs, Newspapers 9M14 (€m)

Like for like opex (thousand euros)	9M14	9M13	Var Abs ¹	Var %
Regionals	(189,850)	(196,725)	(6,875)	(3.5%)
ABC	(83,131)	(90,661)	(7,530)	(8.3%)
Supplements & Magazines	(21,450)	(22,710)	(1,260)	(5.5%)
Adjustments	16,463	18,257	1,794	9.8%
Total	(277,968)	(291,839)	(13,872)	(4.8%)

The execution of cost reductions has absorbed the slight decrease in advertising in 9M14, reflecting the operational gearing that has been created, as the following table shows:

Performance of comparable EBITDA and advertising, Newspapers 9M14 (€m)

IFRS Thousand Euro	Comparable EBITDA			Advertising
	9M14	9M13	Var Abs ¹	Var Abs ²
Regional brands	25,160	25,536	(376)	275
ABC	(867)	(3,083)	2,216	(609)
Supplements & Magazines	577	228	349	(71)
Total	24,869	22,681	2,188	(389)

Note 1: Excluding adjustment measures 9M14 -3,498 thousand euros and 9M13 -1,016 thousand euros. Note 2: total advertising includes eliminations.

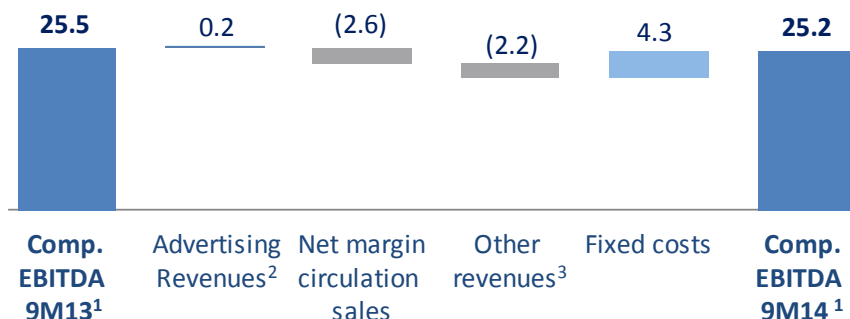
- (i) **Regional**: comparable EBITDA of 25,160 thousand euros, a similar level to in 9M13 (variation -376 thousand euros), with costs reduced by 6,875 thousand euros. The comparable EBITDA margin in 9M14/13 increased by 0.2 p.p. to 11.7%.

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

¹¹ Excluding adjustment measures 9M14 -3,498 thousand euros and 9M13 -1,016 thousand euros.

Regional Newspapers: performance of comparable EBITDA¹

Absolute variation of revenues and comparable EBITDA (€m)



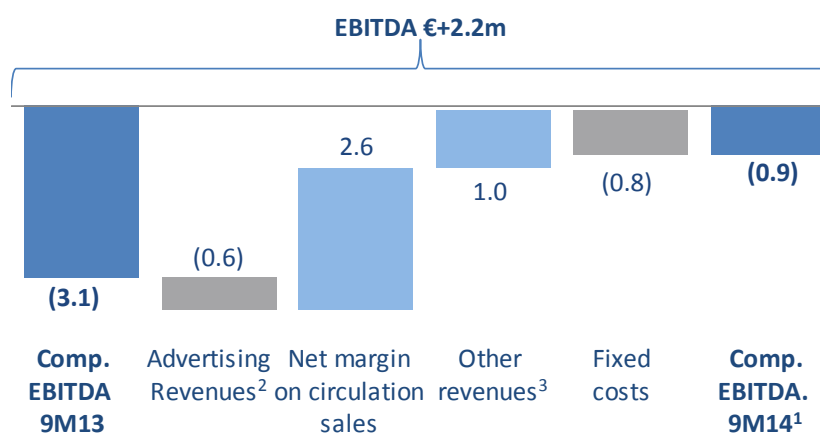
Note 1: excluding restructuring 9M13 €-0.8m and personnel adjustment measures 9M14 €-3.3m.

Note 2: publishing and digital. Note 3: including among others advertising in subsidiaries, circulation sales from the distribution company and the margin on promotions.

- (ii) ABC: comparable EBITDA in 9M14 improved by 2,216 thousand euros, to -867 thousand euros, as a result of an improvement in the net margin on circulation sales by 2.563 thousand euros and the higher margin on promotions.

ABC brand: performance of comparable EBITDA¹

Absolute variation of revenues and comparable EBITDA in million euros



Note 1: Excluding personnel adjustment measures 9M14 €-0.1m. Note 2: publishing and digital.

Note 3: includes margin on promotions and others.

- (iii) Supplements and Magazines: comparable EBITDA of 577 thousand euros vs 228 thousand euros in 9M13, with cost reductions offsetting the impact of the fall in revenues. The comparable EBITDA margin of the area increased by 1.6 p.p. to 2.6%.

Audiovisual

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
DTT	25,195	37,205	(12,010)	(32.3%)
Radio	3,141	2,538	603	23.8%
Content	14,658	14,935	(277)	(1.9%)
Adjustments intersegment	(326)	(300)	(27)	(8.9%)
Total Revenues	42,667	54,379	(11,711)	(21.5%)
EBITDA				
DTT	2,347	6,242	(3,895)	(62.4%)
Radio	1,636	(1,033)	2,669	258.5%
Content	3,358	1,122	2,235	199.1%
Total EBITDA	7,341	6,332	1,009	15.9%
Comparable EBITDA¹				
DTT	2,351	6,256	(3,905)	(62.4%)
Radio	1,749	(918)	2,667	290.5%
Content	3,663	1,217	2,446	201.0%
Total comparable EBITDA	7,762	6,554	1,208	18.4%
EBIT				
DTT	2,127	5,975	(3,849)	(64.4%)
Radio	1,658	(1,311)	2,969	226.5%
Content	(625)	(4,423)	3,798	85.9%
Total EBIT	3,160	241	2,919	n.r.
Comparable EBIT^{1 2}				
DTT	2,130	5,989	(3,859)	(64.4%)
Radio	1,736	(1,254)	2,991	238.4%
Content	(319)	(4,304)	3,985	92.6%
Total comparable EBIT	3,547	430	3,117	724.1%

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

Note: EBIT and comparable EBIT at Content include the amortization of goodwill in the Tripictures film catalogue in 9M14 of 1,506 thousand euros and in 9M13 of 1,804 thousand euros.

¹ Excluding adjustment measures 9M14 -421 thousand euros and 9M13 -223 thousand euros.

² Excluding result from sale of fixed assets, in 9M14 34 thousand euros and in 9M13 33 thousand euros.

Operating Revenues: 42,667 thousand euros, down 21.5% as a result of changes to the perimeter: i) a decline in DTT revenues of 32.3% because of the end of broadcasting of two nationwide DTT channels, MTV and Intereconomía, and ii) a decrease in film distribution revenues in the Content area, as a result of the sale of part of this business to a third party at the end of 2013.

EBITDA comparable¹²: 7,762 thousand euros, an improvement of 1,208 thousand euros from 9M13, with all the divisions performing positively despite the changes to the perimeter.

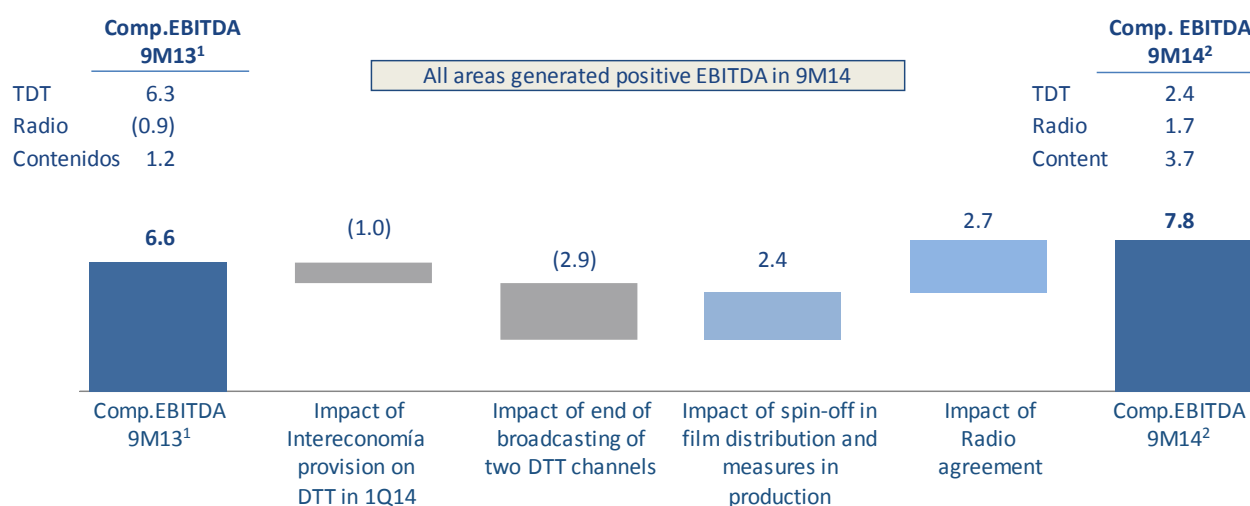
¹² Excluye medidas de ajuste 9M14 -421 thousand euros y 9M13 -223 thousand euros.

Highlights by business area include:

- (i) **DTT**: positive comparable EBITDA of 2,351 thousand euros in 9M14, down 3,905 thousand euros from 9M13. This was a result of the end of broadcasting of two channels on the National DTT multiplex, and the effect of the provision made in 1Q14 for receivables from a subsidiary of Intereconomía, of 1,053 thousand euros.
- (ii) **Radio**: positive comparable EBITDA of 1,749 thousand euros compared to -918 thousand euros in 9M13. The positive commercial and strategic agreement with COPE had an impact on results from 2Q13, when it was approved by the competition authorities.
- (iii) **Content**: comparable EBITDA of 3,663 thousand euros vs 1,217 thousand euros in 9M13. In 1Q14 costs were incurred in the film distribution area because of the last launches in the DVD window of releases from 2013, costs which were not repeated in subsequent quarters as a result of the sale of this part of the business.

Comparable EBITDA of the Audiovisual area (€m)

Data in variation €m 9M14 vs 9M13 except for comparable EBITDA



Note 1: adjusted for investment in restructuring 9M13 €-0.1m in Radio and €-0.1m in Content. Note 2: adjusted for investment in restructuring 9M14 €-0.1m at Radio and €-0.3m at Content.

Comparable Operating Result: (because of the level of amortization in this area, commentary is provided on the operating result) rose to 3,547 thousand euros vs 430 thousand euros in 9M13, as a result of the improvement in the business and the lower level of amortization in the Content area, which decreased by 1,539 thousand euros in 9M14 following the sale of part of the business.

Classifieds

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
Classified	9,070	9,700	(630)	(6.5%)
Total Revenues	9,070	9,700	(630)	(6.5%)
EBITDA				
Classified	(664)	(1,707)	1,043	61.1%
Total EBITDA	(664)	(1,707)	1,043	61.1%
Comparable EBITDA¹				
Classified	(547)	(1,762)	1,215	68.9%
Total comparable EBITDA	(547)	(1,762)	1,215	68.9%
EBIT				
Classified	(1,423)	(2,739)	1,316	48.1%
Total EBIT	(1,423)	(2,739)	1,316	48.1%
Comparable EBIT¹				
Classified	(1,306)	(2,802)	1,497	53.4%
Total comparable EBIT	(1,306)	(2,802)	1,497	53.4%

¹ Excluding adjustment measures 9M14 -117 thousand euros and 9M13 55 thousand euros.

Operating Revenues: 9,070 thousand euros, a decrease of 6.5% as a result of the sale of the solutions division of Infoempleo in 4Q13 (pro forma revenues +7.2%). The real estate and automotive sectors contributed most to sales growth. Advertising revenues in the area increased by 8.9%.

Comparable EBITDA: -547 thousand euros, with losses narrowing by 68.9% from 9M13 thanks to the growth of the business and cost reduction measures, especially the optimization of sales teams (strengthening telesales) and savings in personnel expenses.

Others

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Total Revenues				
B2B	10,364	11,093	(729)	(6.6%)
Qué!	(17)	207	(223)	(108.2%)
Adjustments intersegment	0	(22)	22	100.0%
Total Revenues	10,347	11,277	(930)	(8.2%)
EBITDA				
B2B	2,263	2,680	(417)	(15.6%)
Qué!	(41)	(169)	128	75.8%
Total EBITDA	2,222	2,511	(289)	(11.5%)
Comparable EBITDA				
B2B	2,263	2,680	(417)	(15.6%)
Qué!	(41)	(149)	109	72.7%
Total comparable EBITDA	2,222	2,530	(308)	(12.2%)
EBIT				
B2B	1,531	1,836	(306)	(16.6%)
Qué!	(41)	(85)	44	51.9%
Total EBIT	1,490	1,751	(261)	(14.9%)
Comparable EBIT				
B2B	1,531	1,789	(258)	(14.4%)
Qué!	(41)	(190)	149	78.5%
Total comparable EBIT	1,490	1,599	(109)	(6.8%)

Operating Revenues: 10,347 thousand euros, down by 8.2% as a result almost exclusively of the performance in B2B.

Comparable EBITDA: 2,222 thousand euros.

Operating data

Newspapers

Average Circulation Data	9M14	9M13	Var Abs	%
National Press - ABC	130,211	142,051	(11,840)	(8.3%)
Regional Press				
El Correo	77,652	83,334	(5,682)	(6.8%)
El Diario Vasco	56,236	59,507	(3,271)	(5.5%)
El Diario Montañés	26,531	27,720	(1,189)	(4.3%)
Ideal	21,343	23,051	(1,708)	(7.4%)
La Verdad	19,154	21,029	(1,875)	(8.9%)
Hoy	12,210	13,301	(1,091)	(8.2%)
Sur	18,933	20,495	(1,562)	(7.6%)
La Rioja	10,794	11,652	(858)	(7.4%)
El Norte de Castilla	21,798	24,200	(2,402)	(9.9%)
El Comercio	18,189	19,654	(1,465)	(7.5%)
Las Provincias	19,853	21,181	(1,328)	(6.3%)
TOTAL Regional Press	302,693	325,124	(22,431)	(6.9%)

Sources:OJD. 1H14 non audited data.

Audience	2 nd Survey 14	2 nd Survey 13	Var Abs	%
National Press - ABC	517,000	577,000	(60,000)	(10.4%)
Regional Press	2,038,000	2,241,000	(203,000)	(9.1%)
El Correo	419,000	453,000	(34,000)	(7.5%)
El Diario Vasco	248,000	254,000	(6,000)	(2.4%)
El Diario Montañés	164,000	185,000	(21,000)	(11.4%)
Ideal	185,000	209,000	(24,000)	(11.5%)
La Verdad	209,000	228,000	(19,000)	(8.3%)
Hoy	134,000	138,000	(4,000)	(2.9%)
Sur	129,000	166,000	(37,000)	(22.3%)
La Rioja	88,000	97,000	(9,000)	(9.3%)
El Norte de Castilla	177,000	204,000	(27,000)	(13.2%)
El Comercio	158,000	160,000	(2,000)	(1.3%)
Las Provincias	127,000	147,000	(20,000)	(13.6%)
Supplements				
XL Semanal	2,271,000	2,535,000	(264,000)	(10.4%)
Mujer Hoy	1,509,000	1,618,000	(109,000)	(6.7%)
Mujer Hoy Corazón	314,000	335,000	(21,000)	(6.3%)
Inversión y Finanzas	51,000	53,000	(2,000)	(3.8%)
Monthly Unique uses (Th)	sep-14	sep-13	Var Abs	%
Vocento	16,002	n/a	n/a	n/a

Source: comScore

Audiovisual

National TV Market	sep-14	sep-13	Var Abs
Audinece share Net TV	3.6%	4.7%	(1.1) p.p.

Source: Kantar Media last month.

Disclaimer

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

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

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

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

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

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

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

Contact

Investor and Shareholder Relations

C/ Pintor Losada, 7
48004 Bilbao
Bizkaia

Tel.: +34 94.473.25.67
e-mail: ir@vocento.com

9M14 Results

The logo graphic consists of several overlapping circles in various shades of blue, creating a complex, multi-layered pattern that resembles a stylized flower or a cluster of petals. The word "vocento" is centered over this graphic.

vocento

13 November 2014

ver, escuchar, leer y sentir.

Disclaimer

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

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

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

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

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

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

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

Main highlights of 9M14

Improvement in the advertising trend

- Total **advertising** revenues at VOC **increased by 4.6% in 3Q14** (9M14 0.0%)
- VOC **digital revenues** are the growth driver and now represent **25% (+2.6 p.p) of total 9M14** advertising revenues
- **VOC outperformed the market in 9M14** despite having no sports title: offline newspapers -2.5% vs. -3.5% for the market, and online VOC +10.9% vs. +3.1% market

Focus on profitability: comparable EBITDA 9M14 €26.0m. Improvement of €7.0m (+37.0%)

- **Operational gearing in action:** the advertising recovery in 3Q14 led to EBITDA growth in 3Q14 of 60.0%, higher than in 9M14 (+37.0%)
- **All business areas increased EBITDA**
 - Newspapers: focus on cost efficiency and digital businesses as the main driver
 - Audiovisual: positive impact from the measures at Content and the Radio agreement, offsetting the EBITDA decrease from the end of broadcasting of two National TV channels
- **Positive EBIT 9M14 for the first time since 2008:** EBIT 9M14 of €2.6m vs. €-3.6m in 9M13, an increase of €6.2m thanks to EBITDA growth and reduced amortization at Content

Net financial position 9M14 de €-146.9m vs. €-149.3m at end 2013

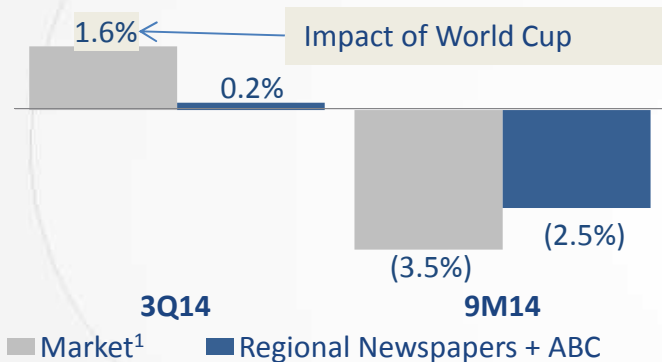
- **Positive cash generation from the ordinary business:** €+5.9m
- Extraordinary cash entries from asset sales of €+9.2m (0.36% indirect stake in cable operator, ONO) and non-recurring cash exits of €-12.8m for compensation payments, syndicated loan, etc.
- **Net Debt/Comparable EBITDA** improves from 4.0x at end 2013 to **3.3x (LTM)**

Advertising: VOC increases share of press in 9M14 even with no sports title

- **VOC total advertising revenues increased by 4.6% in 3Q14 (9M14 0.0%)**
 - All areas contributed to growth in 3Q14: print press +0.2%, online advertising in digital editions +16.6% and Classifieds +9.6%. Based above all on digital
- **VOC outperformed the market in 9M14, both offline (-2.5% vs. market¹ -3.5%) and online (10.9% vs. 3.1%¹ for the market)**
 - Impact of World Cup in 3Q14 as VOC has no sports title: offline market 1.6% vs. VOC 0.2%

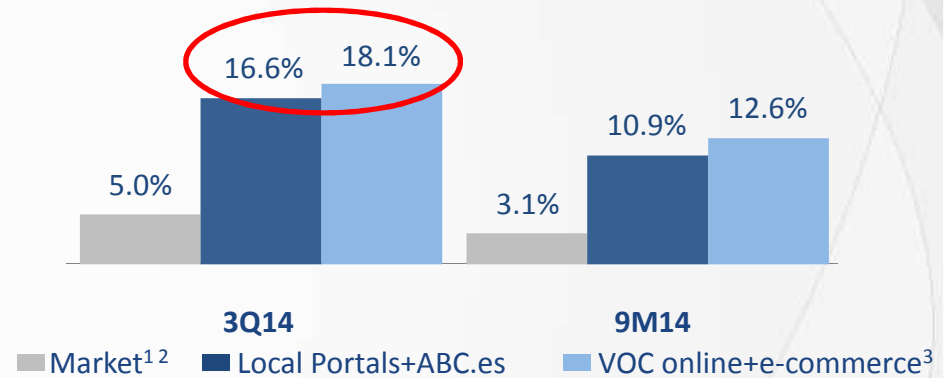
VOC offline advertising outperforms the market¹ in 9M14

Variation in advertising spend %



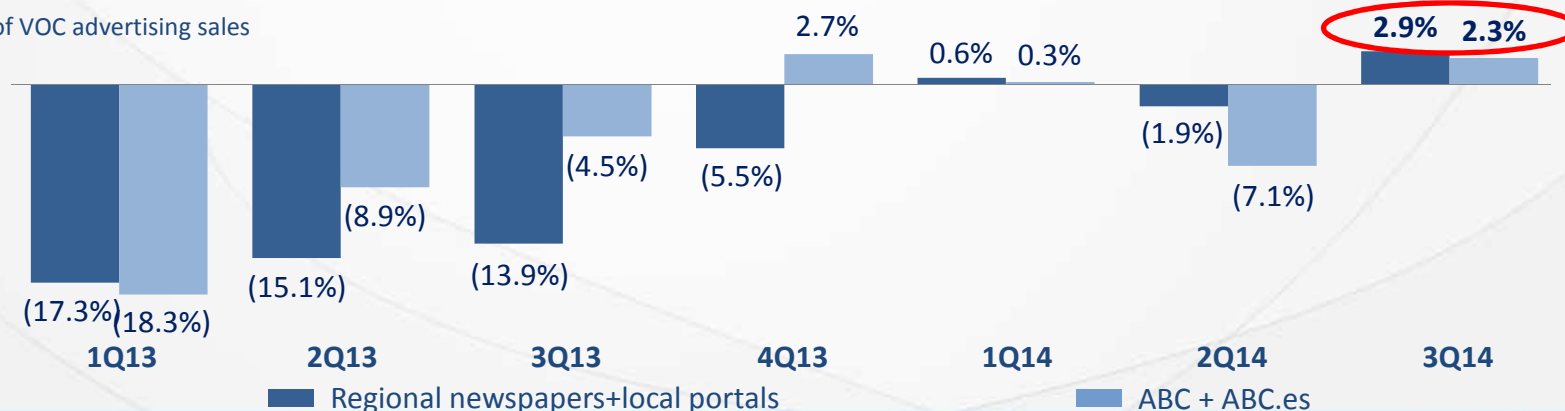
...and online

Variation in advertising spend %



Advertising trend improves in 3Q14

Performance of VOC advertising sales

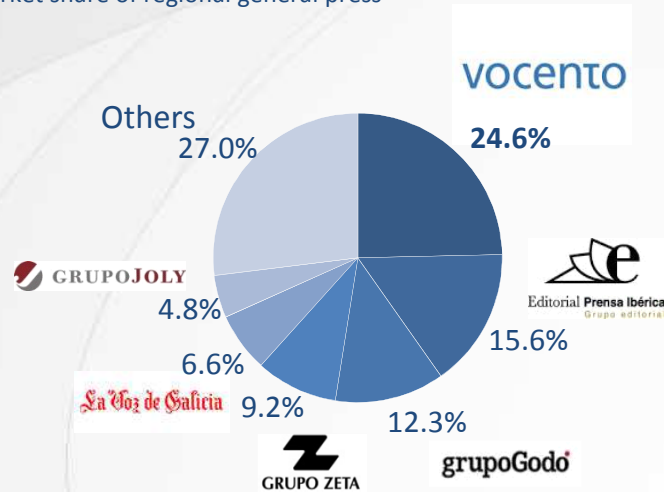


Note 1: source i2p. Note 2: Online not including search engine advertising. Note 3: includes all VOC Internet advertising sales.

Regional: stable advertising, leadership and profitability maintained

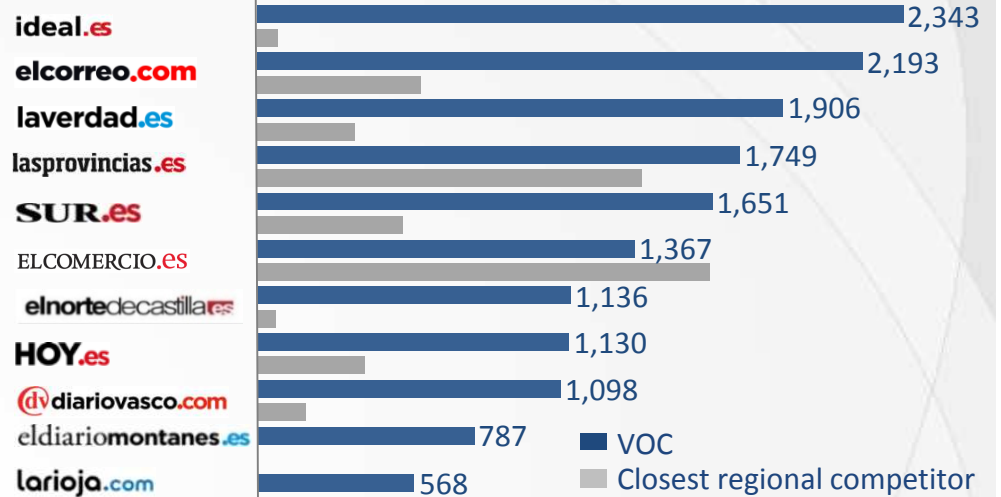
Remains the clear leader in regional circulation¹ ...

Market share of regional general press



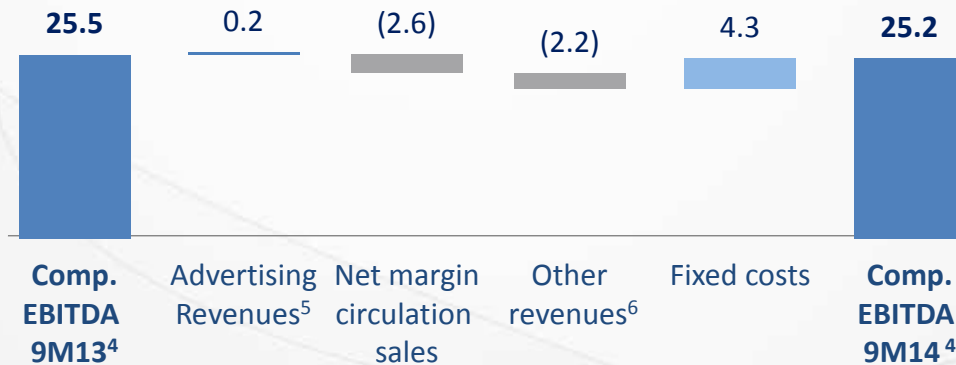
... and in online readership,² key to the new digital business

Thousands of unique monthly users



Regional EBITDA³ maintained thanks to cost controls

Variation 9M14 vs 9M13 except for comparable EBITDA (€m)

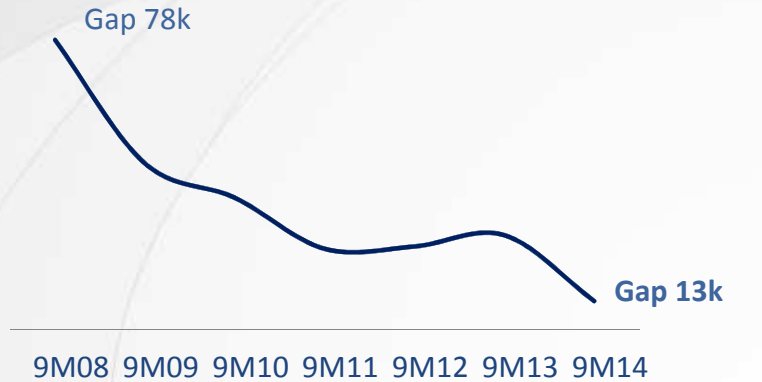


Note 1: OJD 9M14 data not audited. Note 2: source comScore MMX Multiplataforma Sep14. Note 3: print, digital and other businesses. Note 4: excluding restructuring 9M13 €-0.8m and personnel adjustment measures 9M14 €-3.3m. Note 5: print and digital. Note 6: includes among others advertising at Other subsidiaries, circulation sales of distribution company and margin on promotions.

ABC: improvement in market share and EBITDA

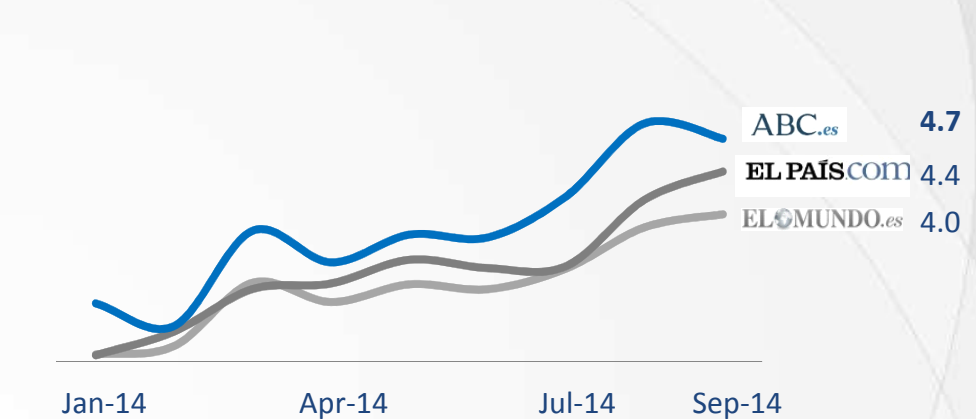
Increased share of ordinary circulation¹

Kiosk sales and individual subscriptions gap vs El Mundo 9M08-9M14 (thousands)



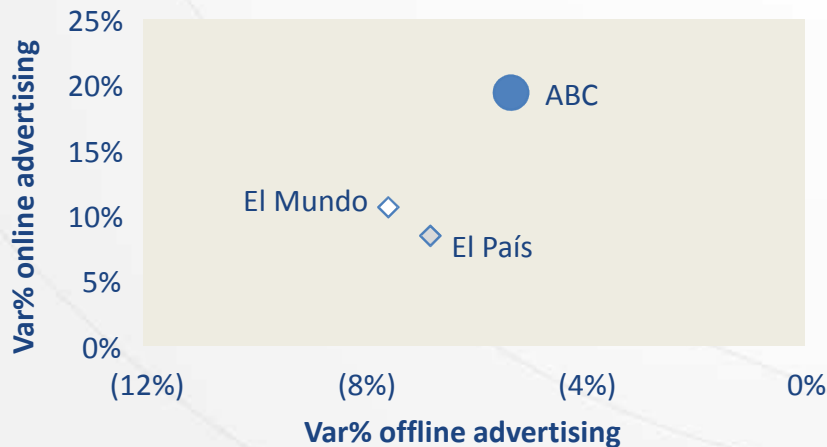
ABC.es the leader in mobility²

Mobile only unique monthly users Jan14-Sep14 (millions)



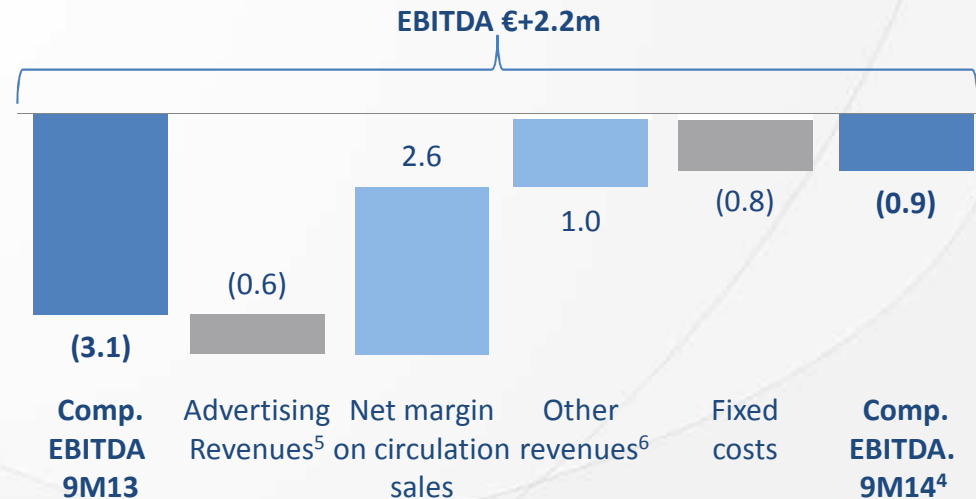
...continues to increase advertising market share³

Advertising variation Jan14-Sep14 (%)



ABC EBITDA⁴ improves thanks to cost efficiencies

Variation 9M14 vs. 9M13 except comparable EBITDA (€m)



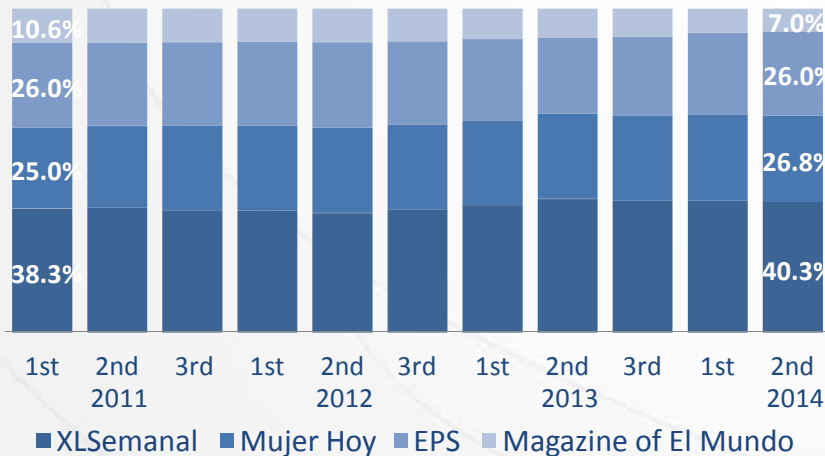
Note 1: OJD data from Dec13 not audited. Note 2: source comScore MMX Multiplataforma. Mobeil only includes only mobile devices. Note 3: internal data. Gross advertising. Note 4: excluding personnel adjustment measures 9M14 €-0.1m. Note 5: print, digital. Note 6: includes among others margin on add-ons.

Supplements and magazines: improvement in share and positioning

- **Clear leadership position** for XL Semanal + Mujer Hoy
 - Mujerhoy.com 1.2m¹ unique users
 - Redesign of women's portal after 15 years, renewed focus on editorial
- **Offline advertising in supplements outperforms the market:**
 - VOC Supplements and Magazines 3Q14 up +8.8%, growing both online (+30.6%) and offline (+6.5%)
 - 9M14 -2.1% vs. Sunday supplement market -6.9%²
 - Mujer Hoy: advertising revenues (+21.3%) based on high end (beauty and fashion)
- **Comparable EBITDA Margin 9M14 expands by +1.6 p.p. vs. 9M13**

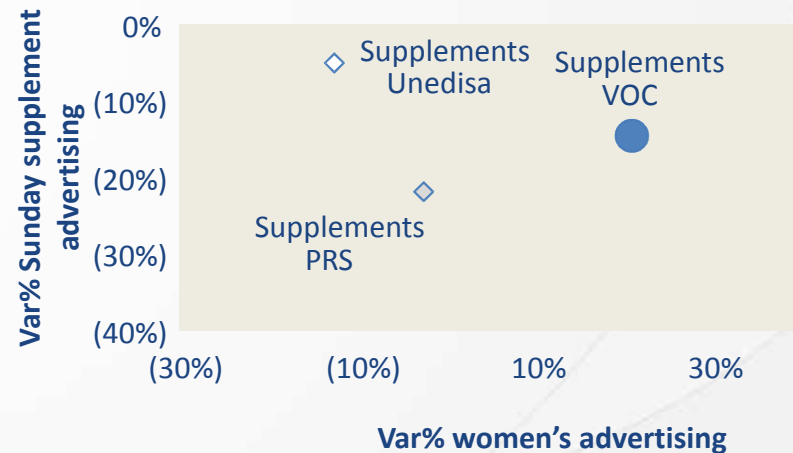
Steady increase in market share³ ...

Market share of supplements readership



... reflected in advertising³

Variation in advertising spend in women's and Sunday supplements
Dat for Jan14-Sep14 (%)



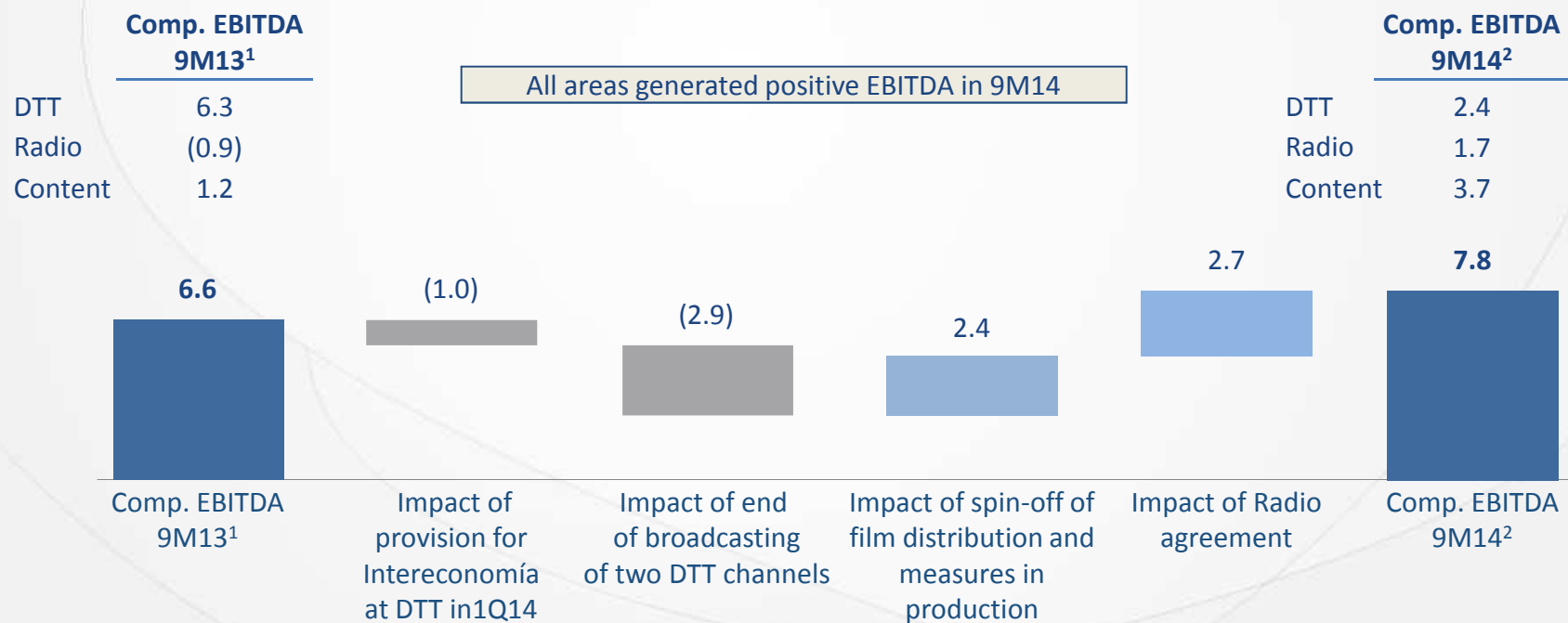
Note 1: comScore Sep14. Note 2: source i2p. Note 3: EGM accumulated surveys. Shares calculated using contacts with readers (there may be overlaps). Note 4: internal data variation % YoY Jan-Sep14. Gross advertising.

Audiovisual: all areas in positive EBITDA 9M14 after the measures implemented

- **DTT remains profitable despite the end of broadcasting of 2 of the multiplex channels**
 - EBITDA in the perimeter decreases by €2.9m because of the end of broadcasting of MTV and Intereconomía in 1Q14
 - Negative impact of the Intereconomía provision made in 1Q14, of €-1.0m
- **Radio in positive EBITDA thanks to agreement with COPE in force since 2Q13**
 - Positive impact from the contribution of COPE audiences
- **Content in positive EBITDA after the measures taken**
 - Film distribution: EBITDA 3Q14 €1.8m

Variation in comparable EBITDA by concept

Data in variation in €m 9M14 vs. 9M13 except for comparable EBITDA

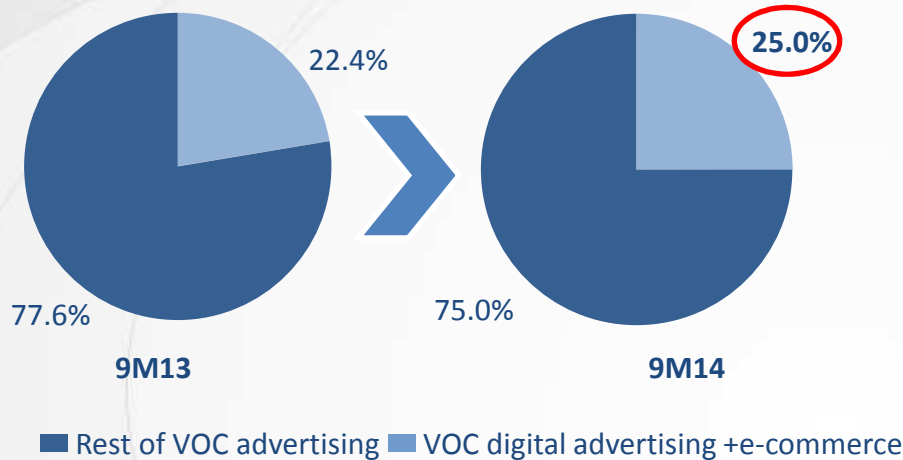


Note 1: adjusted for restructuring 9M13 €-0.1m at Radio and €-0.1m at Content. Note 2: adjusted for personnel adjustment measures 9M14 €-0.1m at Radio and €-0.3m at Content.

New initiatives and online growth at 25% of revenues

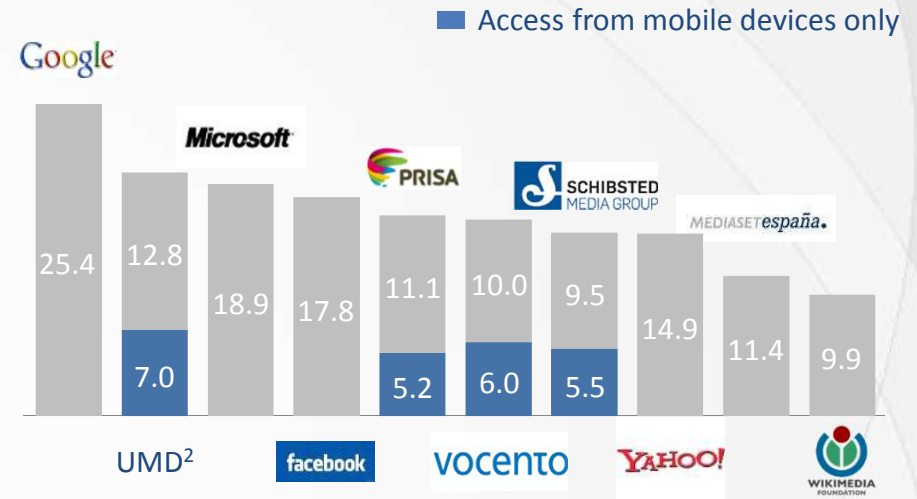
Increased contribution of online advertising and new digital businesses at VOC

Analysis of VOC advertising revenues (%)



Increased weight of mobile users vs. competitors¹

Million unique monthly users



New sources of digital revenues contribute positive combined EBITDA 9M14 of €1.7m



15% of total digital revenues in 9M14



Revenues 9M14 +40.1%



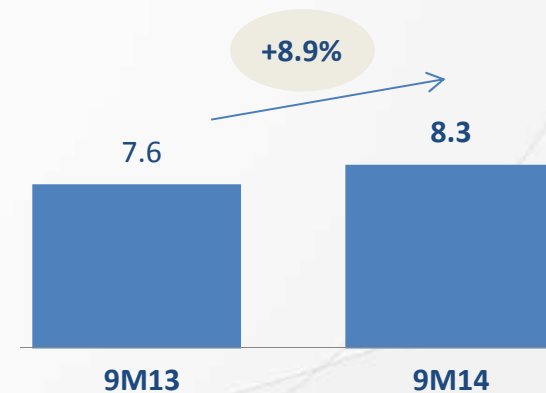
Online sale of tickets to shows and events



Promotion of cosmetic products from leading brands

Advertising growth at Classifieds

Performance of advertising revenues in the Classifieds area (%)



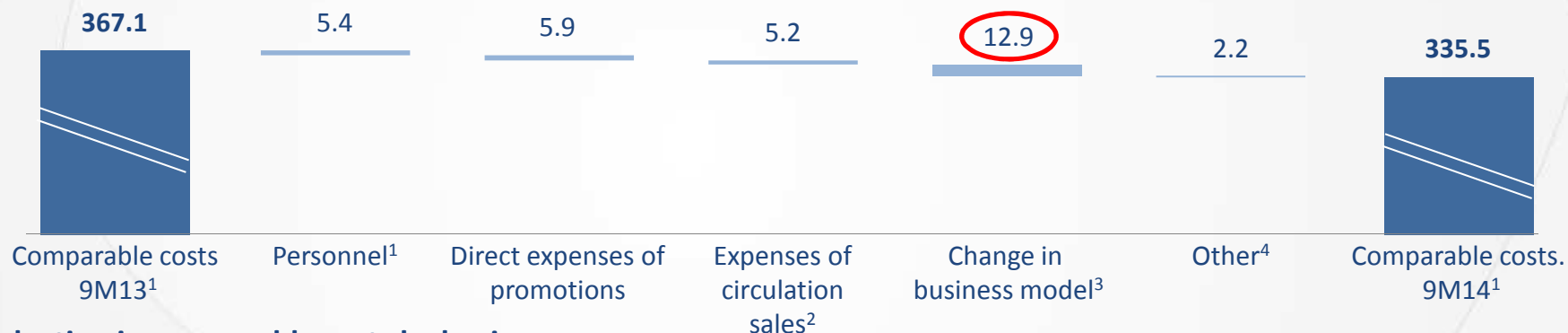
Note 1: source comScore MMX Multiplataforma sep14. Note 2: UMD= Unidad de Medios Digitales includes Unidad Editorial, Zeta and Prensa Ibérica.

Cost controls and savings resulting from changes to business models

- **Comparable operating costs -8.6% (€-31.6m):**
 - Changes of business model in the Audiovisual area (DTT, Content and Radio): €-12.9m
 - Adjustment to personnel and salary policies (9M14 -5.7%, €-7.2m, €-5.4m ex Audiovisual) and improvement to efficiency of shared services, review of costs of production, sales, and administration €-2.2m
 - Selective add-ons policy (9M14 -30.1%, €-5.9m) and control of costs associated with circulation (9M14 €-5.2m)
- **By area, Newspapers (€-13.9m, -4.8%), and Audiovisual (9M14 €-12.9m, -27.0%)**

Reduction in comparable costs by concept

Data in variation €m 9M14 vs. 9M13 except for comparable costs 9M13 and 9M14



Reduction in comparable costs by business areas

Data in variation €m 9M14 vs. 9M13 except for comparable costs 9M13 and 9M14



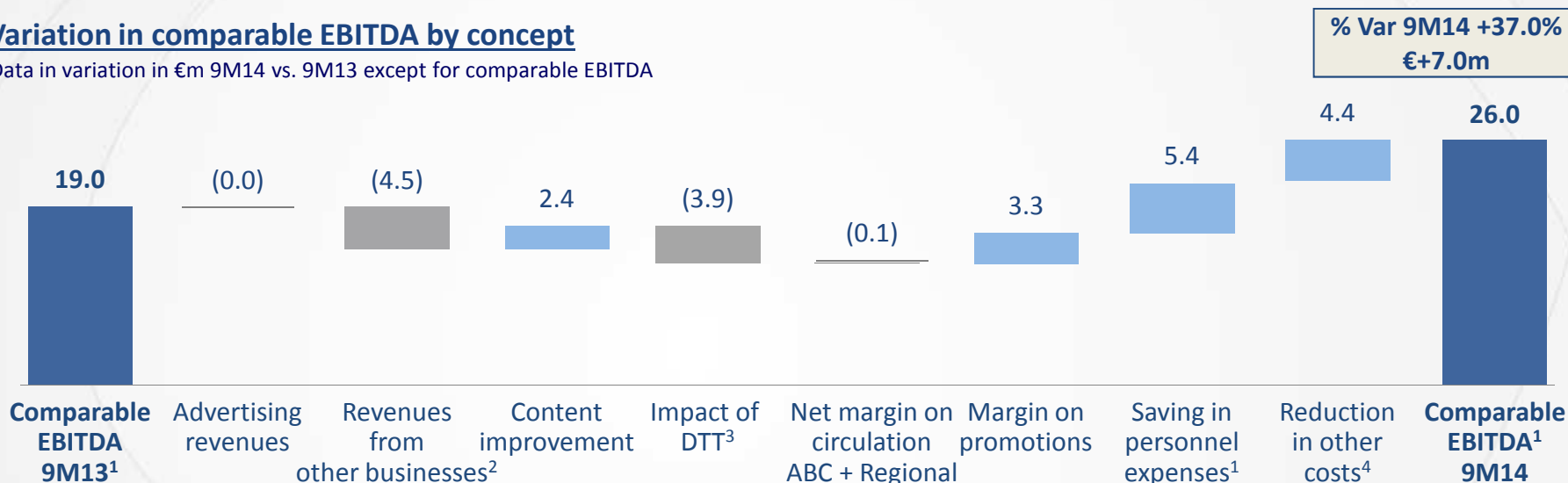
Note 1: excluding personnel adjustment measurss 9M14 €-5.3m and 9M13 €-0.7m and Audiovisual. Note 2: costs of marketing, supply, distribution and print shops. Note 3: reduction of costs at Audiovisual. Note 4: other costs at Newspapers, and costs of Classifieds, Others, and Corporate, excluding variation in personnel costs.

Comparable EBITDA 9M14 increases by €7.0m: improvement in all areas

- **EBITDA 9M14 increases in all areas, accelerating in 3Q14 thanks to the rise in advertising**
 - Reflection of operational gearing: the advertising recovery in 3Q14 leads to growth in EBITDA 3Q14 of 60.0%, much higher than in 9M14 (+37.0%)
- **Non-recurring items: personnel adjustment measures 9M14 of €-5.3m and provision for Intereconomía €-1.0m**

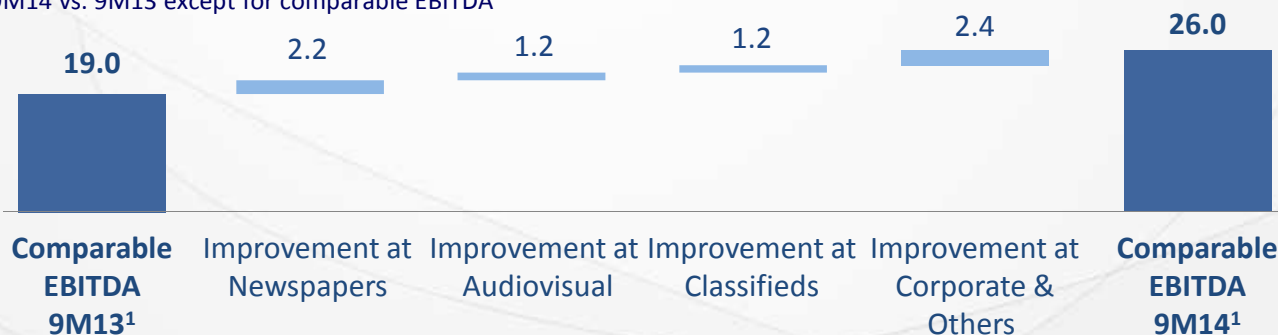
Variation in comparable EBITDA by concept

Data in variation in €m 9M14 vs. 9M13 except for comparable EBITDA



Increase in comparable EBITDA by business area

Data in variation in €m 9M14 vs. 9M13 except for comparable EBITDA



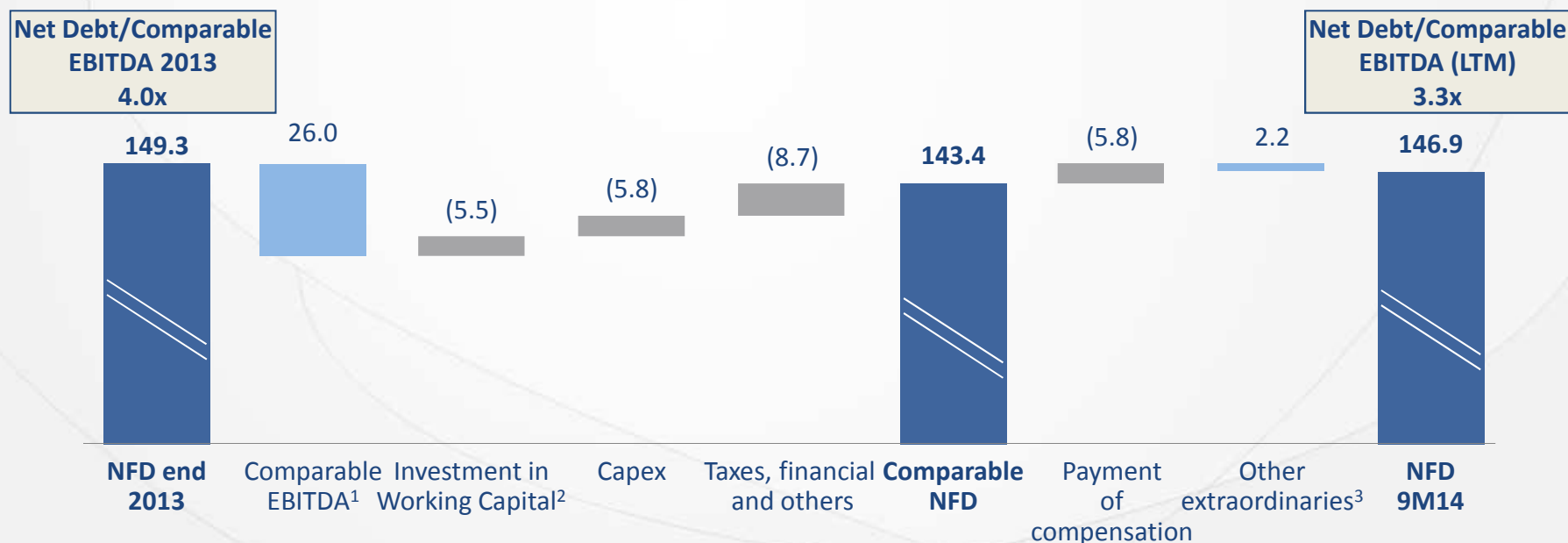
Note 1: excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m and 9M13 €-0.7m. Personnel savings excluding Audiovisual. Note 2: revenues from radio, classifieds, circulation sales from supplements and other businesses. Note 3: impact of end of DTT channels and provision for Intereconomía. Note 4: costs of sales and administration at Regional and ABC, costs of production, sales and administration at other areas ex Content.

Net financial position maintained

- **Generation of positive cash from the ordinary business of €+5.9m in 9M14**
 - Control over Capex: investments associated mainly with Internet
 - Investment in working capital: reduced level of activity with suppliers following sale of Tripictures (Content), closure of two TV channels, and active management of trade debtors in 9M14
- **Net impact on cash of non-recurring items and other extraordinaries of a total €-3.6m in 9M14**
 - Sale of 0.36% in ONO: cash entry in July of €+9.2m. In 4Q14, an additional entry of €1.2m
 - Payments associated with personnel restructuring measures (€-5.8m)
 - Payments and accounting impact of the syndicated loan, mark to market of the swap, and others
- Active policy of cash optimization
- **Treasury stock of 3.1%** on 30 September 2014

NFD levels maintained

Changes to Net Financial Debt, December 2013-9M14. Data in €m



Note 1: excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m. Note 2: variation of inventories, clients, suppliers and current taxes (VAT). Note 3: including sale of stake in Ono, arrangement fee, associated expenses and accounting effect on NFD of the interest rate swap on the syndicated loan, and extraordinary payment to the ABC Foundation.

Financial appendix 9M14 vs. 9M13

Consolidated Profit and Loss Account 9M14

IFRS	9M14	9M13	Var %
Data in €m			
Circulation revenues	155.4	162.5	(4.4%)
Advertising revenues	110.2	110.3	(0.0%)
Other revenues	95.8	113.3	(15.4%)
Operating revenues	361.5	386.1	(6.4%)
Comparable opex¹	(335.5)	(367.1)	(8.6%)
Comparable EBITDA¹	26.0	19.0	37.0%
Compensation and personal adjust measures	(5.3)	(0.7)	(614.5%)
EBITDA	20.7	18.3	13.7%
Amortization	(18.2)	(22.1)	(17.7%)
Impairment/Gains on disposals of assets	0.0	0.2	(92.0%)
Operating result (EBIT)	2.6	(3.6)	170.4%
Profit of companies acc. Equity method	0.0	0.1	(93.8%)
Financial result and other	(7.4)	(7.5)	2.3%
Net gains on disposal of non-current assets	(0.3)	0.4	(185.7%)
Corporation tax	(1.0)	(1.1)	9.6%
Net result for the year before minorities	(6.1)	(11.8)	48.4%
Minorities	(3.0)	(3.6)	14.5%
Net result of the parent company	(9.1)	(15.3)	40.5%

Note 1: excluding personnel adjustment measures 9M14 €-5.3m and 9M13 €-0.7m.

Consolidated Balance Sheet, 30 September 2014

IFRS

Data in €m

	9M14	2013		9M14	2013
Non current assets	547.8	568.0	Total Equity	337.1	349.9
Intangible assets	152.7	159.7			
Property, plant and equipment	172.4	182.4			
Investments in Associates	10.6	10.7			
Other non current assets	212.2	215.3			
Current assets	152.2	172.8	Total liabilities	363.0	391.1
Other current assets	122.4	138.1	Financial debt	174.7	184.4
Cash and cash equivalents	29.7	34.7	Other non current liabilities	68.3	68.3
Assets held for sale	0.2	0.2	Other current liabilities	120.0	138.4
Total Assets	700.1	741.0	Total Equity & liabilities	700.1	741.0
			Net financial debt	146.9	149.3

Variation in NFD 9M14

IFRS

Data in €m

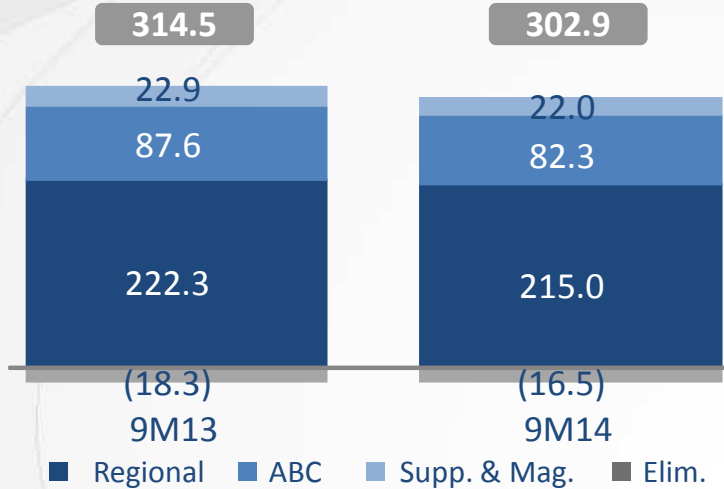
	9M14	9M13
Comparable EBITDA	26.0	19.0
Variation in working capital ¹	(5.5)	(0.4)
Capex	(5.8)	(6.8)
Other items ²	2.8	4.8
Cash flow from operating activities	17.4	16.6
Dividends and interest received	0.6	0.6
Dividends and interest paid ³	(12.1)	(13.2)
Total recurring cash flow	5.9	4.0
Payment for personnel restructuring and sale of non-strategic assets	(5.8)	(17.8)
Other non-recurring items with an impact on cash flow ⁴	2.2	0.0
Change in NFD	2.4	(13.8)
	NFD 9M14	146.9
	NDF 2013	149.3

Note 1: excluding payments to ABC Foundation. Note 2: including capital gains tax, payment for withholding of interest and others. Note 3: dividends in subsidiaries with minorities and interest payments. Note 4: including sales of non-strategic assets, arrangement fee, associated expenses and effect of the derivative on the syndicated loan, and payments to the ABC Foundation.

Revenues by business area

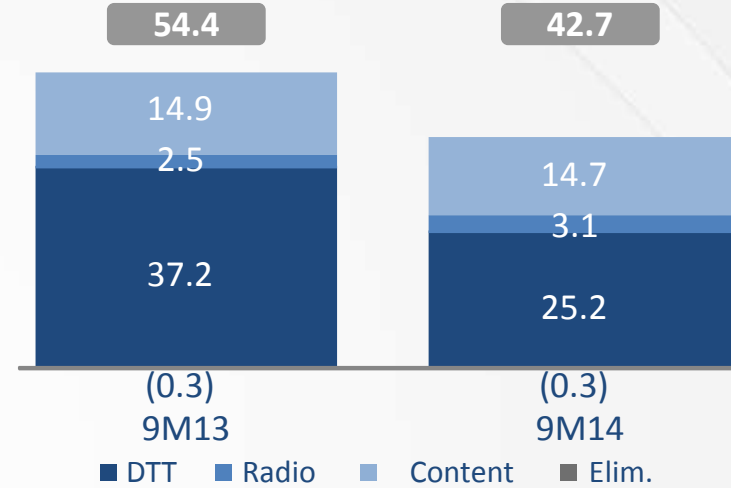
Newspapers

Data in €m



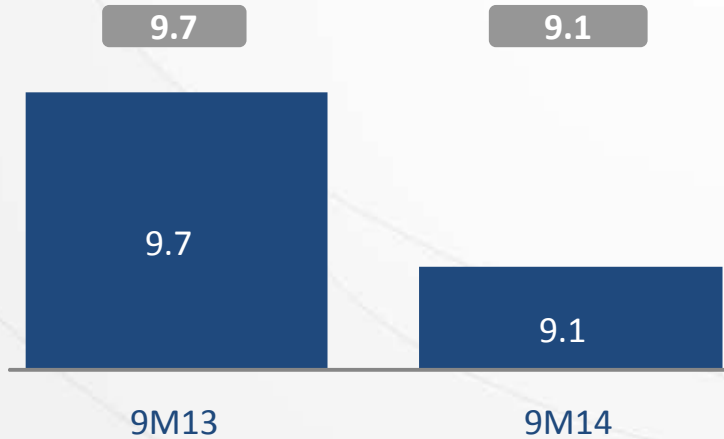
Audiovisual

Data in €m



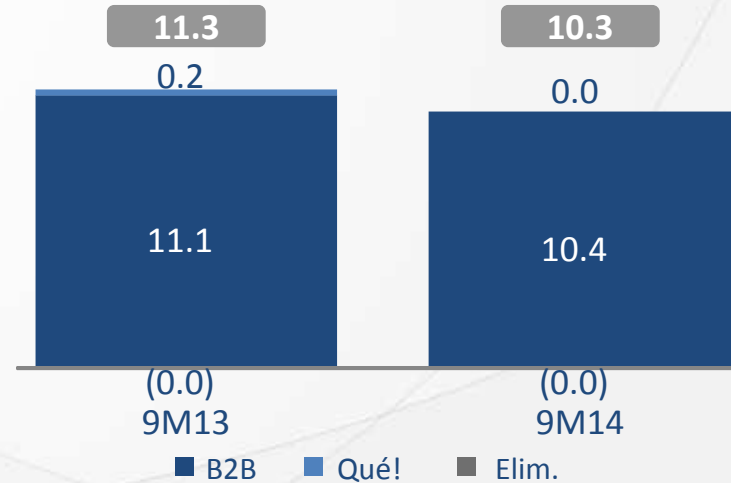
Classifieds

Data in €m

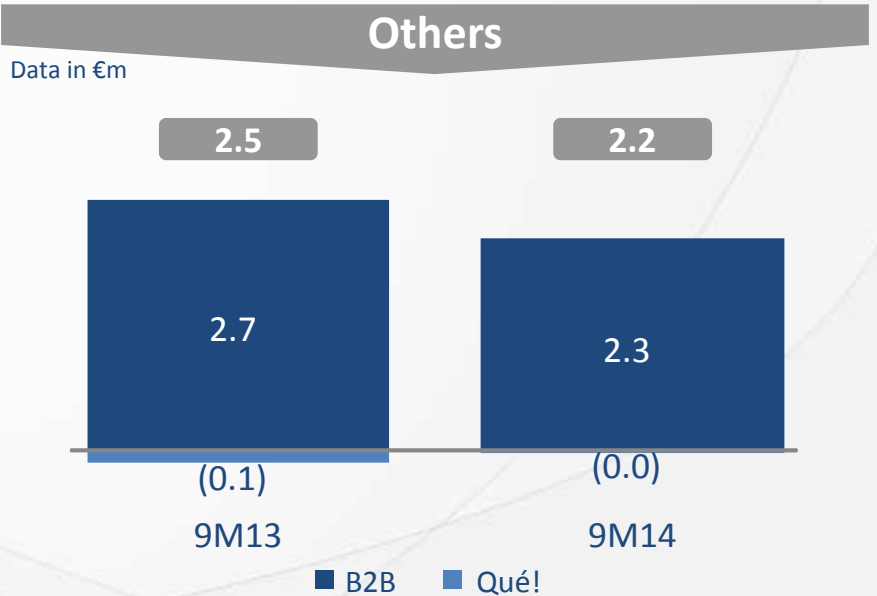
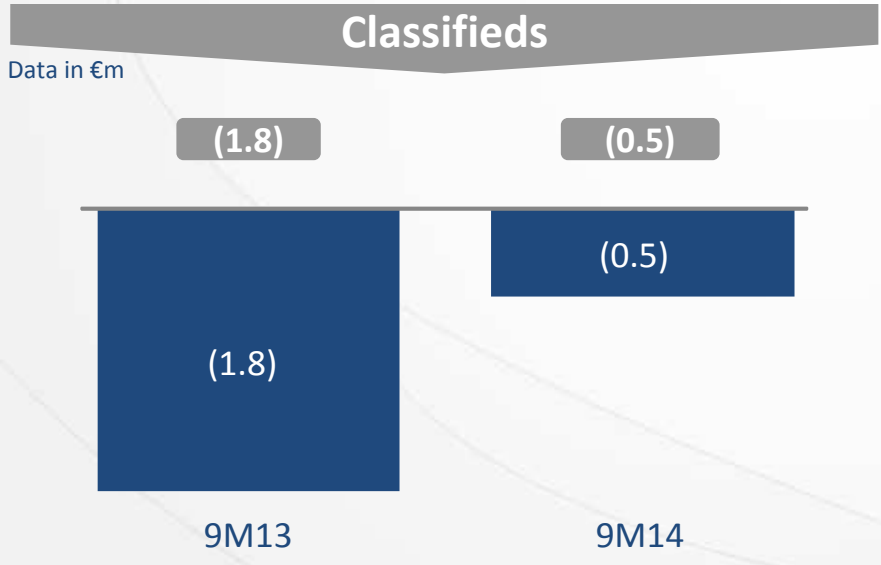
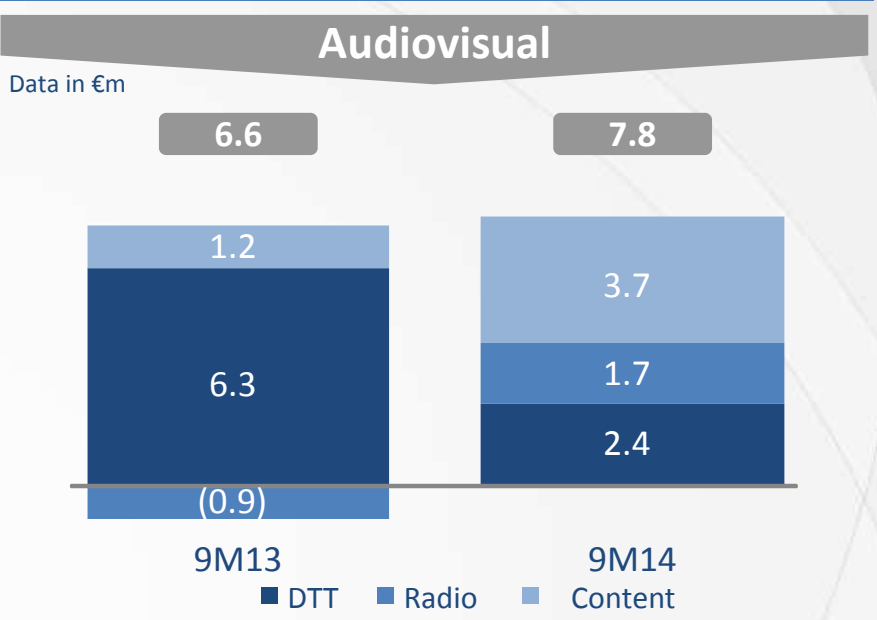
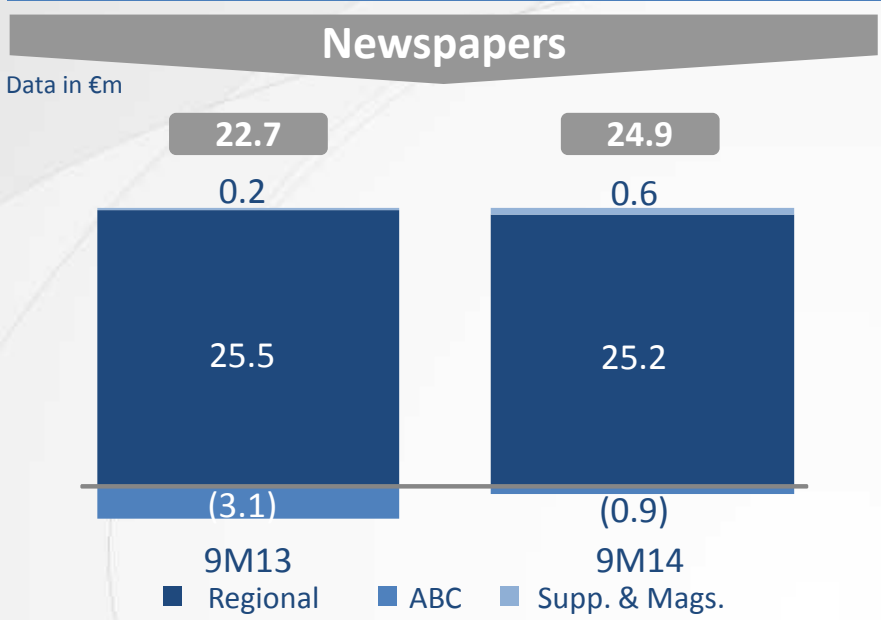


Others

Data in €m



Comparable EBITDA¹ by business area



Note 1: excluding personnel adjustment measures Newspapers 9M14 €-3.5m and 9M13 €-1.0m, Audiovisual 9M14 €-0.4m and 9M13 €-0.2m and Classifieds 9M14 €-0.1m and 9M13 €0.1m.

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla.

EL COMERCIO

LA VOZ

ABC
www.abc.es

INVERSIÓN

XI Semanal

Colpisa

mujer hoy.com

K+ KIOSKO y MAS

Hoy Corazón

Mujer hoy

COPE

LAS PROVINCIAS

con la fuerza de ABC

hillvalley

infoempleo.com

EUROTV producciones

11870.COM

BOCA BOCA PRODUCCIONES

pisos.com

veralia

finanzas.com

VOCENTO

NET TV

AUTOCASION.com

Paramount CHANNEL

larioja.com

DISNEY CHANNEL

elcorreo.com

diariovasco.com

laverdad.es

ideal.es

HOY.es

SUR.es

ABC.es

eldiariomontanes.es

elnortedecastilla.es

ELCOMERCIO.es

lavozdigital.es

lasprovincias.es

ver, escuchar, leer y sentir.



LEGAL DISCLAIMER

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

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

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

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

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

CONSOLIDATED BALANCE SHEETS

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	9M14	2013	Var abs
ASSETS			
NON CURRENT ASSETS			
Intangible assets	152.674	159.662	(6.988)
Goodwill	113.328	116.326	(2.998)
Intangible assets	39.345	43.336	(3.991)
Property, plant and equipment	172.356	182.365	(10.009)
Investments accounted for using the equity method	10.555	10.676	(121)
Financial assets	5.134	11.208	(6.074)
Non-current investment securities	4.619	10.676	(6.057)
Other non current financial assets	516	533	(17)
Other non current receivables	2.650	434	2.216
Deferred tax assets	204.396	203.676	720
	547.766	568.022	(20.256)
CURRENT ASSETS			
Inventories	15.372	13.983	1.389
Trade and other receivables	99.544	114.123	(14.579)
Tax receivables	7.524	9.947	(2.423)
Cash and cash equivalents	29.743	34.721	(4.978)
	152.182	172.774	(20.592)
Assets held for sale and discontinued operations	193	193	0
TOTAL ASSETS	700.142	740.990	(40.848)

Thousand of Euros	9M14	2013	Var abs
EQUITY AND LIABILITIES			
Equity			
Of the Parent	275.033	286.067	(11.034)
Share capital	24.994	24.994	0
Reserves	289.595	307.682	(18.087)
Treasury shares	(30.449)	(31.474)	1.025
Net profit for the year	(9.108)	(15.135)	6.028
Of minority interest	62.078	63.835	(1.757)
NON CURRENT LIABILITIES			
Deferred income	(0)	15	(15)
Provisions	5.761	5.387	373
Bank borrowings and other financial liabilities	150.938	63.824	87.114
Other non-current payables	24.880	24.956	(77)
Deferred tax liabilities	37.628	37.915	(287)
	219.207	132.098	87.109
CURRENT LIABILITIES			
Bank borrowings and other financial liabilities	23.798	120.589	(96.791)
Trade and other payables	108.795	120.316	(11.521)
Tax payables	11.232	18.085	(6.853)
	143.825	258.990	(115.165)
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	700.142	740.990	(40.848)

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

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	2013	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (short term)	23.798	120.589	(96.791)	(80,3%)
Bank borrowings and other financial liabilities (long term)	150.938	63.824	87.114	136,5%
Gross Debt	174.736	184.414	(9.678)	(5,2%)
Cash and cash equivalents	29.743	34.721	(4.978)	(14,3%)
Other non current financial asstes	358	415	(57)	(13,6%)
Deferred expenses	2.297	0	2.297	n.a.
Net cash position/ (net debt)	(146.932)	(149.277)	2.346	1,6%

CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Circulation revenues	155.415	162.490	(7.075)	(4,4%)
Advertising revenues	110.248	110.291	(42)	(0,0%)
Other revenues	95.847	113.334	(17.487)	(15,4%)
Total revenue	361.510	386.115	(24.605)	(6,4%)
Staff costs	(123.606)	(126.285)	(2.678)	(2,1%)
Procurements	(64.784)	(67.935)	(3.151)	(4,6%)
External Services	(150.162)	(171.093)	(20.930)	(12,2%)
Provisions	(2.210)	(2.548)	(338)	(13,3%)
Operating expenses (without D&A)	(340.762)	(367.860)	(27.098)	(7,4%)
EBITDA	20.748	18.255	2.493	13,7%
Depreciation and amortization	(18.204)	(22.114)	(3.909)	(17,7%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. as:	18	223	(205)	(92,0%)
EBIT	2.562	(3.636)	6.198	170,4%
Impairments/reversal of other intangible assets	0	0	0	n.a.
Profit of companies acc. equity method	8	131	(123)	(93,8%)
Net financial income	(7.363)	(7.537)	174	2,3%
Net gains on disposal of non- current assets	(305)	356	(661)	(185,7%)
Profit before taxes	(5.099)	(10.685)	5.587	52,3%
Corporation tax	(966)	(1.068)	103	9,6%
Net profit for the year	(6.064)	(11.754)	5.690	48,4%
Minority interests	(3.043)	(3.560)	516	14,5%
Net profit attributable to the parent	(9.108)	(15.314)	6.206	40,5%
Staff costs ex non recurring costs	(118.341)	(125.548)	(7.207)	(5,7%)
Operating Expenses ex non recurring costs	(335.496)	(367.123)	(31.627)	(8,6%)
Comparable EBITDA	26.014	18.992	7.022	37,0%
Comparable EBIT	7.809	(3.122)	10.931	350,1%

CASH FLOW STATEMENT

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro	IFRS			
	9M14	9M13	Var Abs	% Var
Net profit attributable to the parent	(9.107)	(15.312)	6.205	40,5%
Adjustments to net profit	31.824	36.081	(4.257)	(11,8%)
Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital	22.717	20.769	1.948	9,4%
Changes in working capital	(7.460)	(379)	(7.081)	n.r.
Other payables without financial cost	4.819	(11.380)	16.199	142,3%
Other payables with financial cost	(3.105)	(4.244)	1.139	26,8%
Income tax paid	(1.483)	(2.857)	1.374	48,1%
Interests deduction for tax purposes	(2.012)	(476)	(1.536)	(322,7%)
Net cash flow from operating activities (I)	13.477	1.433	12.044	840,4%
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(5.845)	(6.758)	913	13,5%
Net proceed on disposal of financial assets	9.742	(485)	10.227	n.r.
Interests and dividends received	559	553	6	1,1%
Other receivables and payables (investing)	0	0	0	n.a.
Net cash flow from investing activities (II)	4.456	(6.690)	11.146	166,6%
Interests and dividends paid	(15.133)	(13.179)	(1.954)	(14,8%)
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	(5.513)	13.198	(18.711)	(141,8%)
Other receivables and payables (financing)	(2)	(256)	254	99,2%
Equity related instruments without financial cost	(1.033)	(201)	(832)	(413,9%)
Equity related instruments with financial cost	(1.025)	(6.598)	5.573	84,5%
Net cash flows from financing activities (III)	(22.706)	(7.036)	(15.670)	(222,7%)
Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)	(4.774)	(12.293)	7.519	61,2%
Cash and cash equivalents of discounted operations	(205)	0	(205)	n.a.
Cash and cash equivalents at beginning of the year	34.721	40.295	(5.574)	(13,8%)
Cash and cash equivalents at end of year	29.743	28.004	1.739	6,2%

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

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

IFRS

Thousand Euro	9M14			9M13			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Newspapers	1.634	705	2.339	1.322	1.194	2.516	312	(489)	(177)
Audiovisual	143	95	238	1.282	152	1.434	(1.139)	(57)	(1.196)
Classified	180	11	191	267	63	330	(87)	(52)	(139)
Other	6	522	528	3	328	331	3	194	197
Corporate	1.141	23	1.164	897	23	920	244	0	244
TOTAL	3.104	1.357	4.460	3.771	1.761	5.532	(667)	(404)	(1.071)

NEWSPAPERS

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Circulation Revenues												
Regionals	37.673	39.617	(1.943)	(4,9%)	74.471	78.731	(4.261)	(5,4%)	112.246	118.744	(6.498)	(5,5%)
ABC	14.351	14.341	10	0,1%	28.070	28.260	(190)	(0,7%)	41.486	42.157	(671)	(1,6%)
Supplements & Magazines	4.068	4.458	(390)	(8,8%)	8.112	8.770	(659)	(7,5%)	12.137	13.122	(985)	(7,5%)
Adjustments intersegment	(3.518)	(3.850)	332	8,6%	(6.928)	(7.497)	570	7,6%	(10.454)	(11.418)	963	8,4%
Total Circulation Revenues	52.575	54.566	(1.992)	(3,7%)	103.725	108.265	(4.540)	(4,2%)	155.415	162.604	(7.189)	(4,4%)
Advertising Revenues												
Regionals	21.848	21.894	(46)	(0,2%)	45.956	46.449	(493)	(1,1%)	64.929	64.654	275	0,4%
ABC	8.556	8.535	21	0,2%	18.846	19.614	(768)	(3,9%)	25.863	26.472	(609)	(2,3%)
Supplements & Magazines	2.752	3.010	(257)	(8,5%)	6.612	6.874	(262)	(3,8%)	8.973	9.044	(71)	(0,8%)
Adjustments intersegment	(34)	(54)	19	35,7%	(38)	(53)	15	28,1%	(39)	(55)	16	29,0%
Total Advertising Revenues	33.122	33.385	(263)	(0,8%)	71.375	72.884	(1.509)	(2,1%)	99.726	100.115	(389)	(0,4%)
Other Revenues												
Regionals	12.934	13.013	(78)	(0,6%)	26.712	27.030	(318)	(1,2%)	37.835	38.863	(1.028)	(2,6%)
ABC	4.545	6.085	(1.540)	(25,3%)	10.158	13.781	(3.623)	(26,3%)	14.915	18.950	(4.035)	(21,3%)
Supplements & Magazines	357	290	67	23,1%	695	630	66	10,5%	916	773	144	18,6%
Adjustments intersegment	(2.142)	(2.318)	176	7,6%	(4.339)	(4.615)	276	6,0%	(5.970)	(6.784)	814	12,0%
Total Other Revenues	15.695	17.070	(1.376)	(8,1%)	33.227	36.825	(3.599)	(9,8%)	47.696	51.801	(4.104)	(7,9%)
Total Revenues												
Regionals	72.455	74.523	(2.068)	(2,8%)	147.138	152.210	(5.072)	(3,3%)	215.010	222.261	(7.251)	(3,3%)
ABC	27.452	28.961	(1.509)	(5,2%)	57.073	61.655	(4.581)	(7,4%)	82.264	87.578	(5.314)	(6,1%)
Supplements & Magazines	7.178	7.758	(580)	(7,5%)	15.419	16.274	(855)	(5,3%)	22.026	22.938	(912)	(4,0%)
Adjustments intersegment	(5.694)	(6.221)	527	8,5%	(11.304)	(12.165)	861	7,1%	(16.463)	(18.257)	1.794	9,8%
Total Revenues	101.391	105.022	(3.631)	(3,5%)	208.326	217.974	(9.648)	(4,4%)	302.837	314.520	(11.683)	(3,7%)
EBITDA												
Regionals	6.700	7.609	(909)	(12,0%)	16.622	18.705	(2.082)	(11,1%)	21.831	24.741	(2.910)	(11,8%)
ABC	(361)	(1.990)	1.629	81,9%	1.032	(301)	1.333	443,2%	(919)	(3.090)	2.171	70,3%
Supplements & Magazines	(151)	18	(168)	(948,9%)	757	567	190	33,5%	459	14	445	n.r.
Total EBITDA	6.188	5.637	552	9,8%	18.411	18.971	(560)	(2,9%)	21.371	21.665	(294)	(1,4%)
EBITDA Margin												
Regionals	9,2%	10,2%	(1,0) p.p.		11,3%	12,3%	(1,0) p.p.		10,2%	11,1%	(1,0) p.p.	
ABC	(1,3%)	(6,9%)	5,6 p.p.		1,8%	(0,5%)	2,3 p.p.		(1,1%)	(3,5%)	2,4 p.p.	
Supplements & Magazines	(2,1%)	0,2%	(2,3) p.p.		4,9%	3,5%	1,4 p.p.		2,1%	0,1%	2,0 p.p.	
Total EBITDA Margin	6,1%	5,4%	0,7 p.p.		8,8%	8,7%	0,1 p.p.		7,1%	6,9%	0,2 p.p.	
EBIT												
Regionals	4.113	5.039	(926)	(18,4%)	11.853	13.584	(1.731)	(12,7%)	14.751	17.106	(2.355)	(13,8%)
ABC	(1.897)	(3.786)	1.889	49,9%	(2.044)	(3.943)	1.899	48,2%	(5.519)	(8.585)	3.066	35,7%
Supplements & Magazines	(262)	(72)	(190)	(261,9%)	562	386	176	45,5%	175	(267)	442	165,4%
Total EBIT	1.954	1.181	773	65,4%	10.371	10.027	344	3,4%	9.406	8.253	1.153	14,0%
EBIT Margin												
Regionals	5,7%	6,8%	(1,1) p.p.		8,1%	8,9%	(0,9) p.p.		6,9%	7,7%	(0,8) p.p.	
ABC	(6,9%)	(13,1%)	6,2 p.p.		(3,6%)	(6,4%)	2,8 p.p.		(6,7%)	(9,8%)	3,1 p.p.	
Supplements & Magazines	(3,6%)	(0,9%)	(2,7) p.p.		3,6%	2,4%	1,3 p.p.		0,8%	(1,2%)	2,0 p.p.	
Total EBIT Margin	1,9%	1,1%	0,8 p.p.		5,0%	4,6%	0,4 p.p.		3,1%	2,6%	0,5 p.p.	
Comparable EBITDA												
Regionals	9.287	7.992	1.295	16,2%	19.493	19.445	47	0,2%	25.160	25.536	(376)	(1,5%)
ABC	(319)	(1.989)	1.670	84,0%	1.082	(298)	1.380	463,4%	(867)	(3.083)	2.216	71,9%
Supplements & Magazines	(72)	45	(117)	(261,6%)	874	781	93	11,9%	577	228	349	152,7%
Total comparable EBITDA	8.895	6.048	2.848	47,1%	21.449	19.929	1.520	7,6%	24.869	22.681	2.188	9,6%
Comparable EBIT												
Regionals	6.877	5.419	1.457	26,9%	14.734	14.317	417	2,9%	18.091	17.891	200	1,1%
ABC	(1.855)	(3.785)	1.930	51,0%	(1.994)	(3.940)	1.946	49,4%	(5.468)	(8.578)	3.110	36,3%
Supplements & Magazines	(184)	(45)	(138)	(305,5%)	679	600	79	13,2%	297	(53)	350	659,7%
Total comparable EBIT	4.837	1.589	3.248	204,4%	13.419	10.977	2.442	22,2%	12.921	9.260	3.661	39,5%

AUDIOVISUAL
VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Advertising Revenues												
DTT	697	748	(51)	(6,8%)	1.399	1.477	(78)	(5,3%)	2.119	2.116	3	0,1%
Radio	32	349	(318)	(90,9%)	66	343	(277)	(80,8%)	77	377	(300)	(79,5%)
Content	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	()	0	()	n.a.
Adjustments intersegment	729	1.097	(368)	(33,6%)	1.464	1.820	(355)	(19,5%)	2.196	2.493	(297)	(11,9%)
Other Revenues												
DTT	10.270	11.654	(1.384)	(11,9%)	17.039	23.419	(6.381)	(27,2%)	23.076	35.090	(12.013)	(34,2%)
Radio	956	485	471	97,2%	1.945	1.323	621	47,0%	3.064	2.161	903	41,8%
Content	3.133	5.771	(2.638)	(45,7%)	8.734	10.609	(1.875)	(17,7%)	14.658	14.935	(277)	(1,9%)
Adjustments intersegment	(109)	(139)	30	21,9%	(218)	(227)	9	3,9%	(326)	(300)	(27)	(8,9%)
Total Other Revenues	14.251	17.771	(3.521)	(19,8%)	27.500	35.125	(7.625)	(21,7%)	40.471	51.886	(11.414)	(22,0%)
Total Revenues												
DTT	10.968	12.402	(1.435)	(11,6%)	18.437	24.896	(6.459)	(25,9%)	25.195	37.205	(12.010)	(32,3%)
Radio	988	834	154	18,4%	2.011	1.666	344	20,7%	3.141	2.538	603	23,8%
Content	3.133	5.771	(2.638)	(45,7%)	8.734	10.609	(1.875)	(17,7%)	14.658	14.935	(277)	(1,9%)
Adjustments intersegment	(109)	(139)	30	21,9%	(218)	(227)	9	3,9%	(326)	(300)	(27)	(8,9%)
Total Revenues	14.980	18.869	(3.889)	(20,6%)	28.964	36.945	(7.980)	(21,6%)	42.667	54.379	(11.711)	(21,5%)
EBITDA												
DTT	270	1.674	(1.404)	(83,9%)	1.371	3.993	(2.622)	(65,7%)	2.347	6.242	(3.895)	(62,4%)
Radio	554	(1.453)	2.007	138,1%	1.042	(1.336)	2.379	178,0%	1.636	(1.033)	2.669	258,5%
Content	(161)	7	(169)	n.r.	1.815	702	1.112	158,4%	3.358	1.122	2.235	199,1%
Total EBITDA	663	228	434	190,4%	4.228	3.359	869	25,9%	7.341	6.332	1.009	15,9%
EBITDA Margin												
DTT	2,5%	13,5%	(11,0) p.p.		7,4%	16,0%	(8,6) p.p.		9,3%	16,8%	(7,5) p.p.	
Radio	56,1%	(174,2%)	230,3 p.p.		51,8%	(80,2%)	132,1 p.p.		52,1%	(40,7%)	92,8 p.p.	
Content	(5,2%)	0,1%	(5,3) p.p.		20,8%	6,6%	14,2 p.p.		22,9%	7,5%	15,4 p.p.	
Total EBITDA Margin	4,4%	1,2%	3,2 p.p.		14,6%	9,1%	5,5 p.p.		17,2%	11,6%	5,6 p.p.	
EBIT												
DTT	195	1.581	(1.386)	(87,7%)	1.222	3.809	(2.587)	(67,9%)	2.127	5.975	(3.849)	(64,4%)
Radio	528	(1.537)	2.065	134,3%	1.068	(1.498)	2.566	171,3%	1.658	(1.311)	2.969	226,5%
Content	(1.533)	(1.898)	365	19,2%	(884)	(3.105)	2.222	71,5%	(625)	(4.423)	3.798	85,9%
Total EBIT	(810)	(1.855)	1.044	56,3%	1.407	(794)	2.201	277,2%	3.160	241	2.919	n.r.
EBIT Margin												
DTT	1,8%	12,7%	(11,0) p.p.		6,6%	15,3%	(8,7) p.p.		8,4%	16,1%	(7,6) p.p.	
Radio	53,4%	(184,3%)	237,7 p.p.		53,1%	(89,9%)	143,1 p.p.		52,8%	(51,7%)	104,4 p.p.	
Content	(48,9%)	(32,9%)	(16,0) p.p.		(10,1%)	(29,3%)	19,2 p.p.		(4,3%)	(29,6%)	25,4 p.p.	
Total EBIT Margin	(5,4%)	(9,8%)	4,4 p.p.		4,9%	(2,1%)	7,0 p.p.		7,4%	0,4%	7,0 p.p.	
Comparable EBITDA												
DTT	270	1.692	(1.422)	(84,1%)	1.372	4.012	(2.640)	(65,8%)	2.351	6.256	(3.905)	(62,4%)
Radio	554	(1.348)	1.902	141,1%	1.155	(1.216)	2.371	195,0%	1.749	(918)	2.667	290,5%
Content	144	(44)	188	430,8%	2.120	734	1.386	189,0%	3.663	1.217	2.446	201,0%
Total comparable EBITDA	968	301	667	221,7%	4.647	3.529	1.118	31,7%	7.762	6.554	1.208	18,4%
Comparable EBIT												
DTT	195	1.599	(1.404)	(87,8%)	1.223	3.828	(2.605)	(68,1%)	2.130	5.989	(3.859)	(64,4%)
Radio	528	(1.470)	1.998	135,9%	1.147	(1.448)	2.595	179,2%	1.736	(1.254)	2.991	238,4%
Content	(1.227)	(1.949)	721	37,0%	(578)	(3.050)	2.471	81,0%	(319)	(4.304)	3.985	92,6%
Total comparable EBIT	(505)	(1.820)	1.315	72,3%	1.791	(670)	2.461	367,5%	3.547	430	3.117	724,1%

CLASSIFIED

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Circulation Revenues												
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Circulation Revenues	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Advertising Revenues												
Classified	2.587	2.381	206	8,6%	5.611	5.169	442	8,6%	8.323	7.643	680	8,9%
Total Advertising Revenues	2.587	2.381	206	8,6%	5.611	5.169	442	8,6%	8.323	7.643	680	8,9%
Other Revenues												
Classified	255	685	(430)	(62,8%)	493	1.332	(840)	(63,0%)	746	2.057	(1.310)	(63,7%)
Total Other Revenues	255	685	(430)	(62,8%)	493	1.332	(840)	(63,0%)	746	2.057	(1.310)	(63,7%)
Total Revenues												
Classified	2.841	3.066	(224)	(7,3%)	6.103	6.501	(398)	(6,1%)	9.070	9.700	(630)	(6,5%)
Total Revenues	2.841	3.066	(224)	(7,3%)	6.103	6.501	(398)	(6,1%)	9.070	9.700	(630)	(6,5%)
EBITDA												
Classified	(469)	(844)	375	44,4%	(456)	(1.326)	870	65,6%	(664)	(1.707)	1.043	61,1%
Total EBITDA	(469)	(844)	375	44,4%	(456)	(1.326)	870	65,6%	(664)	(1.707)	1.043	61,1%
EBITDA Margin												
Classified	(16,5%)	(27,5%)	11,0 p.p.		(7,5%)	(20,4%)	12,9 p.p.		(7,3%)	(17,6%)	10,3 p.p.	
Total EBITDA Margin	(16,5%)	(27,5%)	11,0 p.p.		(7,5%)	(20,4%)	12,9 p.p.		(7,3%)	(17,6%)	10,3 p.p.	
EBIT												
Classified	(740)	(1.207)	466	38,7%	(981)	(2.035)	1.054	51,8%	(1.423)	(2.739)	1.316	48,1%
Total EBIT	(740)	(1.207)	466	38,7%	(981)	(2.035)	1.054	51,8%	(1.423)	(2.739)	1.316	48,1%
EBIT Margin												
Classified	(26,0%)	(39,4%)	13,3 p.p.		(16,1%)	(31,3%)	15,2 p.p.		(15,7%)	(28,2%)	12,6 p.p.	
Total EBIT Margin	(26,0%)	(39,4%)	13,3 p.p.		(16,1%)	(31,3%)	15,2 p.p.		(15,7%)	(28,2%)	12,6 p.p.	
Comparable EBITDA												
Classified	(391)	(900)	508	56,5%	(378)	(1.382)	1.004	72,6%	(547)	(1.762)	1.215	68,9%
Total comparable EBITDA	(391)	(900)	508	56,5%	(378)	(1.382)	1.004	72,6%	(547)	(1.762)	1.215	68,9%
Comparable EBIT												
Classified	(662)	(1.262)	600	47,5%	(903)	(2.090)	1.187	56,8%	(1.306)	(2.802)	1.497	53,4%
Total comparable EBIT	(662)	(1.262)	600	47,5%	(903)	(2.090)	1.187	56,8%	(1.306)	(2.802)	1.497	53,4%

OTHERS

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Thousand Euro

	IFRS				IFRS				IFRS			
	1Q14	1Q13	Var Abs	Var %	1H14	1H13	Var Abs	Var %	9M14	9M13	Var Abs	Var %
Circulation Revenues												
B2B	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Qué!	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Circulation Revenues	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Advertising Revenues												
B2B	14	13	1	7,4%	33	28	6	20,9%	52	41	11	27,6%
Qué!		40	(40)	(99,2%)	(17)	76	(92)	(122,3%)	(17)	88	(105)	(119,2%)
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Total Advertising Revenues	14	53	(39)	(73,5%)	17	103	(87)	(83,9%)	35	129	(94)	(72,6%)
Other Revenues												
B2B	3.387	3.735	(349)	(9,3%)	6.858	7.475	(616)	(8,2%)	10.312	11.052	(740)	(6,7%)
Qué!	0	48	(48)	(100,0%)	0	111	(111)	(100,0%)	0	118	(118)	(100,0%)
Adjustments intersegment	0	(8)	8	100,0%	0	(15)	15	100,0%	0	(22)	22	100,0%
Total Other Revenues	3.387	3.776	(390)	(10,3%)	6.858	7.571	(713)	(9,4%)	10.312	11.148	(836)	(7,5%)
Total Revenues												
B2B	3.400	3.748	(348)	(9,3%)	6.892	7.502	(611)	(8,1%)	10.364	11.093	(729)	(6,6%)
Qué!		88	(88)	(99,6%)	(17)	187	(204)	(109,0%)	(17)	207	(223)	(108,2%)
Adjustments intersegment	0	(8)	8	100,0%	0	(15)	15	100,0%	0	(22)	22	100,0%
Total Revenues	3.400	3.829	(428)	(11,2%)	6.875	7.674	(799)	(10,4%)	10.347	11.277	(930)	(8,2%)
EBITDA												
B2B	713	927	(214)	(23,1%)	1.476	1.832	(355)	(19,4%)	2.263	2.680	(417)	(15,6%)
Qué!	(10)	(70)	60	85,3%	(25)	(92)	66	72,2%	(41)	(169)	128	75,8%
Total EBITDA	703	857	(155)	(18,1%)	1.451	1.740	(289)	(16,6%)	2.222	2.511	(289)	(11,5%)
EBITDA Margin												
B2B	21,0%	24,7%	(3,8) p.p.		21,4%	24,4%	(3,0) p.p.		21,8%	24,2%	(2,3) p.p.	
Qué!	n/m	(79,2%)	n/m		150,8%	(49,0%)	199,8 p.p.		240,7%	(81,8%)	322,5 p.p.	
Total EBITDA Margin	20,7%	22,4%	(1,7) p.p.		21,1%	22,7%	(1,6) p.p.		21,5%	22,3%	(0,8) p.p.	
EBIT												
B2B	456	625	(169)	(27,0%)	968	1.282	(313)	(24,5%)	1.531	1.836	(306)	(16,6%)
Qué!	(10)	(85)	75	88,0%	(25)	(122)	97	79,2%	(41)	(85)	44	51,9%
Total EBIT	446	540	(93)	(17,3%)	943	1.159	(217)	(18,7%)	1.490	1.751	(261)	(14,9%)
EBIT Margin												
B2B	13,4%	16,7%	(3,3) p.p.		14,0%	17,1%	(3,0) p.p.		14,8%	16,6%	(1,8) p.p.	
Qué!	n/m	(79,2%)	n/m		150,8%	(65,4%)	199,8 p.p.		240,7%	(41,1%)	281,8 p.p.	
Total EBIT Margin	13,1%	14,1%	(1,0) p.p.		13,7%	15,1%	(1,4) p.p.		14,4%	15,5%	(1,1) p.p.	
Comparable EBITDA												
B2B	713	927	(214)	(23,1%)	1.476	1.832	(355)	(19,4%)	2.263	2.680	(417)	(15,6%)
Qué!	(10)	(51)	40	79,7%	(25)	(72)	47	64,7%	(41)	(149)	109	72,7%
Total comparable EBITDA	703	877	(174)	(19,9%)	1.451	1.759	(309)	(17,5%)	2.222	2.530	(308)	(12,2%)
Comparable EBIT												
B2B	456	625	(169)	(27,0%)	968	1.234	(266)	(21,6%)	1.531	1.789	(258)	(14,4%)
Qué!	(10)	(66)	56	84,4%	(25)	(103)	77	75,3%	(41)	(190)	149	78,5%
Total comparable EBIT	446	559	(113)	(20,2%)	943	1.132	(189)	(16,7%)	1.490	1.599	(109)	(6,8%)