

### Gracias a la estabilización de los ingresos, las eficiencias de costes y las decisiones estratégicas

## VOCENTO TRIPLICA SU EBITDA HASTA LOS 7,1 MILLONES DE EUROS

- *El EBITDA comparable del área Periódicos crece casi un 50%*
- *Los ingresos publicitarios de los diarios regionales y de ABC se incrementan un 0,5% hasta marzo*
- *ABC ha mejorado cuota en difusión, ha alcanzado la segunda posición en Madrid y es el medio líder en movilidad.*
- *Crece el peso de los negocios digitales hasta el 23,6% de los ingresos publicitarios*

**Madrid, 13 de mayo de 2014.-** En un contexto de mercado y económico complicado para el sector de los medios de comunicación, Vocento ha mejorado todas las principales magnitudes operativas de su cuenta de resultados, ha optimizado la estructura de costes, ha elevado su cuota publicitaria respecto a sus competidores gracias a la fortaleza y liderazgo de sus marcas y ha mantenido una posición financiera diferencial frente al resto del sector.

Los **Ingresos de Explotación** se han situado en 121,7 millones de euros, lo que supone un descenso del 6% respecto al primer trimestre de 2013 que mejora la caída del 16,9% en el mismo periodo del año anterior. Además, el diario ABC registra un ligero crecimiento del 0,1% en sus ingresos gracias al impacto positivo del incremento en precios de cabecera implementado en el mes de enero. Es relevante también el hecho de que en el primer trimestre de 2014 ha continuado la paulatina mejora de la tendencia de los ingresos publicitarios de los Regionales y ABC (offline+online). Así, las ventas registran un comportamiento positivo, al crecer un 0,5%.

Por otra parte, es necesario reflejar que el cambio de perfil de ingresos hacia digital, considerando no sólo los ingresos de publicidad digitales sino también los derivados de comercio electrónico (Oferplan y Kiosko y Más), permite incrementar la exposición a digital de Vocento hasta el 23,6% en el primer trimestre de 2014 (2,3 puntos porcentuales más que en el mismo periodo de 2013).

VOCENTO logra a marzo un **EBITDA comparable** de 7,1 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 5,0 millones en comparación con el primer trimestre de 2013. Dicho incremento se sustenta en: la estabilidad de los ingresos publicitarios, las decisiones de ajuste en el área de contenidos acometidas en 2013, los ahorros de costes por ajustes de personal y el resto de medidas de eficiencia. Por áreas de negocio, sobresale Periódicos, que mejora su EBITDA en 2,8 millones, Audiovisual, que lo eleva en 0,7 millones, y Clasificados, que reduce su pérdida en 0,5 millones.

El **resultado de explotación (EBIT) comparable** es positivo y alcanza los 0,9 millones de euros, frente a las pérdidas de -5,3 millones de un año antes. El **diferencial financiero** se mantiene estable en -2,6 millones de euros respecto al 1T2013. Con todo, el **resultado neto** en el primer

trimestre de 2014 fue de -6,4 millones, lo que reduce las pérdidas en 1,3 millones en comparación en el mismo periodo del año pasado.

Con relación a la situación financiera, Vocento mantiene una posición diferencial frente a sus competidores. La **deuda financiera neta** a marzo de 2014 se sitúa en 157 millones de euros. Es importante reflejar que la compañía alcanza generación de caja operativa positiva en el primer trimestre, 1,4 millones de euros provenientes del negocio recurrente. En febrero, Vocento firmó un préstamo sindicado a 5 años por importe de 175 millones que ha permitido reforzar la estructura financiera del Grupo, sustituir líneas bilaterales existentes y extender vencimientos.

### **Resultados por áreas de negocios**

En **Periódicos**, los **Ingresos de Explotación** se sitúan en 101,4 millones de euros, un 3,5% menos que en el primer trimestre de 2013 como consecuencia principalmente de las menores ventas de ejemplares de Regionales y del menor esfuerzo en promociones realizado en ABC, que por otro lado permite mejorar el margen neto de promociones en EBITDA. Destaca el buen comportamiento en ABC, donde los ingresos por venta de ejemplares y publicidad crecen en el trimestre un 0,1% y un 0,2% respectivamente.

ABC ha mejorado su cuota en difusión y ha alcanzado la segunda posición en Madrid lo que supone reducir el diferencial respecto al 2º en prensa generalista en el conjunto de España a tan sólo 8.816 ejemplares ordinarios.

El **EBITDA comparable** asciende a 8,9 millones, un 47,1% más, tanto en ABC como en Regionales se registra un incremento de EBITDA. El Grupo se beneficia de la mejora del margen neto variable de la venta de ejemplares (resultado de una difusión centrada en la difusión de calidad y rentable), del impacto combinado de la reducción de costes variables vinculados a la operativa y las medidas de eficiencia (que ha permitido una disminución de los gastos comparables del -6,5%).

En el área **Audiovisual**, los **Ingresos de Explotación** alcanzan los 15 millones de euros, un 20,6% menos debido principalmente al descenso en ingresos en TDT por el cese de la emisión de MTV y a la menor facturación en la distribución de cine como resultado de la transmisión a un tercero de parte del negocio a finales de 2013. Sin embargo, el **EBITDA comparable** alcanza un total de 1 millón en el primer trimestre de 2014, un crecimiento de 0,7 millones en comparación con el mismo periodo de 2013. Es importante reflejar que todos los negocios de la división (TDT, Radio y Contenidos) alcanzan EBITDA positivo entre enero y marzo de este año fruto de las medidas en costes y decisiones estratégicas adoptadas.

En **Clasificados**, los **Ingresos de Explotación** alcanzaron los 2,8 millones de euros (-7,3%). El descenso se debe al efecto perímetro de la venta de la división de soluciones de Infoempleo en el cuarto trimestre de 2013 (los ingresos pro forma crecerían un 7,5%). Asimismo es importante reflejar que las ventas de publicidad del área crecen un 8,6%. El **EBITDA comparable** se sitúa en -0,4 millones, lo que supone una reducción de las pérdidas del 56,5%.