

Su estabilización permite al Grupo ganar cuota de mercado

Vocento eleva sus ingresos publicitarios un +0,9% en el primer trimestre de 2017

- Los ingresos de explotación totales se sitúan en 101,3 millones de euros, un 5,2% inferiores a los registrados en el mismo periodo de 2016
- Continúa la disminución de los costes comparables (-5,1%), habiendo ejecutado ya el Plan de Eficiencia al 90%
- El EBITDA comparable en el primer trimestre de 2017 alcanza los 6,6 millones, reduciéndose en casi 0,6 millones, impactado principalmente por el nuevo gasto de alquiler de la sede de ABC
- La compañía ha generado 11,2 millones de caja operativa ordinaria positiva en el primer trimestre de este año y mantiene la ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA comparable en 1,3 veces

Madrid, 11 de mayo de 2017.- VOCENTO ha cerrado el primer trimestre de 2017 con unos **ingresos de explotación** totales de 101,3 millones de euros, un 5,2% menos que en el mismo periodo del ejercicio anterior. A pesar del descenso, destaca la mejora de los ingresos por venta de publicidad, que aumentan un +0,9% gracias al crecimiento publicitario digital del +9,9% y al incremento de la facturación de publicidad offline local del +1%. Las ventas de ejemplares experimentan una caída del 8,9%, aunque con diversas actuaciones se logra sostener el margen de difusión respecto al primer trimestre de 2016. En la Comunidad de Madrid, ABC incrementa en 1T17 su cuota de difusión ordinaria en +0,8 puntos porcentuales hasta alcanzar el 27%.

En términos de venta por publicidad, de nuevo, es importante reflejar que VOCENTO ha registrado un comportamiento mejor que el conjunto del mercado, tanto en offline con un descenso del -2,1% (vs. -7,4% de la competencia), como en online al lograr un crecimiento del +9,9% en las marcas del Grupo (vs. +7,2% del sector).

En el perfil de ingresos de VOCENTO sigue ganando peso la exposición digital, con un incremento de 2,6 puntos porcentuales frente al mismo periodo de 2016 hasta alcanzar el 33,5%, una cifra que incluye también los ingresos derivados de los nuevos modelos de negocio digitales basados en *e-commerce*. Por tanto, más de una tercera parte de los ingresos publicitarios y de *e-commerce* ya son digitales.

VOCENTO continúa focalizado en controlar todos sus gastos. Así, en el 1T17 los costes comparables descienden un -5,1%. Por partidas, destaca la disminución en los costes de aprovisionamiento (-11%). Por áreas, los costes comparables en Periódicos se reducen un -5,9% debido al impacto de las medidas centradas en la difusión rentable. Con ello, el EBITDA comparable alcanza los 6,6 millones, frente a los 7,2 millones del 1T16. Este resultado se ha visto impactado principalmente por el nuevo alquiler de la sede de ABC, que supone un mayor gasto cercano a los 0,5 millones de euros.

Por áreas de negocio, cabe destacar el buen desarrollo de la División Audiovisual cuyo EBITDA comparable crece en 165 miles de euros sobre el 1T16; la División de Clasificados, que se mantiene prácticamente en los mismos niveles del año pasado; y Periódicos, que cae en 777 miles de euros, principalmente por el ya mencionado nuevo alquiler en ABC.

El **resultado de explotación (EBIT) comparable** alcanza los 2,4 millones de euros, situándose en el mismo nivel del primer trimestre de 2016. Es importante señalar que todas las áreas de negocio están en EBIT comparable positivo en los tres primeros meses de este año.

El **diferencial financiero mejora un 20,2%** hasta situarse en -1,3 millones de euros en el 1T17 por la reducción de la deuda financiera media y por el menor coste financiero derivado del descenso en el endeudamiento.

A diferencia del 1T16, tras el ajuste de los créditos fiscales en Territorio Común en diciembre de 2016 como consecuencia del RDL 3/2016, no se están activando ya nuevos créditos fiscales. Esto provoca que la partida de Impuesto de Sociedades haya pasado de 1,3 millones de euros el pasado año a 0,2 millones de euros en el primer trimestre de 2017. Con todo ello, el **resultado neto consolidado** en el 1T17 asciende a -10,4 millones en comparación con los -9 millones el mismo periodo del año pasado.

La **posición financiera neta**, a 31 de marzo de 2017, se sitúa en 66,3 millones de euros. La ratio **Deuda Financiera Neta/EBITDA comparable (de los últimos 12 meses)** es de 1,3 veces, mismo nivel que en el cierre de 2016 y muy inferior al de un año antes (2,3 veces). **La compañía ha generado 11,2 millones de caja operativa ordinaria positiva en el primer trimestre del año.** Además, se han producido salidas de caja de 8 millones de euros por indemnizaciones y de 3,1 millones por otros no ordinarios.

Resultados por áreas de negocios

En **Periódicos**, los **ingresos de explotación** ascienden a 86,6 millones de euros, lo que supone un recorte del -6,3% como consecuencia, principalmente, de: 1) las menores ventas de ejemplares de Regionales y ABC y 2) el descenso en otros ingresos debido a una política más selectiva en promociones de ABC y a la menor actividad de las imprentas locales.

ABC sigue centrando su esfuerzo en la difusión de calidad y rentabilidad. Así, sigue fortaleciendo su posicionamiento en términos de cuota de mercado. En la Comunidad de Madrid, la principal plaza en prensa nacional, incrementa su diferencial con El Mundo y recorta la distancia con El País. En datos, ABC eleva en el 1T17 su cuota de difusión ordinaria en +0,8 puntos porcentuales hasta el 27%.

El **EBITDA comparable** asciende a 6,1 millones de euros, lo que significa un descenso del -11,3% sobre el primer trimestre de 2016. El margen EBITDA comparable se sitúa en el 7% en el 1T17. En el primer trimestre del año se produce una disminución de los costes comparables del -5,9%.

En **Audiovisual**, los **ingresos de explotación** alcanzan los 11,2 millones, lo que supone un recorte del -2%. El **EBITDA comparable** se sitúa en 3,3 millones, con una mejora del +5,3% sobre la cifra del pasado año debido al crecimiento de los resultados del área de Contenidos y al mantenimiento de las cifras alcanzadas por TDT.

En **Clasificados**, los **ingresos de explotación** ascienden hasta los 4,4 millones (+8,2%), por el buen comportamiento de los ingresos de publicidad del área que se incrementan un 8,1%. El **EBITDA comparable** alcanza la cifra de 260 miles de euros, en comparación con el resultado de 303 miles registrado en el 1T16, debido a los mayores costes derivados del foco digital.