

# Resultados 2023

27 febrero 2024

## Cumpliendo estrategia y objetivos financieros 2023

- EBITDA 2023 €34,5m **cumpliendo el objetivo** a perímetro constante<sup>1</sup>
- **Crecimiento Diversificación**
  - Ingresos digitales y de diversificación suponen un 46% del total y evolucionan en línea con el objetivo 2026E>60%
  - EBITDA de los Negocios de Diversificación representan el 32,3% del EBITDA ex Estructura (en línea con objetivo 2023E) y crece +50% a perímetro constante<sup>1</sup>
- **Resiliencia Prensa**
  - Mejora del margen de lectores (+5%) por fuerte crecimiento suscripciones digitales (+21%). Margen digital 24% sobre total, +5 p.p. sobre 2022
  - Crecimiento de publicidad apoyada en mix local/nacional
  - Ahorros del **plan eficiencia** en costes 2023 **según objetivo** €2m
- **DFN ex NIIF 2023 €15,1m mejorando el objetivo** €19m.

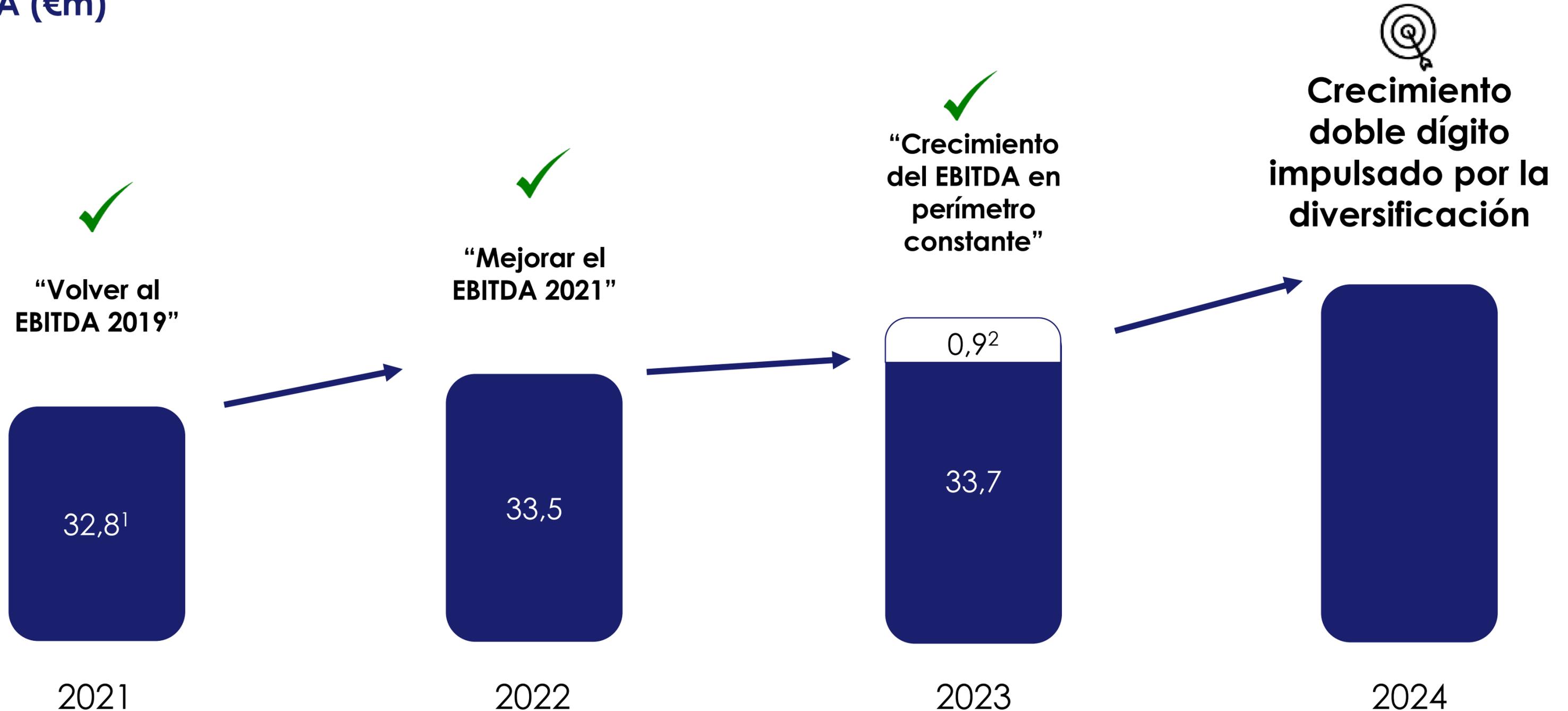
## Objetivos 2024

- **Acelerar** el crecimiento **EBITDA 2024 hasta doble dígito** gracias a los Negocios de Diversificación
- Crecimiento en el peso de los **Negocios de Diversificación hasta 36%**
- Mejora del **peso de digital** en el **margen** lectores total +6 p.p.
- **Generación de caja ordinaria positiva** y reducción de deuda neta

# Cumpliendo el Plan Estratégico

# Alcanzando objetivo EBITDA en últimos años, y acelerando en 2024

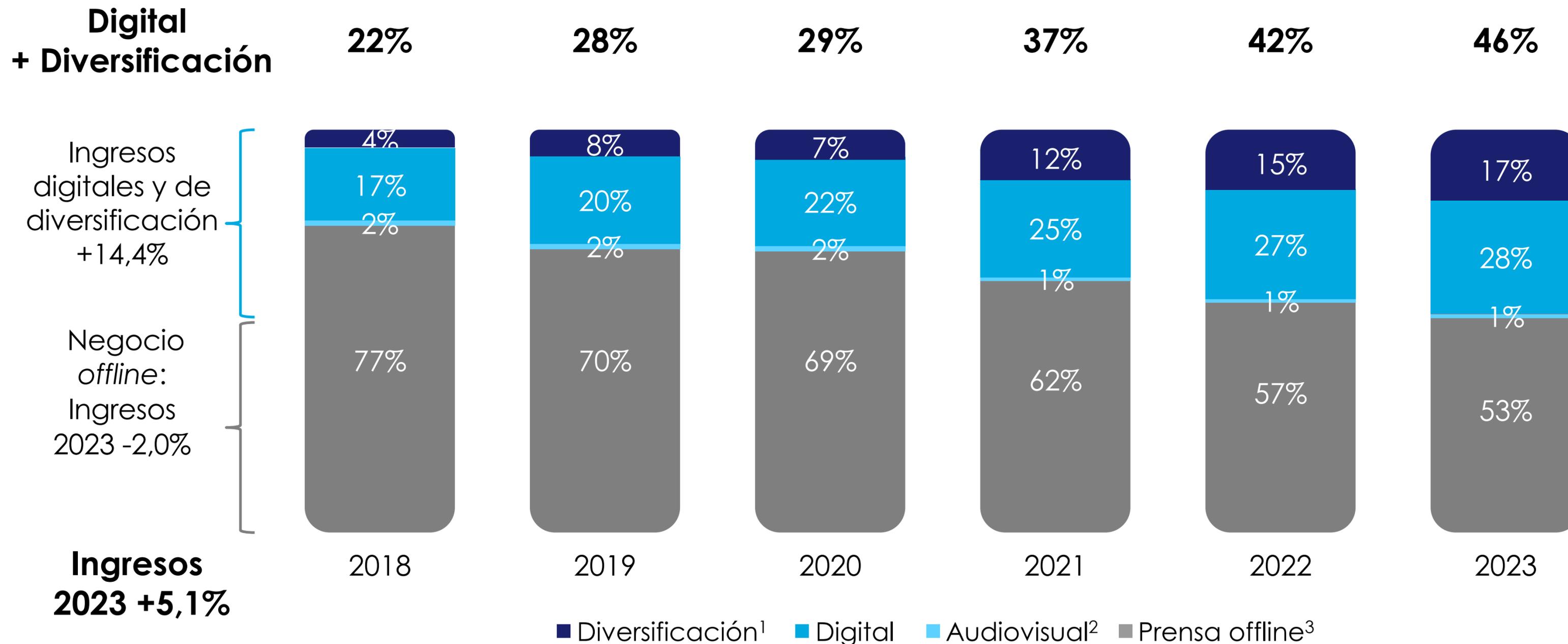
EBITDA (€m)



Nota 1: a efectos de comparación: EBITDA 2021 €45,0m ajustado por TDT y Contenidos (€7,2m) y Relevó (€5m). Nota 2: incorporación de &Rosás

# Crecimiento de ingresos con un mayor peso de digital y diversificación

## Mix de ingresos (%)



Nota: datos redondeados a la unidad de % más cercana. Nota 1: incluye Gastro., Agencias e ingr. offline de eventos en Periódicos. Nota 2: incluye en 2018-2021 únicamente el perímetro actual (Radio y TDT local). Nota 3: Periódicos offline y resto de ingresos.

# **I. Diversificación**

## II. Prensa

# Diversificación de VOCENTO hasta la actualidad

madrid fusión

SUMAUTO

grup gsr

pro. agency

t a n g o °

MATEO & CO.

premium leads

WORLD CANIC  
CONGRESO COCINA VOLCÁNICA

ENCUENTRO DE LOS MARES

TE RR AE FEMINAS

ANDORRA TASTE  
Gastronomia d'Alta Muntanya

KIT DIGITAL

YE FOW BRICK ROAD

ANTRÓPICO

MAC madrid culinary campus

& ROSÀS  
FUCKING ADVERTISING

2017

Creación  
área  
Gastronomía

2018

Potencia  
Clasificados  
Motor y  
desarrollo  
Gastronomía

2019

Nueva  
área  
Agencias

2020

Ampliación  
Gastronomía

2021

Nuevos eventos  
Gastronomía y  
refuerzo de  
Clasificados

2022

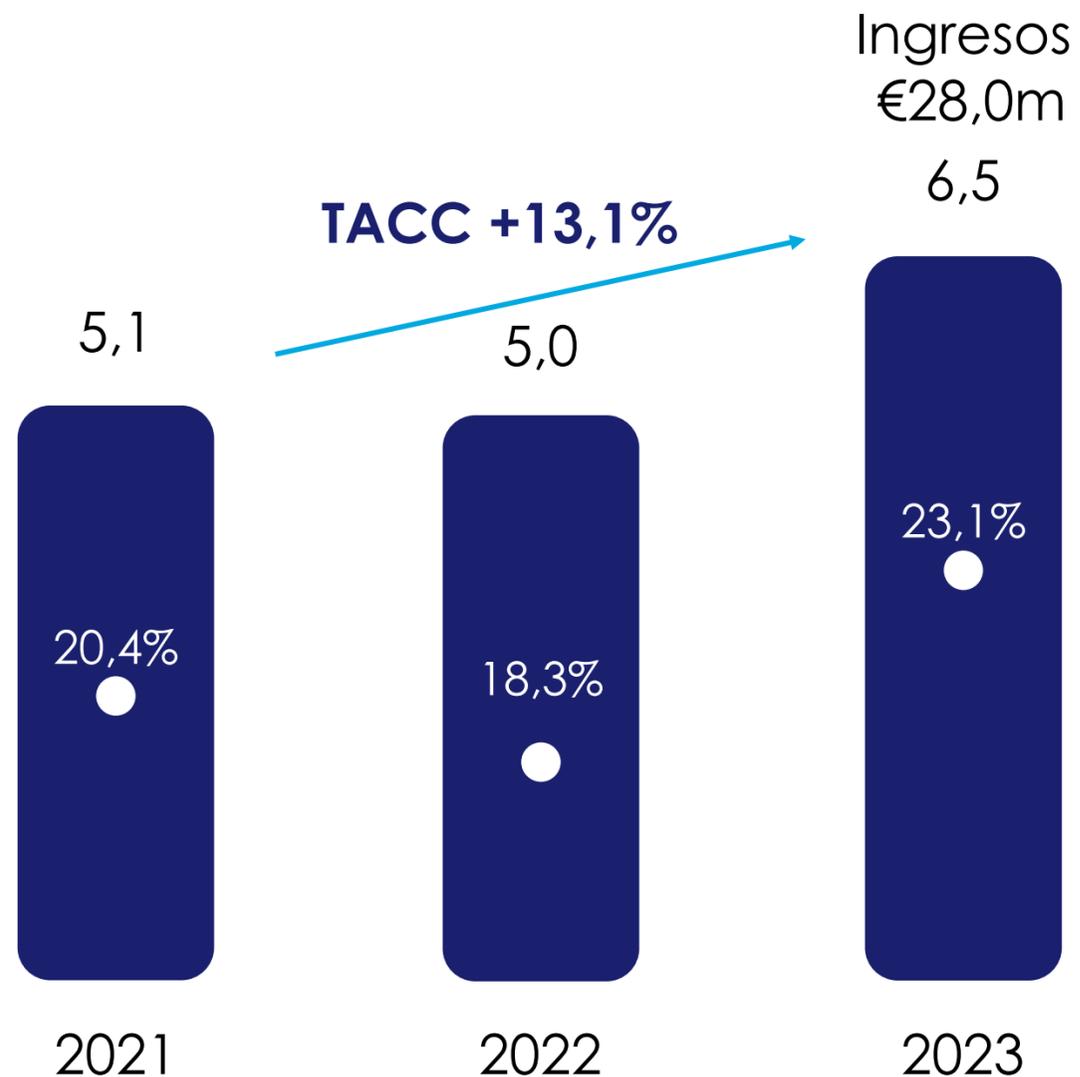
Refuerzo  
Servicios  
Digitales con  
Kit Digital,  
lanzamiento  
agencias RRSS  
y sostenibilidad,  
y nuevo  
segmento  
formación  
Gastronomía

2023

Apuesta  
& Rosàs en  
Agencias



## EBITDA (€m) y margen (%)



## Ejes de crecimiento en 2024

SUMAUTO

pisos.com

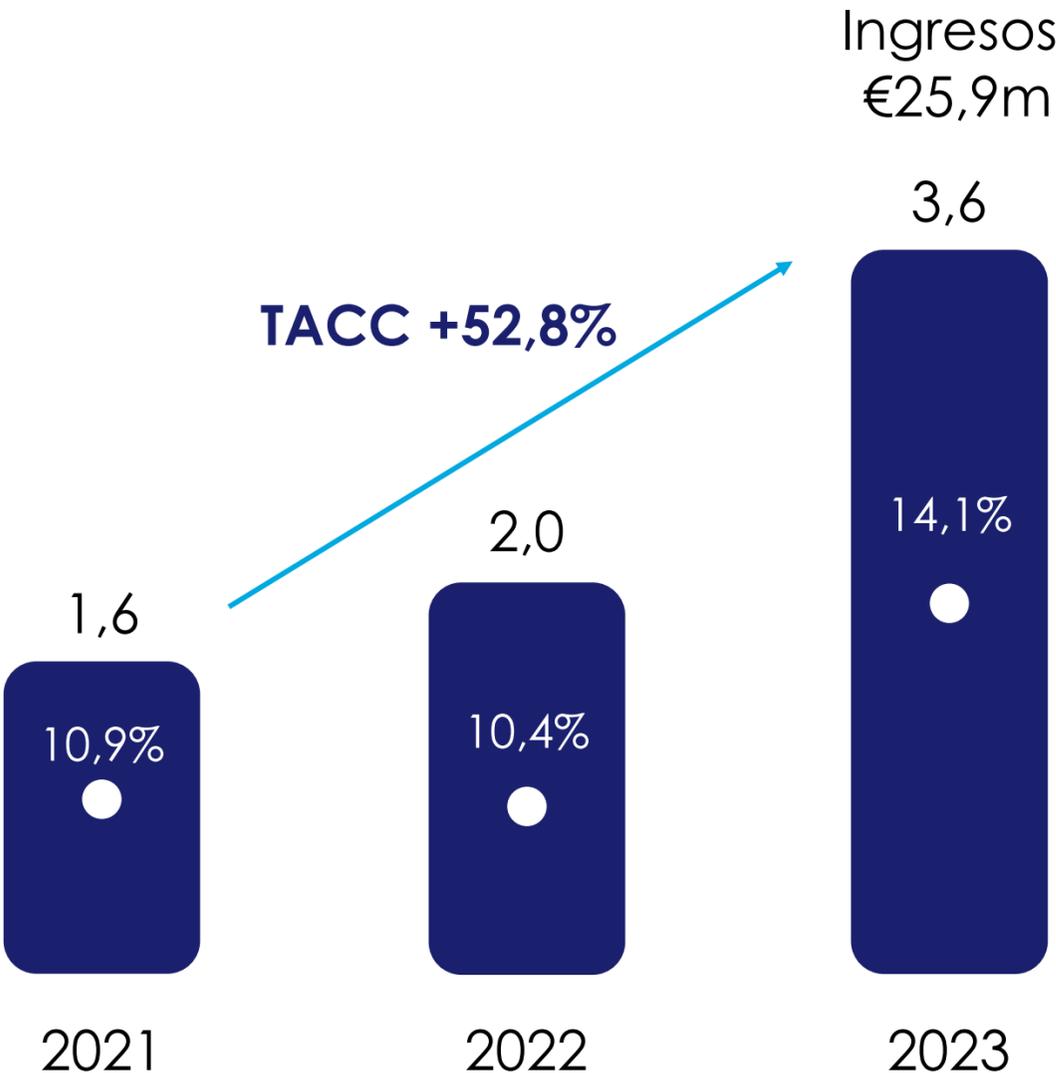
premium leads

 Incremento ARPA motor gracias a 'Carsight', herramienta de data para concesionarios

 Lanzamiento Autoproff.de España, proyecto C2B para compraventas con Autoscout24 Alemania

 Mayor monetización display, vía RRSS y Premium Leads como solución tecnológica a marcas

## EBITDA (€m) y margen (%)



## Ejes de crecimiento en 2024



Desarrollo del proyecto &

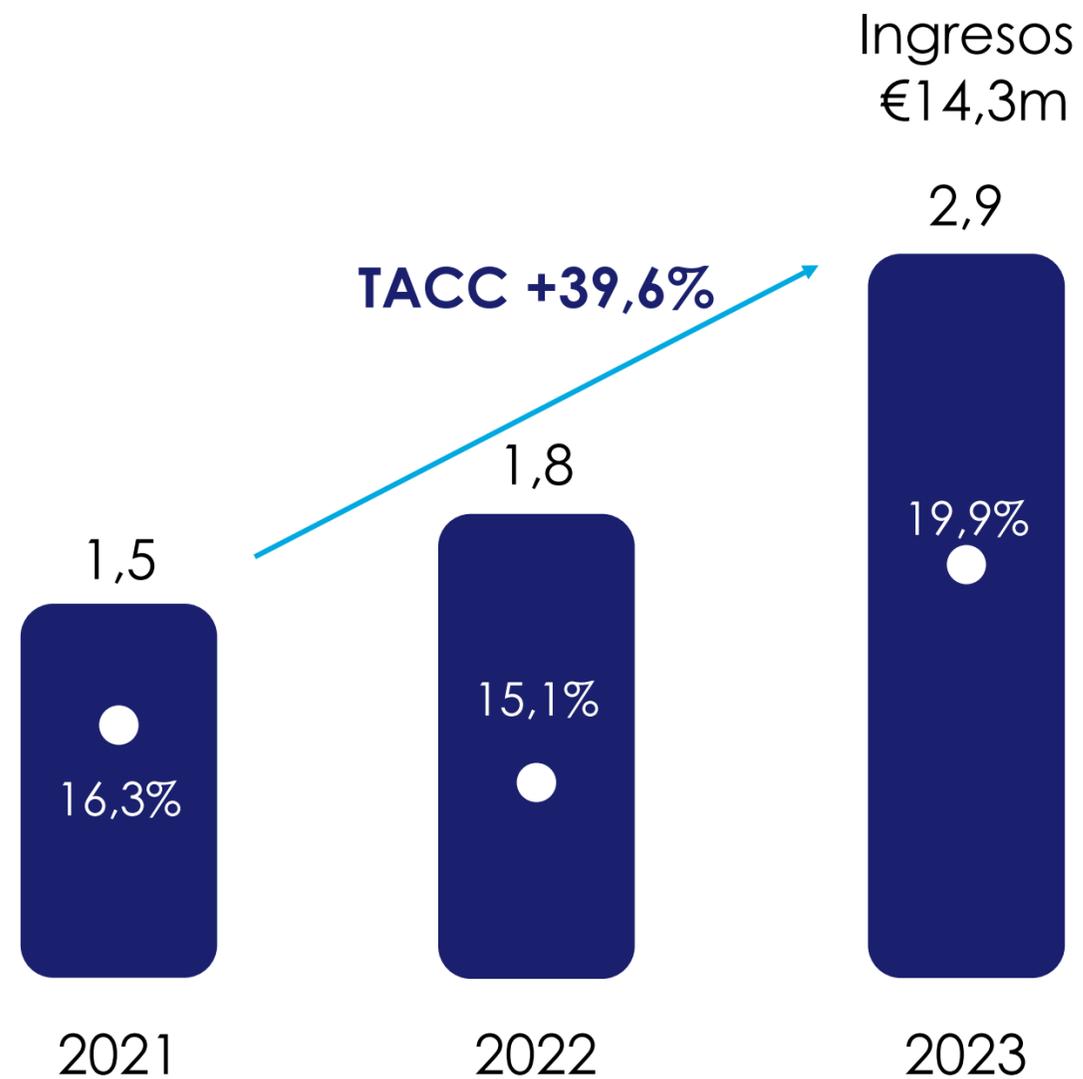


&Rosàs como mejor agencia creativa:



Crecimiento de YE-OW BRICK ROAD posicionamiento RRSS

## EBITDA (€m) y margen (%)



## Ejes de crecimiento en 2024



Mayor internacionalización



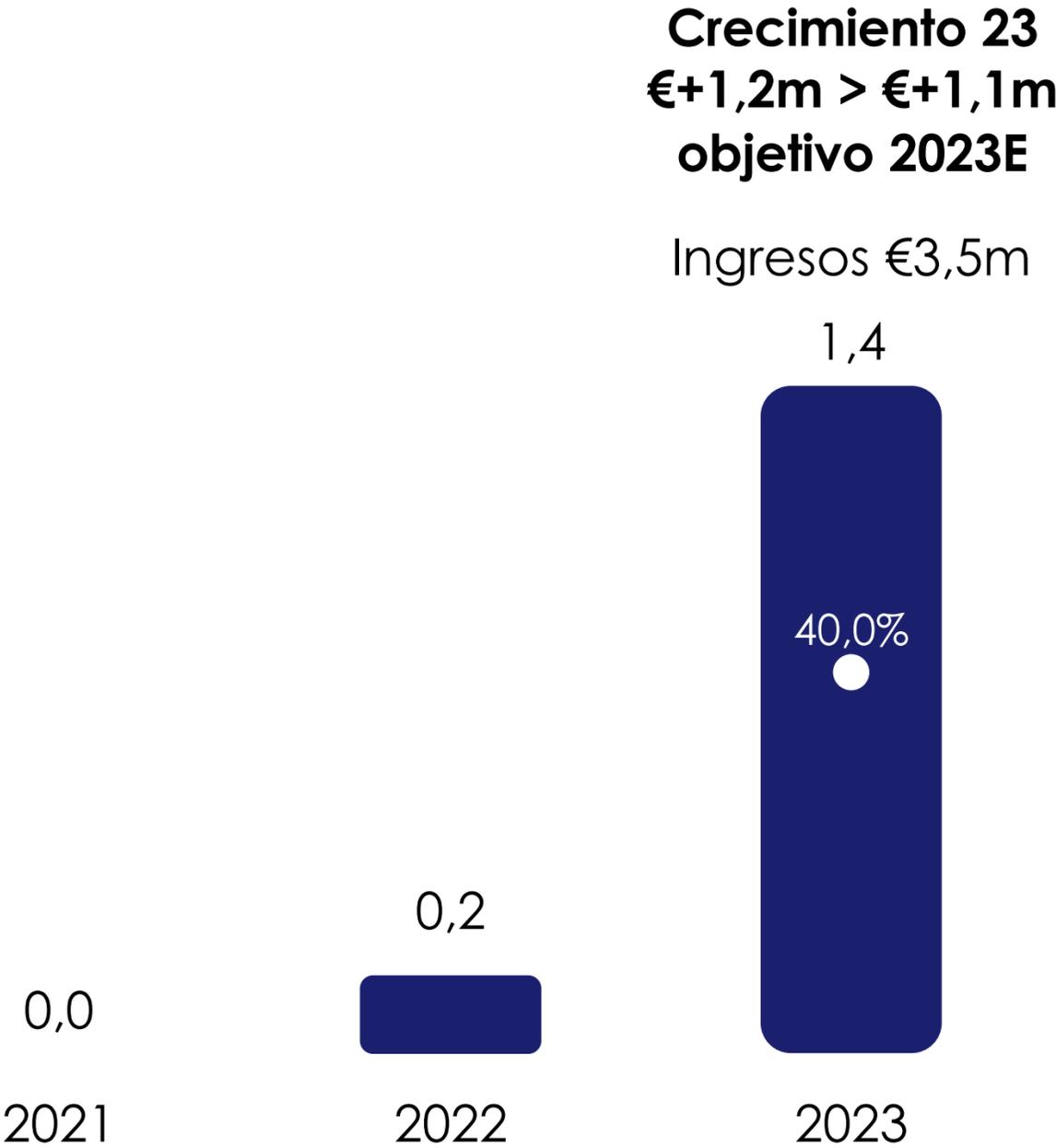
Mayor dimensión congresos nacionales



Doble grado Gastronomía + ADE, nuevos másters



## EBITDA (€m) y margen (%)



Crecimiento 23  
€+1,2m > €+1,1m  
objetivo 2023E

Ingresos €3,5m

## Ejes de crecimiento en 2024



Crecimiento en EBITDA por Programa KIT DIGITAL fondos NextGen

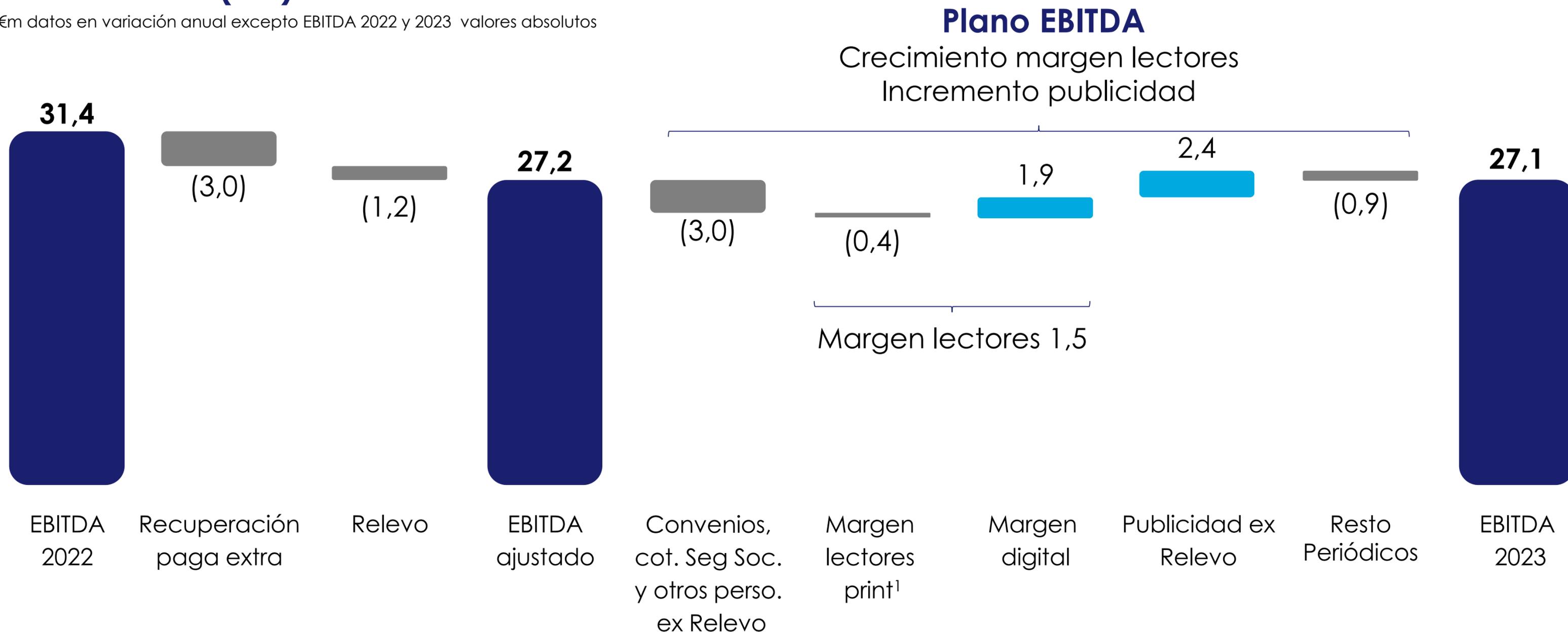
Ampliación de los servicios ofrecidos hacia 'hub' de servicios de digitalización con soluciones

I. Diversificación

**II. Prensa**

## EBITDA Prensa (€m)

€m datos en variación anual excepto EBITDA 2022 y 2023 valores absolutos



Nota: datos redondeados a la unidad de cientos de miles más cercana. Datos en variación anual excepto EBITDA 2022 y 2023 valores absolutos.

Nota 1: suma de ingresos por venta de ejemplares y suscrip. digitales menos los costes necesarios para la impresión, distribución y venta (i.e. marketing) de dichos ejemplares y suscripciones).

## Objetivos alcanzados en 2023

- ✓ Evolución de EBITDA **Relevo en línea** con lo previsto
- ✓ **Crecimiento suscripciones digitales** (suscriptores +21% e ingresos +28%). Margen digital 24% s/total
- ✓ **Incremento en publicidad local** a pesar de elecciones 2T y 3T
- ✓ **Impulso de la actividad en eventos**
- ✓ **Plan de eficiencia en costes**

## Ejes de actuación en 2024

-  Continuar con el plan de Relevo (mejora EBITDA en €2m) gracias a mejora en ingresos
-  Margen digital 30% s/total
-  Potenciar publicidad RRSS
-  Reorganización equipo comercial: impacto positivo en ingresos de publicidad
-  Plan industrial Madrid

	Descripción	Impacto en VOCENTO
Sentencia favorable del TC	Tribunal Constitucional declara inconstitucional varias modificaciones del IS introducidas por RDL 3/2016	'One off' positivo en caja y PYG 2024E €4m/€6m
Plan Industrial en Madrid	Cierre de producción de producto prensa nacional en Madrid e impresión en Bermont	Ahorros 2025E €2,5m y 2026E €3m (en 2024 el ahorro se compensa con más indemnizaciones)
Proyecto formación universitaria UTAMED <sup>1</sup>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1ª universidad privada online en Andalucía</li><li>• Socio MEDAC (líder FP online España y propiedad de KKR)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Participación del 25% por puesta equivalencia</li><li>• Inicio actividad curso 2025/26</li></ul>

Nota 1: Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo

# Divergencia entre los fundamentales y la cotización de VOCENTO

**VOCENTO**

	Operativos						Valoración		
	Peso ingresos digitales (%)	EBITDA (€m)	EBITDA ex indem. (€m)	PFN <sup>2</sup> (€m)	EBIT (€m)	EBIT ex indem. (€m)	Precio acción <sup>3</sup> (€)	Valor empresa <sup>3</sup> (€m)	Dividendo últimos 2 años (€m)
<b>2011</b>	6% <sup>1</sup>	16,6	38,2	(138,7)	(16,6)	5,0	1,6	385,4	0,0
<b>2023</b>	28%	34,5	39,7	(34,1)	13,6	18,8	0,6	122,5	10,9
<b>Var.</b>	<b>+23 p.p.</b>	<b>+108%</b>	<b>+4%</b>	<b>+75%</b>	<b>n/s</b>	<b>+272%</b>	<b>(65%)</b>	<b>(68%)</b>	<b>n/s</b>

**EBITDA y EBIT 2023 incluyen €-6m y €-7m por Relevo**

# Evolución 2023

# Principales Hitos 2023

✓ **Crecimiento en ingresos**

- Ingresos totales crecen +5,1% vs 2022
- Ingresos venta de ejemplares -3,9%, donde ingresos suscripciones digitales +28%, Crecimiento de suscriptores +21% hasta 138k
- Ingresos de publicidad +5,2% gracias al impulso de la publicidad local +6,4%
- Otros ingresos +16,0% impulsados por el crecimiento en Gastronomía (+17,3%) y en Agencias (+35,8%)

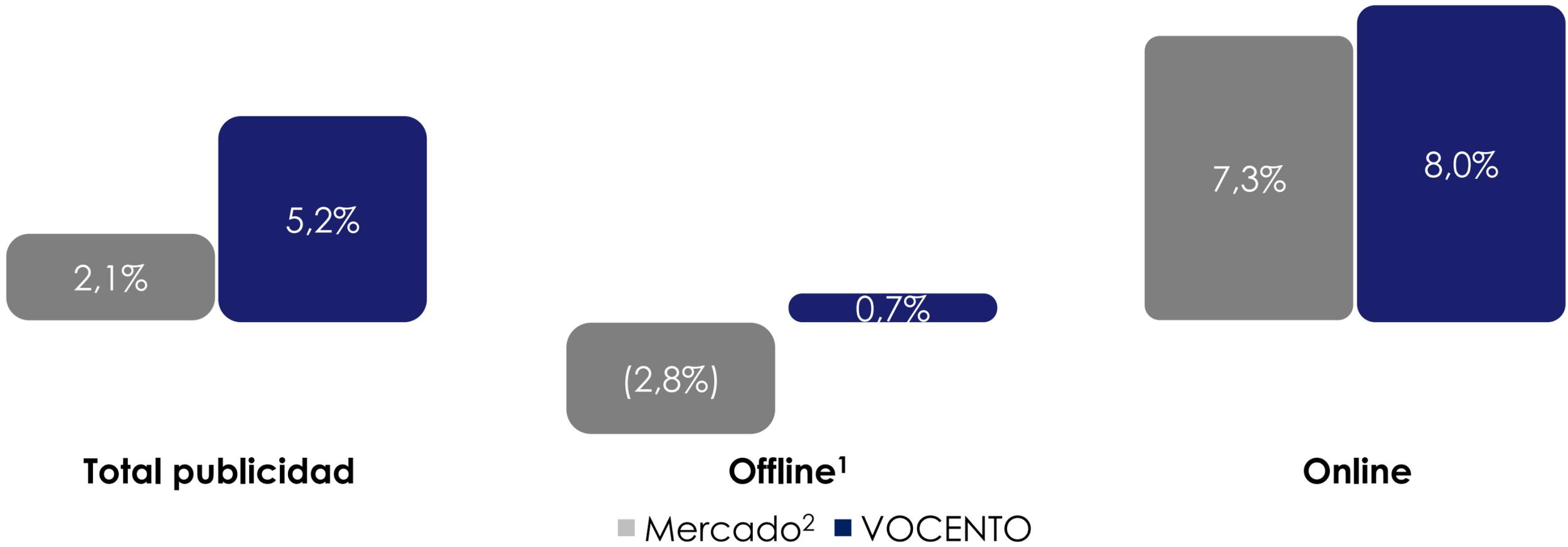
✓ **Mejora en EBITDA**

- EBITDA crece €34,5m +2,9% vs 2022
- Mejora del margen de lectores (€+1,5m) por fuerte crecimiento suscripciones digitales
- Incremento costes de personal +9,6% afectados por recuperación de la paga extra
- Resultado antes de impuestos estable

✓ **Generación de caja ordinaria y pago de dividendo**

- GCO<sup>1</sup> €1,7m, con 4T23 €18,1m gracias a estacionalidad del negocio
- DFN ex NIIF 2023 €15,1m
- Propuesta de dividendo €5,5m sobre resultado 2023

# Mejora cuota mercado publicitaria de VOCENTO

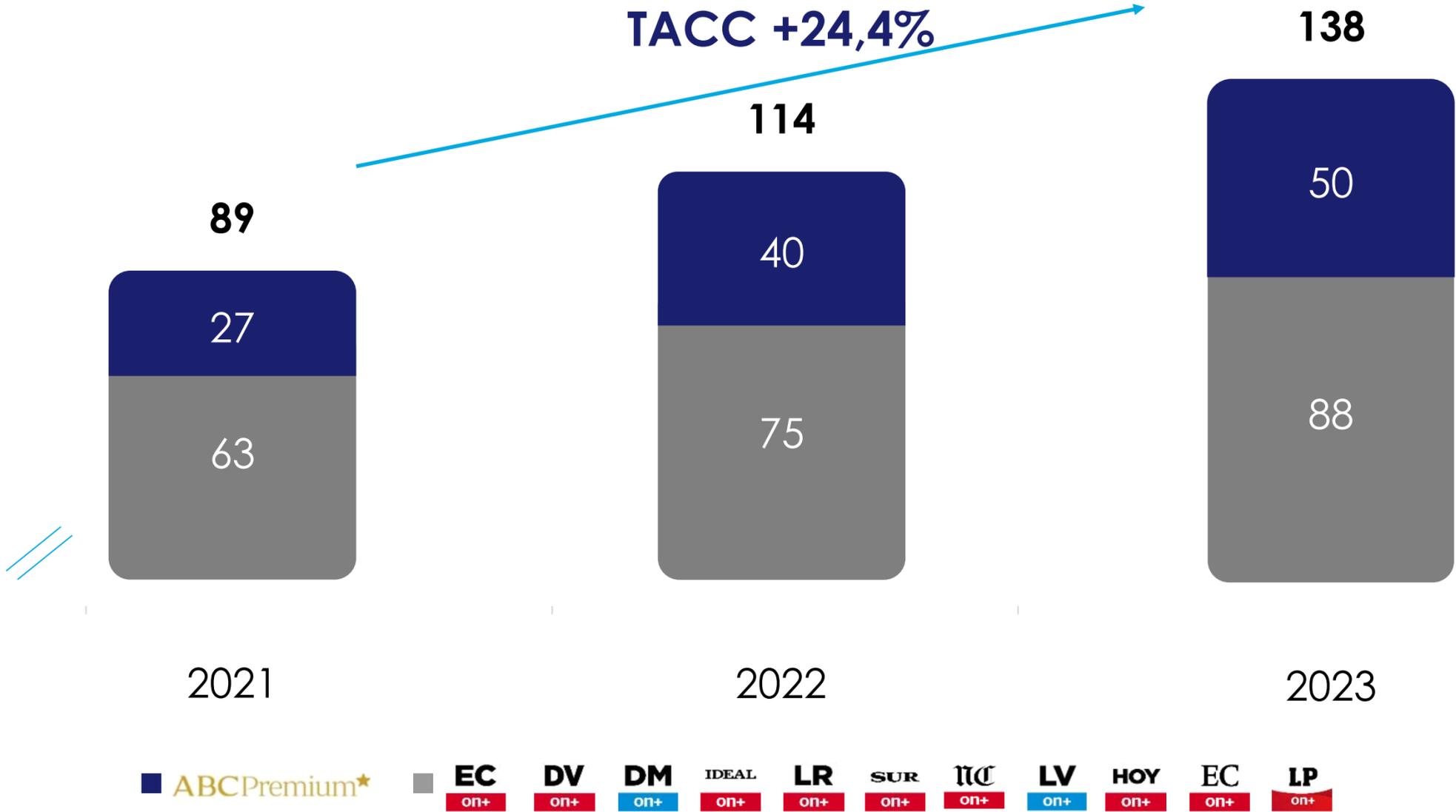


**Fortaleza publicidad local**  
**Publicidad digital nacional afectada por programática**

Nota 1: offline es el mercado de prensa y VOCENTO es ABC + Prensa Regional print. Nota 2: fuente de mercado i2p sin redes sociales ni buscadores.

# Crecimiento de las suscripciones digitales

## Suscriptores de pago (miles)



ARPU 2023 +3% pese mayor peso suscripciones anuales (crece +13 p.p vs 2022)

Mantienen objetivos 2026: >250k suscripciones digitales y margen digital > 'print'

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

# Relevo: liderazgo en RRSS se refleja en mejora tráfico web...

1,2m usuarios en RRSS , líder<sup>1</sup> en interacciones y videos vistos en TikTok gracias relevancia de sus contenidos

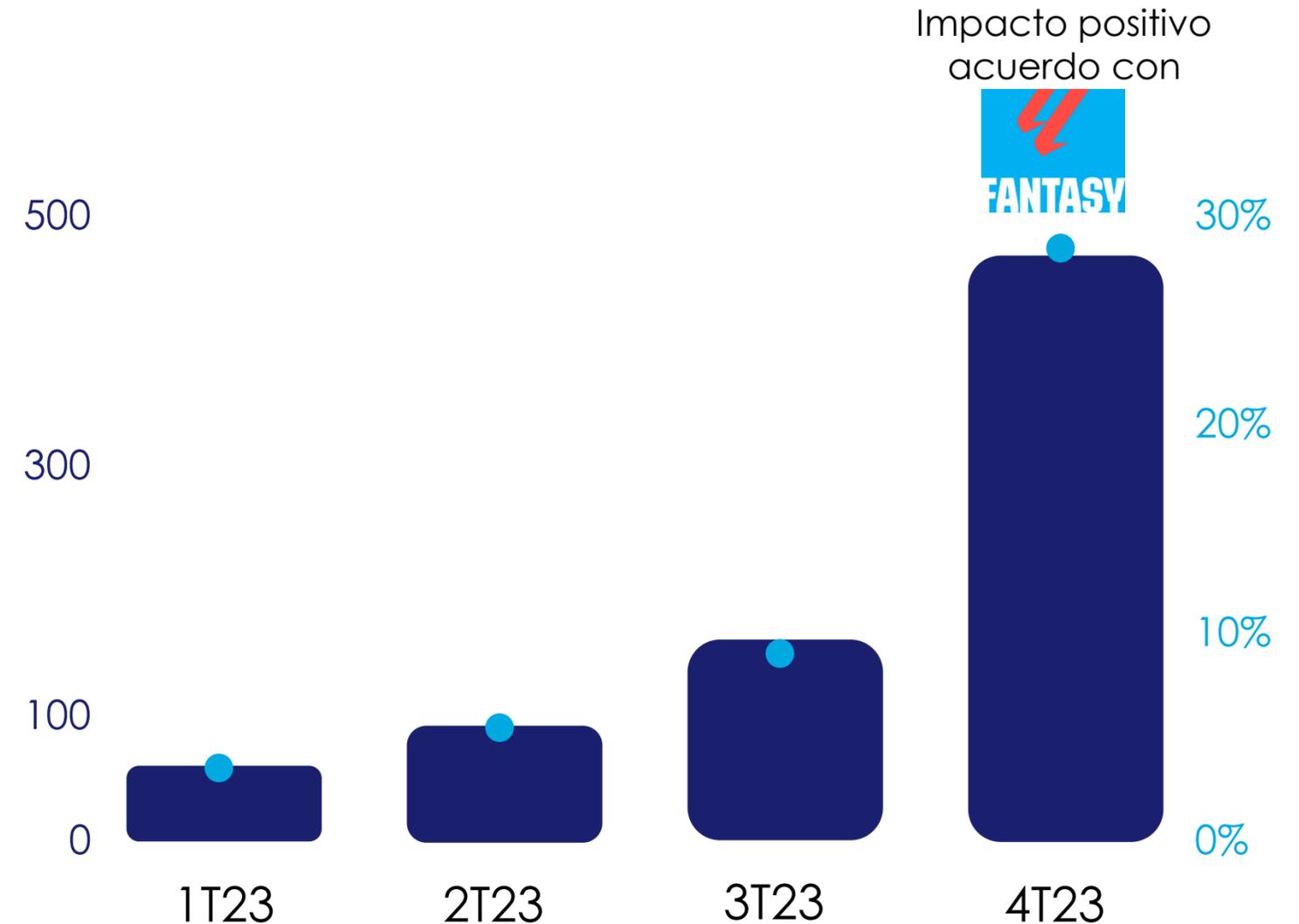
Crecimiento de la audiencia del site<sup>2</sup>



De los 1.000 posts más vistos sobre el tema que fueron publicados por los diarios deportivos españoles en TikTok, Twitter e Instagram, **RELEVO generó...**

**64%**  
de todos los videos vistos

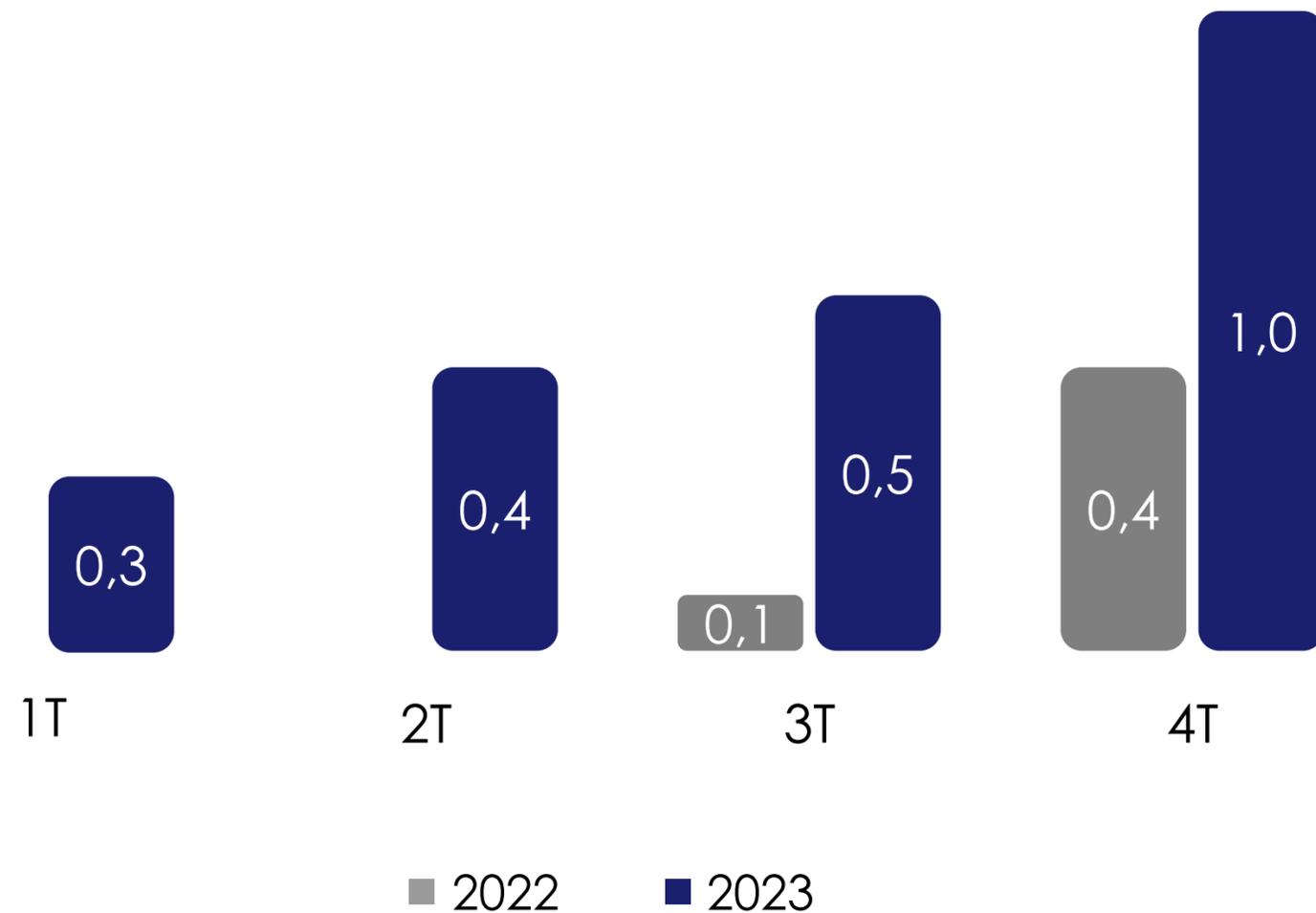
**79%**  
de todos los likes



Nota 1: comparativa vs 4 principales cabeceras deportivas en España. Dato de usuarios a dic23. Fuentes Rival IQ, TikTok, Instagram, Twitter, y Twitch.

Nota 2: fuente Gfk. Promedio de usuarios diarios miles

## Ingresos (€m)



## Ejes de crecimiento en 2024



Fidelización de la audiencia



Más audiencia trasladada a publicidad



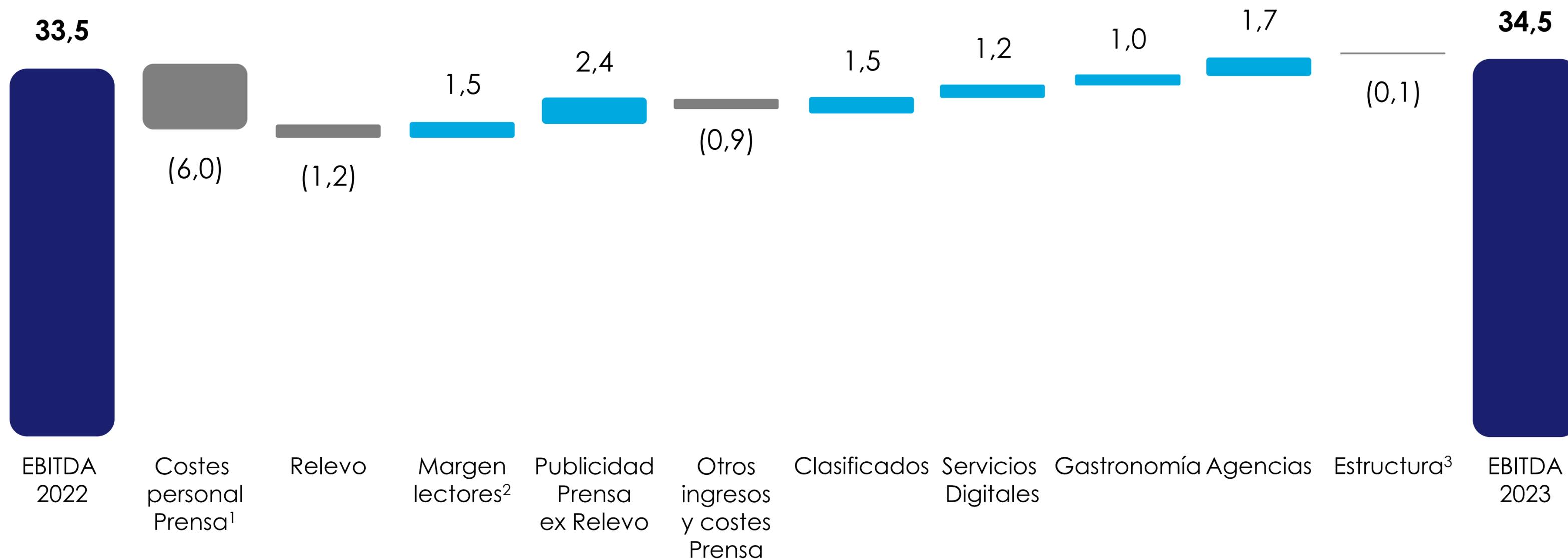
Potenciar los ingresos a través de:

- ✓ RRSS ('branded content')
- ✓ Display
- ✓ Otros ingresos (eventos y audiovisual)

# Crecimiento en el EBITDA

## EBITDA (€m)

€m datos en variación anual excepto EBITDA 2022 y 2023 valores absolutos



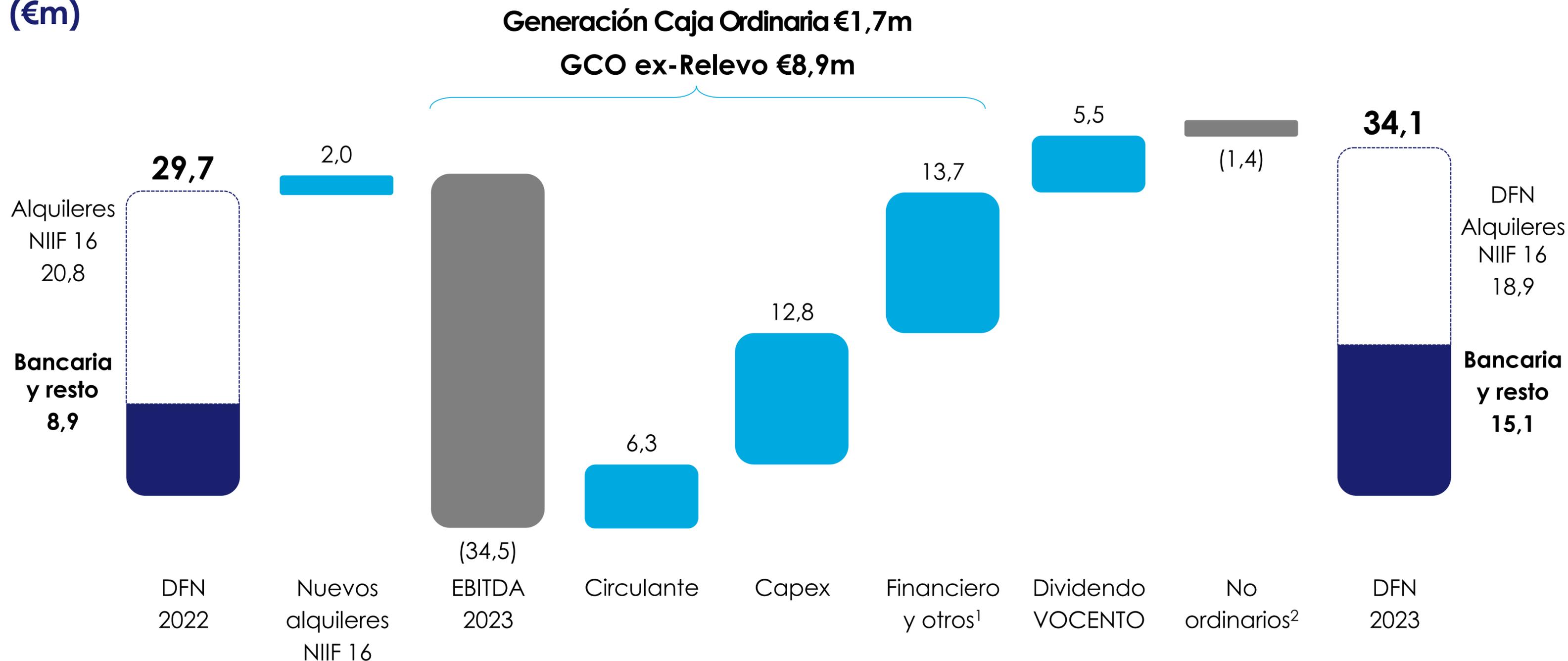
Nota: cifras redondeadas a unidad cientos de miles más cercana. Nota 1: datos sin Relevo. Incluye entre otras indemnizaciones (netas ahorros generados), o recuperación paga extra. Nota 2: suma ingr. venta ejemplares y suscrip. digitales menos costes necesarios para impresión, distribución y venta (i.e. marketing) de dichos ejemplares y suscripciones. Nota 3: incluye Audiovisual (var. €+0,6m).

## Cuenta de PyG (€m)

	2023	2022	Var %
<b>Ingresos</b>	<b>362,3</b>	<b>344,8</b>	<b>5,1%</b>
Gastos explotación sin amort. comparables	(327,8)	(311,3)	5,3%
<b>EBITDA</b>	<b>34,5</b>	<b>33,5</b>	<b>2,9%</b>
Amortizaciones y rdo enaj. inmov.	(20,9)	(19,2)	8,8%
<b>EBIT</b>	<b>13,6</b>	<b>14,3</b>	<b>(5,1%)</b>
Rdo. sociedades método participación	0,5	(0,7)	n.r.
Resultado financiero y otros	(3,2)	(1,9)	65,6%
Resultado neto enaj. activos no corrientes	1,6	1,1	46,0%
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>12,0</b>	<b>12,3</b>	<b>(2,2%)</b>
Impuesto sobre sociedades	(3,3)	(4,0)	(17,8%)
BDI activos en venta/operaciones en discontinuación	0,0	9,1	(100,0%)
Accionistas minoritarios	(4,8)	(4,6)	3,7%
<b>Resultado atribuible sociedad dominante</b>	<b>4,0</b>	<b>12,9</b>	<b>(68,9%)</b>

# Generación de caja ordinaria positiva

## Movimientos de DFN (€m)



Nota: cifras redondeadas a la ud. de cientos miles más cercana. Nota 1: inc. gastos financieros netos (€4,0m), dividendos a minoritarios (€3,9m), impuestos (€1,4m) y otros (e.g. ingresos anticipados).

Nota 2: incluye entrada de caja por venta de inmuebles, precio aplazado de la venta de NET TV y Veralia Distribución, y desinversión en Gelt, y desembolso por compra de &Rosàs.

# ASG: VOCENTO líder en el sector de medios de comunicación

VOCENTO



VOCENTO obtiene un 'score' de 28 con un percentil de **81/100** equivalente al top19 sobre 100 en la categoría 'PUB Media, Movies & Entertainment'



VOCENTO obtiene un 'score' de 5,04 con un percentil **99/100** equivalente al top 1 sobre 100 en la categoría 'Advertising and Media Content'

IBEX GENDER EQUALITY INDEX

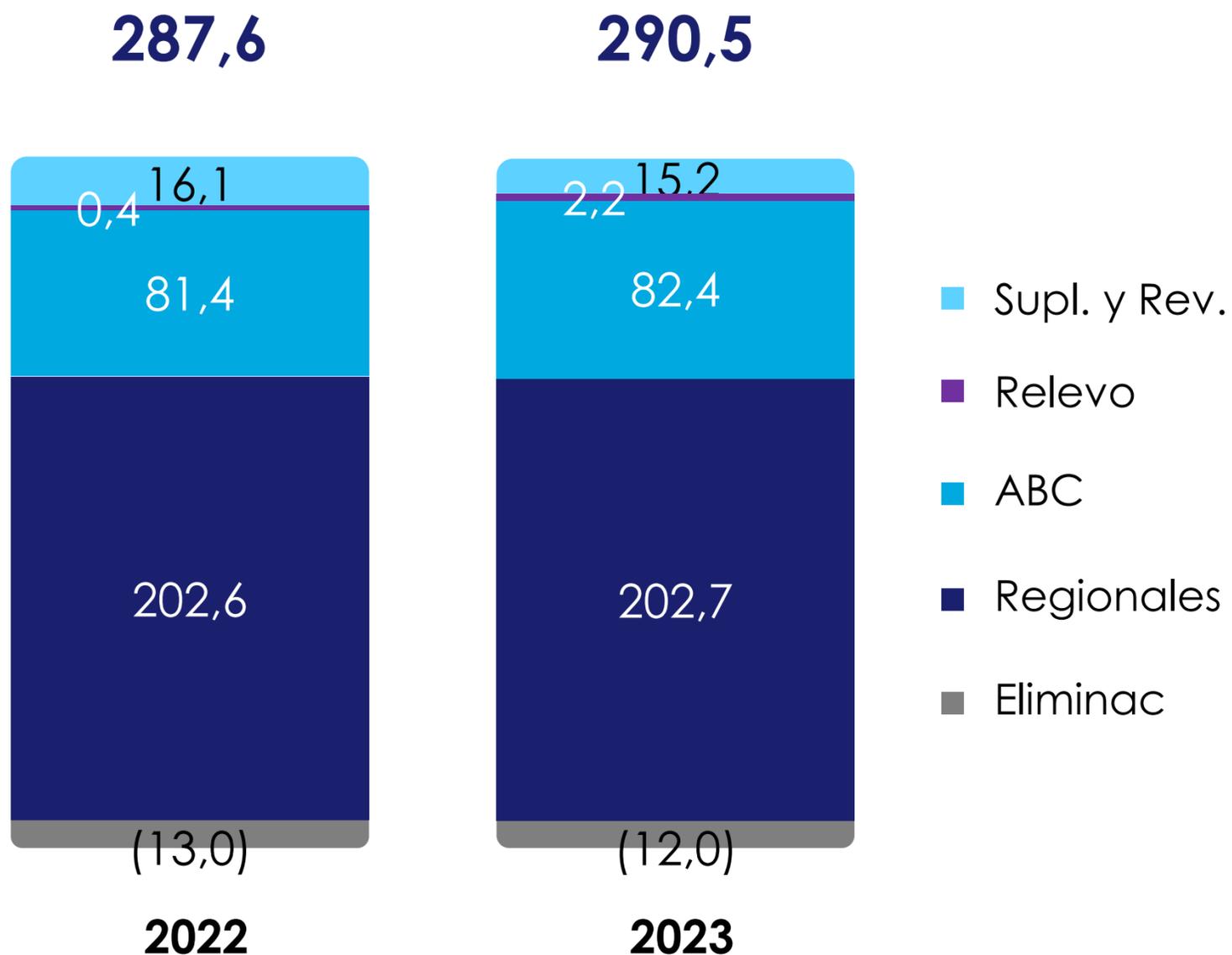


VOCENTO entre 53 empresas españolas cotizadas en el IBEX Gender Equality Index gracias al cumplimiento de los umbrales de mujeres en el Consejo y en la alta dirección<sup>1</sup>

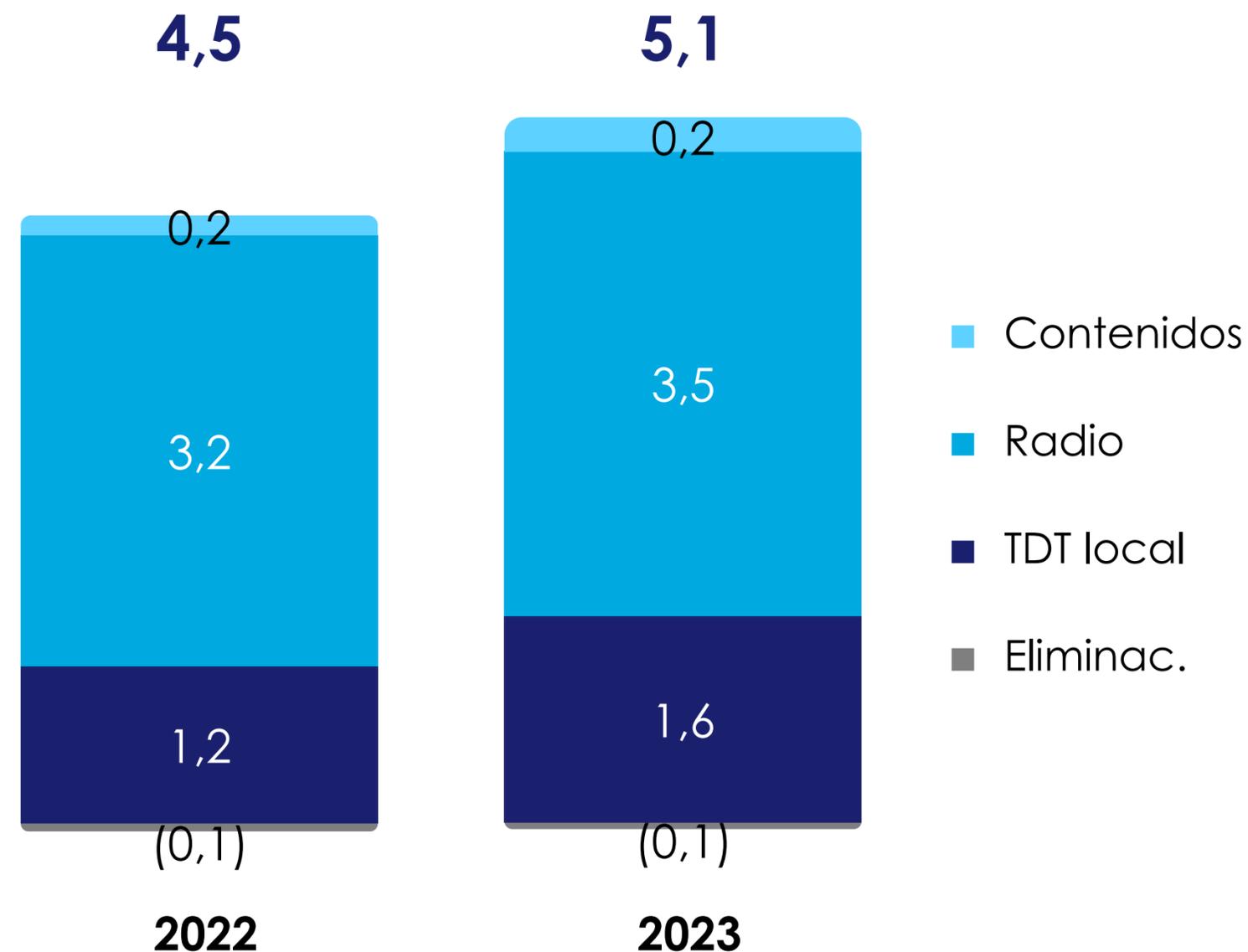
Nota 1: exigencia (25% - 75%) mujeres en su Consejo de Administración y (15% - 85%) de mujeres en la alta dirección.

# Anexos

## Periódicos (€m)

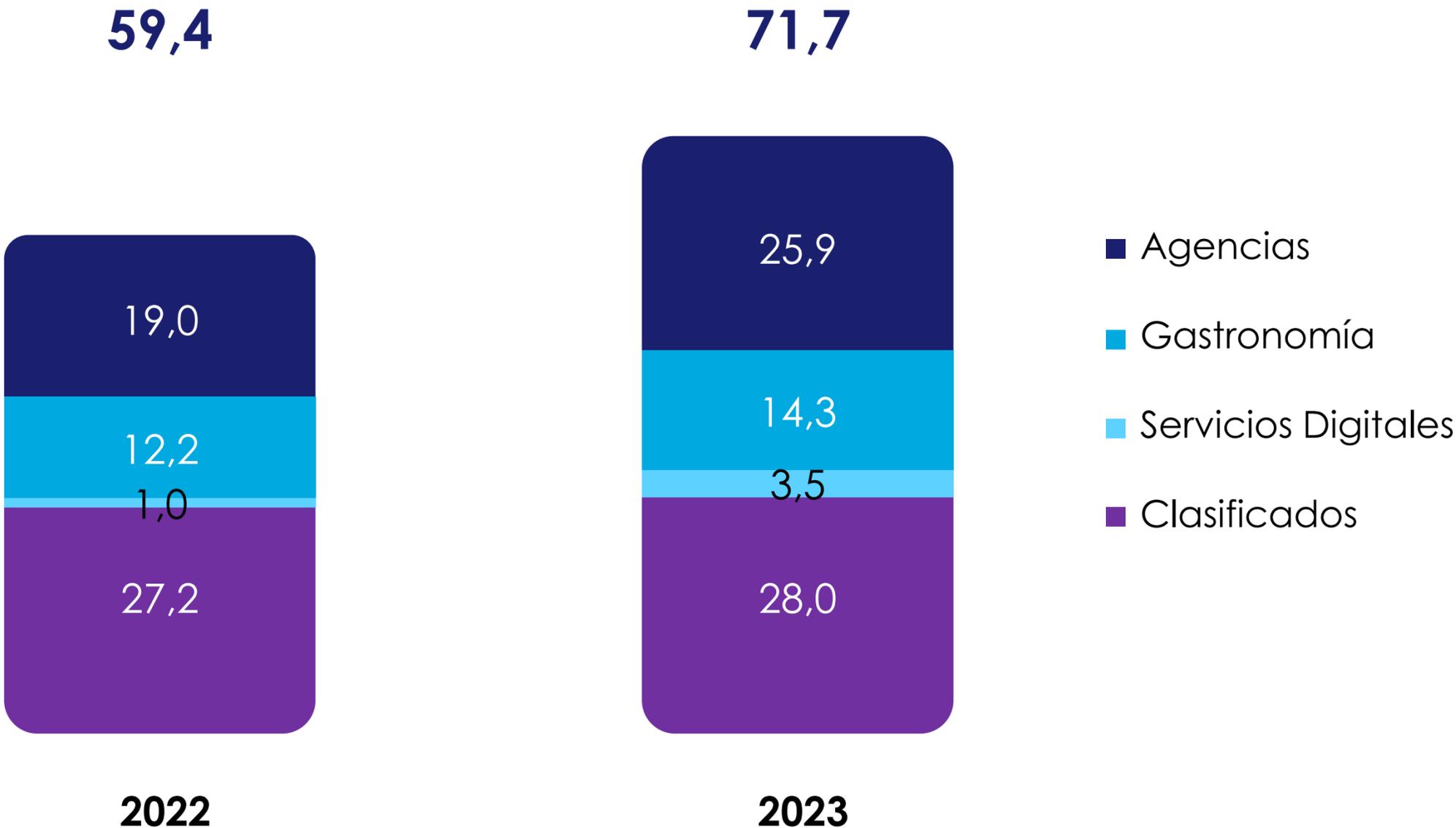


## Audiovisual (€m)



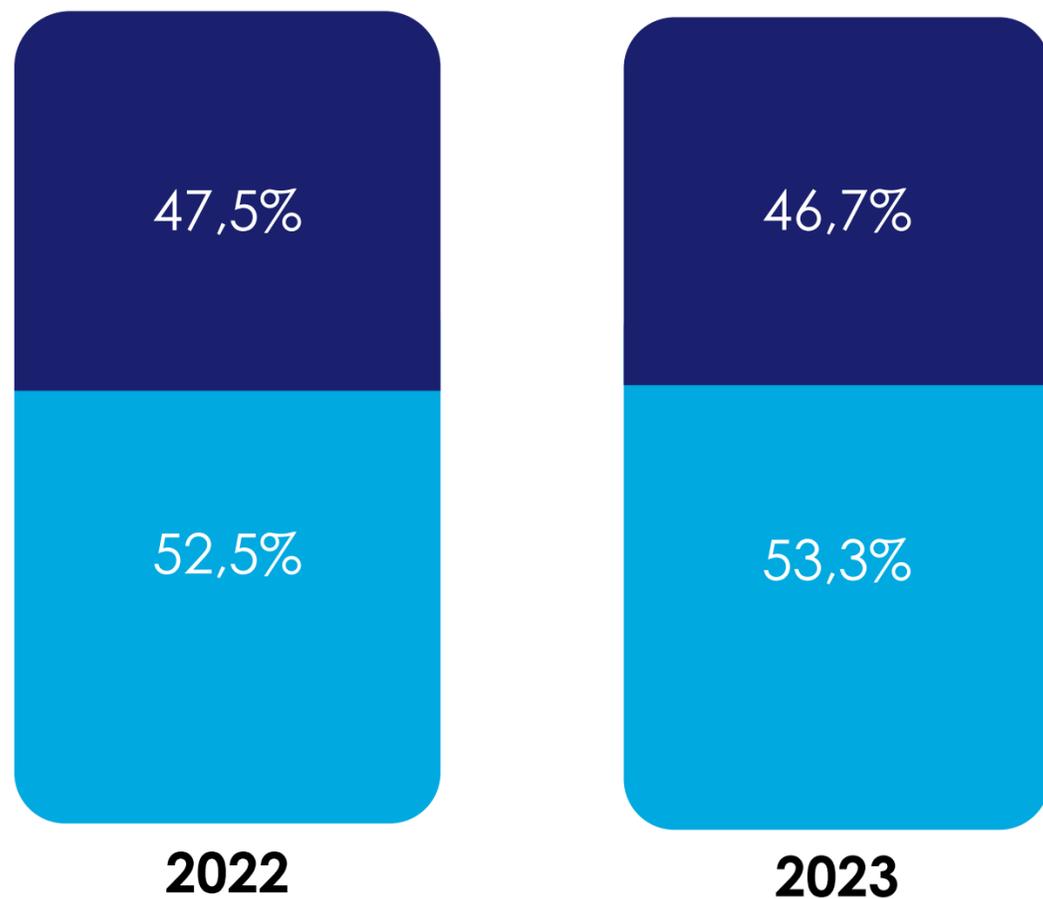
Datos redondeados a la unidad de cientos de miles más cercana.

## Negocios de Diversificación (€m)



Datos redondeados a la unidad de cientos de miles más cercana.

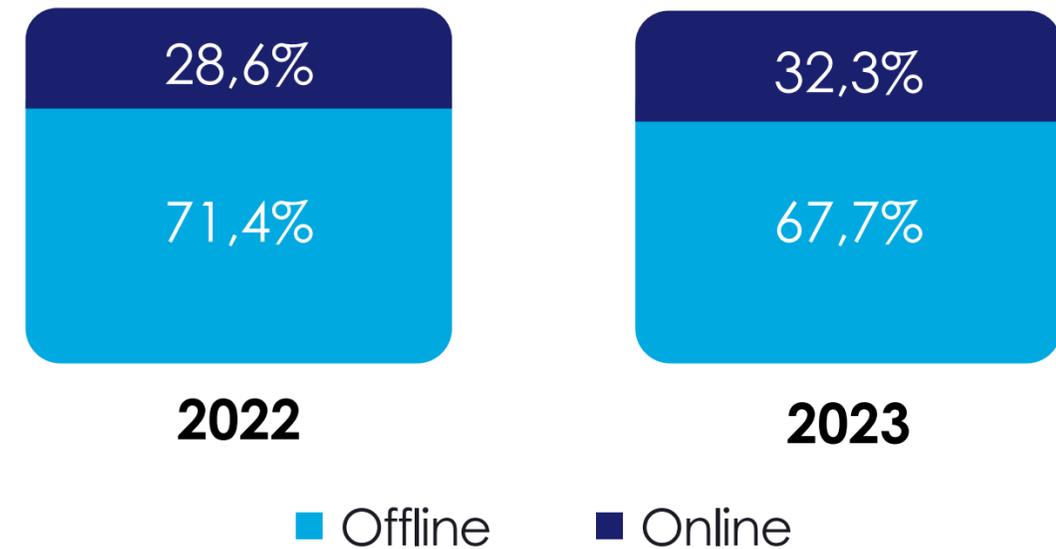
## Publicidad nacional vs local<sup>1</sup> (%)



■ Total Local ■ Total Nacional

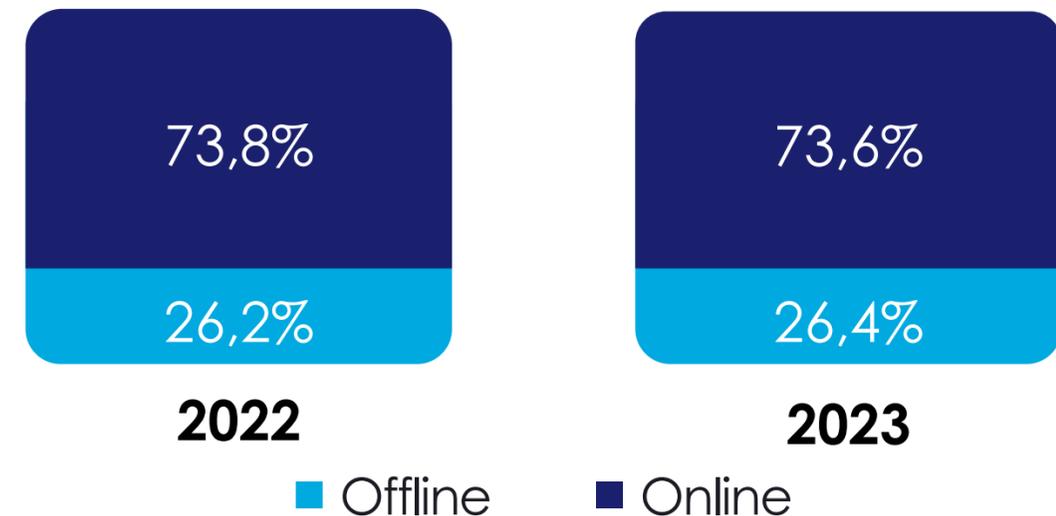
Local	+6,4%
Nacional	+3,0%
<b>Total<sup>1</sup></b>	<b>+4,8%</b>

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



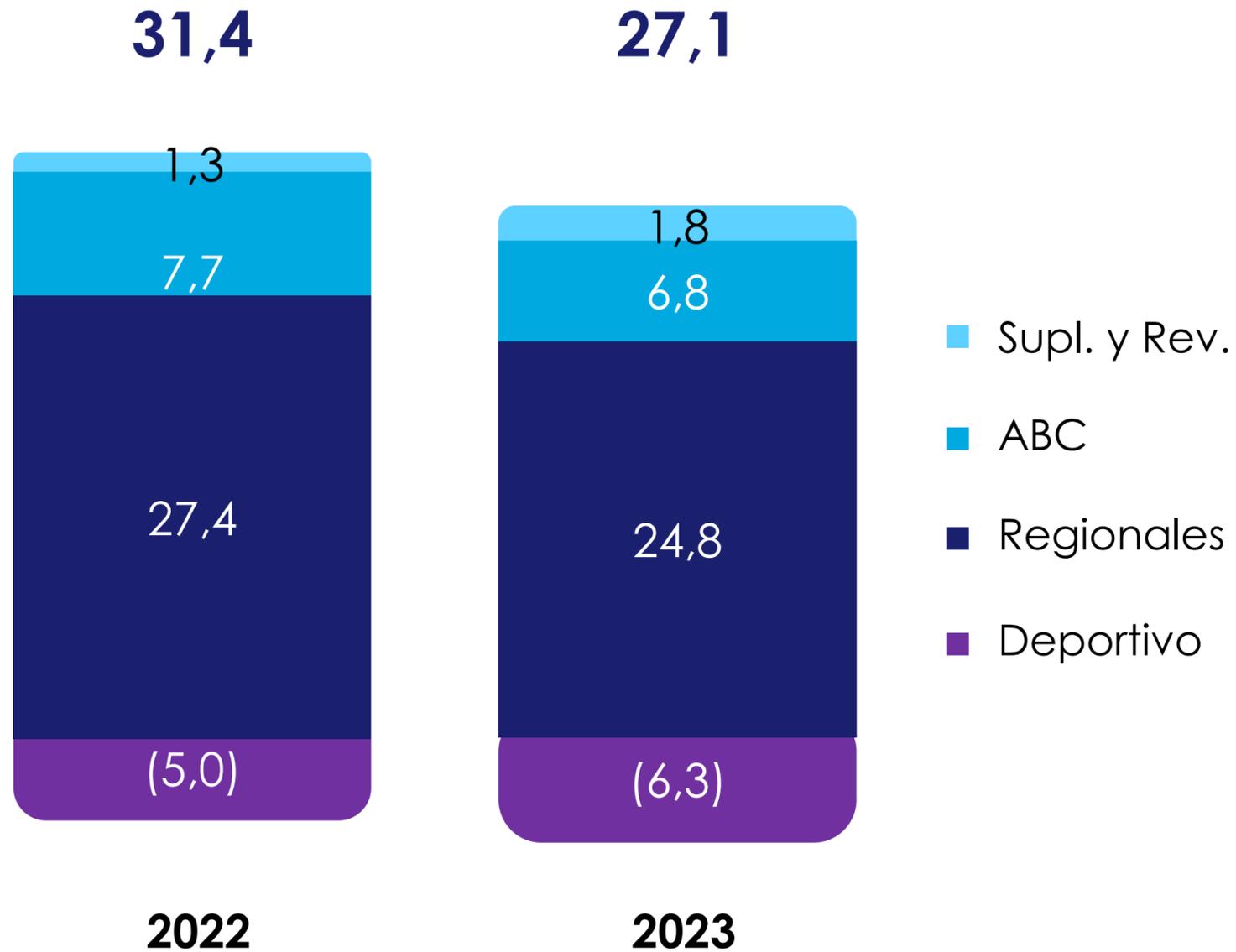
■ Offline ■ Online

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

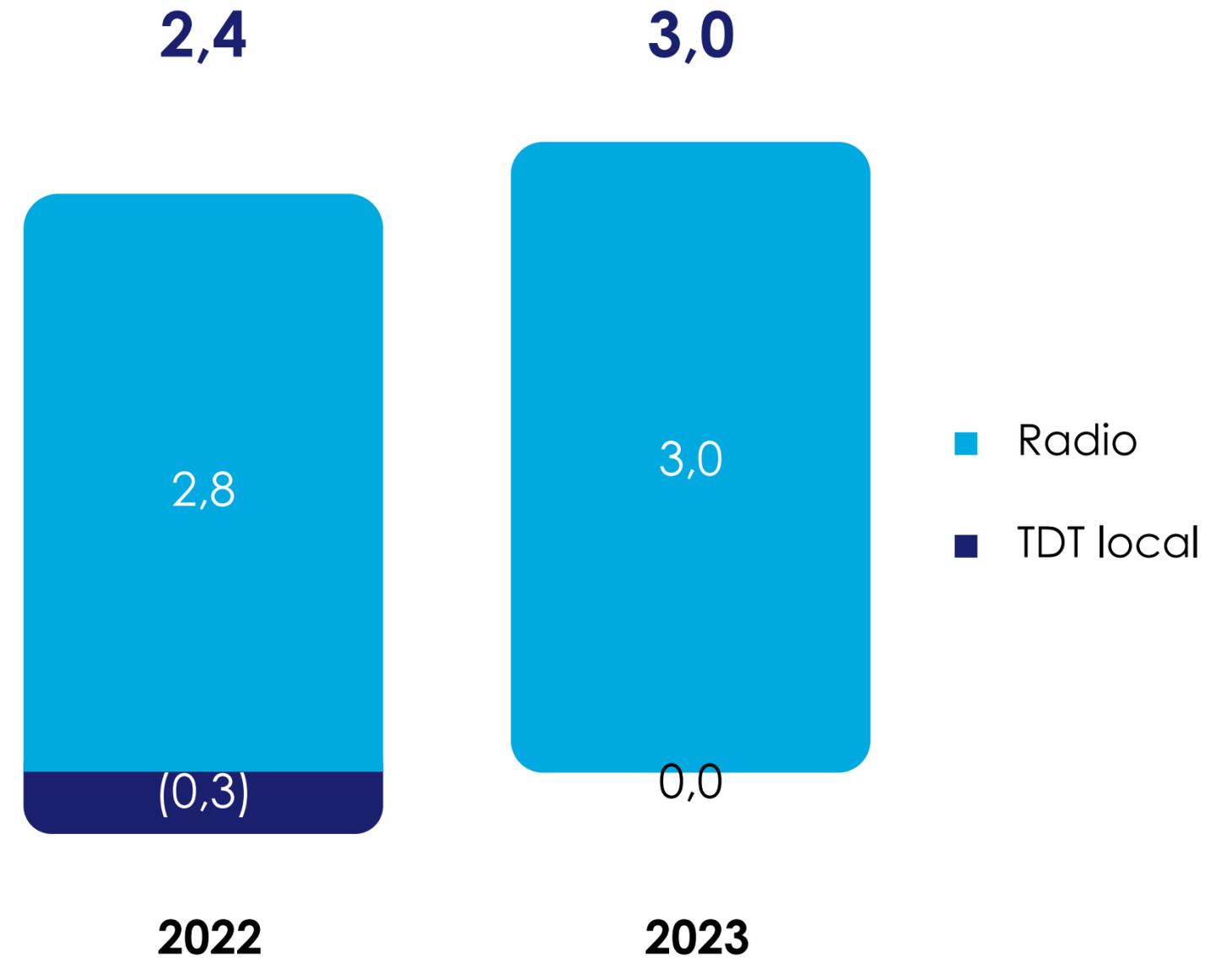


■ Offline ■ Online

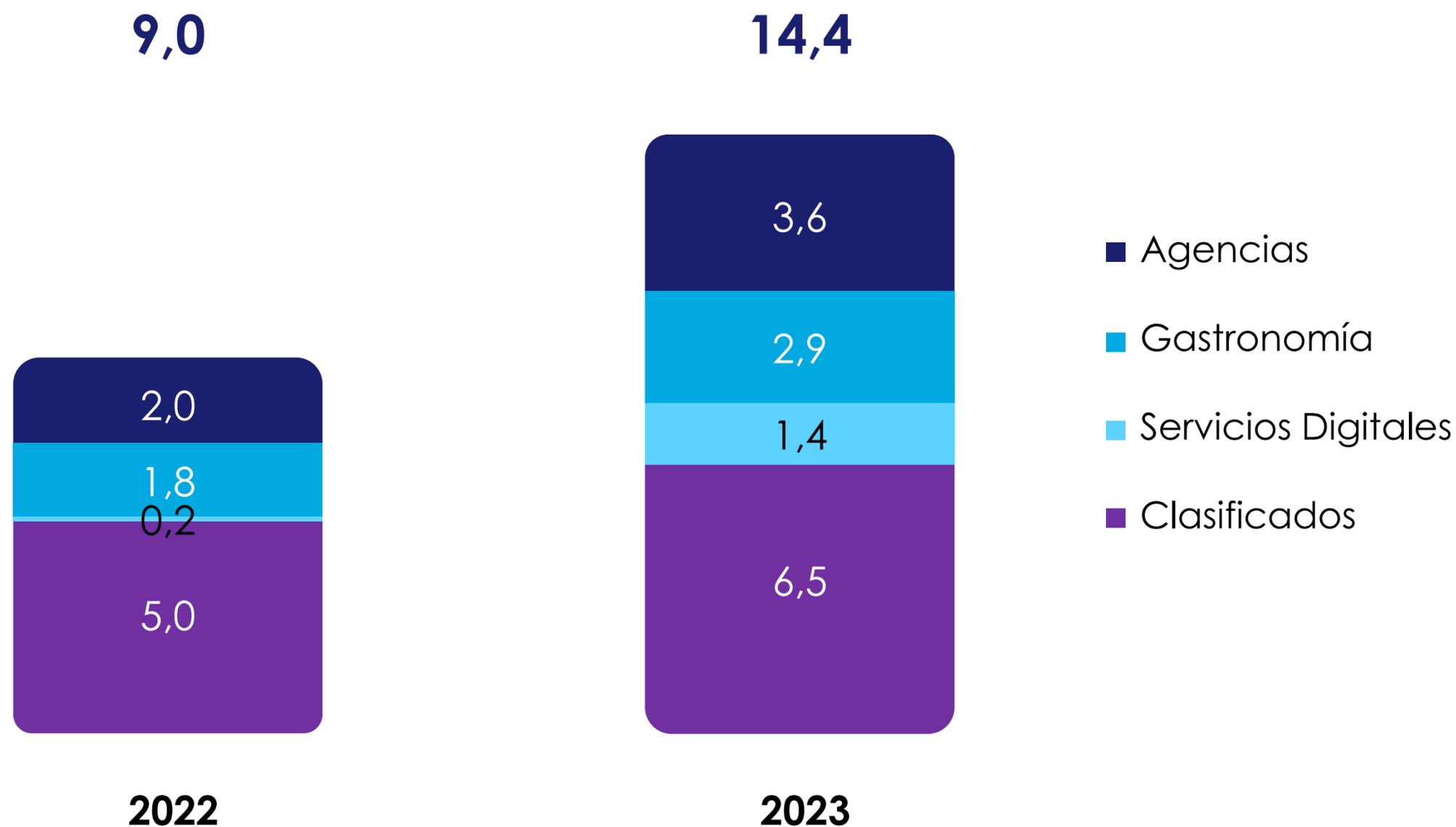
## Periódicos (€m)



## Audiovisual (€m)

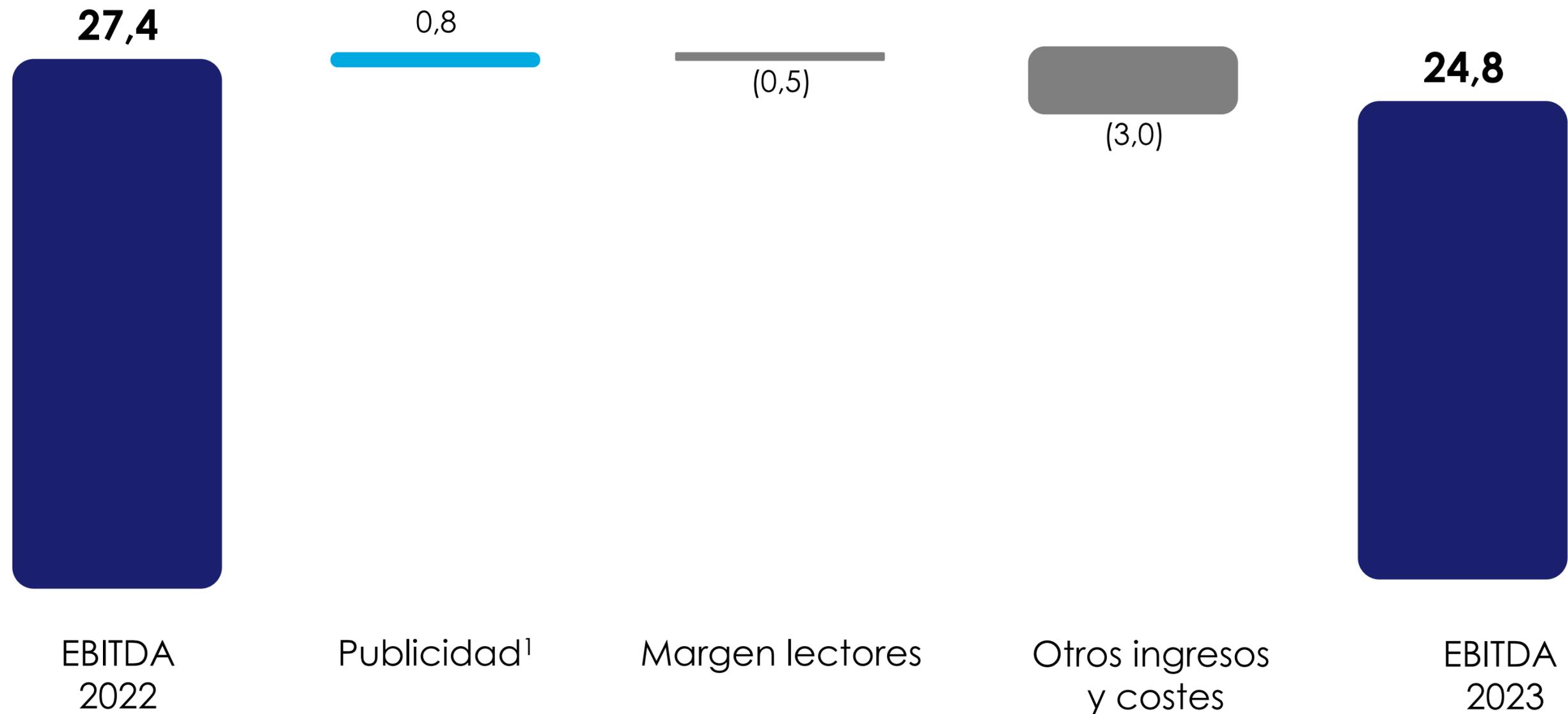


## Negocios de Diversificación (€m)



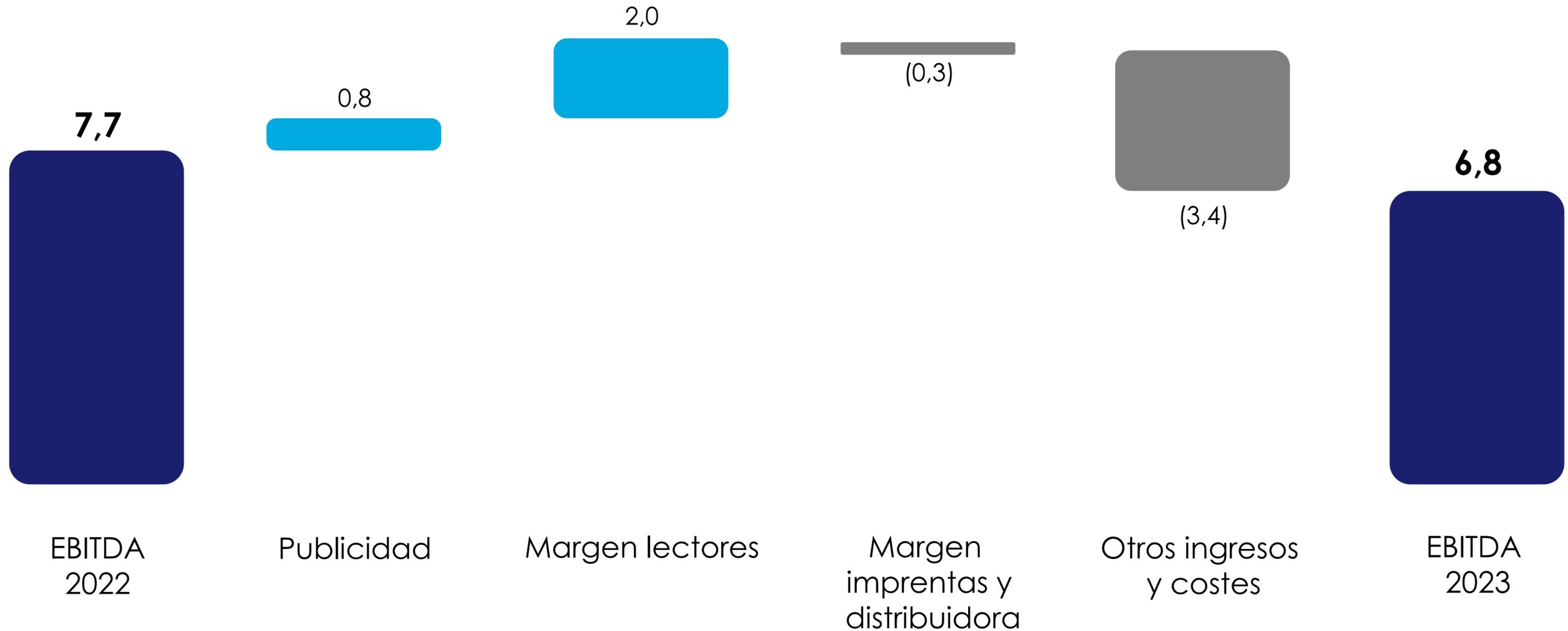
# EBITDA Regionales

€m datos en variación anual excepto EBITDA 2022 y 2023 valores absolutos



Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana. Nota 1: actividad editora y digital. No incluye ni comercializadoras locales ni otras participadas.

€m datos en variación anual excepto EBITDA 2022 y 2023 valores absolutos



# Balance consolidado

Datos en €m

	2023	2022
Activos no corrientes	298,4	307,9
Activos corrientes	137,5	120,8
Activos mantenidos para la venta	1,3	1,4
<b>Total activo</b>	<b>437,1</b>	<b>430,1</b>
Patrimonio neto	266,8	268,1
Deuda financiera	59,0	45,6
Otros pasivos no corrientes	24,0	23,4
Otros pasivos corrientes	87,4	93,0
<b>Total pasivo + patrimonio neto</b>	<b>437,1</b>	<b>430,1</b>
Deuda financiera neta	34,1	29,7
<b>Deuda financiera neta ex NIIF 16</b>	<b>15,1</b>	<b>8,9</b>

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de cientos de miles más cercana.

# Variación posición financiera neta

Datos en €m

	2023	2022
EBITDA	34,5	33,5
Variación de circulante	(6,3)	(8,6)
Capex	(12,8)	(11,8)
Otras partidas <sup>1</sup>	(6,1)	(4,8)
<b>Cash flow proveniente de actividades recurrentes</b>	<b>9,3</b>	<b>8,3</b>
Dividendos e intereses cobrados	0,4	0,6
Dividendos e intereses pagados <sup>2</sup>	(8,0)	(4,4)
<b>Total cash flow recurrente</b>	<b>1,7</b>	<b>4,5</b>
Suma de partidas no recurrentes con impacto en el cash flow <sup>3</sup>	1,4	(2,7)
Dividendo VOC	(5,5)	(5,4)
Efecto NIIF 16	(2,0)	(3,1)
<b>Cambio en PFN</b>	<b>(4,4)</b>	<b>(6,7)</b>
<b>PFN</b>	<b>(34,1)</b>	<b>(29,7)</b>

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana. Nota 1: incluye impuesto sobre las ganancias pagadas, pago por retenciones intereses y otros.

Nota 2: dividendo a filiales con minoritarios y pagos por intereses. Nota 3: incluye entre otros las entradas y salidas de caja por inversiones y desinversiones.

Este documento y la información contenida en el mismo han sido preparados por Vocento, S.A. en relación, exclusivamente, con los resultados financieros consolidados de Vocento, S.A.. Han sido preparados y se presentan de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (International Financial Reporting Standards, IFRS o “NIIF”).

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

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

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

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

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

# VOCENTO

ABC

EL CORREO

EL DIARIO VASCO

EL DIARIO MONTAÑÉS

LA VERDAD

IDEAL

HOY

SUR

LA RIOJA

El Norte de Castilla

EL COMERCIO

LAS PROVINCIAS

LA VOZ DE CÁDIZ

BURGOScónecta

leonoticias

SALAMANCAHÓY

TODOAlicante

RELEVO

XISemanal

MUJER HOY

K+ KIOSKO Y MAS

COLPISA

Oferplan

cmvocento

WEMASS  
MEDIA AUDIENCE SAFE SOLUTION

premium leads

t a n g o °

pro. agency

&ROSÁS

YE FOW BRICK ROAD

MELE

pisos .com

SUD

madrid fusión #alimentos despaña

Bogotá madrid fusión

SAN SEBASTIAN gastronomika EUSKADI BASQUE COUNTRY

encuentro DE LOS mares

WORLDcANIC

FEMINAS

TE RR AE

grup gsr

MATEO WE COOK BRANDS mateoandco.es

MAC madrid culinary campus COMILLAS vocento

WOMEN NOW

TURIUM

welife\* A new way of living

ldk LOCAL DIGITAL KIT

ANTROPIA

comeco integra

Autocasión Auto Scout24

uno Auto renting coches Motocasión

Empowered by SUMAUTO

# vocento

Comunicación innovadora  
para *inconformistas*

# **vocento**

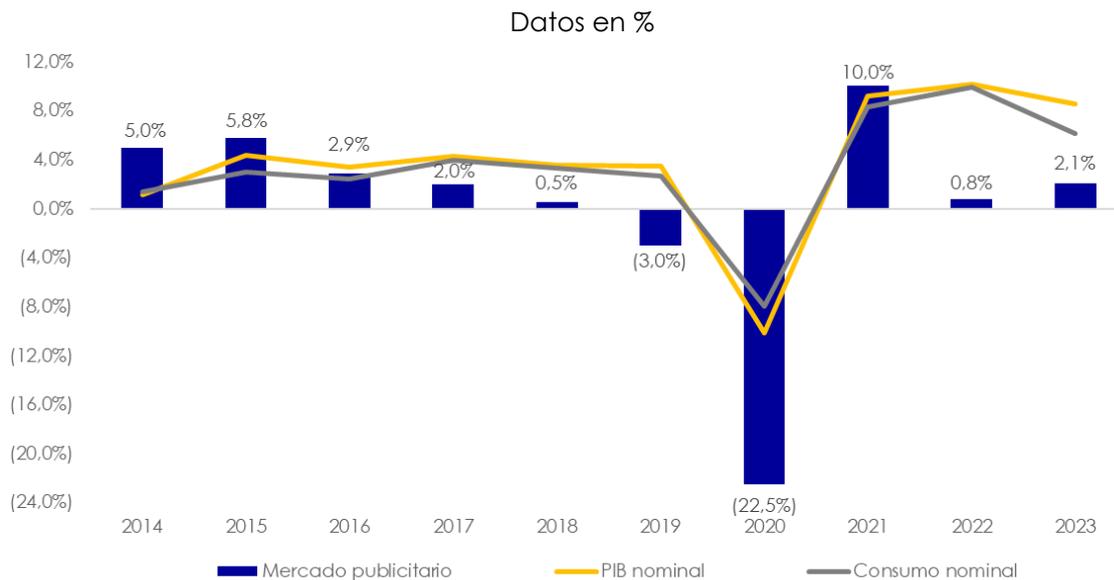
## **Resultados enero-diciembre 2023**

27 DE FEBRERO DE 2024

## INTRODUCCIÓN: VOCENTO ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO Y PUBLICITARIO

La persistencia de la alta inflación, y en menor medida el crecimiento real de la economía, implican que la economía española crece a tasas nominales cercanas al doble dígito, nivel similar al de los dos años anteriores. Sin embargo, este elevado crecimiento nominal sigue sin tener reflejo en el mercado publicitario<sup>1</sup> que solo consigue crecer al 2,1%. Las razones de esta divergencia obedecen principalmente al creciente peso dentro de la inversión de los anunciantes hacia soportes como las redes sociales u otros emergentes (p.e. las plataformas de e-commerce ('retail media')).

### Evolución de la economía española y del mercado publicitario



Fuente: i2p e INE. Nota: mercado publicitario es ex redes sociales y buscadores.

Las perspectivas para 2024 son de un menor crecimiento económico, debido especialmente al efecto de una política fiscal menos expansiva y a un menor aumento del gasto público.

Así, según el panel Funcas el PIB (en términos deflactados de precios) crecería un +1,6% en 2024 en comparación con un +2,4% en 2023. Se espera una evolución de menos a más en el año con un crecimiento durante el primer trimestre del +0,3% para finalizar con un avance del +0,5% en el último.

En cuanto al mercado publicitario, la última previsión de i2p es de un crecimiento del +3,6%.

<sup>1</sup> Excluye redes sociales y buscadores.

## ESTRUCTURA DEL GRUPO VOCENTO

VOCENTO es un grupo multimedia, cuya sociedad cabecera es VOCENTO, S.A., dedicado a las diferentes áreas que configuran la actividad en medios de comunicación y con una creciente diversificación en negocios conexos.

Se organiza de la forma reflejada en el siguiente cuadro.

PERIÓDICOS (print y digital)				
REGIONALES		ABC	DEPORTIVO	REVISTAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>El Correo</li> <li>La Verdad</li> <li>El Diario Vasco</li> <li>El Norte de Castilla</li> <li>El Diario Montañés</li> <li>Ideal</li> <li>Sur</li> <li>Las Provincias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Comercio</li> <li>Hoy</li> <li>La Rioja</li> <li>Imprentas locales</li> <li>Distribución local (Beralán)</li> <li>Agencia de noticias (Colpisa)</li> <li>Comercializadoras locales</li> <li>Otras participadas (Donosti Cup, Innevento)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ABC</li> <li>Imprenta nacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relevo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>XL Semanal</li> <li>Mujer Hoy</li> <li>Women Now</li> <li>Turium</li> <li>Welfare</li> </ul>
AUDIOVISUAL	CLASIFICADOS	SERVICIOS DIGITALES	GASTRONOMÍA	AGENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Licencias de radio analógica</li> <li>Licencias de radio digital</li> <li>Licencias de TDT local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pisos.com</li> <li>Sumauto</li> <li>Premium Leads</li> <li>Contact Center Interactiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Local Digital Kit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Madrid Fusión</li> <li>San Sebastián Gastronomika</li> <li>Foros verticales</li> <li>7 Caníbales</li> <li>Mateo &amp; Co</li> <li>GSR</li> <li>MACC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tango</li> <li>Pro Agency</li> <li>&amp;Rosàs Agency</li> <li>Yellow Brick Road</li> <li>Antrópico</li> <li>Melé</li> <li>Shows on Demand</li> </ul>

Nota: Negocios de Diversificación en trama azul clara. En 2022 se incluían Servicios digitales dentro de Clasificados.

### NOTA IMPORTANTE

Para facilitar el análisis de la información y poder apreciar la evolución orgánica de la Compañía, a lo largo del informe siempre se explica cuando los gastos de explotación, el EBITDA, el resultado neto o la deuda financiera están afectados por diferentes impactos no recurrentes o extraordinarios. El detalle de dichas medidas de ajuste está disponible en el Anexo I: Medidas Alternativas del Rendimiento al final del documento.

Como norma general y como es habitual, en este informe se analiza la información de 2023 en comparación a la del mismo periodo del pasado año.

**Aspectos destacables en la evolución de los negocios 2023****Crecimiento de los ingresos por digital y diversificación****Cumplimiento del objetivo de EBITDA 2023****Generación de caja ordinaria positiva y pago de dividendo 2024****Objetivo de incremento en doble dígito del EBITDA en 2024****▪ Fuerte crecimiento de ingresos, por digital y diversificación**

- i. Crecimiento de ingresos totales del +5,1% frente a 2022 gracias a los negocios digitales y de diversificación que aumentan un +14,4% y suponen ya un 46% del total.
- ii. Ingresos por venta de ejemplares -3,9%, donde los derivados de suscripciones digitales crecen un +28%. Incremento de la base de suscriptores del +21% hasta 138 miles.
- iii. Ingresos de publicidad suben un +5,2% gracias al impulso de la publicidad local (+6,4%).
- iv. Otros ingresos mejoran un +16,0% ayudados por Gastronomía (+17,3%) y Agencias (+35,8%).

**▪ Cumplimiento objetivo EBITDA 2023 pese al difícil arranque de año**

- i. El EBITDA de 34.515 miles de euros mejora 2022 en +972 miles de euros y supone cumplir el objetivo de crecimiento del mismo a perímetro constante (ex &Rosàs).
- ii. El EBITDA de los Negocios de Diversificación representa el 32,3% del EBITDA ex Estructura (en línea con objetivo 2023E) y aumenta un +50% año sobre año a perímetro constante.
- iii. Mejora del margen de lectores en +1.507 miles de euros por el fuerte impulso de las suscripciones digitales.
- iv. Incremento de costes de personal +9,6% debido, en parte, a la recuperación de la paga extra.
- v. Resultado antes de impuestos de 12.048 miles de euros, estable vs 2022.

**▪ Generación de caja ordinaria positiva**

- i. GCO de € 1.714m, afectada por Relevo (GCO ex Relevo 8.877 miles de euros). La estacionalidad del negocio permitió generar 18.082 miles en 4T23.
- ii. Deuda financiera neta ex NIIF16 de 15.149 miles de euros; se incrementa en +6.258 miles de euros como consecuencia, entre otros, del pago del dividendo en 2023 (5.500 miles de euros).
- iii. Propuesta del pago de dividendo de 5.500 miles en 2024.

**▪ Objetivos 2024: mayor crecimiento del EBITDA**

- i. Acelerar a doble dígito el crecimiento en EBITDA 2024 gracias a los Negocios de Diversificación.
- ii. Aumento del peso de los Negocios de Diversificación hasta el 36% del EBITDA ex-estructura.
- iii. Mejora del peso de digital sobre el total del margen de lectores en +6 p.p.
- iv. Generación de caja ordinaria positiva y reducción de deuda neta.

## Principales datos financieros

### A.- Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
Ventas de ejemplares	102.252	106.414	(4.162)	(3,9%)
Ventas de publicidad	160.462	152.526	7.936	5,2%
Otros ingresos	99.636	85.886	13.750	16,0%
<b>Ingresos</b>	<b>362.350</b>	<b>344.827</b>	<b>17.523</b>	<b>5,1%</b>
Personal	(166.603)	(151.993)	(14.610)	(9,6%)
Aprovisionamientos	(27.151)	(29.443)	2.293	7,8%
Servicios exteriores	(133.006)	(129.410)	(3.596)	(2,8%)
Provisiones	(1.075)	(437)	(638)	n.r.
Gastos de explotación sin amortizaciones	(327.835)	(311.284)	(16.551)	(5,3%)
<b>EBITDA</b>	<b>34.515</b>	<b>33.543</b>	<b>972</b>	<b>2,9%</b>
Amortizaciones	(25.087)	(22.677)	(2.410)	(10,6%)
Resultado por enajenación de inmovilizado	4.191	3.478	713	20,5%
<b>EBIT</b>	<b>13.619</b>	<b>14.344</b>	<b>(725)</b>	<b>(5,1%)</b>
Deterioro de fondo de comercio	(505)	(500)	(5)	(1,1%)
Resultado sociedades método de participación	523	(699)	1.222	n.r.
Resultado financiero y otros	(3.217)	(1.942)	(1.274)	(65,6%)
Resultado neto enaj. activos no corrientes	1.629	1.116	513	46,0%
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>12.048</b>	<b>12.318</b>	<b>(270)</b>	<b>(2,2%)</b>
Impuesto sobre sociedades	(3.253)	(3.955)	703	17,8%
<b>Beneficio después de impuestos</b>	<b>8.796</b>	<b>8.363</b>	<b>433</b>	<b>5,2%</b>
BDI activos en venta/operaciones en discontinuación	0	9.136	(9.136)	(100,0%)
<b>Resultado neto antes de minoritarios</b>	<b>8.796</b>	<b>17.498</b>	<b>(8.703)</b>	<b>(49,7%)</b>
Accionistas minoritarios	(4.784)	(4.613)	(172)	(3,7%)
<b>Resultado atribuible sociedad dominante</b>	<b>4.011</b>	<b>12.886</b>	<b>(8.874)</b>	<b>(68,9%)</b>

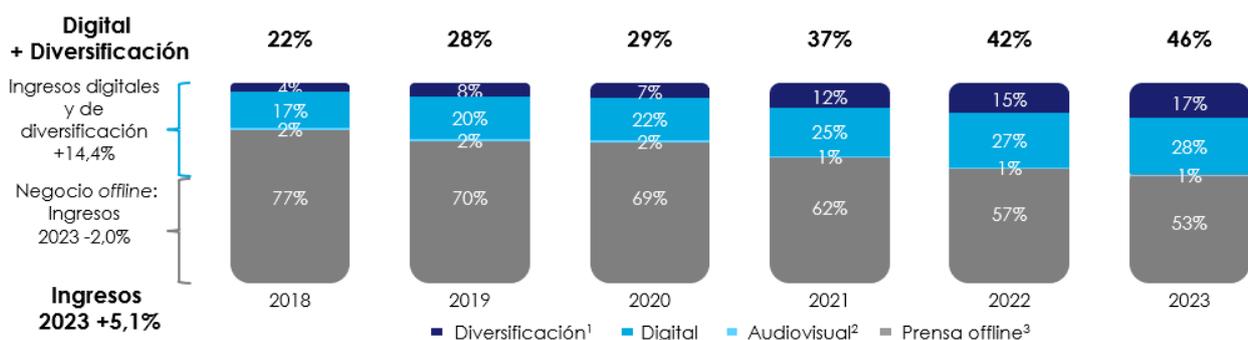
Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

### Ingresos de explotación

Los **ingresos totales** alcanzan 362.350 miles de euros en 2023, con un incremento del +5,1% vs. 2022.

Vocento apuesta por los negocios en medios digitales y las actividades de diversificación, cuyo objetivo en 2026 es que superen el 60% del total ingresos. En 2023, estos ingresos han experimentado un sólido crecimiento del +14,4%, y representan ya un 46% del total. En cinco años, ha aumentado en más de 20 p.p., evidenciando la transformación de Vocento, en línea con su plan estratégico.

### Evolución en el 'mix' de ingresos de Vocento



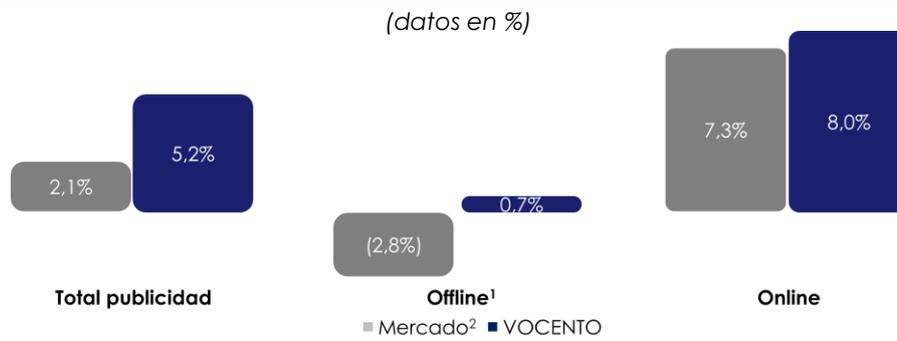
Nota 1: Gastro., Agencias y eventos offline Prensa. Nota 2: 2018-21 perímetro actual. Nota 3: Prensa offline y resto ingresos.

## Por tipo de ingresos:

- i. Venta de ejemplares desciende un -3,9%, afectada por la evolución de la difusión. Sin embargo, cabe destacar un crecimiento de los ingresos de suscripciones digitales del +28%, gracias al incremento del número de suscriptores digitales de pago del +21% y al incremento de precios en ON+. A mes de diciembre los suscriptores ascienden a 138 miles de los que 88 miles corresponden a los diarios regionales (ON+ y KyM) y 50 miles a ABC (ABC Premium y KyM). Mientras que un 52% de las suscripciones digitales son anuales (frente al 39% en año anterior), lo que contribuye a aumentar el valor total esperado por cliente.
- ii. Los ingresos por venta de publicidad presentan un crecimiento de +5,2% vs. 2022.

Las marcas de VOCENTO registran un mejor comportamiento en 2023 tanto respecto al mercado total de publicidad (+5,2% vs +2,1%), como en publicidad 'online' (+8,0% Vocento vs +7,3% mercado) y 'offline' (+0,7% vs -2,8%).

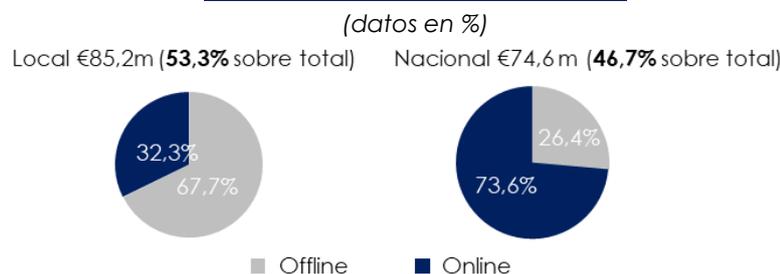
### Evolución publicidad de VOCENTO vs. mercado 2023 frente a 2022



Nota 1: offline es mercado de prensa y VOCENTO es ABC + Prensa Regional offline. Nota 2: ¡2p sin RRSS ni buscadores.

Los ingresos publicitarios de origen local crecen un +6,4%, pese a la celebración de elecciones en 2T y 3T, con un positivo comportamiento tanto en formato digital (+20,4%, que incluye Servicios digitales, donde prensa crece +10,1%) como en 'offline' (+0,8%). Por su parte, los nacionales suben un +3,0%, con incrementos en ambos formatos ('offline' +3,8%, 'online' +2,7%, donde prensa desciende -3,4% ex Relevo). El equilibrado 'mix' local/nacional de 53%/47% demuestra su solidez en la coyuntura actual de retraimiento de la publicidad nacional.

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



Nota 1: publicidad neta. No incluye Audiovisual, ni comercializadoras ni eliminaciones

Considerando no sólo los ingresos de publicidad, sino también los de e-commerce contabilizados dentro de 'otros ingresos', el peso digital sobre el total se sitúa en el 51,9%, con un incremento de +1,4 p.p. sobre 2022.

- iii. Otros Ingresos: crecen en +13.750 miles de euros (+16,0% vs. 2022) debido, entre otros, a la mayor actividad en los negocios de Gastronomía (+17,3%) y Agencias (35,8%, a perímetro constante +2,3%), así como en el negocio de eventos de Prensa.

## EBITDA

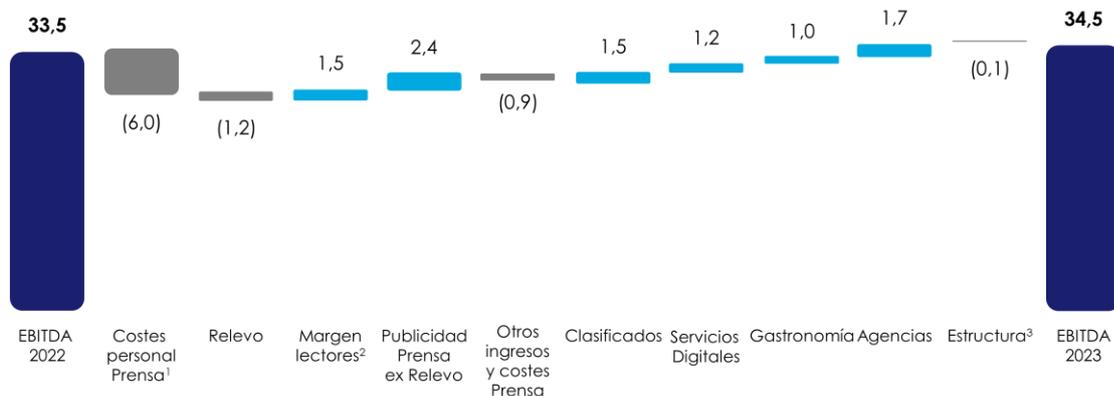
La mejora del EBITDA en el cuarto trimestre por +3.811 miles de euros permite alcanzar los 34.515 miles de euros y superar en +972 miles de euros el de 2022 (+117 miles de euros ex - &Rosás), en un año que arrancó con un mayor coste de personal por la recuperación de la paga extra y por las indemnizaciones. Se cumple así el objetivo de mejora de EBITDA año sobre año a perímetro constante.

En el negocio de Prensa cabe destacar tanto el buen comportamiento del margen de lectores, con un incremento de +1.507 miles de euros gracias a digital que ya supone el 24% sobre el total, como el crecimiento de la publicidad (ex Relevo +2.372 miles de euros). Además, los ahorros generados en el plan eficiencia en costes han cumplido el objetivo de 2.000 miles de euros.

Por su parte, la apuesta estratégica por la Diversificación cristaliza en una mejora de su contribución al EBITDA del Grupo en +5.400 miles de euros.

### Detalle del movimiento de EBITDA 2022-2023

(datos en variación en 2023 vs 2022 en €m, partiendo de EBITDA 2022)



Nota: cifras redondeadas a unidad de cientos de miles más cercana. Nota 1: datos sin Relevo. incluye entre otras indem., y recuperación de paga extra. Nota 2: suma ingresos venta ejemplares y suscrip. Digitales, menos los costes necesarios para la impresión, distribución y venta (i.e. marketing) de dichos ejemplares y suscripciones. Nota 3: incluye Audiovisual (var. €+0,6m).

Es el tercer año consecutivo en que la compañía alcanza su objetivo de EBITDA (en 2021, recuperar el EBITDA de 2019; en 2022, mejorar el EBITDA 2021; en 2023, crecimiento del EBITDA a perímetro constante). Los objetivos para el 2024, de acuerdo con el plan estratégico, son:

1. Acelerar a doble dígito el crecimiento del EBITDA 2024 gracias a los Negocios de Diversificación.
2. Aumento del peso de los Negocios de Diversificación hasta el 36% del EBITDA ex -estructura.
3. Mejora del peso de digital sobre el total del margen de lectores en +6 p.p.

## Resultado de explotación (EBIT)

El resultado de explotación en 2023 se sitúa en 13.619 miles de euros, lo que supone un descenso de -725 miles de euros sobre 2022, debido, al aumento de las amortizaciones en +2.410 miles de euros compensado en parte por las plusvalías de la venta de la antigua sede de El Correo y de otros inmuebles menores. El incremento gradual de las amortizaciones se explica principalmente por la creciente inversión en activo no corriente de tipo digital que tienen periodos de amortización más reducidos.

## Partidas por debajo de EBIT antes de beneficio después de impuestos

Cabe destacar:

1. la mejora del resultado por puesta en equivalencia (+1.222 miles de euros),
2. la partida de 'Resultado neto por enajenación activos no corrientes' que refleja, entre otros, la venta de la participación en 'Dinero Gelt, S.L.', y
3. el peor resultado financiero (-1.274 miles de euros) derivado del incremento de los tipos de interés y mayor endeudamiento medio del año.

El resultado antes de impuestos se sitúa en 12.048 miles de euros, prácticamente plano respecto 2022.

## Operaciones en discontinuación y resultado neto atribuible a sociedad dominante

La venta conjunta de NET TV y Veralia Distribución, cerradas en enero 2022, supusieron una plusvalía en ese año de 9.136 miles de euros, que aparece como Operaciones en Discontinuación. No ha habido este tipo de operaciones en 2023. El resultado neto antes de minoritarios en 2023 es de 8.796 miles de euros.

Asimismo, la parte atribuida a los minoritarios es de -4.784 miles de euros en 2023, una variación de -172 miles de euros sobre el año anterior que se explica, entre otros, por la mejora en el resultado de Sumauto en el negocio de Clasificados.

El 'resultado neto atribuible a la sociedad dominante' queda en 4.011 miles de euros.

## B.- Balance consolidado

Miles de euros	2023	2022	Var abs	% Var
<b>Activos no corrientes</b>	<b>298.382</b>	<b>307.943</b>	<b>(9.561)</b>	<b>(3,1%)</b>
Activo intangible y fondo de comercio	141.400	136.880	4.520	3,3%
Propiedad, planta y equipo e inv. inmobiliarias	86.079	92.533	(6.454)	(7,0%)
Derechos de uso sobre bienes en alquiler	17.185	19.264	(2.080)	(10,8%)
Part.valoradas por el método de participación	2.735	2.376	360	15,1%
Otros activos no corrientes	50.983	56.889	(5.907)	(10,4%)
<b>Activos corrientes</b>	<b>137.455</b>	<b>120.767</b>	<b>16.688</b>	<b>13,8%</b>
Otros activos corrientes	112.798	105.465	7.333	7,0%
Efectivo y otros medios equivalentes	24.657	15.303	9.355	61,1%
<b>Activos mantenidos para la venta</b>	<b>1.287</b>	<b>1.361</b>	<b>(74)</b>	<b>(5,4%)</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>437.124</b>	<b>430.071</b>	<b>7.053</b>	<b>1,6%</b>
Patrimonio neto	266.753	268.144	(1.391)	(0,5%)
Deuda financiera	59.036	45.561	13.475	29,6%
Otros pasivos no corrientes	23.976	23.404	572	2,4%
Otros pasivos corrientes	87.359	92.962	(5.603)	(6,0%)
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO</b>	<b>437.124</b>	<b>430.071</b>	<b>7.053</b>	<b>1,6%</b>

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

## Principales partidas

El aumento en 'activo intangible y fondo de comercio' en +4.520 miles de euros se debe principalmente al fondo de comercio ligado a la adquisición de &Rosás.

El descenso en 'propiedad planta y equipo' se explica fundamentalmente por la diferencia entre 'Capex' y amortizaciones (ver apartado E 'Capex').

La disminución en 'otros activos no corrientes' por importe de -5.907 miles de euros es el resultado, entre otros, de una reclasificación de largo a corto plazo relacionada con los pagos aplazados por la venta de NET TV y Verália Cine (ver Comunicado a la CNMV del 29 de noviembre de 2021).

Por último, el incremento en 'otros activos corrientes' por importe de +7.333 miles de euros obedece al mayor saldo de deudores comerciales, resultado de la estacionalidad del negocio.

## C.- Posición financiera neta

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
Endeudamiento financiero a corto plazo	27.383	25.943	1.441	5,6%
Endeudamiento financiero a largo plazo	31.653	19.618	12.034	61,3%
<b>Endeudamiento financiero bruto</b>	<b>59.036</b>	<b>45.561</b>	<b>13.475</b>	<b>29,6%</b>
+ Efectivo y otros medios equivalentes	24.657	15.303	9.355	61,1%
+ Otros activos financieros no corrientes	1.064	846	218	25,7%
Gastos periodificados	753	242	511	n.r.
<b>Posición de caja neta/ (deuda neta)</b>	<b>(34.068)</b>	<b>(29.654)</b>	<b>(4.414)</b>	<b>(14,9%)</b>
<b>Posición de caja neta ex-NIIF16</b>	<b>(15.149)</b>	<b>(8.891)</b>	<b>(6.258)</b>	<b>(70,4%)</b>

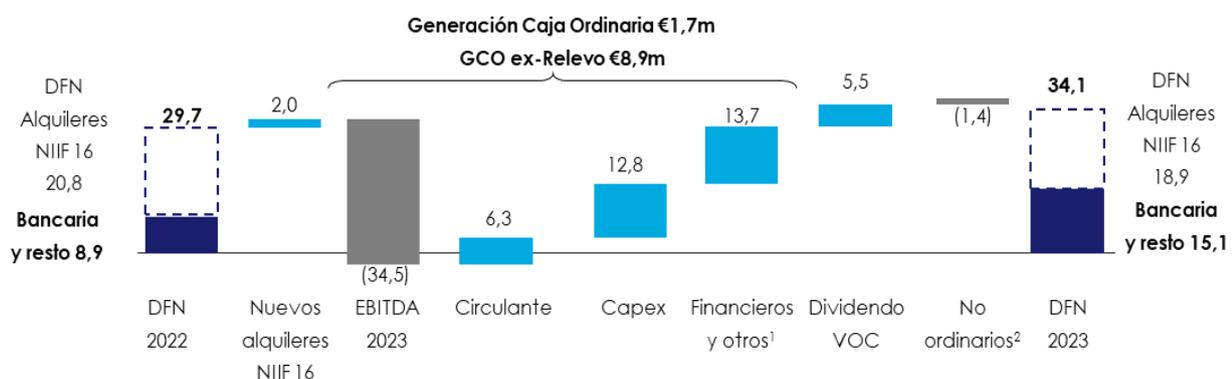
Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

El **endeudamiento financiero bruto** se descompone en: deuda con entidades de crédito por 18.379 miles de euros (1.703 con vencimiento a corto plazo y 16.676 miles de euros a largo), pagarés a corto plazo con un saldo vivo de 22.000 miles de euros, otras deudas con coste por 492 miles de euros y los alquileres NIIF16 con un saldo de 18.919 miles de euros.

Con objeto de diversificar las fuentes de financiación, en 2023 se ha realizado la primera emisión bajo el segundo programa de pagarés, este en el mercado AIAF.

## Análisis del movimiento de deuda financiera neta 2022-2023

(datos en millones de euros)



Nota 1: incluye ingr. anticipados, gastos financieros netos, divid. a minoritarios, impuestos. Nota 2: incluye entrada caja venta inmuebles, precio aplazado venta de NET TV y Verália Distribución, y desinversión Gelt, y desembolso por compra de &Rosás.

## D.- Estado de flujos de efectivo

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	% Var
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>4.011</b>	<b>12.886</b>	<b>(8.874)</b>	<b>(68,9%)</b>
Ajustes resultado del ejercicio	31.260	18.506	12.754	68,9%
<b>Flujos netos de efectivo activ. explot. antes de circulante</b>	<b>35.272</b>	<b>31.392</b>	<b>3.879</b>	<b>12,4%</b>
Variación capital circulante y otros	(6.365)	(8.607)	2.242	26,0%
Otras partidas a pagar	(7.645)	(2.436)	(5.209)	n.r.
Impuesto sobre las ganancias pagado	(1.326)	(1.047)	(279)	(26,6%)
Impuesto de Sociedades y retenciones	1.082	0	1.082	n.r.
<b>Flujos netos de efectivo de actividades explotación (I)</b>	<b>21.017</b>	<b>19.302</b>	<b>1.715</b>	<b>8,9%</b>
Pagos de inm. material e inmaterial	(12.828)	(14.480)	1.652	11,4%
Adquisición y venta de activos	3.095	(2.430)	5.525	n.r.
Dividendos e intereses cobrados	378	581	(203)	(34,9%)
Otros cobros y pagos (inversión)	543	(1.068)	1.611	n.r.
<b>Flujos netos de efectivo de actividades inversión (II)</b>	<b>(8.812)</b>	<b>(17.397)</b>	<b>8.585</b>	<b>49,3%</b>
Dividendos e intereses pagados	(13.008)	(11.893)	(1.115)	(9,4%)
Disposición/ (devolución) de deuda financiera	(1.657)	(4.443)	2.786	62,7%
Otras operaciones de financiación	12.938	(6.045)	18.983	n.r.
Operaciones societarias	(783)	(621)	(162)	(26,0%)
Operaciones societarias con coste	(341)	(98)	(243)	n.r.
<b>Flujos netos efectivo de actividades de financiación (III)</b>	<b>(2.850)</b>	<b>(23.100)</b>	<b>20.250</b>	<b>87,7%</b>
<b>Variación neta efectivo y equivalentes al efectivo (I+II+III)</b>	<b>9.355</b>	<b>(21.195)</b>	<b>30.550</b>	<b>n.r.</b>
Efectivo y equivalentes operaciones discontinuadas	0	7.142	(7.142)	(100,0%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	15.303	29.356	(14.053)	(47,9%)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo final del período</b>	<b>24.657</b>	<b>15.303</b>	<b>9.355</b>	<b>61,1%</b>

Nota: Las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

### Por partidas:

1. Flujo neto de **actividades de explotación**. Cabe destacar el menor impacto negativo en la variación del capital circulante en 2023, a pesar de los retrasos en cobros en algún negocio (LDK) que compara con un 2022 afectado por las subidas de precios de papel.
2. Flujo neto de las **actividades de inversión**. Afectado negativamente por el impacto de la adquisición de &Rosás y positivamente por el cobro del segundo plazo de la venta de NET TV y Veralia Cine, la enajenación de Gelt y de varios inmuebles (p.e. antigua sede del Correo).
3. Flujo neto de las **actividades de financiación**. Mejora gracias a la emisión de pagarés recogida en la partida 'Otras operaciones de financiación' que compensa el pago del dividendo por importe de 5.500 miles de euros.

La '**variación neta de efectivo y equivalentes**' es de +9.355 miles para una posición de caja al final de 2023 de 24.657 miles comuna Generación de Caja Ordinaria (GCO) de 1.714 miles.

## E.- Adiciones de inmovilizado material e inmaterial (Capex)

Miles de euros	2023			2022			Var Abs		
	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total	Inmat.	Mat.	Total
Periódicos	6.885	3.947	10.832	6.400	6.680	13.080	486	(2.733)	(2.248)
Audiovisual	0	6	7	0	5	5	0	1	1
Clasificados	562	393	956	559	89	648	3	305	308
Servicios digitales	75	2	76	111	5	115	(36)	(3)	(39)
Gastronomía y Agencias	796	283	1.078	160	117	277	635	166	801
Estructura	182	83	266	276	77	353	(94)	7	(87)
<b>TOTAL</b>	<b>8.501</b>	<b>4.715</b>	<b>13.216</b>	<b>7.506</b>	<b>6.973</b>	<b>14.479</b>	<b>995</b>	<b>(2.258)</b>	<b>(1.263)</b>

Nota: la diferencia entre salida de caja por inversiones y Capex contable obedece a diferencia entre pagos pendientes por inversiones del pasado año e inversiones del actual no desembolsadas. Cifras redondeadas a unidad miles más cercana.

## Información por área de actividad

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Ingresos</b>				
Periódicos	290.509	287.585	2.925	1,0%
Audiovisual	5.128	4.496	632	14,1%
Clasificados	27.978	27.209	769	2,8%
Servicios digitales	3.483	1.001	2.482	n.r.
Gastronomía y Agencias	40.189	31.197	8.992	28,8%
Estructura y eliminaciones	(4.937)	(6.661)	1.723	25,9%
<b>Total Ingresos</b>	<b>362.350</b>	<b>344.827</b>	<b>17.523</b>	<b>5,1%</b>
<b>EBITDA</b>				
Periódicos	27.099	31.414	(4.315)	(13,7%)
Audiovisual	3.008	2.412	596	24,7%
Clasificados	6.470	4.979	1.491	29,9%
Servicios digitales	1.392	155	1.238	n.r.
Gastronomía y Agencias	6.495	3.823	2.672	69,9%
Estructura y eliminaciones	(9.949)	(9.239)	(710)	(7,7%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>34.515</b>	<b>33.543</b>	<b>972</b>	<b>2,9%</b>
<b>EBIT</b>				
Periódicos	11.060	15.912	(4.852)	(30,5%)
Audiovisual	2.977	2.366	611	25,8%
Clasificados	4.356	3.080	1.276	41,4%
Servicios digitales	1.316	115	1.201	n.r.
Gastronomía y Agencias	4.748	2.616	2.132	81,5%
Estructura y eliminaciones	(10.838)	(9.745)	(1.093)	(11,2%)
<b>Total EBIT</b>	<b>13.619</b>	<b>14.344</b>	<b>(725)</b>	<b>(5,1%)</b>

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

## Periódicos (incluye actividad 'offline' y 'online')

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Ingresos</b>				
Regionales	202.656	202.634	22	0,0%
ABC	82.409	81.366	1.043	1,3%
Relevo	2.193	446	1.746	n.r.
Suplementos y Revistas	15.232	16.104	(872)	(5,4%)
Eliminaciones	(11.980)	(12.966)	985	7,6%
<b>Total Ingresos</b>	<b>290.509</b>	<b>287.585</b>	<b>2.925</b>	<b>1,0%</b>
<b>EBITDA</b>				
Regionales	24.777	27.445	(2.668)	(9,7%)
ABC	6.812	7.740	(929)	(12,0%)
Relevo	(6.273)	(5.038)	(1.235)	(24,5%)
Suplementos y Revistas	1.783	1.267	516	40,8%
<b>Total EBITDA</b>	<b>27.099</b>	<b>31.414</b>	<b>(4.315)</b>	<b>(13,7%)</b>
<b>EBIT</b>				
Regionales	18.548	21.234	(2.687)	(12,7%)
ABC	(2.057)	(964)	(1.093)	n.r.
Relevo	(6.619)	(5.073)	(1.547)	(30,5%)
Suplementos y Revistas	1.189	714	474	66,4%
<b>Total EBIT</b>	<b>11.060</b>	<b>15.912</b>	<b>(4.852)</b>	<b>(30,5%)</b>

Nota: las principales eliminaciones se producen: a) por las ventas que TESA realiza a la Prensa Regional y a ABC, b) por los ingresos derivados de la distribución de Beralán. Las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

La evolución de la rentabilidad respecto de 2022 de los **Regionales** se ve positivamente entre otros afectada por el incremento de los ingresos de publicidad (+781 miles de euros), aunque no compensa la peor evolución del margen de lectores (-465 miles de euros) ni la variación de costes de personal.

Por su parte, en el EBITDA de **ABC** impactan positivamente tanto la publicidad como el margen de lectores (+750 miles de euros y +1.973 miles de euros, respectivamente), que mitigan el incremento de los costes, especialmente de personal, así como el descenso del margen de imprentas.

Lo que respecta a **Relevo**, ya cuenta con 1,2 millones de usuarios en redes sociales, situándose como líder en interacciones y videos vistos en TikTok gracias a la relevancia de sus contenidos. Sirva como ejemplo el caso Rubiales donde, de los 1.000 posts más vistos y publicados por los diarios deportivos españoles en TikTok, Twitter e Instagram, Relevo sirvió el 64% de todos los videos vistos, y acumuló el 79% de los 'likes'. En lo que respecta a la información financiera, Relevo ha generado unos ingresos de 2.193 miles de euros y un EBITDA de -6.273 miles de euros, en línea con su plan de negocio.

Por último, el EBITDA de **Suplementos y Revistas** mejora en +516 miles de euros frente 2022, situándose en 1.783 miles de euros en 2023 gracias al cambio de edición semanal a mensual en MujerHoy, al crecimiento de la publicidad digital, y al buen comportamiento de eventos (p.e. Welife, Turium, o Líderes con Propósito).

Las **palancas de crecimiento en 2024** para el área de Periódicos se resumen en:

1. mejorar vía ingresos el EBITDA de Relevancia en 2.000 miles de euros, de acuerdo con el plan de negocio,
2. incrementar el peso del margen de lectores digital sobre el total hasta el 30%,
3. potenciar la publicidad en redes sociales,
4. reorganización del equipo comercial de acuerdo con las necesidades del mercado, y
5. plan Industrial (ver apartado 'Hechos posteriores al cierre del ejercicio' al final del Informe).

## Audiovisual

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Ingresos</b>				
TDT local	1.563	1.175	388	33,0%
Radio	3.485	3.230	255	7,9%
Contenidos	177	188	(11)	(5,9%)
Eliminaciones	(97)	(97)	(0)	(0,0%)
<b>Total Ingresos</b>	<b>5.128</b>	<b>4.496</b>	<b>632</b>	<b>14,1%</b>
<b>EBITDA</b>				
TDT local	37	(291)	328	n.r.
Radio	2.981	2.751	230	8,3%
Contenidos	(10)	(48)	38	79,6%
<b>Total EBITDA</b>	<b>3.008</b>	<b>2.412</b>	<b>596</b>	<b>24,7%</b>
<b>EBIT</b>				
TDT local	18	(320)	338	n.r.
Radio	2.974	2.741	233	8,5%
Contenidos	(15)	(56)	40	72,3%
<b>Total EBIT</b>	<b>2.977</b>	<b>2.366</b>	<b>611</b>	<b>25,8%</b>

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

Tras la salida de perímetro de NET TV y de Veralia Distribución, la actividad se concentra en la Radio, que obtiene una mejora en su EBITDA del +8,3%, por el ajuste del contrato con COPE con el IPC.

## Clasificados

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Ingresos</b>				
<b>Total Ingresos</b>	<b>27.978</b>	<b>27.209</b>	<b>769</b>	<b>2,8%</b>
<b>EBITDA</b>				
<b>Total EBITDA</b>	<b>6.470</b>	<b>4.979</b>	<b>1.491</b>	<b>29,9%</b>
<b>EBIT</b>				
<b>Total EBIT</b>	<b>4.356</b>	<b>3.080</b>	<b>1.276</b>	<b>41,4%</b>

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

El crecimiento en ingresos del +2,8% se ve positivamente impactado por los de los verticales de motor y de inmobiliario. En cuanto al **EBITDA**, se incrementa en +1.491 miles de euros vs 2022, situándose en 6.470 miles de euros. El aumento del EBITDA se ha apoyado en el apalancamiento operativo de motor e inmobiliario y el mejor resultado de Premium Leads.

## Proyectos que se lanzarán en 2024:

1. *Carsight*: busca aprovechar la 'data' para proveer a los concesionarios de información que mejore la eficacia de sus campañas de 'performance' mediante la generación de 'leads' y, de esta manera, incrementar el ARPA obtenido con sus clientes.
2. *Autoproff.de*: lanzamiento del proyecto C2B en España, junto al socio Autoscout24, para la compraventa del particular al concesionario.

Además, el desarrollo de las redes sociales permitirá una mejor monetización de la publicidad 'display' que durante 2023 ha impactado negativamente en los ingresos, a la vez que se oferta a los clientes Premium Leads como solución tecnológica con un impacto positivo en la monetización.

## Servicios digitales

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Ingresos</b>				
<b>Total Ingresos</b>	<b>3.483</b>	<b>1.001</b>	<b>2.482</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBITDA</b>				
<b>Total EBITDA</b>	<b>1.392</b>	<b>155</b>	<b>1.238</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBIT</b>				
<b>Total EBIT</b>	<b>1.316</b>	<b>115</b>	<b>1.201</b>	<b>n.r.</b>

*Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana. En 2022 se han reexpresado las cifras que anteriormente se contabilizaban en Clasificados.*

Área de nueva creación de Vocento que consiste, principalmente, en un servicio de **Local Digital Kit** enmarcado dentro del programa público de 'Kit Digital' de digitalización de pymes a las que facilita mayor presencia *online* a través de páginas web, redes sociales y e-commerce. El crecimiento del EBITDA de +1.238 miles de euros se encuentra en línea con objetivo en 2023E de +1.100 miles de euros. Aparece desglosada por primera vez; previamente se reflejaba en 'Clasificados'.

A medio plazo, Servicios Digitales pretende convertirse en un **'hub' de digitalización** para pymes con soluciones en marketing, a nivel vertical y sectorial, generales y tecnológicas, captando y reteniendo este tipo de clientes.

## Gastronomía y Agencias

Miles de euros	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Ingresos</b>				
Gastronomía	14.314	12.160	2.154	17,7%
Agencias y Otros	25.875	19.037	6.838	35,9%
<b>Total ingresos</b>	<b>40.189</b>	<b>31.197</b>	<b>8.992</b>	<b>28,8%</b>
<b>EBITDA</b>				
Gastronomía	2.850	1.836	1.014	55,2%
Agencias y Otros	3.645	1.987	1.658	83,4%
<b>Total EBITDA</b>	<b>6.495</b>	<b>3.823</b>	<b>2.672</b>	<b>69,9%</b>
<b>EBIT</b>				
Gastronomía	2.555	1.576	979	62,1%
Agencias y Otros	2.193	1.040	1.153	n.r.
<b>Total EBIT</b>	<b>4.748</b>	<b>2.616</b>	<b>2.132</b>	<b>81,5%</b>

Nota: las cifras están redondeadas a la unidad de miles más cercana.

La división de **Gastronomía** experimentó un incremento en ingresos de +17,7%, hasta los 14.314 miles de euros en 2023, y un aumento de su rentabilidad del +55,2%, sobre el mismo periodo del año anterior.

En septiembre tuvo lugar el lanzamiento del primer Curso del Grado de Gastronomía e Innovación Culinaria en el MACC (Madrid Culinary Campus), que aspira a ser el ecosistema de formación, creación e intercambio gastronómico de referencia en el mundo. Ofrece formación integral y multidisciplinar en gastronomía, empresa y agronomía. En el programa participan chefs de reconocido prestigio como Ferran Adrià o Andoni Luis Aduriz.

Actuarán como **palancas en 2024**:

1. mayor internacionalización tanto en Europa como en Estados Unidos,
2. aumentar las dimensiones de los congresos nacionales, y
3. expandir la oferta educativa del MACC tanto en grado (con el doble grado Gastronomía+ADE) como en postgrado, a través de una oferta renovada de másters.

En **Agencias y Otros** se ha superado ampliamente 2022 tanto en términos absolutos (ingresos +35,9% y EBITDA +83,4%) como en proforma, excluyendo a &Rosàs (+2,6% y +40,4% respectivamente).

En septiembre nació &©, marca que va a identificar al conjunto de agencias de publicidad y comunicación del Vocento (Tango, Pro Agency, Melé, Antrópico, Yellow Brick Road y &Rosàs). El 'naming' de &© recoge la filosofía del grupo, suma de valor, independencia, complementariedad, colaboración y versatilidad. 2024 será el año de su despegue y consolidación.

A través de Yellow Brick Road se reforzará el posicionamiento de los clientes en redes sociales, cada vez de mayor interés para los anunciantes. Por su parte &Rosàs sigue siendo la agencia creativa de referencia en España como han reconocido tanto los premios 'Eficacia 2023' (mejor estrategia publicitaria y de comunicación) como la publicación especializada El Publicista (premio a la mejor agencia creativa por quinto año consecutivo).

## Aspectos ASG

Actualmente, la compañía está calificada en la parte superior de sus comparables según dos de las principales plataformas:

- 1) **S&P Global Sustainable:** 'score' de 28 con un percentil de 81/100 equivalente al top 19 sobre 100 en la categoría 'PUB Media, Movies & Entertainment'.
- 2) **Bloomberg ESG Score:** 'score' de 5,04 con un percentil 99/100 equivalente al top 1 sobre 100 en la categoría 'Advertising and Media Content'.

Además, Vocento figura entre las 53 empresas españolas cotizadas que constituyen el **IBEX Gender Equality Index** gracias al cumplimiento de los umbrales de mujeres en Consejo de Administración (25%/75% de mujeres) y en alta dirección (15%/85% de mujeres).

## Hechos posteriores al cierre del ejercicio

- 1) Sentencia del Tribunal Constitucional que declara inconstitucional varias modificaciones del IS introducidas por RDL 3/2016. Se estima que podría suponer una entrada de caja 'one off' en 2024 en un rango estimado de 4.000/6.000 miles de euros.
- 2) Plan Industrial: cierre de la producción de prensa impresa nacional en Madrid e impresión en Bermont, lo que permitirá unos ahorros estimados en 2025 de 2.500 miles de euros y de 3.000 miles de euros en 2026. Tendrá un impacto neutral en 2024 toda vez que la reducción de costes se compensa con las indemnizaciones previstas.
- 3) Proyecto de formación universitaria UTAMED, primera universidad privada online en Andalucía. Este proyecto, en el que Vocento participa con un 25%, cuenta como socio con MEDAC (líder en Formación Profesional 'online' España y propiedad del fondo KKR) e iniciará su actividad en el curso 2025/26.

## Datos operativos

### Periódicos

Datos de Difusión Media	2023	2022	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	39.219	43.922	(4.703)	(10,7%)
<b>Prensa Regional</b>				
El Correo	36.577	40.275	(3.698)	(9,2%)
El Diario Vasco	30.400	32.986	(2.586)	(7,8%)
El Diario Montañés	12.936	14.036	(1.100)	(7,8%)
Ideal	6.672	7.533	(861)	(11,4%)
La Verdad	5.935	6.568	(633)	(9,6%)
Hoy	4.620	5.162	(542)	(10,5%)
Sur	5.440	6.070	(630)	(10,4%)
La Rioja	5.066	5.497	(431)	(7,8%)
El Norte de Castilla	8.520	9.828	(1.308)	(13,3%)
El Comercio	8.951	9.757	(806)	(8,3%)
Las Provincias	6.570	7.131	(561)	(7,9%)
<b>TOTAL Prensa Regional</b>	<b>131.687</b>	<b>144.843</b>	<b>(13.156)</b>	<b>(9,1%)</b>

Fuente: OJD.

Audiencia	3ªOla 23	3ªOla 22	Var Abs	%
<b>Prensa Nacional- ABC</b>	<b>310.000</b>	<b>364.000</b>	<b>(54000)</b>	<b>(14,8%)</b>
<b>Prensa Regional</b>	<b>1.055.000</b>	<b>1.067.000</b>	<b>(12000)</b>	<b>(1,1%)</b>
El Correo	231.000	274.000	(43000)	(15,7%)
El Diario Vasco	161.000	157.000	4.000	2,5%
El Diario Montañés	115.000	74.000	41.000	55,4%
Ideal	87.000	86.000	1.000	1,2%
La Verdad	75.000	65.000	10.000	15,4%
Hoy	41.000	55.000	(14000)	(25,5%)
Sur	64.000	71.000	(7000)	(9,9%)
La Rioja	54.000	54.000	0	0,0%
El Norte de Castilla	81.000	82.000	(1000)	(1,2%)
El Comercio	88.000	88.000	0	0,0%
Las Provincias	58.000	61.000	(3000)	(4,9%)
<b>Suplementos</b>				
XL Semanal	1.013.000	1.050.000	(37000)	(3,5%)
Mujer Hoy	512.000	430.000	82.000	19,1%

Fuente: EGM.

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

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

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

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

**EBITDA proforma** significa EBITDA ajustado por cambios en el perímetro.

**EBITDA proforma sin efecto NIIF16** significa EBITDA pro forma ajustado por la amortización de derechos de uso y gastos financieros de uso relacionados con la NIIF16.

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

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

**Deuda financiera neta (DFN) comparable** significa ajustar la DFN por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión.

**Generación de caja ordinaria** significa la diferencia entre la DFN del inicio y el final de periodo ajustada por todos aquellos cobros y pagos excepcionales no recurrentes que facilitan la comparación entre la DFN de los periodos en cuestión.

## Conciliación entre los datos contables y las Medidas Alternativas al Rendimiento

	<b>Diciembre 2023</b>	<b>Diciembre 2022</b>
Miles de euros		
Resultado neto del ejercicio	8.796	17.498
Rdo. activos mantenidos para venta y actividades interrumpidas	0	(9.136)
Ingresos financieros	(394)	(85)
Gastos financieros	3.611	1.629
Otros resultados de instrumentos financieros	0	399
Impuesto sobre beneficios de las operaciones continuadas	3.253	3.955
Amortizaciones y depreciaciones	25.087	22.677
Deterioro del fondo de comercio	505	500
Deterioro y rdo. enaje. inmovilizado material e intangible	(4.191)	(3.478)
Resultado de sociedades por el método de participación	(523)	699
Rdo neto en enajenación de activos financieros no corrientes	(1.629)	(1.116)
<b>EBITDA</b>	<b>34.515</b>	<b>33.543</b>
Cambio perímetro	(854)	0
<b>EBITDA proforma</b>	<b>33.661</b>	<b>33.543</b>
<b>EBITDA proforma</b>	<b>33.661</b>	<b>33.543</b>
Amortización derechos de uso NIIF 16	4.101	3.906
Gastos Financieros derechos de uso NIIF16	478	516
<b>EBITDA proforma sin efecto NIIF16</b>	<b>29.082</b>	<b>29.121</b>
EBITDA	33.661	33.543
Amortizaciones y depreciaciones	(25.087)	(22.677)
Deterioro y rdo. enaje. inmovilizado material e intangible	4.191	3.478
<b>EBIT</b>	<b>12.764</b>	<b>14.344</b>

	<b>Diciembre</b>	<b>Diciembre</b>
	<b>2023</b>	<b>2022</b>
Miles de euros		
Deuda financiera con entidades de crédito a largo plazo	16.676	2.112
Otros pasivos con coste financiero a largo plazo	218	351
Acreeedores por contratos de alquiler a largo plazo	15.066	17.155
Deuda financiera con entidades de crédito a corto plazo	1.703	17.347
Otros pasivos con coste financiero a corto plazo	22.274	5.230
Acreeedores por contratos de alquiler a corto plazo	3.853	3.608
Efectivo y activos financieros	(24.470)	(15.161)
Otras cuentas a cobrar con coste financiero	(1.251)	(987)
Gastos de apertura del sindicato	0	0
<b>DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)</b>	<b>34.068</b>	<b>29.655</b>
Acreeedores por contratos de alquiler a largo plazo	(15.066)	(17.155)
Acreeedores por contratos de alquiler a corto plazo	(3.853)	(3.608)
<b>DEUDA FINANCIERA NETA sin el efecto de la NIIF 16</b>	<b>15.149</b>	<b>8.892</b>
DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)	34.068	29.655
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	0	0
Derivados de la venta de activos, filiales y asociadas	5.848	5.764
Inversiones nuevos edificios	0	(2.681)
Nuevos contratos / adaptación a la NIIF16	(2.021)	(3.053)
Pago dividendo Vocento	(5.500)	(7.476)
Adquisición de activos financieros, filiales y asociadas	(4.454)	(3.691)
Pago dividendo Vocento y plan recompra acciones	0	0
Subvención	0	0
Variaciones Perímetro	0	0
<b>DEUDA FINANCIERA NETA COMPARABLE</b>	<b>27.942</b>	<b>18.519</b>
DFN del inicio del periodo	29.655	22.999
DFN del final del periodo	(34.068)	(29.655)
Indemnizaciones pagadas en el ejercicio	0	0
Derivados de la venta de activos	(5.848)	(5.764)
Inversiones nuevos edificios	0	2.681
Nuevos contratos / adaptación a la NIIF16	2.021	3.053
Pago dividendo Vocento	5.500	7.476
Adquisición de activos financieros, filiales y asociadas	4.454	3.691
Pago dividendo Vocento y plan recompra acciones	0	0
Subvención	0	0
Variaciones Perímetro	0	0
<b>GENERACION DE CAJA ORDINARIA</b>	<b>1.714</b>	<b>4.480</b>
DEUDA FINANCIERA NETA (DFN)	34.068	29.655
Efecto NIIF 16	(18.919)	(20.763)
<b>DEUDA FINANCIERA NETA (DFN) sin NIIF 16</b>	<b>15.149</b>	<b>8.892</b>

## **Aviso Legal**

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

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

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

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

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

## **Contacto**

### **Relación con Inversores y Accionistas**

C/ Gran Vía, 45 3ª planta

48011 Bilbao

Bizkaia

Tel.: 902 404 073

e-mail: [ir@vocento.com](mailto:ir@vocento.com)

## 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 PROFIT AND LOSS ACCOUNT

Thousand Euro

	2023	2022	Var Abs	Var %
Circulation revenues	102,252	106,414	(4,162)	(3.9%)
Advertising revenues	160,462	152,526	7,936	5.2%
Other revenues	99,636	85,886	13,750	16.0%
<b>Total revenue</b>	<b>362,350</b>	<b>344,827</b>	<b>17,523</b>	<b>5.1%</b>
Staff costs	(166,603)	(151,993)	(14,610)	(9.6%)
Procurements	(27,151)	(29,443)	2,293	7.8%
External Services	(133,006)	(129,410)	(3,596)	(2.8%)
Provisions	(1,075)	(437)	(638)	n.r.
<b>Operating expenses (without D&amp;A)</b>	<b>(327,835)</b>	<b>(311,284)</b>	<b>(16,551)</b>	<b>(5.3%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>34,515</b>	<b>33,543</b>	<b>972</b>	<b>2.9%</b>
Depreciation and amortization	(25,087)	(22,677)	(2,410)	(10.6%)
Impairment/gains on disposal of tan. & intan. assets	4,191	3,478	713	20.5%
<b>EBIT</b>	<b>13,619</b>	<b>14,344</b>	<b>(725)</b>	<b>(5.1%)</b>
Impairments/reversal of other intangible assets	(505)	(500)	(5)	(1.1%)
Profit of companies acc. equity method	523	(699)	1,222	n.r.
Net financial income	(3,217)	(1,942)	(1,274)	(65.6%)
Net gains on disposal of non- current assets	1,629	1,116	513	46.0%
<b>Profit before taxes</b>	<b>12,048</b>	<b>12,318</b>	<b>(270)</b>	<b>(2.2%)</b>
Corporation tax	(3,253)	(3,955)	703	17.8%
BDI assets for sale/discontinued operations	0	9,136	(9,136)	(100.0%)
<b>Net profit for the year</b>	<b>8,796</b>	<b>17,498</b>	<b>(8,703)</b>	<b>(49.7%)</b>
Minority interests	(4,784)	(4,613)	(172)	(3.7%)
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>4,011</b>	<b>12,886</b>	<b>(8,874)</b>	<b>(68.9%)</b>

**CONSOLIDATED BALANCE SHEETS**

Thousand Euro

	2023	2022	Var abs
<b><u>ASSETS</u></b>			
<b>NON CURRENT ASSETS</b>			
<b>Intangible assets</b>	<b>141,400</b>	<b>136,880</b>	<b>4,520</b>
Goodwill	91,477	86,918	4,559
Intangible assets	49,923	49,963	(40)
<b>Property, plant and equipment</b>	<b>86,079</b>	<b>92,533</b>	<b>(6,454)</b>
<b>Use of leases</b>	<b>17,185</b>	<b>19,264</b>	<b>(2,080)</b>
<b>Investments accounted for using the equity method</b>	<b>2,735</b>	<b>2,376</b>	<b>360</b>
<b>Financial assets</b>	<b>3,383</b>	<b>3,790</b>	<b>(407)</b>
Non-current investment securities	2,119	2,642	(522)
Other non current financial assets	1,263	1,148	115
<b>Other non current receivables</b>	<b>2,909</b>	<b>6,433</b>	<b>(3,524)</b>
<b>Deferred tax assets</b>	<b>44,691</b>	<b>46,667</b>	<b>(1,976)</b>
	<b>298,382</b>	<b>307,943</b>	<b>(9,561)</b>
<b>CURRENT ASSETS</b>			
Inventories	18,537	19,084	(547)
Trade and other receivables	92,164	83,625	8,539
Tax receivables	2,283	2,896	(613)
Cash and cash equivalents	24,470	15,161	9,309
	<b>137,455</b>	<b>120,767</b>	<b>16,688</b>
Assets held for sale and discontinued operations	<b>1,287</b>	<b>1,361</b>	<b>(74)</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>437,124</b>	<b>430,071</b>	<b>7,053</b>

Thousand Euro

	2023	2022	Var abs
<b><u>EQUITY AND LIABILITIES</u></b>			
<b>EQUITY</b>			
<b>Of the Parent</b>	<b>208,503</b>	<b>210,736</b>	<b>(2,233)</b>
Share capital	24,864	24,864	0
Reserves	186,858	180,668	6,190
Treasury shares	(7,231)	(7,682)	451
Net profit for the year	4,011	12,886	(8,874)
<b>Of minority interest</b>	<b>58,250</b>	<b>57,408</b>	<b>842</b>
<b>NON CURRENT LIABILITIES</b>			
Deferred income	0	3	(3)
Provisions	657	1,139	(483)
Bank borrowings and other financial liabilities	31,653	19,618	12,034
Other non-current payables	12,788	11,417	1,372
Deferred tax liabilities	10,531	10,844	(314)
	<b>55,629</b>	<b>43,022</b>	<b>12,606</b>
<b>CURRENT LIABILITIES</b>			
Bank borrowings and other financial liabilities	27,383	25,943	1,441
Trade and other payables	71,381	80,960	(9,579)
Tax payables	15,978	12,002	3,976
	<b>114,742</b>	<b>118,905</b>	<b>(4,162)</b>
<b>TOTAL EQUITY AND LIABILITIES</b>	<b>437,124</b>	<b>430,071</b>	<b>7,053</b>

## NET DEBT

Thousand Euro

	2023	2022	Var Abs	Var %
Bank borrowings and other financial liabilities (s.t.)	27,383	25,943	1,441	5.6%
Bank borrowings and other financial liabilities (l.t.)	31,653	19,618	12,034	61.3%
<b>Gross debt</b>	<b>59,036</b>	<b>45,561</b>	<b>13,475</b>	<b>29.6%</b>
+ Cash and cash equivalents	24,657	15,303	9,355	61.1%
+ Other non current financial asstes	1,064	846	218	25.7%
Deferred expenses	753	242	511	n.r.
<b>Net cash position/ (net debt)</b>	<b>(34,068)</b>	<b>(29,654)</b>	<b>(4,414)</b>	<b>(14.9%)</b>

## CASH FLOW STATEMENT

Thousand Euro

	2023	2022	Var Abs	% Var
<b>Net profit attributable to the parent</b>	<b>4,011</b>	<b>12,886</b>	<b>(8,874)</b>	<b>(68.9%)</b>
Adjustments to net profit	31,260	18,506	12,754	68.9%
<b>Cash flows from ordinary operating activities before changes in working capital</b>	<b>35,272</b>	<b>31,392</b>	<b>3,879</b>	<b>12.4%</b>
Changes in working capital & others	(6,365)	(8,607)	2,242	26.0%
Other payables	(7,645)	(2,436)	(5,209)	n.r.
Income tax paid	(1,326)	(1,047)	(279)	(26.6%)
Interests deduction for tax purposes	1,082	0	1,082	n.r.
<b>Net cash flow from operating activities (I)</b>	<b>21,017</b>	<b>19,302</b>	<b>1,715</b>	<b>8.9%</b>
Acquisitions of intangible and property, plan and equipment	(12,828)	(14,480)	1,652	11.4%
Acquisitions of financial assets, subsidiaries and associates	3,095	(2,430)	5,525	n.r.
Interests and dividends received	378	581	(203)	(34.9%)
Other receivables and payables (investing)	543	(1,068)	1,611	n.r.
<b>Net cash flow from investing activities (II)</b>	<b>(8,812)</b>	<b>(17,397)</b>	<b>8,585</b>	<b>49.3%</b>
Interests and dividends paid	(13,008)	(11,893)	(1,115)	(9.4%)
Cash inflows/ (outflows) relating to bank borrowings	(1,657)	(4,443)	2,786	62.7%
Other receivables and payables (financing)	12,938	(6,045)	18,983	n.r.
Equity related instruments without financial cost	(783)	(621)	(162)	(26.0%)
Equity related instruments with financial cost	(341)	(98)	(243)	n.r.
<b>Net cash flows from financing activities (III)</b>	<b>(2,850)</b>	<b>(23,100)</b>	<b>20,250</b>	<b>87.7%</b>
<b>Net increase in cash and cash equivalents (I + II + III)</b>	<b>9,355</b>	<b>(21,195)</b>	<b>30,550</b>	<b>n.r.</b>
<b>Cash and cash equivalents of discounted operations</b>	<b>0</b>	<b>7,142</b>	<b>(7,142)</b>	<b>(100.0%)</b>
<b>Cash and cash equivalents at beginning of the year</b>	<b>15,303</b>	<b>29,356</b>	<b>(14,053)</b>	<b>(47.9%)</b>
<b>Cash and cash equivalents at end of year</b>	<b>24,657</b>	<b>15,303</b>	<b>9,355</b>	<b>61.1%</b>

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

Thousand Euro

	2023			2022			Var Abs		
	<i>Inmat.</i>	<i>Mat.</i>	<i>Total</i>	<i>Inmat.</i>	<i>Mat.</i>	<i>Total</i>	<i>Inmat.</i>	<i>Mat.</i>	<i>Total</i>
Newspapers	6,885	3,947	10,832	6,400	6,680	13,080	486	(2,733)	(2,248)
Audiovisual	0	6	7	0	5	5	0	1	1
Classified	562	393	956	559	89	648	3	305	308
Digital Services	75	2	76	111	5	115	(36)	(3)	(39)
Gastronomy & Others	796	283	1,078	160	117	277	635	166	801
Corporate	182	83	266	276	77	353	(94)	7	(87)
<b>TOTAL</b>	<b>8,501</b>	<b>4,715</b>	<b>13,216</b>	<b>7,506</b>	<b>6,973</b>	<b>14,479</b>	<b>995</b>	<b>(2,258)</b>	<b>(1,263)</b>

LINE OF ACTIVITY

Thousand Euro

	1Q23	1Q22	Var Abs	Var %	1H23	1H22	Var Abs	Var %	9M23	9M22	Var Abs	Var %	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Newspapers	25,545	27,221	(1,676)	(6.2%)	50,858	53,700	(2,842)	(5.3%)	76,341	80,004	(3,663)	(4.6%)	102,255	106,416	(4,160)	(3.9%)
Audiovisual	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Digital Services	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Gastronomy and Agencies	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Corporate and adjustments	(1)	(1)	(1)	n.s.	(2)	(1)	(2)	n.s.	(3)	(1)	(2)	n.s.	(4)	(2)	(2)	n.s.
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>25,544</b>	<b>27,220</b>	<b>(1,677)</b>	<b>(6.2%)</b>	<b>50,856</b>	<b>53,699</b>	<b>(2,843)</b>	<b>(5.3%)</b>	<b>76,338</b>	<b>80,004</b>	<b>(3,666)</b>	<b>(4.6%)</b>	<b>102,252</b>	<b>106,414</b>	<b>(4,162)</b>	<b>(3.9%)</b>
<b>Advertising Revenues</b>																
Newspapers	28,459	26,030	2,429	9.3%	59,934	58,781	1,153	2.0%	86,221	84,509	1,711	2.0%	129,019	124,950	4,069	3.3%
Audiovisual	85	95	(10)	(10.3%)	230	215	16	7.3%	343	321	22	6.8%	413	417	(4)	(1.0%)
Classified	6,613	6,003	609	10.1%	13,482	12,579	903	7.2%	20,034	18,922	1,111	5.9%	26,848	26,217	632	2.4%
Digital Services	707	287	419	n.s.	1,571	528	1,044	n.s.	2,479	762	1,718	n.s.	3,483	1,001	2,482	n.s.
Gastronomy and Agencies	141	41	100	n.s.	264	98	167	n.s.	410	217	193	88.9%	664	486	179	36.8%
Corporate and adjustments	(12)	(74)	62	84.2%	(10)	(51)	41	80.0%	(33)	(124)	90	73.0%	(105)	(318)	213	67.1%
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>35,993</b>	<b>32,452</b>	<b>3,541</b>	<b>10.9%</b>	<b>75,472</b>	<b>72,173</b>	<b>3,299</b>	<b>4.6%</b>	<b>109,472</b>	<b>104,639</b>	<b>4,832</b>	<b>4.6%</b>	<b>160,462</b>	<b>152,526</b>	<b>7,936</b>	<b>5.2%</b>
<b>Other Revenues</b>																
Newspapers	13,077	9,873	3,204	32.4%	26,994	23,116	3,878	16.8%	43,886	38,949	4,937	12.7%	59,234	56,219	3,016	5.4%
Audiovisual	1,095	1,012	82	8.1%	2,159	2,032	127	6.2%	3,212	3,012	200	6.7%	4,715	4,079	637	15.6%
Classified	191	279	(88)	(31.6%)	442	557	(115)	(20.6%)	698	820	(122)	(14.8%)	1,130	993	137	13.8%
Digital Services	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Gastronomy and Agencies	8,582	6,607	1,974	29.9%	17,410	14,309	3,101	21.7%	25,204	19,294	5,910	30.6%	39,525	30,712	8,814	28.7%
Corporate and adjustments	(1,097)	(1,112)	15	2.2%	(1,987)	(2,227)	240	3.9%	(3,113)	(3,431)	319	3.8%	(4,969)	(6,116)	1,147	7.2%
<b>Total Other Revenues</b>	<b>21,847</b>	<b>16,660</b>	<b>5,187</b>	<b>31.1%</b>	<b>45,018</b>	<b>37,787</b>	<b>7,231</b>	<b>19.1%</b>	<b>69,887</b>	<b>58,644</b>	<b>11,244</b>	<b>19.2%</b>	<b>99,636</b>	<b>85,886</b>	<b>13,750</b>	<b>16.0%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Newspapers	67,081	63,124	3,957	6.3%	137,785	135,596	2,189	1.6%	206,447	203,463	2,985	1.5%	290,509	287,585	2,925	1.0%
Audiovisual	1,180	1,107	73	6.6%	2,389	2,247	142	6.3%	3,556	3,333	222	6.7%	5,128	4,496	632	14.1%
Classified	6,804	6,283	521	8.3%	13,924	13,136	788	6.0%	20,732	19,742	990	5.0%	27,978	27,209	769	2.8%
Digital Services	707	287	419	n.r.	1,571	528	1,044	n.r.	2,479	762	1,718	n.r.	3,483	1,001	2,482	n.r.
Gastronomy and Agencies	8,723	6,649	2,074	31.2%	17,674	14,407	3,268	22.7%	25,614	19,511	6,102	31.3%	40,189	31,197	8,992	28.8%
Corporate and adjustments	(1,110)	(1,117)	7	0.7%	(2,000)	(2,255)	255	11.3%	(3,131)	(3,525)	394	11.2%	(4,937)	(6,661)	1,723	25.9%
<b>Total Revenues</b>	<b>83,384</b>	<b>76,333</b>	<b>7,051</b>	<b>9.2%</b>	<b>171,345</b>	<b>163,659</b>	<b>7,686</b>	<b>4.7%</b>	<b>255,697</b>	<b>243,287</b>	<b>12,410</b>	<b>5.1%</b>	<b>362,350</b>	<b>344,827</b>	<b>17,523</b>	<b>5.1%</b>
<b>EBITDA</b>																
Newspapers	(1,863)	361	(2,224)	n.r.	3,318	9,940	(6,621)	(66.6%)	5,370	11,475	(6,105)	(53.2%)	27,099	31,414	(4,315)	(13.7%)
Audiovisual	669	611	58	9.5%	1,305	1,215	89	7.4%	1,954	1,842	112	6.1%	3,008	2,412	596	24.7%
Classified	1,075	662	413	62.4%	2,643	1,939	704	36.3%	4,291	3,205	1,085	33.9%	6,470	4,979	1,491	29.9%
Digital Services	256	(92)	348	n.r.	609	(261)	870	n.r.	926	(324)	1,250	n.r.	1,392	155	1,238	n.r.
Gastronomy and Agencies	1,029	618	412	66.6%	2,247	1,120	1,127	n.r.	2,922	1,234	1,688	n.r.	6,495	3,823	2,672	69.9%
Corporate and adjustments	(3,155)	(2,087)	(1,068)	(51.2%)	(6,133)	(5,157)	(976)	(18.9%)	(8,176)	(7,308)	(868)	(11.9%)	(9,949)	(9,239)	(710)	(7.7%)
<b>Total EBITDA</b>	<b>(1,988)</b>	<b>73</b>	<b>(2,061)</b>	<b>n.r.</b>	<b>3,990</b>	<b>8,796</b>	<b>(4,807)</b>	<b>(54.6%)</b>	<b>7,285</b>	<b>10,124</b>	<b>(2,839)</b>	<b>(28.0%)</b>	<b>34,515</b>	<b>33,543</b>	<b>972</b>	<b>2.9%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Newspapers	(2.8%)	0.6%	(3.3) p.p.		2.4%	7.3%	(4.9) p.p.		2.6%	5.6%	(3.0) p.p.		9.3%	10.9%	(1.6) p.p.	
Audiovisual	56.7%	55.2%	1.5 p.p.		54.6%	54.1%	0.5 p.p.		54.9%	55.3%	(0.3) p.p.		58.7%	53.6%	5.0 p.p.	
Classified	15.8%	10.5%	5.3 p.p.		19.0%	14.8%	4.2 p.p.		20.7%	16.2%	4.5 p.p.		23.1%	18.3%	4.8 p.p.	
Digital Services	36.3%	(31.9%)	68.2 p.p.		38.8%	(49.4%)	88.2 p.p.		37.3%	(42.5%)	79.9 p.p.		40.0%	15.5%	24.5 p.p.	
Gastronomy and Agencies	11.8%	9.3%	2.5 p.p.		12.7%	7.8%	4.9 p.p.		11.4%	6.3%	5.1 p.p.		16.2%	12.3%	3.9 p.p.	
Corporate and adjustments	284.3%	186.9%	9,745.8%		306.7%	228.7%	7,798.7%		261.2%	207.3%	5,382.5%		201.5%	138.7%	6,279.0%	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>(2.4%)</b>	<b>0.1%</b>	<b>(2.5) p.p.</b>		<b>2.3%</b>	<b>5.4%</b>	<b>(3.0) p.p.</b>		<b>2.8%</b>	<b>4.2%</b>	<b>(1.3) p.p.</b>		<b>9.5%</b>	<b>9.7%</b>	<b>(0.2) p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Newspapers	(6,646)	(3,815)	(2,831)	(74.2%)	(6,545)	1,272	(7,817)	n.r.	(9,629)	(1,998)	(7,632)	n.r.	11,060	15,912	(4,852)	(30.5%)
Audiovisual	660	596	64	10.7%	1,288	1,190	98	8.2%	1,930	1,807	123	6.8%	2,977	2,366	611	25.8%
Classified	572	136	436	n.r.	1,618	962	656	68.2%	2,727	1,787	940	52.6%	4,356	3,080	1,276	41.4%
Digital Services	243	(92)	335	n.r.	579	(274)	853	n.r.	870	(350)	1,221	n.r.	1,316	115	1,201	n.r.
Gastronomy and Agencies	710	318	392	n.r.	1,588	518	1,070	n.r.	1,905	331	1,575	n.r.	4,748	2,616	2,132	81.5%
Corporate and adjustments	(3,367)	(2,202)	(1,165)	(52.9%)	(6,565)	(5,393)	(1,171)	(21.7%)	(8,835)	(7,664)	(1,171)	(15.3%)	(10,838)	(9,745)	(1,093)	(11.2%)
<b>Total EBIT</b>	<b>(7,828)</b>	<b>(5,059)</b>	<b>(2,769)</b>	<b>(54.7%)</b>	<b>(8,036)</b>	<b>(1,725)</b>	<b>(6,312)</b>	<b>n.r.</b>	<b>(11,031)</b>	<b>(6,087)</b>	<b>(4,944)</b>	<b>(81.2%)</b>	<b>13,619</b>	<b>14,344</b>	<b>(725)</b>	<b>(5.1%)</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Newspapers	(9.9%)	(6.0%)	(3.9) p.p.		(4.7%)	0.9%	(5.7) p.p.		(4.7%)	(1.0%)	(3.7) p.p.		3.8%	5.5%	(1.7) p.p.	
Audiovisual	56.0%	53.9%	2.1 p.p.		53.9%	53.0%	0.9 p.p.		54.3%	54.2%	0.1 p.p.		58.1%	52.6%	5.4 p.p.	
Classified	8.4%	2.2%	6.2 p.p.		11.6%	7.3%	4.3 p.p.		13.2%	9.1%	4.1 p.p.		15.6%	11.3%	4.2 p.p.	
Digital Services	34.4%	(32.1%)	66.5 p.p.		36.8%	(51.9%)	88.7 p.p.									
Gastronomy and Agencies	8.1%	4.8%	3.4 p.p.		9.0%	3.6%	5.4 p.p.		7.4%	1.7%	5.7 p.p.		11.8%	8.4%	3.4 p.p.	
Corporate and adjustments	n/s	n/s	n/s		n/s	n/s	n/s		n/s	n/s	n/s		n/s	n/s	n/s	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>(9.4%)</b>	<b>(6.6%)</b>	<b>(2.8) p.p.</b>		<b>(4.7%)</b>	<b>(1.1%)</b>	<b>(3.6) p.p.</b>		<b>(4.3%)</b>	<b>(2.5%)</b>	<b>(1.8) p.p.</b>		<b>3.8%</b>	<b>4.2%</b>	<b>(0.4) p.p.</b>	

**NEWSPAPERS**

Thousand Euro

	1Q23	1Q22	Var Abs	Var %	1H23	1H22	Var Abs	Var %	9M23	9M22	Var Abs	Var %	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Regionals	18,735	19,792	(1,058)	(5.3%)	37,345	38,956	(1,611)	(4.1%)	56,113	58,026	(1,912)	(3.3%)	75,212	77,164	(1,953)	(2.5%)
ABC	6,284	6,689	(405)	(6.0%)	12,530	13,278	(748)	(5.6%)	18,792	19,780	(989)	(5.0%)	25,141	26,288	(1,147)	(4.4%)
Relevo	0	0	0	n.a.												
Supplements & Magazines	1,597	2,124	(527)	(24.8%)	3,093	4,190	(1,097)	(26.2%)	4,618	6,268	(1,650)	(26.3%)	6,151	8,411	(2,260)	(26.9%)
Adjustments intersegment	(1,071)	(1,384)	313	22.6%	(2,110)	(2,724)	614	22.5%	(3,181)	(4,070)	888	21.8%	(4,248)	(5,447)	1,200	22.0%
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>25,545</b>	<b>27,221</b>	<b>(1,676)</b>	<b>(6.2%)</b>	<b>50,858</b>	<b>53,700</b>	<b>(2,842)</b>	<b>(5.3%)</b>	<b>76,341</b>	<b>80,004</b>	<b>(3,663)</b>	<b>(4.6%)</b>	<b>102,255</b>	<b>106,416</b>	<b>(4,160)</b>	<b>(3.9%)</b>
<b>Advertising Revenues</b>																
Regionals	20,095	18,101	1,994	11.0%	41,459	40,409	1,050	2.6%	59,037	58,139	898	1.5%	86,052	85,335	716	0.8%
ABC	6,887	6,843	44	0.6%	14,604	15,497	(893)	(5.8%)	21,478	22,087	(609)	(2.8%)	33,295	32,545	750	2.3%
Relevo	269	0	0	n.a.	687	0	0	n.a.	1,196	0	0	n.a.	2,144	0	0	n.a.
Supplements & Magazines	1,263	1,088	175	16.1%	3,264	2,876	388	13.5%	4,658	4,211	448	10.6%	7,375	6,694	681	10.2%
Adjustments intersegment	(55)	(2)	(53)	n.r.	(81)	(1)	(80)	n.r.	(149)	(1)	(147)	n.r.	153	(71)	224	n.r.
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>28,459</b>	<b>26,030</b>	<b>2,429</b>	<b>9.3%</b>	<b>59,934</b>	<b>58,781</b>	<b>1,153</b>	<b>2.0%</b>	<b>86,221</b>	<b>84,509</b>	<b>1,711</b>	<b>2.0%</b>	<b>129,019</b>	<b>124,950</b>	<b>4,069</b>	<b>3.3%</b>
<b>Other Revenues</b>																
Regionals	9,771	8,038	1,733	21.6%	18,825	16,863	1,962	11.6%	31,113	28,985	2,129	7.3%	41,393	40,135	1,258	3.1%
ABC	4,982	4,011	971	24.2%	10,982	9,239	1,742	18.9%	16,890	14,411	2,480	17.2%	23,974	22,533	1,440	6.4%
Relevo	0	0	0	n.a.	12	0	12	n.a.	33	0	33	n.a.	49	0	49	n.a.
Supplements & Magazines	132	92	40	43.6%	793	576	218	37.8%	1,050	672	378	56.2%	1,706	999	707	70.8%
Adjustments intersegment	(1,808)	(2,268)	460	20.3%	(3,617)	(3,563)	(55)	(1.5%)	(5,201)	(5,119)	(83)	(1.6%)	(7,886)	(7,448)	(439)	(5.9%)
<b>Total Other Revenues</b>	<b>13,077</b>	<b>9,873</b>	<b>3,204</b>	<b>32.4%</b>	<b>26,994</b>	<b>23,116</b>	<b>3,878</b>	<b>16.8%</b>	<b>43,886</b>	<b>38,949</b>	<b>4,937</b>	<b>12.7%</b>	<b>59,234</b>	<b>56,219</b>	<b>3,016</b>	<b>5.4%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Regionals	48,600	45,931	2,669	5.8%	97,629	96,228	1,401	1.5%	146,263	145,149	1,114	0.8%	202,656	202,634	22	0.0%
ABC	18,153	17,542	611	3.5%	38,116	38,014	101	0.3%	57,160	56,278	882	1.6%	82,409	81,366	1,043	1.3%
Relevo	269	0	269	n.a.	699	0	699	n.a.	1,229	74	1,155	n.r.	2,193	446	1,746	n.r.
Supplements & Magazines	2,993	3,304	(312)	(9.4%)	7,150	7,641	(491)	(6.4%)	10,326	11,151	(825)	(7.4%)	15,232	16,104	(872)	(5.4%)
Adjustments intersegment	(2,934)	(3,654)	720	19.7%	(5,808)	(6,288)	479	7.6%	(8,532)	(9,190)	658	7.2%	(11,980)	(12,966)	985	7.6%
<b>Total Revenues</b>	<b>67,081</b>	<b>63,124</b>	<b>3,957</b>	<b>6.3%</b>	<b>137,785</b>	<b>135,596</b>	<b>2,189</b>	<b>1.6%</b>	<b>206,447</b>	<b>203,463</b>	<b>2,985</b>	<b>1.5%</b>	<b>290,509</b>	<b>287,585</b>	<b>2,925</b>	<b>1.0%</b>
<b>EBITDA</b>																
Regionals	3,390	2,328	1,063	45.7%	8,360	10,311	(1,951)	(18.9%)	11,991	14,284	(2,293)	(16.1%)	24,777	27,445	(2,668)	(9.7%)
ABC	(2,950)	(1,322)	(1,628)	n.r.	(1,665)	427	(2,092)	n.r.	(1,651)	519	(2,170)	n.r.	6,812	7,740	(929)	(12.0%)
Relevo	(1,901)	(439)	(1,462)	n.r.	(3,578)	(1,278)	(2,300)	n.r.	(5,213)	(3,803)	(1,410)	(37.1%)	(6,273)	(5,038)	(1,235)	(24.5%)
Supplements & Magazines	(403)	(206)	(197)	(95.6%)	201	479	(278)	(58.1%)	242	475	(233)	(49.0%)	1,783	1,267	516	40.8%
<b>Total EBITDA</b>	<b>(1,863)</b>	<b>361</b>	<b>(2,224)</b>	<b>n.r.</b>	<b>3,318</b>	<b>9,940</b>	<b>(6,621)</b>	<b>(66.6%)</b>	<b>5,370</b>	<b>11,475</b>	<b>(6,105)</b>	<b>(53.2%)</b>	<b>27,099</b>	<b>31,414</b>	<b>(4,315)</b>	<b>(13.7%)</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Regionals	7.0%	5.1%	1.9 p.p.		8.6%	10.7%	(2.2) p.p.		8.2%	9.8%	(1.6) p.p.		12.2%	13.5%	(1.3) p.p.	
ABC	(16.3%)	(7.5%)	(8.7) p.p.		(4.4%)	1.1%	(5.5) p.p.		(2.9%)	0.9%	(3.8) p.p.		8.3%	9.5%	(1.2) p.p.	
Relevo	(707.3%)	n.a.	n.a.		(511.9%)	n.a.	n.a.		(424.1%)	(5137.2%)	471304.7%		(286.1%)	(1128.6%)	84252.8%	
Supplements & Magazines	(13.5%)	(6.2%)	(7.2) p.p.		2.8%	6.3%	(3.5) p.p.		2.3%	4.3%	(1.9) p.p.		11.7%	7.9%	3.8 p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>(2.8%)</b>	<b>0.6%</b>	<b>(3.3) p.p.</b>		<b>2.4%</b>	<b>7.3%</b>	<b>(4.9) p.p.</b>		<b>2.6%</b>	<b>5.6%</b>	<b>(3.0) p.p.</b>		<b>9.3%</b>	<b>10.9%</b>	<b>(1.6) p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Regionals	1,099	184	916	n.r.	3,497	5,815	(2,317)	(39.9%)	4,427	7,414	(2,986)	(40.3%)	18,548	21,234	(2,687)	(12.7%)
ABC	(5,227)	(3,231)	(1,996)	(61.8%)	(6,127)	(3,478)	(2,648)	(76.1%)	(8,319)	(5,679)	(2,641)	(46.5%)	(2,057)	(964)	(1,093)	n.r.
Relevo	(1,974)	(439)	(1,535)	n.r.	(3,786)	(1,280)	(2,506)	n.r.	(5,513)	(3,809)	(1,704)	(44.7%)	(6,619)	(5,073)	(1,547)	(30.5%)
Supplements & Magazines	(545)	(329)	(216)	(65.6%)	(129)	216	(345)	n.r.	(224)	77	(301)	n.r.	1,189	714	474	66.4%
<b>Total EBIT</b>	<b>(6,646)</b>	<b>(3,815)</b>	<b>(2,831)</b>	<b>(74.2%)</b>	<b>(6,545)</b>	<b>1,272</b>	<b>(7,817)</b>	<b>n.r.</b>	<b>(9,629)</b>	<b>(1,998)</b>	<b>(7,632)</b>	<b>n.r.</b>	<b>11,060</b>	<b>15,912</b>	<b>(4,852)</b>	<b>(30.5%)</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Regionals	2.3%	0.4%	1.9 p.p.		3.6%	6.0%	(2.5) p.p.		3.0%	5.1%	(2.1) p.p.		9.2%	10.5%	(1.3) p.p.	
ABC	(28.8%)	(18.4%)	(10.4) p.p.		(16.1%)	(9.2%)	(6.9) p.p.		(14.6%)	(10.1%)	(4.5) p.p.		(2.5%)	(1.2%)	(1.3) p.p.	
Relevo	(734.5%)	n.a.	n.a.		(541.7%)	n.a.	n.a.		(448.5%)	(5145.4%)	469688.5%		(301.9%)	(1136.4%)	83450.0%	
Supplements & Magazines	(18.2%)	(9.9%)	(8.2) p.p.		(1.8%)	2.8%	(4.6) p.p.		(2.2%)	0.7%	(2.9) p.p.		7.8%	4.4%	3.4 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>(9.9%)</b>	<b>(6.0%)</b>	<b>(3.9) p.p.</b>		<b>(4.7%)</b>	<b>0.9%</b>	<b>(5.7) p.p.</b>		<b>(4.7%)</b>	<b>(1.0%)</b>	<b>(3.7) p.p.</b>		<b>3.8%</b>	<b>5.5%</b>	<b>(1.7) p.p.</b>	

**AUDIOVISUAL**

Thousand Euro

	1Q23	1Q22	Var Abs	Var %	1H23	1H22	Var Abs	Var %	9M23	9M22	Var Abs	Var %	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Advertising Revenues</b>																
Local DTT	75	85	(10)	(11.4%)	211	195	16	8.1%	321	298	22	7.4%	380	384	(4)	(1.1%)
Radio	10	10	()	(0.5%)	20	20	()	(0.8%)	23	23	()	(0.7%)	33	33	()	(0.6%)
Content	0	0	0	n.a.	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.	0	0	0	n.a.
<b>Adjustments intersegment</b>	<b>85</b>	<b>95</b>	<b>(10)</b>	<b>(10.3%)</b>	<b>230</b>	<b>215</b>	<b>16</b>	<b>7.3%</b>	<b>343</b>	<b>321</b>	<b>22</b>	<b>6.8%</b>	<b>413</b>	<b>417</b>	<b>(4)</b>	<b>(1.0%)</b>
<b>Other Revenues</b>																
Local DTT	218	198	20	9.9%	404	409	(5)	(1.2%)	584	586	(2)	(0.3%)	1,183	791	392	49.6%
Radio	857	783	74	9.4%	1,715	1,572	143	9.1%	2,568	2,355	213	9.1%	3,453	3,197	255	8.0%
Content	44	55	(11)	(20.0%)	88	99	(11)	(11.1%)	132	143	(11)	(7.7%)	177	188	(11)	(5.9%)
Adjustments intersegment	(24)	(24)	()	(0.0%)	(49)	(49)	()	(0.0%)	(73)	(73)	()	(0.0%)	(97)	(97)	()	(0.0%)
<b>Total Other Revenues</b>	<b>1,095</b>	<b>1,012</b>	<b>82</b>	<b>8.1%</b>	<b>2,159</b>	<b>2,032</b>	<b>127</b>	<b>6.2%</b>	<b>3,212</b>	<b>3,012</b>	<b>200</b>	<b>6.7%</b>	<b>4,715</b>	<b>4,079</b>	<b>637</b>	<b>15.6%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Local DTT	293	283	10	3.5%	615	604	11	1.8%	905	885	20	2.3%	1,563	1,175	388	33.0%
Radio	867	793	74	9.3%	1,734	1,592	143	9.0%	2,591	2,378	213	9.0%	3,485	3,230	255	7.9%
Content	44	55	(11)	(20.0%)	88	99	(11)	(11.1%)	132	143	(11)	(7.7%)	177	188	(11)	(5.9%)
Adjustments intersegment	(24)	(24)	()	(0.0%)	(49)	(49)	()	(0.0%)	(73)	(73)	()	(0.0%)	(97)	(97)	()	(0.0%)
<b>Total Revenues</b>	<b>1,180</b>	<b>1,107</b>	<b>73</b>	<b>6.6%</b>	<b>2,389</b>	<b>2,247</b>	<b>142</b>	<b>6.3%</b>	<b>3,556</b>	<b>3,333</b>	<b>222</b>	<b>6.7%</b>	<b>5,128</b>	<b>4,496</b>	<b>632</b>	<b>14.1%</b>
<b>EBITDA</b>																
Local DTT	(84)	(80)	(4)	(5.1%)	(178)	(162)	(15)	(9.4%)	(264)	(213)	(51)	(23.9%)	37	(291)	328	n.r.
Radio	751	686	65	9.5%	1,491	1,377	114	8.3%	2,228	2,056	171	8.3%	2,981	2,751	230	8.3%
Content	2	5	(3)	(66.7%)	(9)	1	(10)	n.r.	(9)	(1)	(8)	n.r.	(10)	(48)	38	79.6%
Adjustments intersegment	0	0	()	(100.0%)	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total EBITDA</b>	<b>669</b>	<b>611</b>	<b>58</b>	<b>9.5%</b>	<b>1,305</b>	<b>1,215</b>	<b>89</b>	<b>7.4%</b>	<b>1,954</b>	<b>1,842</b>	<b>112</b>	<b>6.1%</b>	<b>3,008</b>	<b>2,412</b>	<b>596</b>	<b>24.7%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Local DTT	(28.6%)	(28.2%)	(0.4) p.p.		(28.9%)	(26.9%)	(2.0) p.p.		(29.2%)	(24.1%)	(5.1) p.p.		2.4%	(24.8%)	27.2 p.p.	
Radio	86.6%	86.4%	0.2 p.p.		86.0%	86.5%	(0.5) p.p.		86.0%	86.5%	(0.5) p.p.		85.5%	85.2%	0.4 p.p.	
Content	3.5%	8.4%	(4.9) p.p.		(10.0%)	0.7%	(10.8) p.p.		(7.1%)	(0.6%)	(6.5) p.p.		(5.6%)	(25.7%)	20.1 p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>56.7%</b>	<b>55.2%</b>	<b>1.5 p.p.</b>		<b>54.6%</b>	<b>54.1%</b>	<b>0.5 p.p.</b>		<b>54.9%</b>	<b>55.3%</b>	<b>(0.3) p.p.</b>		<b>58.7%</b>	<b>53.6%</b>	<b>5.0 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Local DTT	(89)	(87)	(1)	(1.6%)	(188)	(177)	(10)	(5.9%)	(279)	(235)	(44)	(18.7%)	18	(320)	338	n.r.
Radio	749	681	68	10.0%	1,488	1,370	117	8.6%	2,223	2,048	174	8.5%	2,974	2,741	233	8.5%
Content	73	3	(3)	(97.3%)	(12)	(3)	(9)	n.r.	(14)	(7)	(7)	n.r.	(15)	(56)	40	72.3%
Adjustments intersegment	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total EBIT</b>	<b>660</b>	<b>596</b>	<b>64</b>	<b>10.7%</b>	<b>1,288</b>	<b>1,190</b>	<b>98</b>	<b>8.2%</b>	<b>1,930</b>	<b>1,807</b>	<b>123</b>	<b>6.8%</b>	<b>2,977</b>	<b>2,366</b>	<b>611</b>	<b>25.8%</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Local DTT	(30.3%)	(30.9%)	0.6 p.p.		(30.5%)	(29.3%)	(1.2) p.p.		(30.8%)	(26.5%)	(4.3) p.p.		1.2%	(27.2%)	28.4 p.p.	
Radio	86.4%	85.8%	0.6 p.p.		85.8%	86.1%	(0.3) p.p.		85.8%	86.1%	(0.4) p.p.		85.3%	84.9%	0.5 p.p.	
Content	0.2%	5.0%	(4.8) p.p.		(13.3%)	(3.1%)	(10.3) p.p.		(10.4%)	(4.6%)	(5.8) p.p.		(8.7%)	(29.6%)	20.9 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>56.0%</b>	<b>53.9%</b>	<b>2.1 p.p.</b>		<b>53.9%</b>	<b>53.0%</b>	<b>1.0 p.p.</b>		<b>54.3%</b>	<b>54.2%</b>	<b>0.1 p.p.</b>		<b>58.1%</b>	<b>52.6%</b>	<b>5.4 p.p.</b>	

**CLASSIFIED**

Thousand Euro

	1Q23	1Q22	Var Abs	Var %	1H23	1H22	Var Abs	Var %	9M23	9M22	Var Abs	Var %	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Classified	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>
<b>Advertising Revenues</b>																
Classified	6,613	6,003	609	10.1%	13,482	12,579	903	7.2%	20,034	18,922	1,111	5.9%	26,848	26,217	632	2.4%
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>6,613</b>	<b>6,003</b>	<b>609</b>	<b>10.1%</b>	<b>13,482</b>	<b>12,579</b>	<b>903</b>	<b>7.2%</b>	<b>20,034</b>	<b>18,922</b>	<b>1,111</b>	<b>5.9%</b>	<b>26,848</b>	<b>26,217</b>	<b>632</b>	<b>2.4%</b>
<b>Other Revenues</b>																
Classified	191	279	(88)	(31.6%)	442	557	(115)	(20.6%)	698	820	(122)	(14.8%)	1,130	993	137	13.8%
<b>Total Other Revenues</b>	<b>191</b>	<b>279</b>	<b>(88)</b>	<b>(31.6%)</b>	<b>442</b>	<b>557</b>	<b>(115)</b>	<b>(20.6%)</b>	<b>698</b>	<b>820</b>	<b>(122)</b>	<b>(14.8%)</b>	<b>1,130</b>	<b>993</b>	<b>137</b>	<b>13.8%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Classified	6,804	6,283	521	8.3%	13,924	13,136	788	6.0%	20,732	19,742	990	5.0%	27,978	27,209	769	2.8%
<b>Total Revenues</b>	<b>6,804</b>	<b>6,283</b>	<b>521</b>	<b>8.3%</b>	<b>13,924</b>	<b>13,136</b>	<b>788</b>	<b>6.0%</b>	<b>20,732</b>	<b>19,742</b>	<b>990</b>	<b>5.0%</b>	<b>27,978</b>	<b>27,209</b>	<b>769</b>	<b>2.8%</b>
<b>EBITDA</b>																
Classified	1,075	662	413	62.4%	2,643	1,939	704	36.3%	4,291	3,205	1,085	33.9%	6,470	4,979	1,491	29.9%
<b>Total EBITDA</b>	<b>1,075</b>	<b>662</b>	<b>413</b>	<b>62.4%</b>	<b>2,643</b>	<b>1,939</b>	<b>704</b>	<b>36.3%</b>	<b>4,291</b>	<b>3,205</b>	<b>1,085</b>	<b>33.9%</b>	<b>6,470</b>	<b>4,979</b>	<b>1,491</b>	<b>29.9%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Classified	15.8%	10.5%	5.3 p.p.		19.0%	14.8%	4.2 p.p.		20.7%	16.2%	4.5 p.p.		23.1%	18.3%	4.8 p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>15.8%</b>	<b>10.5%</b>	<b>5.3 p.p.</b>		<b>19.0%</b>	<b>14.8%</b>	<b>4.2 p.p.</b>		<b>20.7%</b>	<b>16.2%</b>	<b>4.5 p.p.</b>		<b>23.1%</b>	<b>18.3%</b>	<b>4.8 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Classified	572	136	436	n.r.	1,618	962	656	68.2%	2,727	1,787	940	52.6%	4,356	3,080	1,276	41.4%
<b>Total EBIT</b>	<b>572</b>	<b>136</b>	<b>436</b>	<b>n.r.</b>	<b>1,618</b>	<b>962</b>	<b>656</b>	<b>68.2%</b>	<b>2,727</b>	<b>1,787</b>	<b>940</b>	<b>52.6%</b>	<b>4,356</b>	<b>3,080</b>	<b>1,276</b>	<b>41.4%</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Classified	8.4%	2.2%	6.2 p.p.		11.6%	7.3%	4.3 p.p.		13.2%	9.1%	4.1 p.p.		15.6%	11.3%	4.2 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>8.4%</b>	<b>2.2%</b>	<b>6.2 p.p.</b>		<b>11.6%</b>	<b>7.3%</b>	<b>4.3 p.p.</b>		<b>13.2%</b>	<b>9.1%</b>	<b>4.1 p.p.</b>		<b>15.6%</b>	<b>11.3%</b>	<b>4.2 p.p.</b>	

**DIGITAL SERVICES**

Thousand Euro

	1Q23	1Q22	Var Abs	Var %	1H23	1H22	Var Abs	Var %	9M23	9M22	Var Abs	Var %	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Digital Services	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>
<b>Advertising Revenues</b>																
Digital Services	707	287	419	n.r.	1,571	528	1,044	n.r.	2,479	762	1,718	n.r.	3,483	1,001	2,482	n.r.
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>707</b>	<b>287</b>	<b>419</b>	<b>n.r.</b>	<b>1,571</b>	<b>528</b>	<b>1,044</b>	<b>n.r.</b>	<b>2,479</b>	<b>762</b>	<b>1,718</b>	<b>n.r.</b>	<b>3,483</b>	<b>1,001</b>	<b>2,482</b>	<b>n.r.</b>
<b>Other Revenues</b>																
Digital Services	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total Other Revenues</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>
<b>Total Revenues</b>																
Digital Services	707	287	419	n.r.	1,571	528	1,044	n.r.	2,479	762	1,718	n.r.	3,483	1,001	2,482	n.r.
<b>Total Revenues</b>	<b>707</b>	<b>287</b>	<b>419</b>	<b>n.r.</b>	<b>1,571</b>	<b>528</b>	<b>1,044</b>	<b>n.r.</b>	<b>2,479</b>	<b>762</b>	<b>1,718</b>	<b>n.r.</b>	<b>3,483</b>	<b>1,001</b>	<b>2,482</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBITDA</b>																
Digital Services	256	(92)	348	n.r.	609	(261)	870	n.r.	926	(324)	1,250	n.r.	1,392	155	1,238	n.r.
<b>Total EBITDA</b>	<b>256</b>	<b>(92)</b>	<b>348</b>	<b>n.r.</b>	<b>609</b>	<b>(261)</b>	<b>870</b>	<b>n.r.</b>	<b>926</b>	<b>(324)</b>	<b>1,250</b>	<b>n.r.</b>	<b>1,392</b>	<b>155</b>	<b>1,238</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Digital Services	36.3%	(31.9%)	68.2 p.p.		38.8%	(49.4%)	88.2 p.p.		37.3%	(42.5%)	79.9 p.p.		40.0%	15.5%	24.5 p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>36.3%</b>	<b>(31.9%)</b>	<b>68.2 p.p.</b>		<b>38.8%</b>	<b>(49.4%)</b>	<b>88.2 p.p.</b>		<b>37.3%</b>	<b>(42.5%)</b>	<b>79.9 p.p.</b>		<b>40.0%</b>	<b>15.5%</b>	<b>24.5 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Digital Services	243	(92)	335	n.r.	579	(274)	853	n.r.	870	(350)	1,221	n.r.	1,316	115	1,201	n.r.
<b>Total EBIT</b>	<b>243</b>	<b>(92)</b>	<b>335</b>	<b>n.r.</b>	<b>579</b>	<b>(274)</b>	<b>853</b>	<b>n.r.</b>	<b>870</b>	<b>(350)</b>	<b>1,221</b>	<b>n.r.</b>	<b>1,316</b>	<b>115</b>	<b>1,201</b>	<b>n.r.</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Digital Services	34.4%	(32.1%)	66.5 p.p.		36.8%	(51.9%)	88.7 p.p.		35.1%	(46.0%)	81.1 p.p.		37.8%	11.5%	26.3 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>34.4%</b>	<b>(32.1%)</b>	<b>66.5 p.p.</b>		<b>36.8%</b>	<b>(51.9%)</b>	<b>88.7 p.p.</b>		<b>35.1%</b>	<b>(46.0%)</b>	<b>81.1 p.p.</b>		<b>37.8%</b>	<b>11.5%</b>	<b>26.3 p.p.</b>	

**GASTRONOMY & AGENCIES**

Thousand Euro

	1Q23	1Q22	Var Abs	Var %	1H23	1H22	Var Abs	Var %	9M23	9M22	Var Abs	Var %	2023	2022	Var Abs	Var %
<b>Circulation Revenues</b>																
Gastronomy	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
Agencies	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.	0	0	0	n.a.
<b>Total Circulation Revenues</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>63.3%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>n.a.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>69.7%</b>
<b>Advertising Revenues</b>																
Gastronomy	133	28	105	n.r.	209	72	137	n.r.	308	179	129	72.3%	502	383	119	31.1%
Agencies	8	13	(5)	(40.8%)	55	25	30	n.r.	102	38	64	n.r.	162	103	60	58.1%
<b>Total Advertising Revenues</b>	<b>141</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>63.3%</b>	<b>264</b>	<b>98</b>	<b>167</b>	<b>95.9%</b>	<b>410</b>	<b>217</b>	<b>193</b>	<b>n.r.</b>	<b>664</b>	<b>486</b>	<b>179</b>	<b>69.7%</b>
<b>Other Revenues</b>																
Gastronomy	4,815	3,933	881	22.4%	8,005	6,269	1,735	27.7%	9,402	7,476	1,926	25.8%	13,812	11,777	2,035	17.3%
Agencies	3,767	2,674	1,093	40.9%	9,406	8,039	1,366	17.0%	15,802	11,818	3,984	33.7%	25,713	18,934	6,778	35.8%
<b>Total Other Revenues</b>	<b>8,582</b>	<b>6,607</b>	<b>1,974</b>	<b>63.3%</b>	<b>17,410</b>	<b>14,309</b>	<b>3,101</b>	<b>95.9%</b>	<b>25,204</b>	<b>19,294</b>	<b>5,910</b>	<b>n.r.</b>	<b>39,525</b>	<b>30,712</b>	<b>8,814</b>	<b>69.7%</b>
<b>Total Revenues</b>																
Gastronomy	4,948	3,961	987	24.9%	8,214	6,342	1,872	29.5%	9,710	7,655	2,055	26.8%	14,314	12,160	2,154	17.7%
Agencies	3,775	2,687	1,087	40.5%	9,461	8,065	1,396	17.3%	15,904	11,856	4,048	34.1%	25,875	19,037	6,838	35.9%
<b>Total Revenues</b>	<b>8,723</b>	<b>6,649</b>	<b>2,074</b>	<b>31.2%</b>	<b>17,674</b>	<b>14,407</b>	<b>3,268</b>	<b>22.7%</b>	<b>25,614</b>	<b>19,511</b>	<b>6,102</b>	<b>31.3%</b>	<b>40,189</b>	<b>31,197</b>	<b>8,992</b>	<b>28.8%</b>
<b>EBITDA</b>																
Gastronomy	1,430	927	503	54.2%	1,866	1,017	849	83.6%	1,866	810	1,056	n.r.	2,850	1,836	1,014	55.2%
Agencies	(400)	(309)	(91)	(29.4%)	381	103	278	n.r.	1,056	424	632	n.r.	3,645	1,987	1,658	83.4%
<b>Total EBITDA</b>	<b>1,029</b>	<b>618</b>	<b>412</b>	<b>66.6%</b>	<b>2,247</b>	<b>1,120</b>	<b>1,127</b>	<b>n.r.</b>	<b>2,922</b>	<b>1,234</b>	<b>1,688</b>	<b>n.r.</b>	<b>6,495</b>	<b>3,823</b>	<b>2,672</b>	<b>69.9%</b>
<b>EBITDA Margin</b>																
Gastronomy	28.9%	23.4%	5.5 p.p.		22.7%	16.0%	6.7 p.p.		19.2%	10.6%	8.6 p.p.		19.9%	15.1%	4.8 p.p.	
Agencies	(10.6%)	(11.5%)	0.9 p.p.		4.0%	1.3%	2.7 p.p.		6.6%	3.6%	3.1 p.p.		14.1%	10.4%	3.6 p.p.	
<b>Total EBITDA Margin</b>	<b>11.8%</b>	<b>9.3%</b>	<b>2.5 p.p.</b>		<b>12.7%</b>	<b>7.8%</b>	<b>4.9 p.p.</b>		<b>11.4%</b>	<b>6.3%</b>	<b>5.1 p.p.</b>		<b>16.2%</b>	<b>12.3%</b>	<b>3.9 p.p.</b>	
<b>EBIT</b>																
Gastronomy	1,364	862	501	58.2%	1,735	886	849	95.9%	1,655	614	1,041	n.r.	2,555	1,576	979	62.1%
Agencies	(654)	(545)	(110)	(20.1%)	(147)	(367)	221	60.1%	250	(284)	534	n.r.	2,193	1,040	1,153	n.r.
<b>Total EBIT</b>	<b>710</b>	<b>318</b>	<b>392</b>	<b>n.r.</b>	<b>1,588</b>	<b>518</b>	<b>1,070</b>	<b>n.r.</b>	<b>1,905</b>	<b>331</b>	<b>1,575</b>	<b>n.r.</b>	<b>4,748</b>	<b>2,616</b>	<b>2,132</b>	<b>81.5%</b>
<b>EBIT Margin</b>																
Gastronomy	28.9%	23.4%	5.5 p.p.		22.7%	16.0%	6.7 p.p.		19.2%	10.6%	8.6 p.p.		19.9%	15.1%	4.8 p.p.	
Agencies	(10.6%)	(11.5%)	0.9 p.p.		4.0%	1.3%	2.7 p.p.		6.6%	3.6%	3.1 p.p.		14.1%	10.4%	3.6 p.p.	
<b>Total EBIT Margin</b>	<b>8.1%</b>	<b>4.8%</b>	<b>0.2 p.p.</b>		<b>9.0%</b>	<b>3.6%</b>	<b>0.3 p.p.</b>		<b>7.4%</b>	<b>1.7%</b>	<b>0.3 p.p.</b>		<b>11.8%</b>	<b>8.4%</b>	<b>0.2 p.p.</b>	