

**ATRESMEDIA**



**RESULTADOS ENERO-JUNIO 2021**

**30 de junio de 2021**



La información consolidada de Atresmedia adjunta ha sido preparada de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), teniendo en consideración la totalidad de los principios y normas contables y los criterios de valoración de aplicación obligatoria, así como las alternativas que la normativa permite a este respecto. De modo adicional se presenta información de la evolución individualizada de las dos principales actividades del Grupo: Audiovisual y Radio.



---

1.	ASPECTOS DESTACADOS .....	3
1.1	Hitos del período y principales magnitudes .....	3
1.2	Entorno económico y de mercado .....	4
2.	ATRESMEDIA .....	6
2.1	Cuenta de resultados consolidada .....	6
2.1.1	Ingresos Netos .....	7
2.1.2	Gastos de Explotación.....	7
2.1.3	Resultados de Explotación y márgenes .....	8
2.1.4	Resultado antes de impuestos .....	9
2.1.5	Resultado Consolidado del período .....	9
2.2	Balance consolidado.....	10
2.3	Cash Flow consolidado .....	12
2.4	Evolución de la acción .....	13
2.4.1	La acción de Atresmedia .....	13
2.4.2	Recomendaciones de analistas.....	14
2.5	Responsabilidad corporativa .....	14
3.	AUDIOVISUAL .....	16
3.1	Cuenta de Resultados .....	16
3.1.1	Ingresos Netos .....	16
3.1.2	Gastos de Explotación.....	19
3.1.3	Resultados de Explotación y márgenes .....	20
3.2	Audiencia .....	21
3.2.1	Consumo de Televisión .....	21
3.2.2	Audiencias de Televisión .....	21
3.2.3	Audiencias de Digital .....	26
4.	RADIO .....	28
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia .....	28
4.2	Cuenta de Resultados .....	29
5.	MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO .....	31



## 1. ASPECTOS DESTACADOS

### 1.1 Hitos del período y principales magnitudes

#### Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020
Audiencia total TV	27,6%	26,1%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	42,0%	41,9%
Oyentes Radio (miles) (2ª Ola EGM. Media móvil)	3.011	3.345
Nº de empleados total	2.495	2.588

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020
Ingresos Netos	464.835	374.954
Resultado Bruto de Explotación	91.207	42.796
Beneficio del Ejercicio	62.495	22.690
Deuda Financiera Neta	68.844	137.697

**Atresmedia ha obtenido en el primer semestre de 2021 un Resultado Bruto de Explotación de 91,2 millones de euros, multiplicando por 2,1 el del primer semestre de 2020, y un Beneficio Consolidado de 62,5 millones de euros.**

**Atresmedia Televisión** ha alcanzado en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 42,0%, una mejora de 0,1 puntos frente al ejercicio anterior. En términos de **audiencia** crece 1,5 puntos respecto al primer semestre de 2020 registrando una cuota del 27,6%. Lidera el prime time con 2,8 puntos más que Mediaset, grupo que cuenta con un canal más, y se mantiene líder en el target comercial de esa franja con una audiencia del 28,8%.

**El canal Antena 3** obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 13,9%, sumando 2,6 puntos más que en el mismo periodo del año anterior y liderando la franja prime time con una audiencia del 16,3%.

**El canal laSexta**, con una audiencia media del 6,7% se sitúa 1,3 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial una audiencia del 7,8%.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,0% en el acumulado a junio de 2021, siendo en el target comercial de un 7,7%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a junio, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet por quinto año consecutivo, alcanza los 26,7 millones de usuarios únicos, y se posiciona en el sexto puesto en el ranking de los sitios más visitados de España. La plataforma de pago ATRESplayer Premium registra a 30 de junio de 2021 un total de 437 mil suscriptores, multiplicando por 1,7 los que tenía a 30 de junio de 2020.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia registran cerca de 58 millones de abonados, suman 4 millones más que a junio del año anterior, un incremento del 8%.

**Atresmedia Radio**, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,0 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (2ª ola de 2021).

## 1.2 Entorno económico y de mercado

Tras la contracción registrada por la economía española en el primer trimestre de 2021, menor de la que inicialmente se estimaba (-0,4% vs. -0,5%), el panel de expertos de Funcas de Julio de 2021 incrementa su estimación de crecimiento del PIB para el año en tres décimas respecto al panel de mayo, y lo sitúa en 6,1%.

La previsión de evolución del PIB para 2022, por su parte, sube cuatro décimas y se queda en 6,1%.

Según el Gobierno de España, el crecimiento del PIB en España será del 6,5% en 2021, apuntando a una mayor recuperación a partir del segundo semestre. Para 2022 espera el 7% de aumento de la actividad económica.

En esta línea también se encuentra el FMI, que en abril ha aumentado su previsión de crecimiento para el conjunto de la economía española, hasta situarla en el 6,4% (frente al 5,9% previsto en enero) en 2021 y 4,7% en 2022. El Banco de España, por su parte, prevé que el PIB repunte un 6,2% en este ejercicio y un 5,8% en el siguiente.

En cuanto al mercado laboral, el panel de Funcas estima que la tasa de paro seguirá siendo muy significativa y se situará en el 15,7% en 2021 para reducirse hasta 14,9% en 2022.



En 2021 los precios de algunas materias primas como el petróleo han comenzado a repuntar frente a 2020. Este hecho, además de otros factores como el aumento del consumo de los hogares, y la subida de los precios de la electricidad llevan a los panelistas de Funcas a estimar un crecimiento medio de precios del 1,9% para 2021.

El déficit público, también según el panel de Funcas, está previsto que llegue al 8,2% en 2021 y al 5,7% en 2022, reduciéndose respecto a 2020 cuando alcanzó el 11% del PIB.

Respecto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria de enero a junio de 2021 ha crecido un 18,4% respecto al mismo período de 2020. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión ha crecido un 22,9%, el medio radio un 15,2% y el medio digital un 20,1%.

<b>Mercado Publicitario por medios</b>	<b>1S21 VS 1S20</b>
<b>Televisión</b>	<b>22,9%</b>
<b>Radio</b>	<b>15,2%</b>
<b>Digital</b>	<b>20,1%</b>
Diarios	10,8%
Revistas	13,4%
Exterior	-8,2%
Dominicales	-29,3%
Cine	-65,7%
<b>TOTAL MEDIOS</b>	<b>18,4%</b>

Fuente: Infoadex



## 2. ATRESMEDIA

### 2.1 Cuenta de resultados consolidada

<b>Miles de Euros</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>	<b>Evolución</b>
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>464.835</b>	<b>374.954</b>	<b>24,0%</b>
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>373.628</b>	<b>332.158</b>	<b>12,5%</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>91.207</b>	<b>42.796</b>	<b>113,1%</b>
Amortización del inmovilizado	9.091	9.545	(4,8%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(47)	(1)	n/a
<b>Beneficio de explotación</b>	<b>82.163</b>	<b>33.252</b>	<b>147,1%</b>
<b>Resultado financiero</b>	<b>(2.550)</b>	<b>(4.461)</b>	<b>42,8%</b>
<b>Resultado neto de participaciones en otras entidades</b>	<b>6.024</b>	<b>1.038</b>	<b>480,2%</b>
<b>Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas</b>	<b>85.636</b>	<b>29.829</b>	<b>187,1%</b>
Impuesto sobre sociedades	23.172	7.190	222,3%
<b>Beneficio del ejercicio</b>	<b>62.464</b>	<b>22.639</b>	<b>175,9%</b>
Resultado atribuido a socios externos	31	51	(39,5%)
<b>Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante</b>	<b>62.495</b>	<b>22.690</b>	<b>175,4%</b>



### 2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a junio de 2021 alcanzan los 464,8 millones de euros, frente a los 375,0 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2020, lo que supone un incremento del 24,0%.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020	Evolución
Audiovisual	436.753	350.629	24,6%
Radio	33.423	29.586	13,0%
Eliminaciones	(5.341)	(5.261)	
<b>ATRESMEDIA</b>	<b>464.835</b>	<b>374.954</b>	<b>24,0%</b>

El mercado publicitario, según Infoadex, ha crecido en el periodo enero a junio de 2021 un 18,4% siendo el crecimiento en el segundo trimestre de un 53,9%.

### 2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a junio de 2021 aumentan un 12,5% respecto al acumulado a junio del año anterior.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020	Evolución
Audiovisual	348.171	307.594	13,2%
Radio	30.798	29.825	3,3%
Eliminaciones	(5.341)	(5.261)	
<b>ATRESMEDIA</b>	<b>373.628</b>	<b>332.158</b>	<b>12,5%</b>





<b>Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>	<b>Evolución</b>
Consumo de programas	169.828	147.617	15,0%
Gastos de Personal	83.578	76.158	9,7%
Otros gastos operativos	73.577	67.865	8,4%
Costes variables ligados a ventas	51.986	45.778	13,6%
Eliminaciones	(5.341)	(5.261)	
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>373.628</b>	<b>332.158</b>	<b>12,5%</b>

La diferencia de costes con respecto al primer semestre de 2020 se debe fundamentalmente a las medidas de ralentización y contención de gastos tomadas el año pasado como consecuencia de la crisis de la COVID-19.

Adicionalmente, el incremento de la actividad comercial durante el segundo trimestre de 2021 ha supuesto un incremento de los costes variables ligados a ventas.

### 2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2021 ha sido 48,4 millones de euros superior al obtenido en el mismo periodo de 2020, alcanzando los 91,2 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 19,6% frente al 11,4% en el primer semestre del año pasado.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>
Audiovisual	88.582	43.035
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>20,3%</b>	<b>12,3%</b>
Radio	2.625	(239)
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>7,9%</b>	<b>n/a</b>
<b>TOTAL ATRESMEDIA</b>	<b>91.207</b>	<b>42.796</b>
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>19,6%</b>	<b>11,4%</b>



En el segundo trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 56,6 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 21,7%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a junio ha sido de 82,2 millones de euros, un crecimiento de 48,9 millones de euros frente al Resultado de Explotación alcanzado en el mismo periodo de 2020.

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>
Negocio Audiovisual	80.818	34.819
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>18,5%</b>	<b>9,9%</b>
Negocio Radio	1.345	(1.567)
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>4,0%</b>	<b>n/a</b>
<b>TOTAL ATRESMEDIA</b>	<b>82.163</b>	<b>33.252</b>
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>17,7%</b>	<b>8,9%</b>

## 2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a junio de 2021 es negativo por importe de 2,6 millones de euros frente a los 4,5 millones de euros negativos del acumulado a junio del año anterior. Esta variación comprende el efecto neto del incremento de costes ligados a una nueva financiación sindicada y de los ingresos financieros contabilizados en aplicación de lo recogido en la NIIF 9 relativo a refinanciación de deuda.

A 30 de junio el epígrafe "Resultado neto de participaciones en otras entidades" recoge 6,0 millones de euros por plusvalías en sociedades participadas de Media for Equity.

El Resultado antes de impuestos en el primer semestre del año ha sido de 85,6 millones de euros frente a los 29,8 millones de euros alcanzados en el mismo periodo de 2020.

## 2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado del acumulado a junio de 2021 es de 62,5 millones de euros, superior en 39,8 millones de euros al obtenido en el primer semestre del año anterior.



## 2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	30 Junio 2021	31 Diciembre 2020
<b>ACTIVO</b>		
Fondo de comercio	157.544	157.544
Otros activos intangibles	114.991	115.661
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	80.832	79.043
Activos por impuesto diferido	204.206	204.311
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>557.573</b>	<b>556.559</b>
Derechos de programas y existencias	289.554	291.165
Deudores comerciales y otros deudores	246.325	251.750
Otros activos corrientes	24.477	19.782
Activo por impuesto corriente	16.020	26.897
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	212.762	172.792
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>789.138</b>	<b>762.387</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.346.711</b>	<b>1.318.946</b>
<b>PASIVO</b>		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	279.103	216.716
Acciones propias	(6.168)	(6.168)
Ajustes por cambios de valor y otros	6.759	5.658
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>529.773</b>	<b>466.286</b>
Obligaciones y bonos	168.294	162.986
Deudas con entidades de crédito	93.221	69.463
Otros pasivos no corrientes	84.907	90.097
Pasivos por impuestos diferidos	35.309	34.618
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>381.731</b>	<b>357.165</b>
Obligaciones y bonos	3.738	3.771
Deudas con entidades de crédito	415	36.240
Acreedores comerciales y otros acreedores	334.556	391.650
Otros pasivos corrientes	73.942	63.834
Pasivos por impuesto corriente	22.556	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>435.207</b>	<b>495.495</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.346.711</b>	<b>1.318.946</b>



La deuda financiera neta del Grupo es de 68,8 millones de euros frente a los 116,8 millones de euros a diciembre de 2020, lo que supone una reducción de 47,9 millones de euros. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses sin incluir el coste del plan de bajas incentivadas de 2020) es del 0,4.

En noviembre de 2019, la CNMC resolvió un expediente contra Atresmedia y Mediaset España, obligando al cese de determinadas prácticas comerciales consideradas anticompetitivas. Además, impuso sanciones económicas que, en el caso de Atresmedia, ascendieron a 38,2 millones de euros. Dicha resolución fue impugnada y el recurso fue admitido a trámite. Adicionalmente, se solicitó su suspensión cautelar. Ambos recursos están pendientes de resolución. Se considera que es probable obtener una resolución favorable a los intereses de Atresmedia.

En el mes de mayo de 2021, se constituyó la Sociedad de Distribución Digital Sonora de Entretenimiento, S.L. cuyo objeto social es la creación, producción, edición, distribución y comercialización de cualquier tipo de contenido de audio a través de una o varias plataformas tecnológicas.

En el mes de junio, Atresmedia formalizó la refinanciación y conversión a financiación sostenible de su préstamo corporativo sindicado por valor de 250 millones de euros cuyos fondos están destinados a cancelar la financiación sindicada formalizada en julio de 2017 y a asegurar las necesidades corporativas generales y de tesorería de la Sociedad durante los próximos cinco años. En esta financiación, el margen aplicable estará ligado por la vida del préstamo (5 años) a la evolución de tres indicadores ASG en función de una senda de cumplimiento y bajo revisión anual. Se trata de la primera operación en el ámbito de la financiación sostenible de un grupo de comunicación en España y una de las primeras de Europa en su sector.



## 2.3 Cash Flow consolidado

A 30 de junio de 2021 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 66,4 millones de euros.

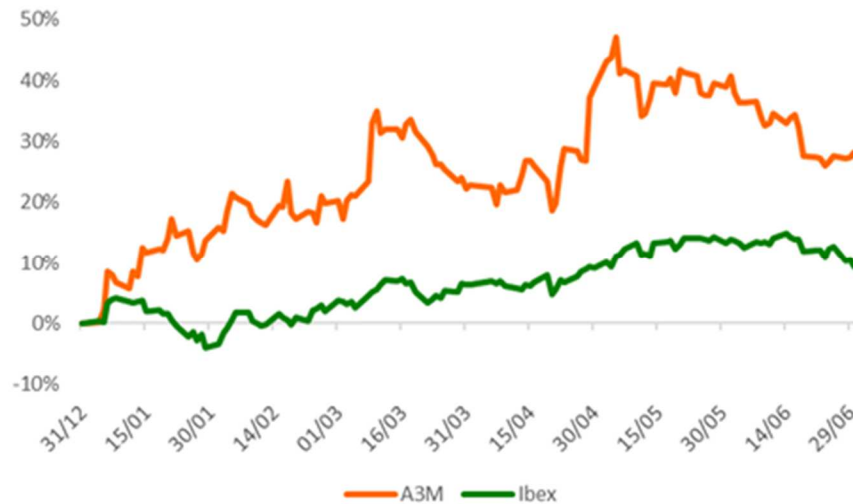
Miles de euros	30 Junio 2021	30 Junio 2020
<b>1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	85.636	29.829
<b>Ajustes del resultado:</b>	<b>6.431</b>	<b>17.367</b>
- Amortizaciones	9.091	9.545
- Provisiones y otros	(5.210)	3.361
- Resultados Financieros	2.550	4.461
<b>Cambios en el capital circulante</b>	<b>(36.979)</b>	<b>22.523</b>
<b>Efectivo generado por las operaciones</b>	<b>55.088</b>	<b>69.719</b>
<b>Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos</b>	<b>11.336</b>	<b>(2.265)</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación</b>	<b>66.424</b>	<b>67.454</b>
<b>2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		
<b>Inversiones</b>	<b>(15.796)</b>	<b>(10.607)</b>
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(7.142)	(1.212)
Activos fijos materiales e intangibles	(3.487)	(7.588)
Inversión en Cine Español	(5.167)	(1.807)
<b>Desinversiones y anticipos por ventas de activos</b>	<b>4.504</b>	<b>2.750</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</b>	<b>(11.292)</b>	<b>(7.857)</b>
<b>3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		
Pagos por arrendamientos	(569)	(747)
Resultados financieros cobrados (pagados)	(9.034)	(3.339)
Dividendos cobrados	1.819	0
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(401)	(199)
Aportaciones de capital	1.000	0
Deuda financiera	(7.977)	96.038
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación</b>	<b>(15.162)</b>	<b>91.753</b>
<b>AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO</b>	<b>39.970</b>	<b>151.350</b>
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	172.792	85.831
<b>Efectivo o equivalentes al final del ejercicio</b>	<b>212.762</b>	<b>237.181</b>



## 2.4 Evolución de la acción

### 2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el primer semestre de 2021 en **3,692 €/acción**, un 28,2% por encima del valor de cierre del año 2020, que fue 2,88 €/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el periodo en 8.821,2 puntos, lo que supone una subida del 9,3% respecto al cierre del ejercicio anterior.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el primer semestre de 2021 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Jun 2021
Cotización a 30/06/2021 (€)	3,692
Máximo (€)	4,236
Mínimo (€)	2,886
Precio Medio Ponderado (€)	3,621
Volumen medio diario (accs.)	423.576
Volumen medio diario (miles de €)	1.534
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Euroland



## 2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de semestre, contamos con la opinión y recomendación de 19 analistas. De éstos, el 37% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 53% recomiendan Mantener, mientras que un 11% mantienen su recomendación de Vender. El **Precio Objetivo** medio a cierre del periodo es de **4,20 €/acción**.

Durante el primer semestre de 2021, el departamento de Relación con Inversores participó en 14 conferencias y Road Shows, todos virtuales, organizados por Exane BNP Paribas, BoAML, Santander, Caixabank, JP Morgan, Citi, UBS y BME, Societé Generale, JB Capital y Sabadell.

El total de contactos (reuniones) con inversores y analistas en conferencias del sector fue de 78. Adicionalmente, el departamento mantuvo unas 75 llamadas telefónicas con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

## 2.5 Responsabilidad corporativa

### a. Dimensión corporativa

Con el fin de continuar con la **integración de los aspectos ASG en Atresmedia**, el Grupo ha seleccionado cuatro de los principales KPIs de su cuadro de mando no financiero y ha vinculado el resultado de su desempeño a las retribuciones variables del Consejo de Administración.

El fuerte compromiso social y medioambiental de Atresmedia se ha puesto también de manifiesto en **la conversión a financiación sostenible de su préstamo corporativo sindicado** por valor de 250 millones de euros, como ya se ha comentado anteriormente.

Finalmente, Atresmedia Televisión, a través de sus cadenas Antena 3 y laSexta, mantiene un año más su posición como **referente informativo y líder en credibilidad y confianza**, según los datos difundidos por el Informe Digital News Report 2021 elaborado por el Reuters Institute for the Study of Journalism y la Universidad de Oxford.

### b. Dimensión social

El compromiso de Atresmedia con la diversidad y la inclusión se ha materializado en la creación de las **becas Atresmedia – Fundación Universia** que tienen como finalidad impulsar la formación de las personas con discapacidad para mejorar sus oportunidades de empleo en el sector audiovisual. 35 personas han accedido a estas becas y han recibido formación a través del catálogo de Atresmedia Formación.



Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas en **"Compromiso Atresmedia"**, **Ponle Freno** convocó y falló, la edición 2021 de sus Premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial y celebró su primera carrera solidaria presencial en Valencia destinando su recaudación al Hospital de Paraplégicos de Toledo. Por su parte **Constantes y Vitales**, lanzó una nueva campaña, protagonizada por los miembros del Comité de Expertos, para concienciar sobre la importancia de vacunarse para combatir a la Covid-19 y firmó el "Pacto por la Ciencia", un acuerdo suscrito por más de 60 entidades, para incrementar los recursos que se destinan a la ciencia en España. Como novedad, **Levanta la cabeza**, evoluciona en su compromiso hacia un propósito más ambicioso: impulsar la digitalización sostenible de la sociedad española para que sea segura, responsable y universal.

El Grupo ha apoyado también la labor social de diferentes ONG mediante la **cesión de espacios publicitarios en televisión, radio e internet** para la difusión gratuita de campañas de sensibilización y captación de fondos. Entre ellas Reporteros sin Fronteras, Down España, Fundación Aladina, Fundación Luzón, Capacis, entre otras entidades no lucrativas.

Respecto al **Programa de Voluntariado Corporativo**, el Grupo ha puesto en marcha un proyecto de voluntariado junto a la Fundación Tomillo para contribuir a reducir la exclusión social de niños y jóvenes a través de la elaboración de piezas audiovisuales y ha creado los Clubs de Lectura para personas mayores con el fin de combatir la soledad de este colectivo a través de la lectura y de la mano de las entidades Adopta un Abuelo, Grandes Amigos y Amigos de los Mayores.

La **Fundación ATRESMEDIA** sigue trabajando por la mejora educativa y por ello un año más consiguió un éxito de participación de su evento "Grandes Profes" con más de 4.000 profesores inscritos y entregó sus premios "Grandes Iniciativas" que reconocen proyectos innovadores y de gran impacto puestos en marcha por los centros escolares durante el curso 2020-2021.

### c. Dimensión medioambiental

En cuanto a la dimensión medioambiental, Atresmedia continúa la implantación de la estrategia medioambiental elaborada en 2019, llevando a cabo acciones como el cálculo completo de su huella medioambiental, incluyendo las emisiones de Alcance 3, la cumplimentación del informe de cambio climático CDP, y la puesta en marcha de un proyecto de Residuo Cero para impulsar la economía circular en la Compañía. Además, a través de la iniciativa **Hazte Eco**, un año más Atresmedia apoyó la campaña de **WWF** "La Hora del Planeta" para actuar contra la crisis climática.





### 3. AUDIOVISUAL

#### 3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>436.753</b>	<b>350.629</b>	<b>24,6%</b>
<b>GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>348.171</b>	<b>307.594</b>	<b>13,2%</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>88.582</b>	<b>43.035</b>	<b>105,8%</b>
Amortizaciones y deterioros	7.764	8.216	(5,5%)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>80.818</b>	<b>34.819</b>	<b>132,1%</b>

#### 3.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a junio de 2021 ascienden a 436,8 millones de euros frente a los 350,6 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2020, lo que supone un incremento del 24,6%.

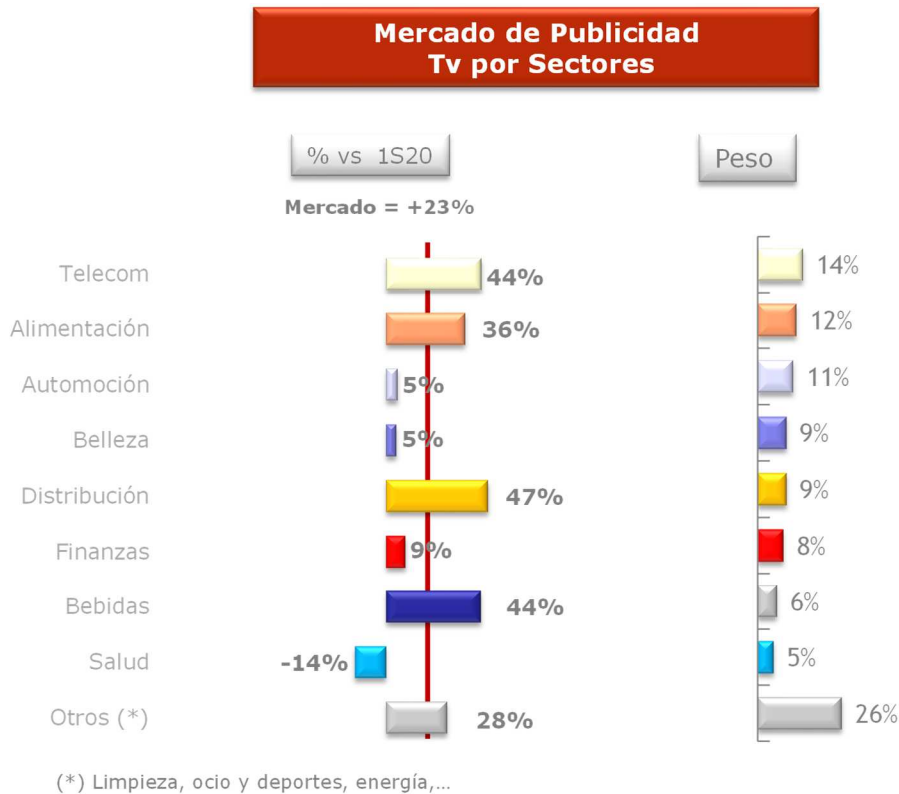
Miles de Euros	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020	Evolución
Publicidad Televisión	356.542	291.269	22,4%
Publicidad Digital	31.393	18.189	72,6%
Producción y Distribución de Contenidos	32.734	29.111	12,4%
Otros Ingresos	16.084	12.060	33,4%
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>436.753</b>	<b>350.629</b>	<b>24,6%</b>

Los ingresos de publicidad de televisión crecen un 22,4% alcanzando en el semestre los 356,5 millones de euros frente a los 291,3 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha crecido en el periodo un 22,9%.



Dentro del mercado publicitario de televisión, a excepción de "Salud", crecen todos los sectores, especialmente "Distribución", "Telecomunicaciones", "Bebidas" y "Alimentación".



Fuentes: Infoadex/ Sectores: Estimaciones internas

Debe recordarse que, de acuerdo con la resolución de la CNMC de noviembre de 2019, Atresmedia modificó su política de descuentos sobre ventas con lo que las estimaciones de fuentes externas utilizadas en el sector no son homogéneas entre operadores. Este cambio no tiene impacto en la evolución de los ingresos netos reportados.

Conforme a lo comentado en el párrafo anterior, la cuota de participación de Atresmedia Televisión, según estimaciones internas basadas en mercados comparables, sería en el acumulado a junio de un 42,0%, 0,1 puntos más que en el ejercicio anterior.

En el segundo trimestre de 2021 el mercado de la publicidad en televisión ha crecido un 82,2% y la cuota de mercado de Atresmedia Televisión se sitúa en el 41,6%.



Los ingresos de publicidad digital ascienden a 31,4 millones de euros frente a los 18,2 millones de euros obtenidos en el acumulado a junio de 2020 lo que supone un crecimiento del 72,6%. Este crecimiento incluye un mejor comportamiento con respecto al mercado de la publicidad digital, que ha crecido según Infoadex un 20,1%, así como la incorporación al perímetro de la nueva sociedad H2H.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos crecen un 12,4% alcanzando los 32,7 millones de euros frente a los 29,1 millones de euros del acumulado a junio del año anterior.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de programas y series, los derivados de nuestra oferta de vídeo bajo demanda de pago (Atresplayer Premium), la producción y distribución de canales para plataformas de pago en mercados de Europa y América (Atresmedia Internacional), así como la actividad cinematográfica del Grupo (Atresmedia Cine).



Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 16,1 millones de euros frente a los 12,1 millones de euros del acumulado a junio de 2020.



### 3.1.2 Gastos de Explotación

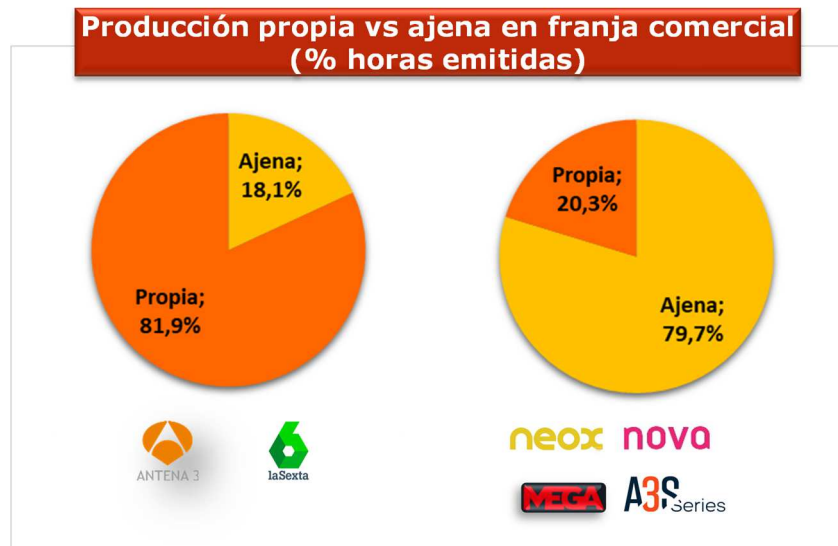
Miles de Euros	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020	Evolución
Consumo de programas	169.828	147.617	15,0%
Gastos de personal	71.153	63.738	11,6%
Otros gastos operativos	55.204	50.461	9,4%
Costes variables ligados a ventas	51.986	45.778	13,6%
<b>GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>348.171</b>	<b>307.594</b>	<b>13,2%</b>

Los gastos de explotación en el acumulado a junio de 2021 han sido de 348,2 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,2% respecto a los gastos registrados en el acumulado a junio de 2020.

La diferencia de costes con respecto al primer semestre de 2020 se debe fundamentalmente a las medidas de ralentización y contención de gastos tomadas el año pasado como consecuencia de la crisis de la COVID-19.

Adicionalmente, el incremento de la actividad comercial durante el segundo trimestre de 2021 ha supuesto un incremento de los costes variables ligados a ventas.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, ha predominado la producción propia (81,9%), mientras en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (79,7%).





### 3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2021 es de 88,6 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 20,3%. Se duplica el Resultado Bruto de Explotación del primer semestre del año anterior.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>
Audiovisual	88.582	43.035
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>20,3%</b>	<b>12,3%</b>

En el segundo trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación es de 52,7 millones de euros, lo que supone una mejora de 45,5 millones de euros respecto al segundo trimestre de 2020.

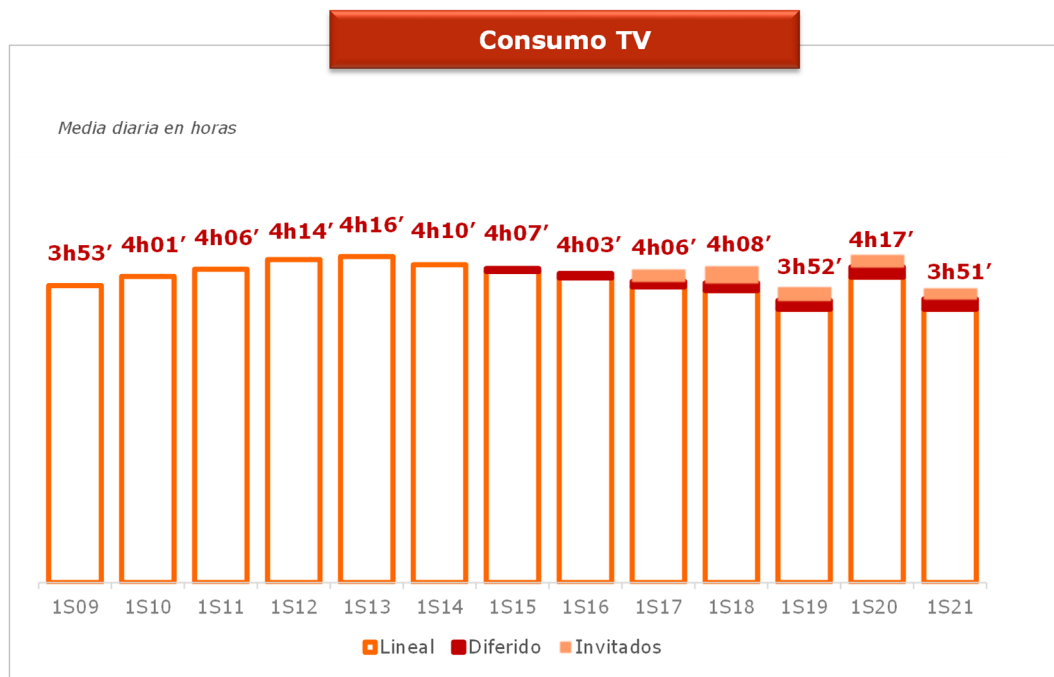
El Resultado de Explotación (EBIT) en el periodo alcanza los 80,8 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 18,5%.

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>
Audiovisual	80.818	34.819
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>18,5%</b>	<b>9,9%</b>

## 3.2 Audiencia

### 3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el primer semestre de 2021 fue de 3 horas y 51 minutos, veintiséis minutos menos que en el mismo periodo del año pasado y a niveles muy parecidos a 2019.

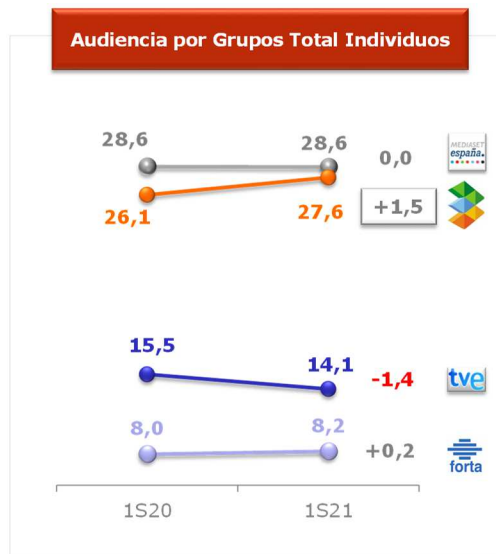


Diferido: consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional, sin incluir consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets.

Invitados: espectadores no residentes en el hogar del visionado.

### 3.2.2 Audiencias de Televisión

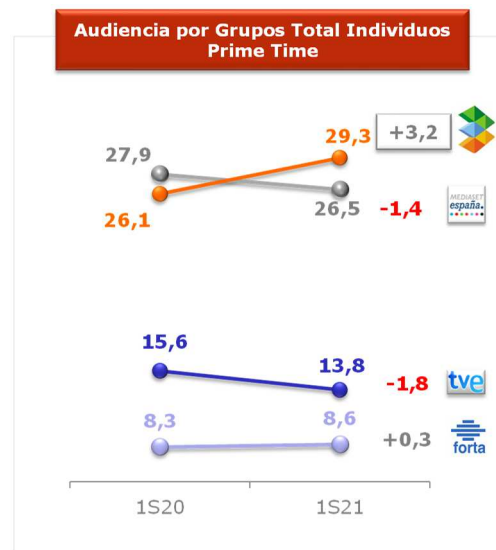
El grupo de canales de Atresmedia Televisión cierra los primeros seis meses del año con un 27,6% de audiencia, crece 1,5 puntos respecto al primer semestre de 2020, y se posiciona como grupo líder en la franja de mayor consumo, el prime time, con 2,8 puntos más que Mediaset, grupo que cuenta con un canal más, y con la retransmisión de la Eurocopa de Fútbol durante este semestre. En esta franja, en el target comercial, Atresmedia Televisión se mantiene líder con un 28,8%.



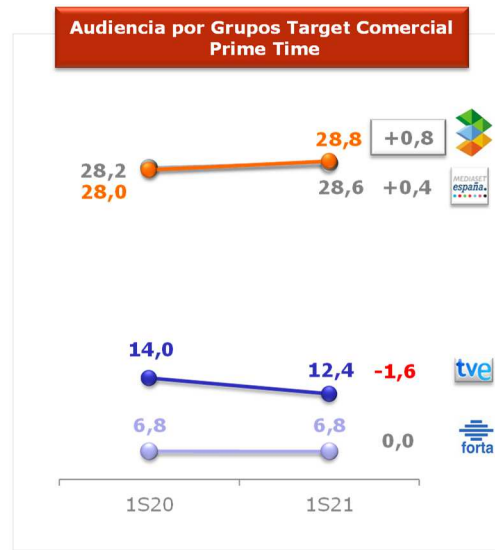
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+  
Prime Time (20:30-24:00)



Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes  
Prime Time (20:30-24:00)

**Antena 3**, canal principal del grupo, termina el semestre con un 13,9% de audiencia. Es la cadena que más crece, sumando 2,6 puntos respecto al mismo periodo del año anterior y liderando el prime time con un 16,3%.

Sus **informativos** cierran el semestre como líderes con un 19,2% y 2,7 millones de espectadores de media.

Antena 3 Noticias 2 es el informativo con más audiencia de la televisión con más de 3,2 millones de espectadores de media y un 20,8%. Y la edición de sobremesa encadena ya 41 meses consecutivos de liderazgo cerrando el semestre con un 20,3% y 2,6 millones de espectadores de media.



Las ediciones del fin de semana también son las más vistas de sábados y domingos. La de sobremesa registra un 18,5% y 2,4 millones de espectadores y la de la noche un 13,7% y 2,1 millones.

Noticias de la mañana cerró el semestre con un 14% de audiencia, mientras que Espejo Público se mantuvo un punto por encima de la media de la cadena con un 14,9% de promedio en el trimestre.

La oferta de **ficción** de Atresmedia TV volvió a presentar unos datos muy favorables de audiencias.

Las series turcas, **Mi hija** y **Mujer** son líderes y las más vistas de la televisión. Mi hija alcanza una media de 2,6 millones de espectadores (16,7%) y es la opción preferida de la noche de los domingos. Mujer, tiene casi 2,2 millones de seguidores de media (17,5%) y es también la oferta preferida de su franja.

Además, Antena 3 estrenó en abril **La cocinera de Castamar** tras su paso por ATRESplayer Premium. Una ficción nacional que batió récords con un 17,2% y 2,4 millones el día de su estreno. Termina como la serie española más vista de la temporada 2020/21 con más de 2,2 millones de espectadores en su seguimiento total (lineal + diferido).

Por su parte, en mayo se lanzó la nueva temporada de la emblemática serie **Los hombres de Paco**. El primer capítulo se convirtió en el estreno más visto de una serie española en casi dos años con un 19,5% y 2,7 millones. El resto de la serie se emite en exclusiva en ATRESplayer Premium.

**Amar es para siempre** continúa siendo la serie diaria más vista con un 11,3% y 1,3 millones de seguidores.

En cuanto a **programas**, **Pasapalabra** es el programa diario más visto de la televisión con 3,2 millones de espectadores de media cada día en el primer semestre de 2021. Es la opción líder de su franja con 24,5% de cuota. El 25 de febrero batió su máximo histórico: 4,8 millones de espectadores, un 31,8% de audiencia.

**El hormiguero 3.0** sigue siendo el programa de mayor audiencia de su franja con casi 3 millones de espectadores y un 16,9% de audiencia media.

Respecto al prime time, a principios de enero llega a su final la octava temporada de **Tu cara me suena**. El triunfo de Jorge González fue líder con un 24,6% y más de 3,3 millones de espectadores. El programa cierra así una nueva temporada de éxito como lo más seguido de su franja con un 18,8% y 2,5 millones de seguidores.





Antena 3 incorporó en el semestre nuevos programas. **El Desafío** cerró en marzo su primera temporada con más de 2,4 millones de espectadores y un 15,8%. Por su parte, **¿Quién quiere ser millonario?** regresó en marzo con versión famosos con un 17,7% y más de 2,7 millones de espectadores en su estreno.

En el segundo trimestre regresaron también dos de sus marcas de más éxito: **La Voz Kids** y **Mask Singer: adivina quién canta**. El talent musical de niños se coloca desde el comienzo como líder de la noche de los viernes con un 20,9% de media y 2,4 millones de seguidores. Mask Singer alcanza un 16,3% y 1,8 millones.

Además, Antena 3 mantiene positivos resultados en el resto de su oferta diaria. **Cocina abierta de Karlos Arguiñano** alcanza un 15,1% de cuota y **La ruleta de la suerte** alcanza un 18,4% de audiencia en su franja.

El canal **laSexta** alcanza una audiencia media, en total individuos (total día), de un 6,7% lo que le sitúa 1,3 puntos por encima de su principal competidor, manteniéndose como tercer canal privado más visto del mercado. En target comercial, su audiencia se elevó hasta el 7,8%, y en el prime time en el target comercial el dato fue del 7,1%.

Sus **informativos** cierran el semestre con un 8,7% de cuota y más de un millón de espectadores diarios de media en todas sus ediciones. La de sobremesa de lunes a viernes vuelve a ser la de mejor resultado con un 10,6% y 1,2 millones de espectadores.

**Al rojo vivo** se mantiene como la tertulia política líder con un 12% y 764 mil espectadores de media. **Más vale tarde**, por su parte, sigue siendo el programa de actualidad más visto de su franja con un 6,3% y 646 mil seguidores.

Los sábados son el espacio de **laSexta noche**, que tras más de ocho años de emisión mantiene positivos resultados de audiencia, cerrando el semestre con un 7,2% y 814 mil espectadores.

LaSexta no sólo es referente en eventos informativos. En el mes de febrero emitió **Eso que tú me das**, la última entrevista al cantante Pau Donés que se convirtió en la emisión más vista en la cadena en casi un año con 2,9 millones de seguidores y un 15,3% de audiencia. La entrevista sumó además 626 mil espectadores en diferido en la semana siguiente a su emisión.



En las mañanas, **Aruser@s** cierra el semestre con un 16,5% en su tramo central y un 13% en su bloque previo. En la sobremesa **Zapeando** alcanza un 7,0% y 861 mil seguidores y **El intermedio** sigue siendo el mejor puente a la oferta de prime time con un 8,6% y 1,5 millones de espectadores de media.

**Liarla Pardo**, con un 6,4% y casi 800 mil seguidores, se ha consolidado como gran alternativa al cine que protagoniza la programación de los domingos tarde.

El programa más visto de la cadena es **Lo de Évole**. Logra un 11,0% y 2 millones de espectadores de media en sus nueve emisiones, y registra su mejor resultado histórico con la entrevista a Miguel Bosé (15,3% y 2,7 millones las dos partes). **Salvados**, otro de los símbolos de la Sexta se mantiene también como uno de los programas más seguidos del canal con 7,5% y 1,3 millones.

La cadena también incorpora novedades. En febrero estrenó Palo y Astilla, que finalizó con un 7,3% de media y alcanzó su máximo con el Gran Wyoming (10,1% y 1,7 millones de seguidores).

La oferta de Atresmedia Televisión se completa con cuatro canales temáticos, cada uno enfocado a un grupo de público específico. La suma de esos **canales complementarios** aporta en el año un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,0% llegando hasta el 7,7% en el target comercial.

**Neox**, el canal más joven del Grupo registra un 1,7% de cuota de audiencia en el semestre. Alcanza un 2,6% en target comercial y un 4,4% entre los espectadores de 18 a 35 años.

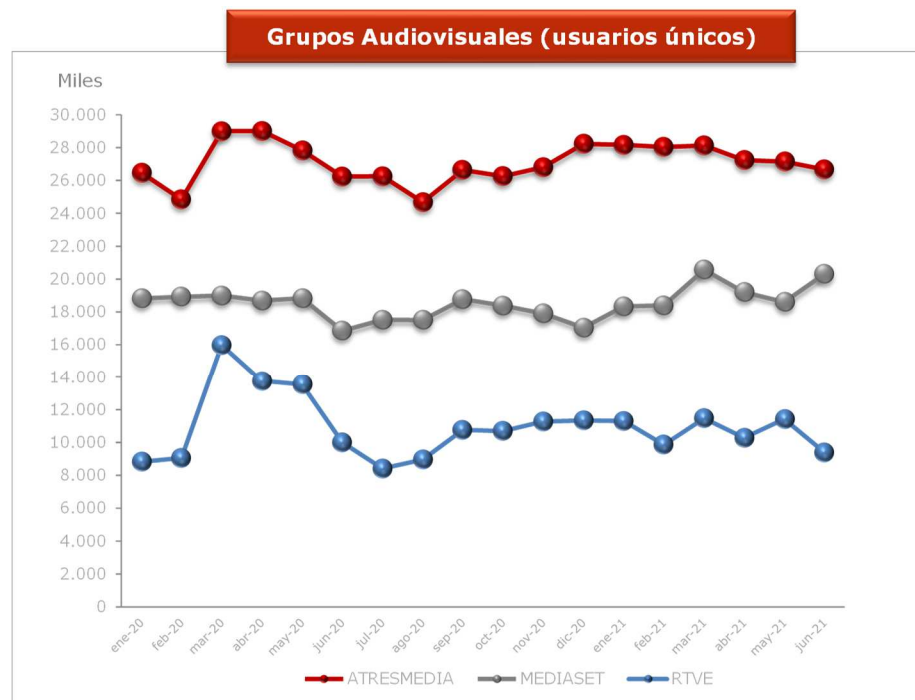
**Nova**, el canal femenino, es la temática líder todos los meses del año y cierra el primer semestre con un 2,5% 0,2 puntos por encima del primer semestre de 2020.

**Mega** con un 1,4% de audiencia en total individuos consolida su posición referente en el público masculino en el que registra un 2,1%. Es la temática líder del late night de lunes a viernes (3,5%) con El chiringuito de jugones.

**Atreseries**, el canal de series del grupo registra en el semestre un 1,4% de audiencia.

### 3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore a junio de 2021, Atresmedia alcanza los 26,7 millones de usuarios únicos manteniéndose como grupo audiovisual líder en internet por quinto año consecutivo, con 6,4 millones de usuarios más que Mediaset. En el ranking general se posiciona en el puesto 6 del top 10 de sites más visitados.

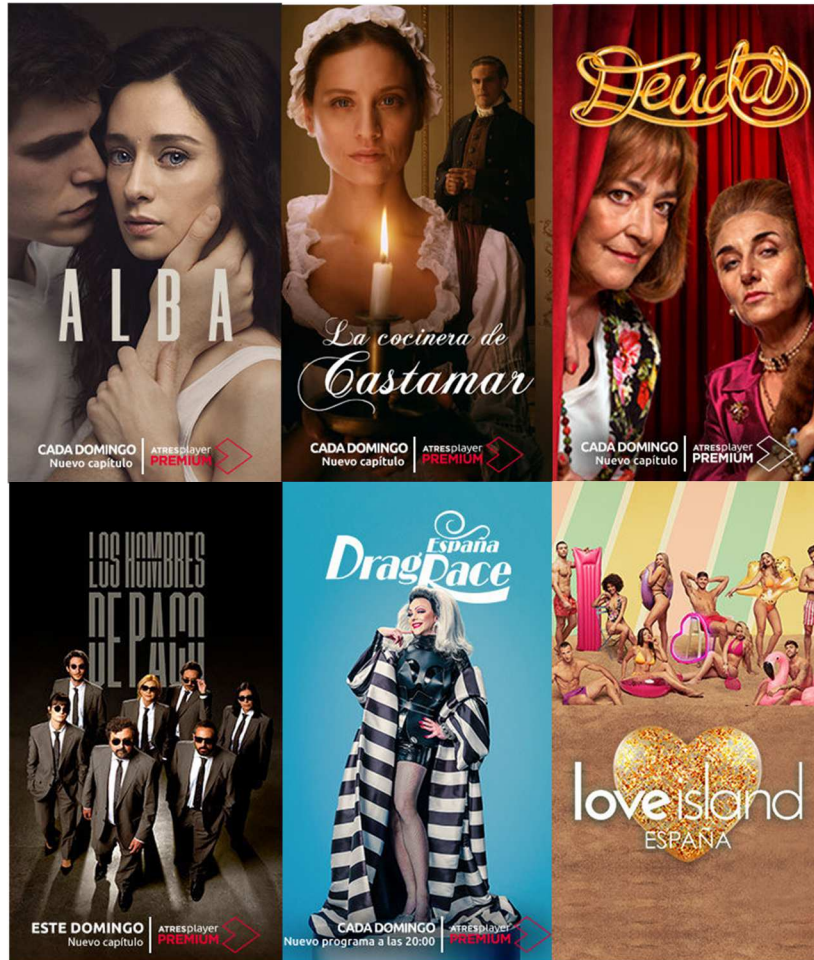


Fuente: comScore.

La plataforma de vídeo online del Grupo, ATRESplayer, cierra el sexto mes del año, según datos de comScore, con 2,9 millones de usuarios únicos. Alcanza, además, a 30 de junio, los 10,0 millones de usuarios registrados.

En cuanto a la oferta de suscripción de pago, Atresmedia mantiene una apuesta sólida y ambiciosa por ATRESplayer Premium. Ya cuenta con una extensa oferta de contenidos y se ha convertido en el servicio español líder de un grupo audiovisual. Las series *Los Hombres de Paco*, *Deudas*, *La cocinera de Castamar*, *Alba* y *La reina del pueblo*, la esperada versión española de *Drag Race*, las distintas entregas de la serie documental *Pongamos que hablo de...*, las nuevas temporadas de *#Luimelia* y *Paca te lleva al huerto* son algunas de las ofertas incorporadas este semestre.

ATRESplayer Premium cierra el semestre con más de 437 mil suscriptores, un 73% por encima de la cifra de un año antes.

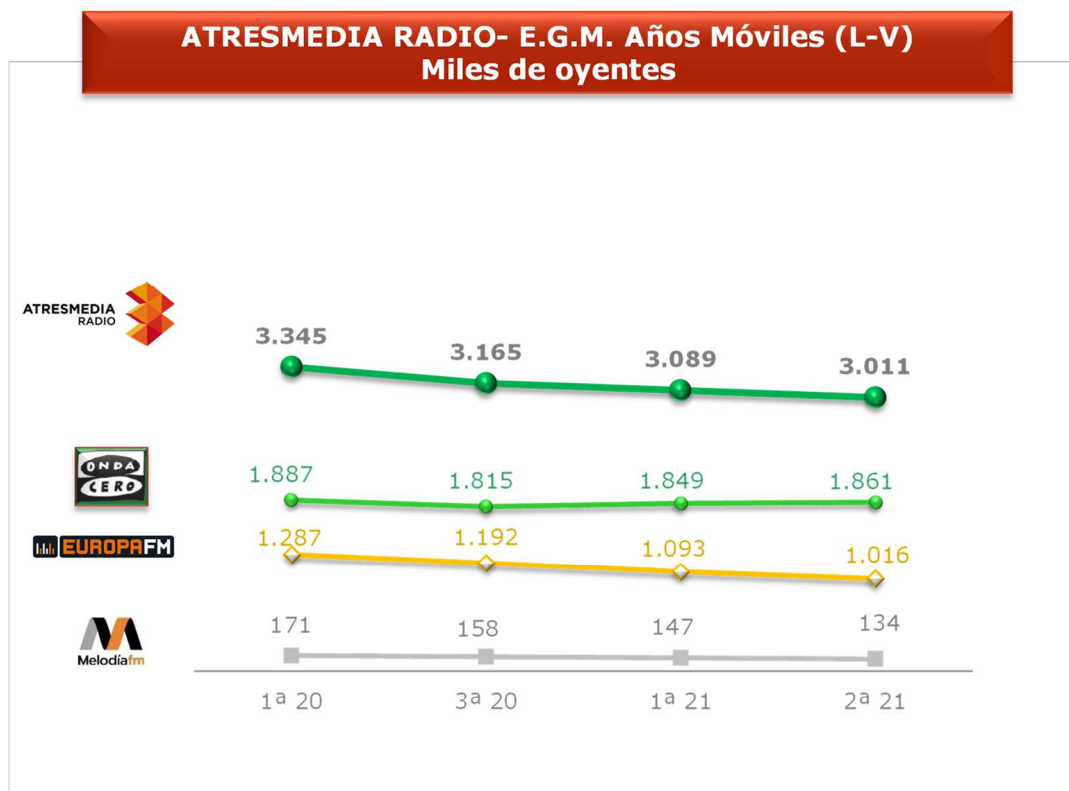


## 4. RADIO

### 4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el primer semestre del año un 15,2%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 2ª ola de 2021) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,0 millones de oyentes. Onda Cero con 1,9 millones de oyentes se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 1,0 millones de oyentes y Melodía FM 134 mil.



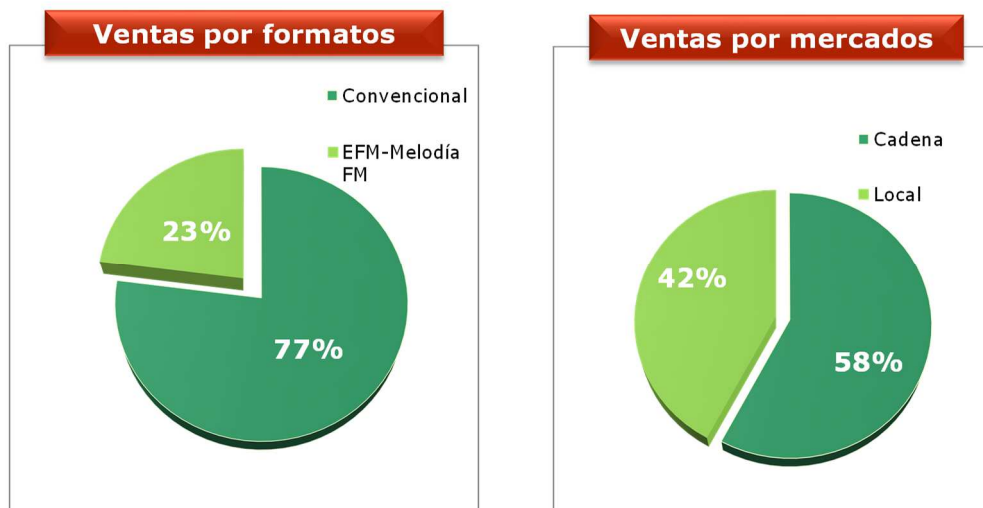
Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.



## 4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Jun 2021	Ene-Jun 2020	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>33.423</b>	<b>29.586</b>	<b>13,0%</b>
Gastos de personal	12.425	12.421	0,0%
Otros gastos operativos	18.373	17.404	5,6%
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>30.798</b>	<b>29.825</b>	<b>3,3%</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>2.625</b>	<b>(239)</b>	<b>n/a</b>
Amortizaciones y deterioros	1.280	1.328	(3,6%)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>1.345</b>	<b>(1.567)</b>	<b>n/a</b>

Atresmedia Radio ha alcanzado en el primer semestre del año 2021 unos ingresos netos de 33,4 millones de euros, frente a los 29,6 millones de euros obtenidos en el primer semestre de 2020, lo que supone un crecimiento del 13,0%.



Los gastos de explotación, a 30 de junio de 2021, han sido de 30,8 millones de euros, frente a los 29,8 millones de euros en el acumulado a junio de 2020, lo que supone un incremento del 3,3%.



El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el periodo es de 2,6 millones de euros, lo que supone un margen del 7,9%.

En el segundo trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 3,8 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 19,6%.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>
Radio	2.625	(239)
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>7,9%</b>	<b>n/a</b>

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Jun 2021</b>	<b>Ene-Jun 2020</b>
Radio	1.345	(1.567)
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>4,0%</b>	<b>n/a</b>



## 5. MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO

Para cumplir con las Directrices del ESMA (European Securities Market Authority) sobre Medidas Alternativas de Rendimiento (en lo sucesivo, "MARs"), el Grupo presenta esta información adicional con el fin de favorecer la comparabilidad, fiabilidad y comprensión de su información financiera.

El Grupo presenta sus resultados de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable (NIIF-UE). No obstante, los Administradores consideran que ciertas MARs proporcionan información financiera adicional útil que debería ser considerada a la hora de evaluar su rendimiento. Los Administradores y la Dirección pueden utilizar adicionalmente estas MARs en la toma de decisiones financieras, operativas y de planificación, así como para evaluar el rendimiento del Grupo. El Grupo proporciona aquellas MARs consideradas apropiadas y útiles para la toma de decisiones de los usuarios.

**Ingresos netos:** Se calcula como la suma del Importe neto de la cifra de negocios y de Otros ingresos de explotación.

<b>Miles de euros</b>	<b>1S21</b>	<b>1S20</b>
Importe neto de la cifra de negocios	422.664	344.154
Otros ingresos de explotación	42.171	30.800
<b>Ingresos netos</b>	<b>464.835</b>	<b>374.954</b>

**Gastos de explotación:** Se calcula como la suma de los Consumos de programas y otros aprovisionamientos, Gastos de personal y Otros gastos de explotación.

<b>Miles de euros</b>	<b>1S21</b>	<b>1S20</b>
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	180.357	157.928
Gastos de personal	83.578	76.158
Otros gastos de explotación	109.693	98.072
<b>Gastos de explotación</b>	<b>373.628</b>	<b>332.158</b>





**Resultado bruto de explotación (EBITDA):** (“Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization”) es el Resultado de explotación más las Amortizaciones de inmovilizado y los Deterioros y enajenaciones de inmovilizado.

Miles de euros	1S21	1S20
<b>Resultado de explotación</b>	<b>82.163</b>	<b>33.252</b>
Amortización del inmovilizado	9.091	9.545
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(47)	(1)
<b>EBITDA</b>	<b>91.207</b>	<b>42.796</b>

**Resultado Financiero:** representa la cifra neta resultante de sumar los gastos e ingresos financieros (Resultado financiero) más el Resultado neto por variaciones de valor de instrumentos financieros a valor razonable más las Diferencias de cambio.

**Resultado neto de participaciones en otras entidades:** representa la cifra neta resultante del Resultado de entidades valoradas por el método de la participación más el Deterioro y enajenaciones de activos financieros

**Deuda Financiera Bruta:** es la suma de las partidas de Balance obligaciones y bonos (corriente y no corriente) más deudas con entidades de crédito (corriente y no corriente), corregidas por el saldo de instrumentos derivados netos.

**Deuda Financiera Neta:** es el principal indicador que utiliza la Dirección para medir el nivel de endeudamiento del Grupo. Se corresponde con la Deuda financiera bruta menos el Efectivo y otros medios líquidos equivalentes.

Miles de euros	1S21	1S20
Deuda financiera bruta	281.606	374.878
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(212.762)	(237.181)
<b>Deuda financiera neta</b>	<b>68.844</b>	<b>137.697</b>

**Ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA:** La compañía utiliza esta ratio para medir el grado de apalancamiento y se calcula como la división de la Deuda Financiera Neta entre EBITDA de los últimos 12 meses.

Cualquier cociente entre MARs mencionadas anteriormente pueden ser considerado como una medida alternativa de rendimiento.