

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE
2016**

31 de diciembre de 2016



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: Televisión y Radio.



1.	ASPECTOS DESTACADOS	3
1.1	Hitos del periodo 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	10
2.1.5	Resultado Consolidado del periodo	10
2.2	Balance consolidado.....	11
2.3	Cash Flow consolidado	13
2.4	Evolución de la acción	14
2.4.1	La acción de Atresmedia	14
2.4.2	Recomendaciones de analistas.....	15
2.5	Responsabilidad corporativa	15
3.	ATRESMEDIA TELEVISION.....	17
3.1	Mercado Publicitario.....	17
3.2	Evolución Audiencia y Contenidos.....	18
3.3	Cuenta de Resultados	24
3.3.1	Ingresos Netos	24
3.3.2	Gastos de Explotación.....	25
3.3.3	Resultados de Explotación y márgenes	26
4.	ATRESMEDIA RADIO	27
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	27
4.2	Cuenta de Resultados	28
5.	OTROS NEGOCIOS	30
5.1	Atresmedia Cine.....	30
5.2	Atresmedia Digital	30
5.3	Cuenta de Resultados	33



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del periodo y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Audiencia total TV	27,1%	26,8%
Cuota de mercado TV	42,1%	42,1%
Oyentes Radio (miles) (3ª Ola EGM)	4.153	4.552
Nº de empleados total	1.919	1.800

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Ingresos Netos	1.021.114	970.206
Resultado Bruto de Explotación	201.990	165.698
Beneficio del Ejercicio	129.152	99.234
Deuda Financiera Neta	178.571	158.464

Atresmedia ha obtenido en el año 2016 un Resultado Bruto de Explotación de 202,0 millones de euros, 36,3 millones de euros más que en el año 2015, y un Beneficio Consolidado de 129,2 millones de euros, 29,9 millones de euros superior al del año anterior.

Atresmedia Televisión alcanza en el periodo una cuota de **audiencia** del 27,1%, siendo líder de audiencia en el prime time, en el target comercial, con un 31,1% a pesar de las emisiones de la Eurocopa y de los Juegos Olímpicos 2016 en otras cadenas. Gracias al buen perfil comercial de los canales del Grupo, se ha alcanzado en el periodo, según Infoadex, una **cuota de mercado** del 42,1%, similar a la obtenida en el ejercicio anterior.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el período del 12,8%, liderando con 14,3% la audiencia en el prime time en el target comercial, superando en 0,3 puntos a su principal competidor.

El canal laSexta, consigue una audiencia media del 7,1%, siendo la cuota en el prime time en el target comercial del 9,0%, 1,2 puntos mayor que la de su principal competidor.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,2% en el acumulado a diciembre de 2016. En el prime time en el target comercial alcanzan un 7,8%.

Atresmedia Radio obtiene en 2016 un Resultado Bruto de Explotación de 19,7 millones de euros, alcanzando un margen sobre ingresos netos del 24,0%.

El Resultado Bruto de Explotación de los **Otros Negocios** del Grupo mejora de modo significativo con un incremento del 24,8%.

1.2 Entorno económico y de mercado

Según el avance publicado por el INE el **PIB** habría crecido en términos reales el **3,2%** en **2016**, igual que el año anterior y 4 décimas más que lo esperado hace un año. Varios han sido los factores que han acelerado el crecimiento económico del ejercicio: la intensidad en el crecimiento del empleo que ha tirado del consumo interno con fuerza, la suavidad del ajuste fiscal, el comportamiento excepcional del turismo y la caída del precio del petróleo y los tipos de interés.

Según las previsiones macroeconómicas de diversos organismos, el crecimiento seguirá en 2017, pero será más moderado. Y ello porque hay factores que ya no serán catalizadores del crecimiento: el precio del petróleo ha repuntado en las últimas semanas y, además, se ha hecho efectiva una subida de impuestos para cumplir con el objetivo de déficit en 2017. Estos factores, entre otros, llevarían previsiblemente a un menor crecimiento del consumo y de la inversión.

En el último panel de previsiones de Funcas, publicado en enero de 2017, el consenso de analistas espera un **crecimiento del PIB** para **2017** del **2,4%**. Esta estimación está ligeramente por encima de las cifras publicadas por el FMI (2,3%) y por debajo de las del Banco de España y el Gobierno (2,5%).

En cuanto a la **creación de empleo**, la previsión del consenso es de un crecimiento del **2,2%** para **2017**. La tasa de desempleo (**EPA**) pasará según los panelistas del **19,7%** en **2016** hasta el **18,1%** en **2017**.

El **consumo** de los hogares mantendrá el crecimiento en **2017** (**2,4%**), si bien será más moderado que en **2016** (**3,1%**) por las razones anteriormente mencionadas.



Según Infoadex, la **inversión publicitaria** en los medios convencionales de enero a diciembre de 2016 ha crecido un **4,3%** respecto al mismo período de 2015. El medio televisión crece en el año un 5,5%, el medio radio un 0,8% y el medio internet un 12,6%.

Mercado Publicitario por medios	12M16 vs 12M15
Televisión	5,5%
Radio	0,8%
Internet	12,6%
Diarios	-6,3%
Revistas	-1,2%
Exterior	-1,9%
Dominicales	-10,4%
Cine	2,6%
TOTAL MEDIOS	4,3%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015	Evolución
Importe neto de la cifra de negocios	962.583	924.569	4,1%
Otros ingresos	58.531	45.637	28,3%
INGRESOS NETOS	1.021.114	970.206	5,2%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	819.124	804.508	1,8%
Resultado bruto de explotación	201.990	165.698	21,9%
Amortización del inmovilizado	17.759	17.431	1,9%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(208)	3.691	n/a
Beneficio de explotación	184.439	144.576	27,6%
Resultado financiero	(2.617)	(12.032)	78,2%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	(7.104)	(997)	(612,5%)
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	174.718	131.547	32,8%
Impuesto sobre sociedades	45.605	32.340	41,0%
Beneficio del ejercicio	129.113	99.207	30,1%
Resultado atribuido a socios externos	39	27	43,6%
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	129.152	99.234	30,1%



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a diciembre de 2016 alcanzan los 1.021,1 millones de euros, frente a los 970,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2015, lo que supone un incremento del 5,2%.

Ingresos Netos (Miles de euros)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015	Evolución
Atresmedia Televisión	909.534	857.410	6,1%
Atresmedia Radio	82.170	89.868	-8,6%
Otros negocios	29.410	22.928	28,3%
ATRESMEDIA	1.021.114	970.206	5,2%

El mercado publicitario de medios convencionales ha tenido un comportamiento positivo en todos los trimestres del año 2016.

En el cuarto trimestre de 2016, los ingresos netos consolidados de Atresmedia, han crecido un 3,2% frente al mismo periodo del año anterior.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación acumulados a diciembre de 2016 aumentan un 1,8% respecto del mismo periodo de 2015.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015	Evolución
Atresmedia Televisión	740.153	723.886	2,2%
Atresmedia Radio	62.476	68.041	-8,2%
Otros negocios	16.494	12.582	31,1%
ATRESMEDIA	819.124	804.508	1,8%



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015	Evolución
Consumo de programas y Otros	462.926	467.121	-0,9%
Gastos de Personal	131.169	122.115	7,4%
Otros gastos de explotación	225.029	215.272	4,5%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	819.124	804.508	1,8%

Este crecimiento se debe, principalmente, a mayores costes variables ligados a las ventas (Televisión y Otros negocios), a la incorporación de nuevos canales de televisión y a mayores gastos de personal.

En el caso de los gastos de personal hay un incremento de las contrataciones por obra para la producción directa de contenidos en detrimento de las producciones encargadas. Además incluyen partidas extraordinarias de indemnizaciones y gratificaciones, junto con el coste del plan de retribución en acciones a largo plazo aprobada en la última Junta General de Accionistas que se extenderá hasta el ejercicio 2018.

Los menores costes en consumo de programas son resultado principalmente de la ausencia de Fórmula 1 en la parrilla de televisión del año 2016, si bien este hecho no ha mermado la capacidad competitiva del Grupo.

Durante el cuarto trimestre de 2016 los gastos han aumentado un 1,9% respecto al cuarto trimestre del año anterior.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2016 alcanza los 202,0 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 19,8% y una mejora del 21,9% respecto al Resultado Bruto de Explotación del acumulado a diciembre de 2015.

En el cuarto trimestre de 2016 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 50,5 millones de euros, un 9,4% por encima del obtenido en el mismo periodo de 2015.



RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Atresmedia Televisión	169.381	133.524
Margen/Ingresos Netos	18,6%	15,6%
Atresmedia Radio	19.694	21.827
Margen/Ingresos Netos	24,0%	24,3%
Otros negocios	12.915	10.347
Margen/Ingresos Netos	43,9%	45,1%
TOTAL ATRESMEDIA	201.990	165.698
Margen/Ingresos Netos	19,8%	17,1%

El Resultado de Explotación (EBIT) en el año 2016 es de 184,4 millones de euros, un 27,6% por encima del Resultado de Explotación del año anterior. En el cuarto trimestre de 2016 el Resultado de Explotación crece un 11,7% respecto al del cuarto trimestre de 2015.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Atresmedia Televisión	154.059	118.749
Margen/Ingresos Netos	16,9%	13,8%
Atresmedia Radio	17.744	19.966
Margen/Ingresos Netos	21,6%	22,2%
Otros negocios	12.635	5.861
Margen/Ingresos Netos	43,0%	25,6%
TOTAL ATRESMEDIA	184.439	144.576
Margen/Ingresos Netos	18,1%	14,9%



2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero ha mejorado significativamente por las condiciones más favorables de las líneas de financiación. Además, debe recordarse que en 2015 se renegoció anticipadamente el préstamo sindicado y, en consecuencia, hubo que dar de baja las comisiones periodificadas y ajustar el valor razonable de la permuta de tipo de interés existente en aquel momento.

A lo largo del año se han producido desinversiones y/o ajustes en la valoración de sociedades participadas por un importe negativo de 7,1 millones de euros.

El Resultado antes de impuestos del acumulado a diciembre de 2016 ha ascendido a 174,7 millones de euros frente a los 131,5 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del periodo

El Beneficio Consolidado del ejercicio 2016 es de 129,2 millones de euros, 29,9 millones superior al obtenido en el año anterior.

El gasto por impuesto del ejercicio está afectado negativamente por la baja parcial del activo por impuesto diferido por bases imponibles negativas provenientes de la fusión con la Sexta. Dada la limitación por tiempo indefinido a la compensación de estas bases, aprobada en diciembre de 2016, se ha considerado prudente realizar este ajuste contable, aunque desde el punto de vista fiscal no haya límite temporal para su compensación.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	31 Diciembre 2016	31 Diciembre 2015
ACTIVO		
Fondo de comercio	150.012	150.012
Otros activos intangibles	135.616	140.298
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	62.476	61.201
Activos por impuesto diferido	272.431	289.328
ACTIVOS NO CORRIENTES	620.535	640.839
Derechos de programas y existencias	396.238	352.050
Deudores comerciales y otros deudores	248.196	234.586
Otros activos corrientes	38.173	20.540
Activo por impuesto corriente	5.167	6.793
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	1.562	1.017
ACTIVOS CORRIENTES	689.336	614.986
TOTAL ACTIVO	1.309.871	1.255.825
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	320.493	279.923
Acciones propias	(8.810)	(8.666)
Dividendos a cuenta	(49.487)	(40.490)
Otros instrumentos de patrimonio	798	2.129
Ajustes por cambios de valor y otros	4.486	2.607
PATRIMONIO NETO	517.559	485.582
Deudas con entidades de crédito	103.478	127.437
Otros pasivos no corrientes	10.041	49.714
Pasivos por impuestos diferidos	27.140	26.180
PASIVOS NO CORRIENTES	140.659	203.331
Deudas con entidades de crédito	76.655	32.044
Acreedores comerciales y otros acreedores	468.633	436.304
Otros pasivos corrientes	105.527	98.564
Pasivos por impuesto corriente	838	
PASIVOS CORRIENTES	651.653	566.912
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.309.871	1.255.825



La deuda financiera neta del Grupo es de 178,6 millones de euros frente a los 158,5 millones de euros a diciembre de 2015.

Durante el segundo trimestre se llevó a cabo un programa de recompra de acciones para destinarlas a la ejecución del plan de retribución dirigido a consejeros y directivos aprobado en la Junta General ordinaria de accionistas celebrada el 20 de abril de 2016. Se adquirieron un total de 791.880 acciones.

En el mes de junio se cumplió con la obligación de entrega de acciones existente con Gala Desarrollos Comerciales ligado a la operación de fusión con La Sexta. Con cargo a la autocartera se le transfirieron 789.738 títulos, siendo ésta la última entrega que se realizará por este concepto.

En ese mismo mes, se procedió al reparto de un dividendo complementario correspondiente a la distribución de los resultados del ejercicio 2015, a razón de 0,18 euros por acción en términos brutos, en total 40,3 millones de euros.

En diciembre, se ha repartido un dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio 2016, a razón de 0,22 euros por acción en términos brutos, en total 49,5 millones de euros.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de diciembre de 2016 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 127,4 millones de euros, una generación de caja 33,4 millones de euros superior a la del año anterior.

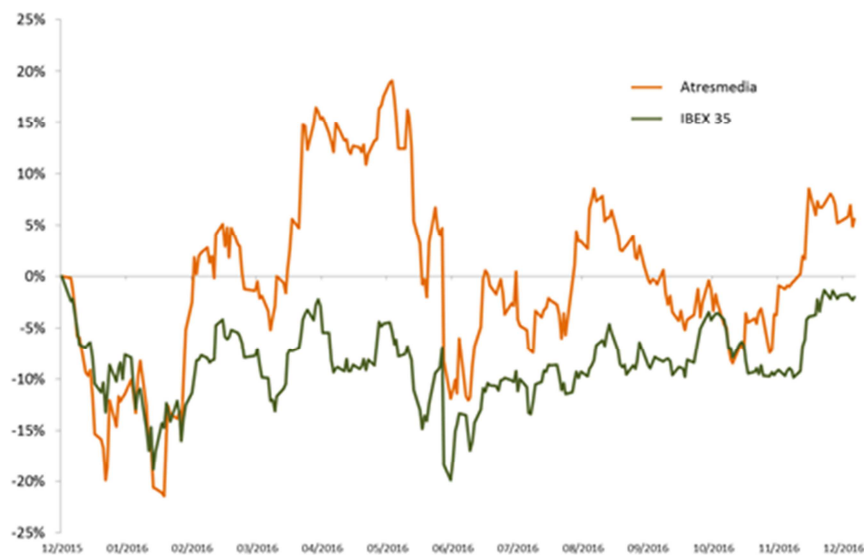
Miles de euros	31 Diciembre 2016	31 Diciembre 2015
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	174.718	131.547
Ajustes del resultado:	28.075	42.285
- Amortizaciones	17.759	17.431
- Provisiones y otros	7.699	12.822
- Resultados Financieros	2.617	12.032
Cambios en el capital circulante	(52.614)	(57.275)
Efectivo generado por las operaciones	150.179	116.557
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(22.772)	(22.531)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	127.407	94.026
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(50.648)	(41.310)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(13.068)	(9.447)
Activos fijos materiales e inmateriales	(15.705)	(20.936)
Inversión en Cine Español	(21.876)	(10.927)
Desinversiones	3.243	3.472
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	3.243	3.472
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(47.405)	(37.838)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Gastos financieros pagados	(1.294)	(9.984)
Dividendos cobrados		43
Dividendos pagados	(89.834)	(62.913)
Venta / (compra) de acciones propias	(8.931)	(7.215)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(50)	(326)
Financiación bancaria	20.652	(5.857)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(79.457)	(86.252)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	545	(30.064)
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	1.017	31.081
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	1.562	1.017



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el ejercicio 2016 en los 10,39 €/acción, lo que supone una subida del 5,6% desde principio de año. El Ibex, por su parte, se dejó un 2,0%, cerrando el período en los 9.352,1 puntos.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el año 2016 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Dic 2016
Cotización a 31/12/2016 (€)	10,39
Máximo (€)	11,72
Mínimo (€)	7,73
Precio Medio Ponderado (€)	9,75
Volumen medio diario (accs.)	894.246
Volumen medio diario (miles de €)	8.715
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Fininfo



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de año, 26 son los analistas que siguen el valor y emiten su opinión y recomendación sobre Atresmedia. De éstos, el 65% recomiendan **Comprar** acciones de Atresmedia, un 27% recomiendan **Mantener**, mientras que un 8% mantienen su recomendación de **Vender**. El Precio Objetivo medio a cierre de año 2016 es de 11,88 €/acción.

A lo largo del ejercicio, el departamento de Relación con Inversores ha participado en 34 conferencias y Road Shows en ciudades como Londres, Madrid, París, Milán, Frankfurt, Dublín, Niza, Nueva York, Boston, Chicago y Oporto.

Además de estos viajes, se ha contactado de manera directa, a través de reuniones, desayunos y conversaciones telefónicas, con analistas del sector e inversores. En total, en este período se han realizado algo más de 700 contactos con la comunidad financiera.

2.5 Responsabilidad corporativa

En el ámbito corporativo, en 2016 Atresmedia se ha incorporado a Forética, foro de referencia en Responsabilidad Social Empresarial en España, y ha participado en el Clúster de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad. Además, ha sido reconocida por el estudio "RepTrak España 2016" como el Grupo Audiovisual con mejor reputación y el 3er Estudio de Imagen de Personality Media sitúa a Atresmedia Televisión a la cabeza del ranking de los programas con mayor calidad.

En el ámbito de la gestión de recursos humanos se han llevado a cabo iniciativas como la Semana de la Educación Vial y la creación de Atresmedia Formación, que pone en marcha cursos para el desarrollo de futuros profesionales de los medios audiovisuales.

Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas dentro de la filosofía "Compromiso Atresmedia":

- "Ponle freno" impulsó junto a la DGT y a la Fundación de Gestores Administrativos un modelo para implantar la Educación Vial obligatoria en los colegios y celebró carreras populares por la seguridad vial en Vigo, Vitoria y Madrid. Además lanzó una nueva campaña para sensibilizar sobre la distracción en carretera e impulsó la IV edición de la iniciativa "Señales y Carreteras en mal estado".



- “Objetivo Bienestar” entregó sus cuartos premios dirigidos a los centros escolares que promuevan iniciativas saludables entre sus alumnos y mantiene sus secciones divulgativas sobre hábitos saludables en programas como Espejo Público.
- “Crea Cultura”, la campaña en defensa de la propiedad intelectual, celebró el foro 'Nuevas plataformas para ver cine y tv en el hogar’ para impulsar la concienciación sobre descarga legal de contenidos y lanzó su nueva campaña “Está en tu Mano” y “Book’s Power”, un canal en Flooker para promover la lectura entre los jóvenes.
- “Tolerancia cero”, la iniciativa para luchar contra la violencia de género, lanzó la acción “Que te quiera de verdad”, con el objetivo de llamar la atención entre los adolescentes sobre las situaciones de control machista.

Respecto al programa de voluntariado corporativo, Atresmedia ha iniciado la colaboración con el proyecto de la Fundación Santa María la Real “Lanzaderas de empleo y solidaridad” para impulsar la empleabilidad de jóvenes en desempleo y ha sido media partner del evento internacional de voluntariado “Give and Gain Day” y del “Día Solidario de las Empresas” que cumplió su décimo aniversario. Además 209 voluntarios han colaborado en diversos proyectos sociales (el Comedor Social Santa María Josefa, la protectora de animales ANAA, el proyecto educativo de Agua de Coco en Camboya etc).

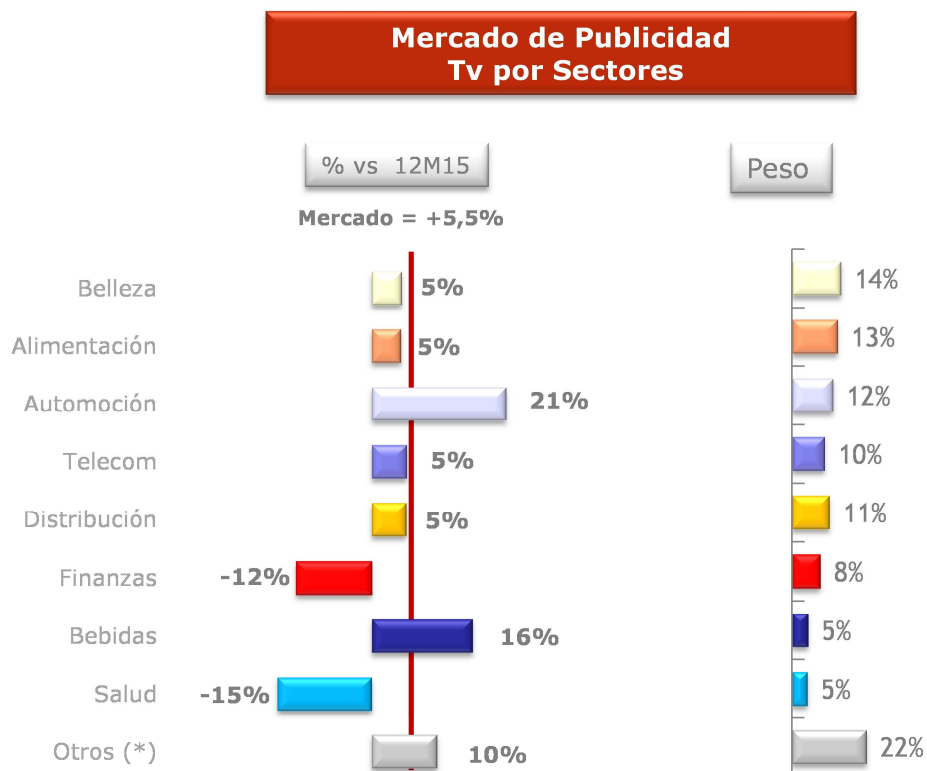
La Fundación Atresmedia por su parte, sigue trabajando por la mejora educativa y por ello ha celebrado una nueva edición de su evento “Grandes Profes” en el que han participado más de 1.500 profesores y ha entregado los galardones “Grandes Profes, Grandes Iniciativas”. Además y por quinto año consecutivo es líder del ranking de transparencia de la fundaciones empresariales según el informe “Construir confianza 2015” de la Fundación Compromiso y Transparencia y su proyecto “Descubre la FP” ha sido reconocido en la VII edición de los premios Corresponsables. En 2016, el Proyecto PRO lanzó el curso ‘Especialista Universitario en Guion’, destinado a personas con algún tipo de discapacidad. La Fundación Atresmedia fue distinguida con el premio cermi.es 2016 por su programa de formación a personas con discapacidad.

En cuanto a la dimensión medioambiental y continuando con el compromiso adquirido por la Compañía con la lucha contra el cambio climático, Atresmedia se unió al clúster Medioambiental de Forética. A través de la iniciativa “Hazte Eco”, apoyó las campaña de WWF “Ni un Grado Más”, “La Hora del Planeta” y “Prevención de Incendios”, colaboró en la 3ª edición de las jornadas divulgativas “Planeta Responsable” y se unió a la campaña de Greenpeace “Voces por el Ártico” para salvar este territorio amenazado por el cambio climático.

3. ATRESMEDIA TELEVISION

3.1 Mercado Publicitario

Según Infoadex, el mercado de publicidad de televisión ha crecido un 5,5% en el año. Mejoran todos los sectores a excepción de "Finanzas" y "Salud". El sector "Automoción", uno de los de mayor peso en la inversión publicitaria, crece un 21% y confirma la mejora notable de la confianza de los consumidores en las perspectivas macroeconómicas.



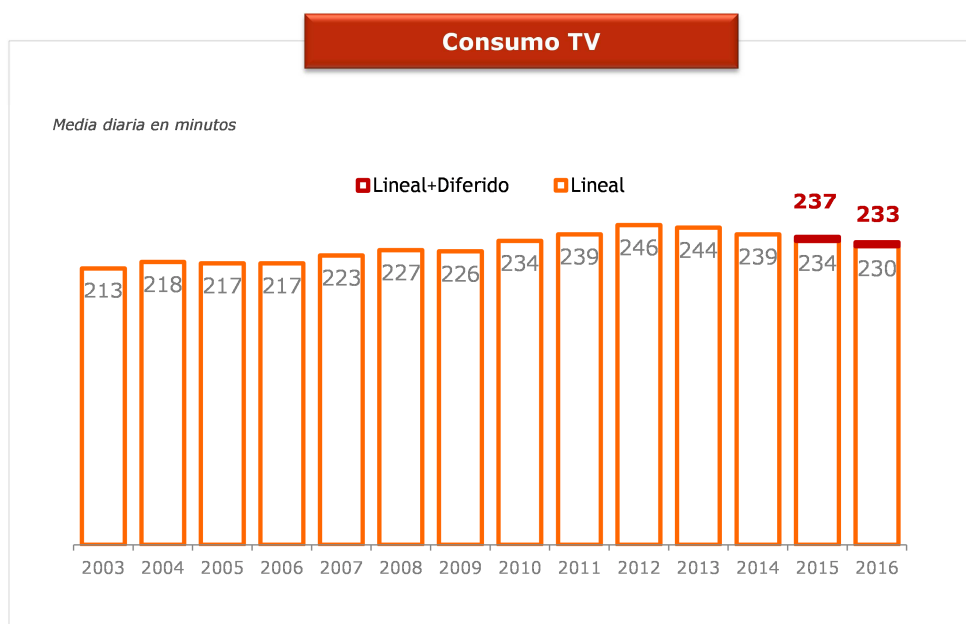
(*) Cultura, energía, deportes, ocio , turismo etc

Fuentes: Infoadex / Sectores: Estimaciones internas



3.2 Evolución Audiencia y Contenidos

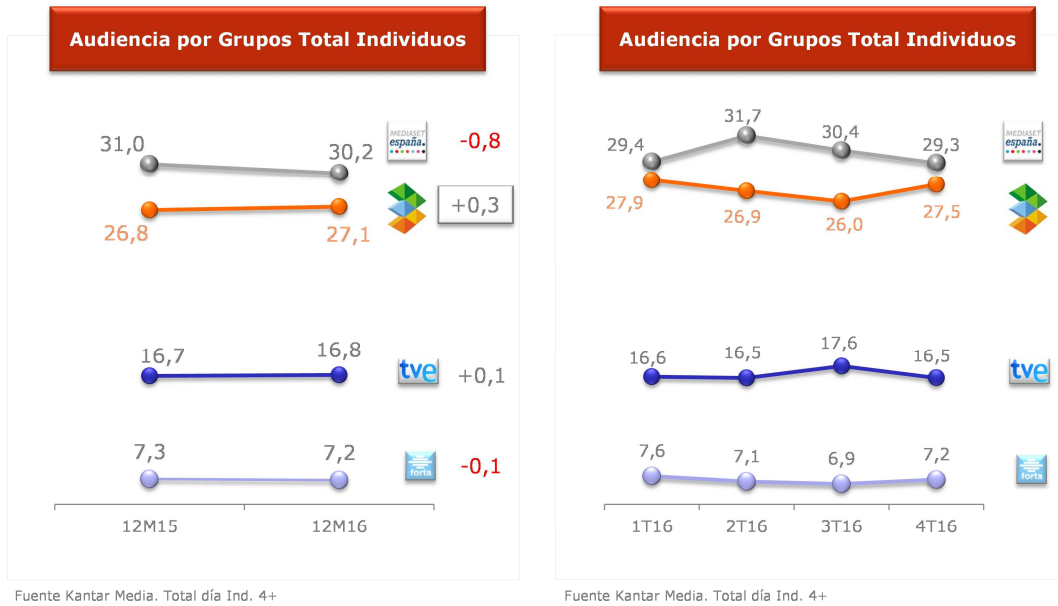
El consumo televisivo por persona y día en el año 2016 es de 230 minutos, cuatro minutos menos que el año pasado. A esta cifra de consumo de "televisión lineal" debe añadirse 3 minutos de "visionado en diferido" (consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional. No contempla consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets).



Fuente: Kantar Media . Las mediciones del visionado en diferido comienzan a partir de febrero de 2015.

El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el año 2016 una cuota de audiencia del 27,1%, con un crecimiento de 0,3 puntos sobre la audiencia de 2015 es el grupo que más crece en cuota en el ejercicio. Este dato se eleva al 29,7% en target comercial, target más atractivo para los anunciantes, y hasta el 31,1% en la franja del prime time en target comercial, 0,6 puntos superior a la de su principal competidor, grupo que cuenta con un canal más y que retransmitió la Eurocopa de Fútbol 2016.

Por otra parte, es el primer año completo desde la adjudicación de las seis licencias para la explotación de nuevos canales. A pesar de la entrada de nuevos competidores Atresmedia Televisión ha incrementado su audiencia conjunta.



El canal Antena 3 alcanza una audiencia media del 12,8%, tanto en total individuos como en el target comercial (total día), siendo de un 14,3% el target comercial en el prime time, 0,3 puntos por encima de la de su principal competidor. Además cierra el año como primera opción en la mañana (13,3%) y en los fines de semana (12%).

La ficción ha sido el contenido estrella de la cadena un año más:

“Velvet”, la serie que ha hecho historia en la televisión en España, despide en este año su cuarta temporada, la mejor de las cuatro emitidas en la cadena. Obtiene una media de 3,6 millones de seguidores con una cuota de pantalla del 21,7%. Su último episodio, que se emitió con 15 minutos en directo, alcanzó récord de cuota (26,2%) y fue la emisión de ficción más vista de la temporada (4,3 millones de espectadores).

“Allí abajo” es la segunda serie más vista de Antena 3 en 2016 y cierra su segunda temporada con un 18,2% y 3,2 millones de espectadores.

“Mar de plástico”, otra de las series más vistas en Antena 3, obtuvo en el año una cuota media de pantalla del 17,5%, con 2,9 millones de seguidores. Finalizó sus emisiones con doble récord de temporada (20,6% y 3,2 millones) con un final elegido por los espectadores.

“Vis a Vis”, thriller carcelario, obtuvo en su segunda temporada emitida en el período abril a junio una cuota de pantalla del 14,1% de promedio (y casi 2,4 millones de televidentes).



Las series de tira diaria han sido una apuesta segura en las sobremesas de Antena 3. "El Secreto de Puesto Viejo" alcanzó el 16,7% de cuota (1,5 millones) y "Amar es para Siempre" el 13,1% de audiencia (1,7 millones).

En programas de entretenimiento, "El hormiguero 3.0" logra el mejor año de su vida al batir su máximo anual histórico y liderar su franja con una media en 2016 del 14,9% (+0,5 puntos versus 2015) y más de 2,7 millones.

"Tu cara me suena" revoluciona la noche de los viernes convirtiéndose en lo más visto de ese día (3,3 millones de espectadores) y siendo líder con un 23,4%.

La apuesta de Antena 3 por el cine sigue dando buenos resultados: las películas más seguidas de la cadena en el año han sido "Hombres de élite" (20,5% de audiencia y 3,5 millones) y "Blancanieves y la leyenda del Cazador" (19,9% y 3,5 millones), emitidas ambas en El Peliculón.

En cuanto al deporte, la Champions League ha sido el contenido más visto en Antena 3. La media de los partidos de la competición ha sido de 6,4 millones de espectadores, y un 34,5% de cuota de pantalla. La final, en la que se enfrentaron el Real Madrid y Atlético de Madrid, fue la emisión más vista del año con 11,6 millones de espectadores.

En informativos, Antena 3 también confirma su sólida posición. Antena 3 Noticias Fin de Semana vuelve a ser líder de los sábados y domingos con un 12,8% y más de 1,6 millones de espectadores de media. Antena 3 Noticias 2 finaliza el año con un 11,6% y 1,6 millones de espectadores. Por su parte, Antena 3 Noticias 1 cierra con un 13,1% y 1,6 millones de seguidores. Los resultados son positivos también a primera hora de la mañana. Así, Noticias de la mañana (13,5%) es el matinal que más crece respecto al año anterior (+0,7) y logra su mejor resultado desde 2009.

El canal laSexta ha registrado una audiencia media en 2016, en total individuos (total día), de un 7,1%, de nuevo por encima de su principal competidor. En el target comercial, en la franja prime time, laSexta alcanza una audiencia media del 9,0% frente al 7,8% de Cuatro.

"Salvados" es el programa más visto de la cadena en 2016 y líder absoluto con más de 2,7 millones de espectadores (13,9%). Salvados: una hora en La Moncloa (3 de abril) con 3,8 millones y 19,2% es la emisión más vista de la cadena en el año.

“Al Rojo Vivo” consigue su mejor año histórico, es el único debate matinal que crece (+0,8 puntos vs 2015); obtiene un 12,5% de cuota y cerca de 700.000 espectadores.

“El Intermedio” ha sido el programa diario más visto de laSexta, con un 11,3% y más de 2 millones de seguidores.

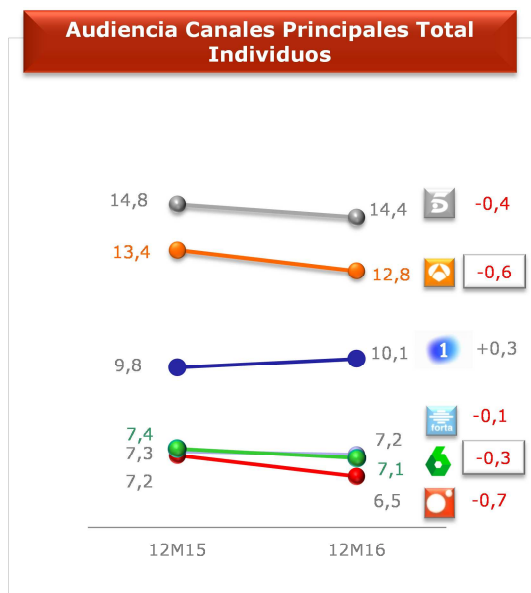
LaSextaNoticias logra también su mejor año: laSexta Noticias 14H en su edición de lunes a viernes, mantiene su ascenso de los cuatro últimos años. Vuelve a ganar con holgura a su competidor directo y es líder de su franja con un 13,4% de cuota y 1,4 millones de espectadores.

“Pesadilla en la cocina” logra su segunda mejor temporada con un 12,2% y lidera de forma rotunda en target comercial (16,6%).

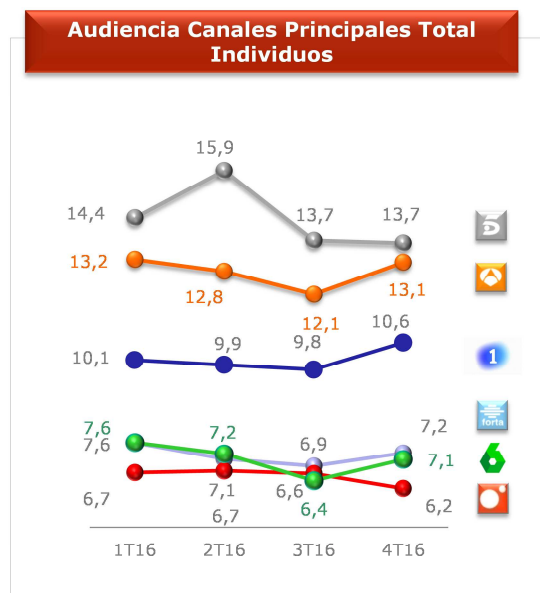
“El Objetivo” marca un 8,8%, con más de 1,6 millones de espectadores.

“Más Vale Tarde” alcanza máximo anual histórico con un 7,8% y 759.000 seguidores y crece, de esta forma, todos los años desde su estreno.

“Jugones”, programa de información deportiva, crece cuatro décimas respecto a su dato de 2015, y obtiene un 5,6% de cuota.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



La suma de los canales complementarios del Grupo consigue aportar en el acumulado a diciembre de 2016 un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,2%, llegando hasta el 8,8% en el target comercial.

El canal Neox, alcanza en el periodo una audiencia en total individuos del 2,5%, porcentaje que aumenta al 3,1% en el target comercial. Es líder de la tarde (2,9%) y entre los espectadores de 18 a 35 años (6,0%).

El canal Nova, registra una audiencia del 2,2% tanto en total individuos como en el target comercial.

El canal Mega alcanza una audiencia media en 2016 del 1,8%, dato que llega al 2,5% en el target comercial.

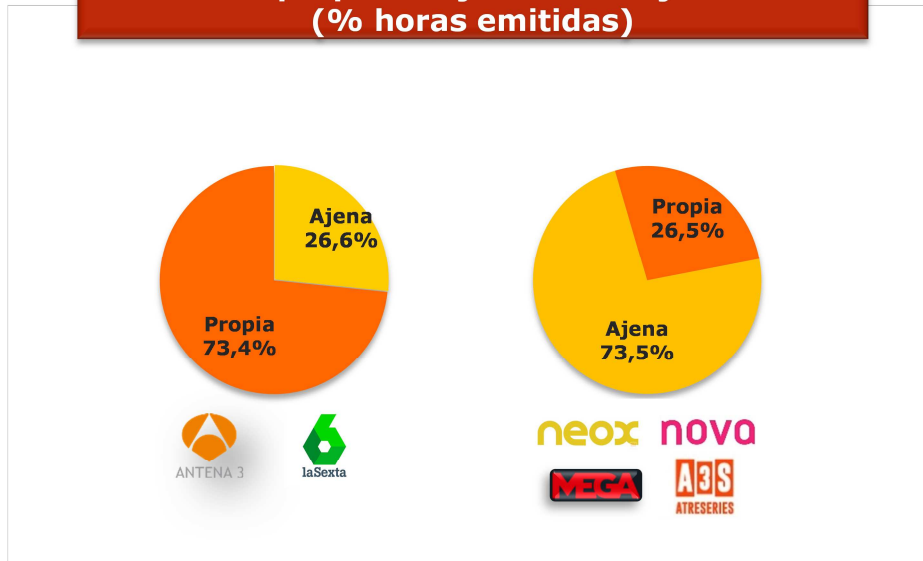
El canal Atreseries, que comenzó sus emisiones en diciembre de 2015, obtiene en su primer año completo de vida un 0,8% de audiencia en total individuos, y un 1,0% en el target comercial.

Audiencia Canales Complementarios Total Individuos				
		12M16	12M15	Var
		7,2%	6,0%	+1,2%
		9,2%	9,0%	+0,2%
		6,7%	6,8%	-0,1%
Net TV		2,9%	3,4%	-0,5%
Vevo TV		2,1%	2,1%	0,0%
13TV		2,1%	2,0%	+0,1%
Secuoya		0,3%		+0,3%
Real Madrid TV		0,2%		+0,2%
Kiss TV		0,4%		+0,4%

Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

En cuanto al tipo de programas emitidos, en los canales principales predominan los contenidos de producción propia (73%) mientras que en los complementarios predomina la producción ajena (73%).

**Producción propia vs ajena en franja comercial
(% horas emitidas)**





3.3 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015	Evolución
INGRESOS NETOS	909.534	857.410	6,1%
GASTOS DE EXPLOTACION	740.153	723.886	2,2%
Resultado bruto de explotación	169.381	133.524	26,9%
Amortizaciones	15.322	14.776	3,7%
Resultado de explotación	154.059	118.749	29,7%

3.3.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a diciembre de 2016 ascienden a 909,5 millones de euros frente a los 857,4 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2015, lo que supone un incremento del 6,1%.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha crecido en el periodo un 5,5%, siendo la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado del 42,1%, similar a la cuota del año anterior.

En el cuarto trimestre de 2016 los ingresos netos de Atresmedia Televisión han crecido un 3,6%. La cuota de participación en el mercado de televisión se sitúa en este cuarto trimestre en el 40,8%.



3.3.2 Gastos de Explotación

	Ene-Dic	Ene-Dic	Evolución
Miles de Euros	2016	2015	
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	447.311	452.085	(1,1%)
Gastos de personal	78.703	68.031	15,7%
Otros gastos de explotación	214.139	203.769	5,1%
GASTOS DE EXPLOTACION	740.153	723.886	2,2%

Los gastos de explotación en el ejercicio 2016 han sido de 740,2 millones de euros frente a los 723,9 millones de euros registrados en el 2015, lo que supone un incremento del 2,2%. Este crecimiento se debe, principalmente, a mayores costes variables ligados a las ventas, a la incorporación de nuevos canales y a mayores gastos de personal.

El crecimiento en gastos de personal se debe, por un lado, a un incremento de las contrataciones por obra para la producción directa de contenidos que sustituyen a producciones encargadas y, por otro lado, a partidas extraordinarias de indemnizaciones y gratificaciones, así como al coste del plan de retribución en acciones a largo plazo aprobada en la última Junta General de Accionistas que se extenderá hasta el ejercicio 2018.

El número de canales de Atresmedia en el 2016 ha sido mayor que en 2015, si bien los costes en consumo de programas se han reducido al no haber continuado las retransmisiones de la Fórmula 1 durante este año. Este hecho ha tenido un impacto positivo en gastos sin que se haya mermado la posición competitiva del Grupo.

En el cuarto trimestre de 2016 los gastos de explotación han crecido un 0,7% respecto del mismo periodo del año anterior.



3.3.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el año 2016 crece un 26,9% respecto al obtenido en el 2015, alcanzando los 169,4 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 18,6%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Atresmedia Televisión	169.381	133.524
Margen/Ingresos Netos	18,6%	15,6%

En el cuarto trimestre de 2016, el Resultado Bruto de Explotación es de 40,5 millones de euros, lo que supone una mejora del 21,4% respecto al del mismo periodo de 2015.

El Resultado de Explotación (EBIT) crece 35,3 millones de euros respecto al obtenido en el ejercicio 2015, alcanzando los 154,1 millones de euros.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Atresmedia Televisión	154.059	118.749
Margen/Ingresos Netos	16,9%	13,8%

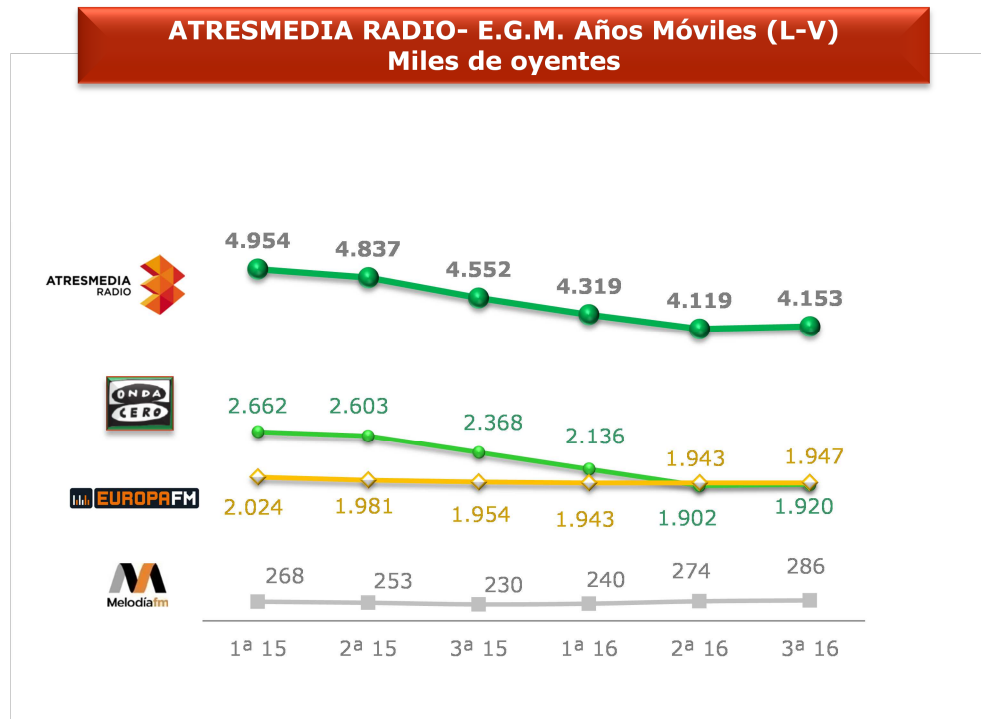
4. ATRESMEDIA RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el año un 0,8%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 3ª ola de 2016) Atresmedia Radio alcanza una audiencia media de 4,2 millones de oyentes. En el ámbito de las radios generalistas, Onda Cero con una media de 1,9 millones de oyentes se mantiene como tercera opción. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM, posicionada como tercera cadena, mantiene el número de oyentes de la ola anterior, 1,9 millones. Melodía FM alcanza los 286 mil oyentes.

La caída de la audiencia de Onda Cero se debió al cambio del programa matinal que tuvo lugar en abril de 2015, sin embargo en las dos últimas olas (años móviles) la audiencia se ha estabilizado con un ligero crecimiento.

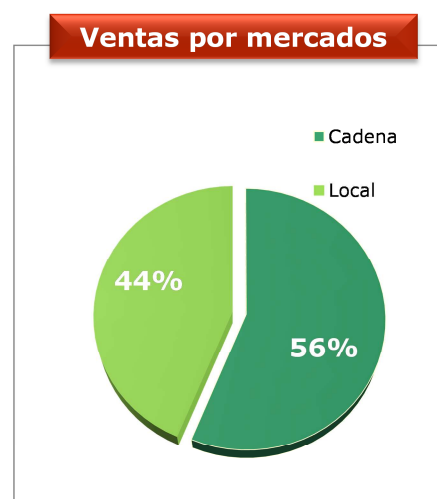
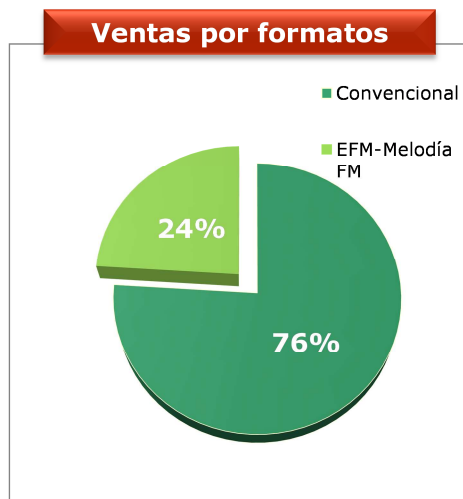


Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015	Evolución
INGRESOS NETOS	82.170	89.868	(8,6%)
Gastos de personal	24.195	25.173	(3,9%)
Otros gastos de explotación	38.282	42.868	(10,7%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	62.476	68.041	(8,2%)
Resultado bruto de explotación	19.694	21.827	(9,8%)
Amortizaciones	1.948	1.861	4,7%
Resultados de explotación	17.744	19.966	(11,1%)

Atresmedia Radio ha alcanzado en el año unos ingresos netos de 82,2 millones de euros frente a los 89,9 millones de euros obtenidos en el 2015 debido a la pérdida de audiencia comentada anteriormente.





Los gastos de explotación, a 31 de diciembre de 2016, han sido de 62,5 millones de euros, frente a los 68,0 millones de euros en el acumulado a diciembre de 2015, lo que supone un descenso del 8,2%.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el año 2016 es de 19,7 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 24,0%. Ante la pérdida de ingresos por la menor audiencia se han ajustado los costes hasta alcanzar un margen similar al del año anterior.

En el cuarto trimestre de 2016, el Resultado Bruto de Explotación es de 5,1 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 21,9%.

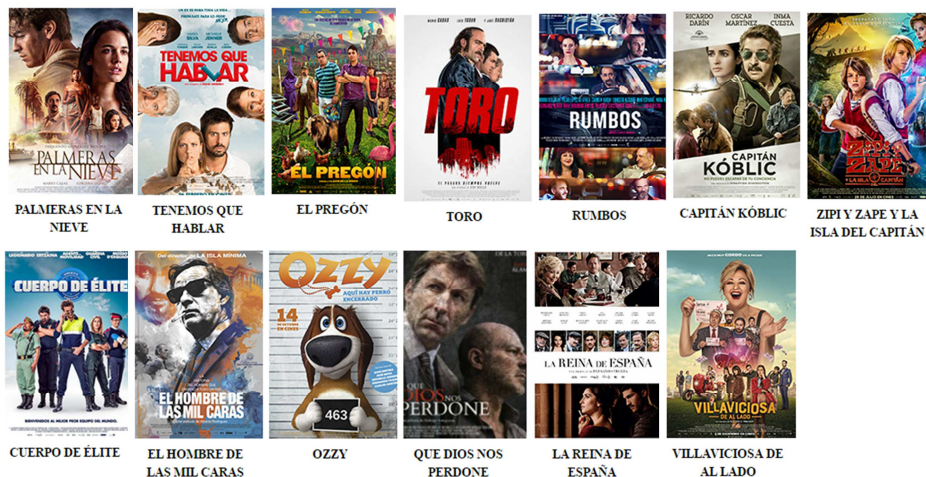
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Atresmedia Radio	19.694	21.827
Margen/Ingresos Netos	24,0%	24,3%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015
Atresmedia Radio	17.744	19.966
Margen/Ingresos Netos	21,6%	22,2%



5. OTROS NEGOCIOS

5.1 Atresmedia Cine

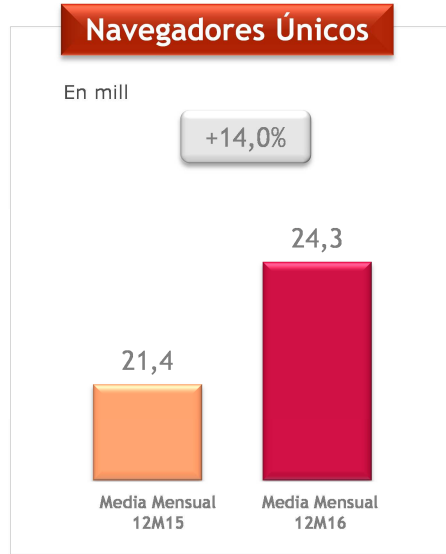
Atresmedia Cine ha estrenado doce largometrajes durante el 2016: "Tenemos que hablar", "El pregón", "Toro", "Rumbos", "Capitán Kóblíc", "Zipi y Zape y la isla del capitán", "Cuerpo de élite", "El hombre de las mil caras", "Ozzy", "Que Dios nos perdone", "La Reina de España" y "Villaviciosa de al lado". Además, ha mantenido en explotación películas como "Palmeras en la nieve". En conjunto representan un 38% de la recaudación del Cine Español en el año.



En la 31 edición de los Premios Goya Atresmedia Cine ha sido premiada con tres galardones. "El hombre de las mil caras" fue reconocida con los premios al mejor guión adaptado y al mejor actor revelación y "Que Dios nos perdone" recibió el premio al mejor actor protagonista.

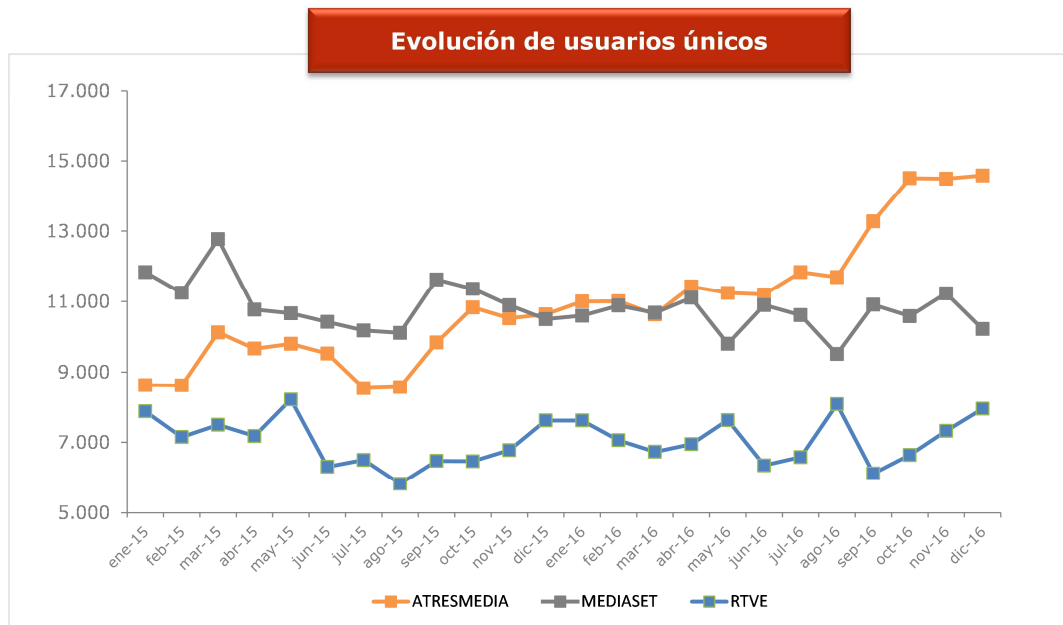
5.2 Atresmedia Digital

Atresmedia Digital alcanza, a 31 de diciembre de 2016, una media mensual de 24,3 millones de navegadores únicos, con un crecimiento del 14,0% respecto a la media mensual a diciembre de 2015. Destaca especialmente el buen comportamiento de los contenidos verticales temáticos ("Guía Infantil", "Celebrities", "Sextante", "Liopardo", "Seestrena", "Tecnoplora", "Defconplay", etc) así como de las webs lasexta.com y europa fm.com.



Media Mensual
Fuente: Adobe Analytics

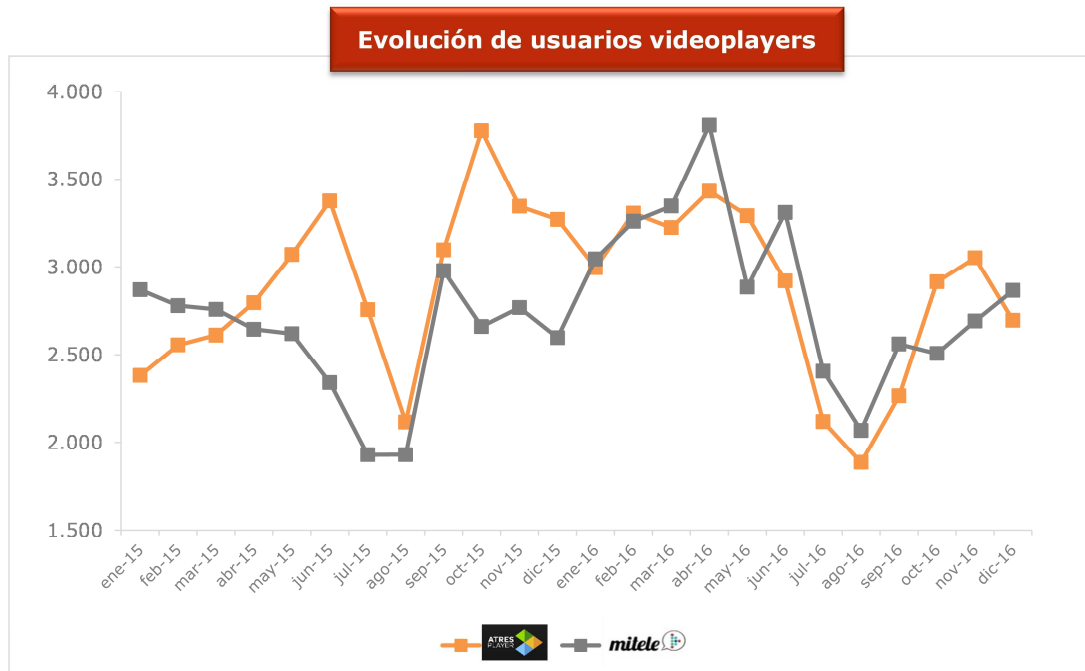
Según los datos publicados por **comScore**, Atresmedia ha sido líder de grupos de televisión en once de los doce meses de 2016, alcanzando en el último mes los 14,6 millones de usuarios únicos, 4,4 millones de usuarios más que Mediaset.



Fuente comScore

La plataforma de vídeo y audio Atresplayer alcanza los 8,8 millones de descargas de la aplicación y supera los 4,4 millones de usuarios registrados.

Según comScore Atresplayer cierra 2016 con un promedio mensual de 2,8 millones de usuarios únicos.



Fuente comScore

Además, la plataforma de vídeo corto Flooxer acaba, su primer año, con una media mensual de 0,9 millones de usuarios únicos según comScore.



5.3 Cuenta de Resultados

El grado de contribución de las otras actividades realizadas por el grupo ha evolucionado de la siguiente forma:

Miles de Euros	Ene-Dic 2016	Ene-Dic 2015	Evolución
INGRESOS NETOS % sobre Ingresos Atresmedia	29.410 2,9%	22.928 2,4%	28,3%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN (*) % sobre Gastos Atresmedia	16.494 2,0%	12.582 1,6%	31,1%
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN % sobre el Resultado Bruto de Explotación Atresmedia	12.915 6,4%	10.347 6,2%	24,8%

(*) Incluyen amortizaciones de producciones cinematográficas.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) de Otros Negocios en el año 2016 alcanza los 12,9 millones de euros frente a los 10,3 millones de euros del año anterior, principalmente por el negocio de Atresmedia Cine. Además han mejorado los resultados obtenidos en la organización de eventos y, con menor peso, en otras actividades de comercialización.