

ATRESMEDIA



RESULTADOS ENERO-MARZO 2019

31 de marzo de 2019



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 | 22 |
| 3.2.3 | Audiencias de Digital | 27 |
| 4. | RADIO | 30 |
| 4.1 | Mercado Publicitario y Evolución Audiencia | 30 |
| 4.2 | Cuenta de Resultados | 31 |



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

| Variables operativas destacadas | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|--|--------------|--------------|
| Audiencia total TV | 27,7% | 26,8% |
| Cuota de mercado TV (Infoadex) | 42,4% | 42,4% |
| Oyentes Radio (miles) (1ªOla EGM. Media móvil) | 3.568 | 3.947 |
| Nº de empleados total | 2.378 | 2.025 |

| Variables financieras destacadas (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|---|--------------|--------------|
| Ingresos Netos | 257.519 | 252.196 |
| Resultado Bruto de Explotación | 45.119 | 33.223 |
| Beneficio del Ejercicio | 28.705 | 21.007 |
| Deuda Financiera Neta | 170.939 | 186.598 |

Atresmedia ha obtenido en el primer trimestre de 2019 un Resultado Bruto de Explotación de 45,1 millones de euros, 11,9 millones de euros más que en el primer trimestre del año 2018, y un Beneficio Consolidado de 28,7 millones de euros.

Atresmedia Televisión ha alcanzado en el periodo, según Infoadex, una **cuota de mercado** del 42,4%.

En términos de **audiencia** registra una cuota del 27,7%, siendo líder de audiencia en el prime time en el target comercial con una audiencia del 30,6%.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 13,0% y lidera en el prime time en el target comercial con una audiencia del 14,8%, superando en 1,7 puntos a su principal competidor.



El canal laSexta, con una audiencia media del 7,3% se sitúa 2,3 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial en la franja prime time una audiencia del 7,6%.

El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,3% en el acumulado a marzo de 2019, siendo en el target comercial de un 8,9%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a marzo, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet con 22,7 millones de usuarios únicos, posicionado en el puesto nueve en el ranking de los sitios más visitados de España.

Las películas en explotación de **Atresmedia Cine** durante el primer trimestre del año representan el 35% de la recaudación del Cine Español.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia alcanzan los 57 millones de abonados, con un crecimiento de 6 millones de abonados (12%) respecto al mismo periodo del año anterior.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,6 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (1ª ola de 2019).

1.2 Entorno económico y de mercado

Cerrado el ejercicio 2018 con un incremento del Producto Interior Bruto del 2,5%, el primer trimestre de 2019 arranca con una desaceleración del ritmo de crecimiento.

El panel de expertos Funcas, en su previsión de marzo estimaba un aumento del PIB del 2,2% en el ejercicio completo 2019, la misma previsión que tenía en el panel de enero. Se espera un crecimiento estable por trimestres (0,5% en cada uno). La aportación de la demanda nacional será de 2,4 puntos porcentuales; el sector externo, por su parte, restará dos décimas al crecimiento.

Este incremento de la economía del 2,2% está en línea con lo esperado por el Gobierno, el Banco de España, el FMI y la OCDE, y ligeramente por encima de lo que estima la Comisión Europea.

Por primera vez se publica la previsión de crecimiento para 2020 que se sitúa en el 1,9%.



En cuanto a la creación de empleo, se espera un crecimiento del 1,9% para 2019, mientras que para 2020 se ralentiza hasta el 1,6%. La tasa de desempleo (EPA) pasará del 13,9% en 2019 hasta el 12,8% en 2020.

En el consumo de los hogares se espera un incremento del 2,0% en 2019, y de dos décimas menos en 2020 (1,8%).

Respecto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a marzo de 2019 ha crecido un 1,1% respecto al mismo período de 2018. El medio televisión ha decrecido un 0,9%, mientras que los medios radio y digital han crecido un 8,0% y un 12,2% respectivamente.

| Mercado Publicitario por medios | 1T19 VS 1T18 |
|--|---------------------|
| Televisión | -0,9% |
| Radio | 8,0% |
| Digital | 12,2% |
| Diarios | -6,3% |
| Revistas | -9,1% |
| Exterior | 1,3% |
| Dominicales | -5,8% |
| Cine | 11,9% |
| TOTAL MEDIOS | 1,1% |

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

| Miles de Euros | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|--|-------------------------|-------------------------|------------------|
| INGRESOS NETOS | 257.519 | 252.196 | 2,1% |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN | 212.399 | 218.974 | (3,0%) |
| Resultado bruto de explotación | 45.119 | 33.223 | 35,8% |
| Amortización del inmovilizado | 4.892 | 4.749 | 3,0% |
| Deterioro y enajenaciones del inmovilizado | (36) | 72 | n/a |
| Beneficio de explotación | 40.263 | 28.401 | 41,8% |
| Resultado financiero | (1.821) | (1.115) | (63,3%) |
| Resultado neto de participaciones en otras entidades | (554) | (153) | (262,2%) |
| Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas | 37.888 | 27.134 | 39,6% |
| Impuesto sobre sociedades | 9.219 | 6.126 | 50,5% |
| Beneficio del ejercicio | 28.669 | 21.007 | 36,5% |
| Resultado atribuido a socios externos | 36 | | n/a |
| Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante | 28.705 | 21.007 | 36,6% |

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a marzo de 2019 alcanzan los 257,5 millones de euros, frente a los 252,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018, lo que supone un incremento del 2,1%.

| Ingresos Netos por negocios (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|--|----------------|----------------|-------------|
| Audiovisual | 240.526 | 236.245 | 1,8% |
| Radio | 19.970 | 18.747 | 6,5% |
| Eliminaciones | (2.978) | (2.795) | |
| ATRESMEDIA | 257.519 | 252.196 | 2,1% |

El mercado publicitario de medios convencionales ha crecido durante el primer trimestre de 2019 un 1,1%, según Infoadex.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación disminuyen en el acumulado a marzo de 2019 un 3,0% respecto del mismo periodo de 2018.

| Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|---|----------------|----------------|---------------|
| Audiovisual | 198.641 | 205.336 | (3,3%) |
| Radio | 16.737 | 16.433 | 1,8% |
| Eliminaciones | (2.978) | (2.795) | |
| ATRESMEDIA | 212.399 | 218.974 | (3,0%) |



| Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|--|---------------------|---------------------|------------------|
| Consumo de programas y Otros | 103.406 | 118.471 | (12,7%) |
| Gastos de Personal | 38.656 | 34.053 | 13,5% |
| Otros gastos de explotación | 40.759 | 38.740 | 5,2% |
| Costes variables ligados a ventas | 32.557 | 30.506 | 6,7% |
| Eliminaciones | (2.978) | (2.795) | |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN | 212.399 | 218.974 | (3,0%) |

El consumo de programas se ha reducido en el primer trimestre del año al no continuar las retransmisiones de la Champions League. Este impacto positivo en gastos no ha afectado a la audiencia, que ha crecido 0,9 puntos en el periodo.

Además, se ha incorporado al Grupo parte del personal encargado de la producción de laSexta que estaba subcontratado. Este movimiento supone un incremento en los gastos personal y un decremento en consumo de programas.

Los costes variables ligados a ventas aumentan por la mayor actividad de producción y distribución de contenidos.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a marzo de 2019 ha sido 11,9 millones de euros superior al obtenido en el mismo periodo de 2018, alcanzando los 45,1 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 17,5%.

| RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|---|---------------------|---------------------|
| Audiovisual | 41.886 | 30.909 |
| Margen/Ingresos Netos | 17,4% | 13,1% |
| Radio | 3.234 | 2.314 |
| Margen/Ingresos Netos | 16,2% | 12,3% |
| TOTAL ATRESMEDIA | 45.119 | 33.223 |
| Margen/Ingresos Netos | 17,5% | 13,2% |



El Resultado de Explotación (EBIT) ha sido de 40,3 millones de euros frente a los 28,4 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018, lo que supone un incremento del 41,8%.

| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Audiovisual | 37.730 | 26.634 |
| Margen/Ingresos Netos | 15,7% | 11,3% |
| Radio | 2.534 | 1.768 |
| Margen/Ingresos Netos | 12,7% | 9,4% |
| TOTAL ATRESMEDIA | 40.263 | 28.401 |
| Margen/Ingresos Netos | 15,6% | 11,3% |

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a marzo de 2019 es negativo por importe de 1,8 millones de euros frente a los 1,1 millones de euros negativos del acumulado a marzo del año anterior. Esta variación es debida a una mayor deuda media.

El Resultado antes de impuestos en el acumulado a marzo de 2019 ha sido de 37,9 millones de euros frente a los 27,1 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado en el primer trimestre de 2019 es de 28,7 millones de euros, un 36,6% superior al obtenido en el primer trimestre del año anterior.



2.2 Balance consolidado

| Miles de Euros | 31 Marzo 2019 | 31 Diciembre 2018 |
|---|---------------------|-------------------------|
| ACTIVO | | |
| Fondo de comercio | 163.223 | 163.223 |
| Otros activos intangibles | 151.074 | 147.322 |
| Inmovilizado material y otros activos no corrientes | 85.753 | 81.197 |
| Activos por impuesto diferido | 217.658 | 216.709 |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | 617.708 | 608.451 |
| Derechos de programas y existencias | 328.165 | 352.376 |
| Deudores comerciales y otros deudores | 238.301 | 274.842 |
| Otros activos corrientes | 32.634 | 31.439 |
| Activo por impuesto corriente | 5.630 | 5.885 |
| Efectivo y otros medios líquidos equivalentes | 134.201 | 85.626 |
| ACTIVOS CORRIENTES | 738.931 | 750.168 |
| TOTAL ACTIVO | 1.356.639 | 1.358.619 |
| PASIVO | | |
| Capital social | 169.300 | 169.300 |
| Prima de emisión | 38.304 | 38.304 |
| Reservas legal y estatutaria | 42.475 | 42.475 |
| Ganancias acumuladas | 250.047 | 221.073 |
| Acciones propias | (8.810) | (8.810) |
| Dividendos a cuenta | (44.988) | (44.988) |
| Otros instrumentos de patrimonio | 2.254 | 2.254 |
| Ajustes por cambios de valor y otros | 585 | 922 |
| PATRIMONIO NETO | 449.167 | 420.530 |
| Obligaciones y bonos | 175.994 | 170.770 |
| Deudas con entidades de crédito | 120.535 | 137.907 |
| Otros pasivos no corrientes | 7.966 | 5.775 |
| Pasivos por impuestos diferidos | 30.183 | 30.276 |
| PASIVOS NO CORRIENTES | 334.678 | 344.728 |
| Obligaciones y bonos | 1.880 | 3.924 |
| Deudas con entidades de crédito | 18.949 | 11.982 |
| Acreedores comerciales y otros acreedores | 395.832 | 430.923 |
| Otros pasivos corrientes | 146.782 | 146.532 |
| Pasivos por impuesto corriente | 9.351 | 0 |
| PASIVOS CORRIENTES | 572.794 | 593.361 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO | 1.356.639 | 1.358.619 |

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



La deuda financiera neta del Grupo es de 170,9 millones de euros frente a los 230,9 millones de euros a diciembre de 2018, lo que supone una reducción de 60 millones de euros.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de marzo de 2019 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 68,7 millones de euros.

| Miles de euros | 31 Marzo 2019 | 31 Marzo 2018 |
|--|------------------|------------------|
| 1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN | | |
| Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos | 37.888 | 27.134 |
| Ajustes del resultado: | 6.442 | 7.563 |
| - Amortizaciones | 4.892 | 4.749 |
| - Provisiones y otros | (271) | 1.699 |
| - Resultados Financieros | 1.821 | 1.115 |
| Cambios en el capital circulante | 24.397 | 39.807 |
| Efectivo generado por las operaciones | 68.727 | 74.504 |
| Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos | 2 | 0 |
| Flujos netos de efectivo de actividades de explotación | 68.729 | 74.504 |
| 2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN | | |
| Inversiones | (9.076) | (18.263) |
| Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas | (1.676) | (5.655) |
| Activos fijos materiales e intangibles | (2.867) | (3.425) |
| Inversión en Cine Español | (4.534) | (9.183) |
| Desinversiones y anticipos por ventas de activos | 3.395 | 0 |
| Flujos netos de efectivo de actividades de inversión | (5.681) | (18.263) |
| 3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN | | |
| Gastos financieros pagados | (3.074) | (1.560) |
| Financiación empresas asociadas y vinculadas | | (1.720) |
| Deuda financiera | (11.397) | (49.238) |
| Flujos netos de efectivo de actividades de financiación | (14.471) | (52.518) |
| AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO | 48.575 | 3.722 |
| Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio | 85.626 | 25.026 |
| Efectivo o equivalentes al final del ejercicio | 134.201 | 28.748 |

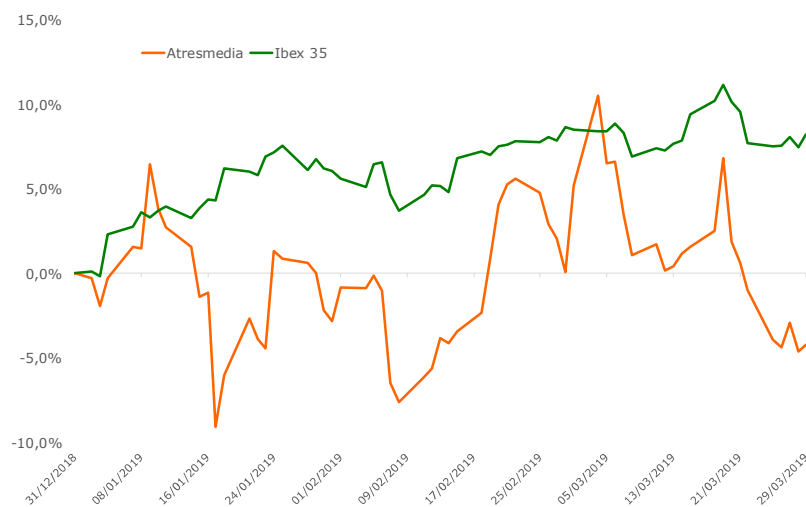
Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el primer trimestre de 2019 en 4,178 €/acción, un 4,2% por debajo del valor de cierre del año 2018, que fue 4,362 €/acción. El Ibex 35, por su parte, finalizó el trimestre en 9.240,30 puntos, lo que supone una subida del 8,2% respecto al cierre.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el año 2019 y su comparación con el Ibex 35.

| Variables Bursátiles | Ene-Mar 2019 |
|-----------------------------------|--------------|
| Cotización a 29/03/2019 (€) | 4,18 |
| Máximo (€) | 4,82 |
| Mínimo (€) | 3,97 |
| Precio Medio Ponderado (€) | 4,36 |
| Volumen medio diario (accs.) | 500.421 |
| Volumen medio diario (miles de €) | 2.182 |
| No. Acciones (mill) | 225,7 |

Fuente: Next Station



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de trimestre, contamos con la opinión y recomendación de 22 analistas. De éstos, el 45% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 32% recomiendan Mantener, mientras que un 23% mantienen su recomendación de Vender. El precio objetivo medio a cierre del trimestre es de 5,40 €/acción.

Durante el primer trimestre de 2019 el departamento de Relación con Inversores participó en 9 conferencias y roadshows en Londres, París, Lugano, Milán, Barcelona y Madrid.

El total de contactos presenciales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y roadshows y reuniones en nuestras oficinas), fue de cerca de 60. Adicionalmente, se han mantenido unas 85 conference calls con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

2.5 Responsabilidad corporativa

El primer trimestre de 2019 ha estado marcado por la incorporación en el Informe de Gestión de la Compañía de un estado de información no financiera. Además, el Grupo aprobó en marzo un Informe Integrado, en el que se ofrece información adicional sobre la dimensión social, medioambiental y de buen gobierno vinculada a la estrategia del Grupo.

Por otro lado, en 2019 continúa la implantación del Plan Director que marca los compromisos en responsabilidad corporativa 2018-2020. Como parte del mismo, en febrero se presentó el propósito corporativo de la Compañía, quedando definido de la siguiente manera: "Creemos en el poder de la reflexión y la emoción". En Atresmedia estamos convencidos que la reflexión, a través de los contenidos informativos que difundimos, y la emoción, a través de la ficción y el entretenimiento, son las palancas que impulsan a las personas a provocar cambios e impactos positivos en la sociedad.

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

- "Ponle Freno" convocó y falló sus XI Premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial, con un récord de participación de más de un centenar de proyectos presentados.



- “Objetivo Bienestar” convocó sus séptimos premios dirigidos a los centros escolares que promuevan iniciativas saludables entre sus alumnos.
- “Constantes y Vitales” retomó la iniciativa de solicitud de instalación de desfibriladores en lugares públicos que, desde el inicio de 2019, ha conseguido sumar la incorporación de tres nuevas comunidades autónomas cardio protegidas (Navarra, Aragón y Extremadura).
- La última campaña de “Tolerancia Cero” impulsada por Antena 3 Noticias y la Fundación Mutua Madrileña: “Si te controla, no es amor es maltrato”, sobre el control y el acoso como señales de maltrato, fue elegida por ONU Mujeres como ejemplo de colaboración entre empresas y medios de comunicación.

Respecto al Programa de Voluntariado Corporativo, los empleados del Grupo han participado como voluntarios en las labores del Comedor Social Santa María Josefa, han apoyado la actividad en hospitales de la Fundación Aladina y colaborado en el evento de la Fundación Atresmedia “Grandes Profes”.

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”. Además, la iniciativa “Fundación Atresmedia y tú, juntos por la educación”, fue galardonada en la primera edición de los premios CEAPA por su labor de defensa y compromiso con la educación y la escuela.

En cuanto a la dimensión medioambiental Atresmedia se adhirió a la 'Declaración de los medios de comunicación frente al cambio climático', un documento, impulsado por Ecodes (Ecología y Desarrollo) que reúne diez recomendaciones clave a la hora de informar, abordar y potenciar la información sobre este fenómeno. Además, a través de la iniciativa Hazte Eco, apoyó la campaña de WWF “La Hora del Planeta” e impulsó internamente una campaña de reducción del uso de plástico entre los empleados.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

| Miles de Euros | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|
| INGRESOS NETOS | 240.526 | 236.245 | 1,8% |
| GASTOS DE EXPLOTACION | 198.641 | 205.336 | (3,3%) |
| Resultado bruto de explotación | 41.886 | 30.909 | 35,5% |
| Amortizaciones y deterioros | 4.156 | 4.275 | (2,8%) |
| Resultado de explotación | 37.730 | 26.634 | 41,7% |

3.1.1 Ingresos Netos

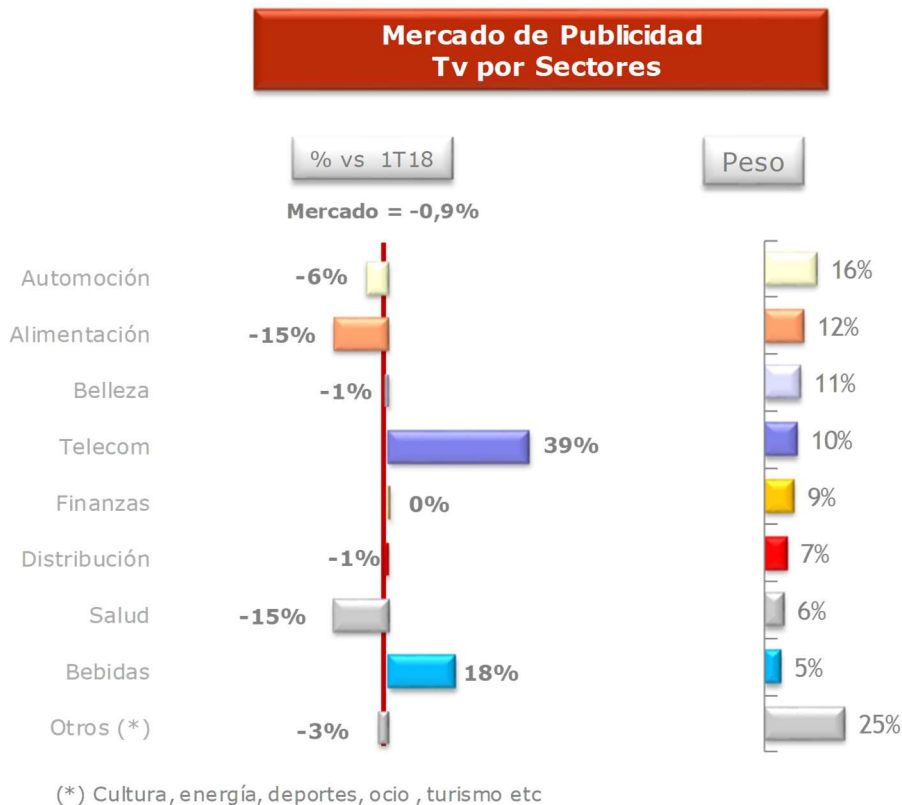
Los ingresos netos acumulados a marzo de 2019 ascienden a 240,5 millones de euros frente a los 236,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018.

| Miles de Euros | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|---|-----------------|-----------------|-------------|
| Publicidad Televisión | 201.884 | 204.099 | (1,1%) |
| Publicidad Digital | 9.377 | 8.830 | 6,2% |
| Producción y Distribución de Contenidos | 21.731 | 17.442 | 24,6% |
| Otros Ingresos | 7.535 | 5.874 | 28,3% |
| INGRESOS NETOS | 240.526 | 236.245 | 1,8% |

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 201,9 millones de euros frente a los 204,1 millones obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha decrecido en el periodo un 0,9%, siendo la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado del 42,4%.

Dentro de la evolución negativa del mercado publicitario de televisión destaca la subida de los sectores de "Telecomunicaciones" y "Bebidas".



Fuentes: Infoadex/ Sectores: Estimaciones internas

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 9,4 millones de euros frente a los 8,8 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad digital ha crecido en el periodo un 12,2%.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 21,7 millones de euros frente a los 17,4 millones de euros del acumulado a marzo del año anterior.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de series (Atresmedia Studios), la distribución de contenidos en plataformas de pago en mercados de Europa y América, así como la actividad cinematográfica del Grupo (Atresmedia Cine).



Atresmedia Cine ha estrenado durante el primer trimestre del año tres largometrajes: “Perdiendo el este”, “Gente que viene y bah” y “Taxi a Gibraltar”. Además ha mantenido en explotación películas como “Tiempo después” y “El Reino”. En conjunto representan el 35% de la recaudación del Cine Español en el periodo.



Los otros ingresos incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales.



3.1.2 Gastos de Explotación

| Miles de Euros | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|--|-----------------|-----------------|---------------|
| Consumo de programas y otros aprovisionamientos | 103.406 | 118.471 | (12,7%) |
| Gastos de personal | 32.178 | 27.613 | 16,5% |
| Otros gastos de explotación | 30.500 | 28.746 | 6,1% |
| Costes variables ligados a ventas | 32.557 | 30.506 | 6,7% |
| GASTOS DE EXPLOTACION | 198.641 | 205.336 | (3,3%) |

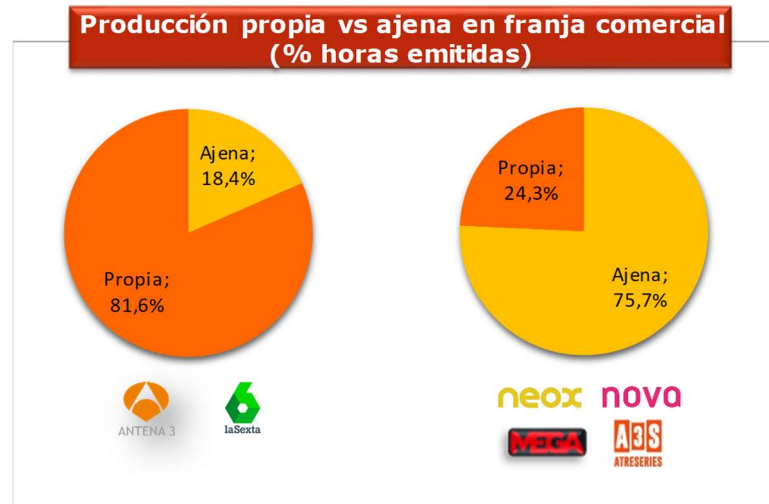
Los gastos de explotación en el acumulado a marzo de 2019 han sido de 198,6 millones de euros, lo que supone una reducción del 3,3% respecto a los gastos registrados en el acumulado a marzo de 2018.

Durante el primer trimestre los costes en consumo de programas se han reducido al no haber continuado las retransmisiones de la Champions League. Este impacto positivo en gastos no ha afectado a la audiencia, que ha crecido 0,9 puntos en el trimestre.

Además, se ha incorporado al Grupo parte del personal encargado de la producción de laSexta que estaba subcontratado. Este movimiento supone un incremento en los gastos personal y un decremento en consumo de programas.

Los costes variables ligados a ventas crecen por la mayor actividad de producción y distribución de contenidos.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, han predominado los contenidos de producción propia (81,6%) mientras que en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (75,7%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a marzo de 2019 es de 41,9 millones de euros, 11,0 millones de euros superior al alcanzado en el primer trimestre del año anterior, con un margen sobre ingresos netos del 17,4%.

| RESULTADO BRUTO DE EXPLORACIÓN (EBITDA) (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|---|---------------------|---------------------|
| Audiovisual | 41.886 | 30.909 |
| Margen/Ingresos Netos | 17,4% | 13,1% |

El Resultado de Explotación (EBIT) acumulado a marzo de 2019 alcanza los 37,7 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 15,7%.

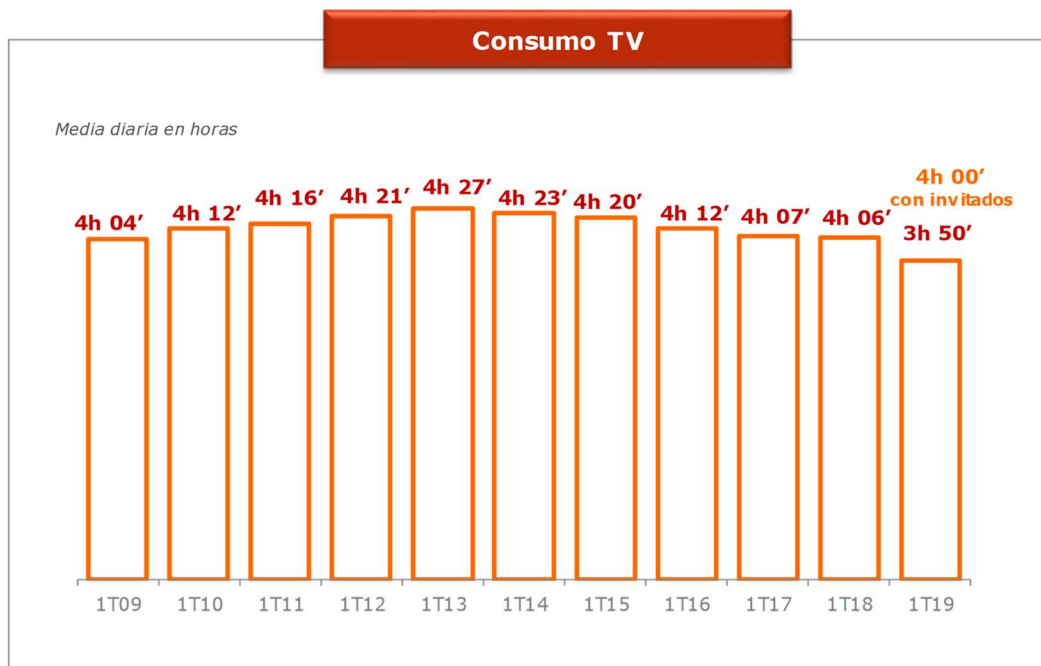
| RESULTADO DE EXPLORACIÓN (EBIT) (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|---|---------------------|---------------------|
| Audiovisual | 37.730 | 26.634 |
| Margen/Ingresos Netos | 15,7% | 11,3% |

3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el primer trimestre del año es de 3 horas y 50 minutos, dieciséis minutos menos que en el mismo periodo del año pasado. Este dato incluye tanto el consumo "lineal" como el "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).

De modo adicional y sin estar incluido en los datos anteriores, el consumo de invitados (espectadores no residentes en el hogar del visionado) es de 10 minutos de media en el primer trimestre de 2019.



Fuente: Kantar Media.

Las mediciones del visionado en diferido comienzan a partir de febrero de 2015. Las de invitados en marzo de 2017.



3.2.2 Audiencias de Televisión

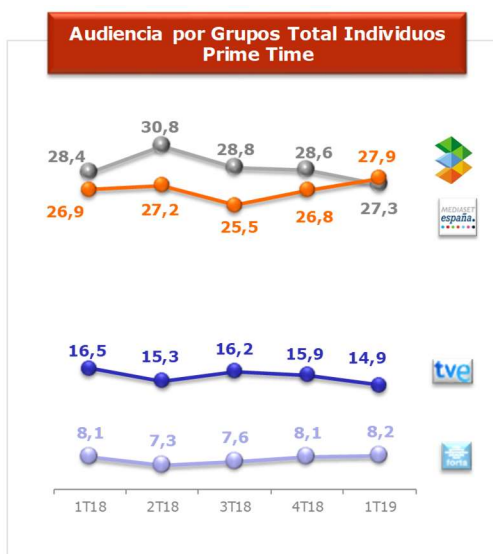
El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el primer trimestre de 2019 una cuota de audiencia del 27,7%, mejorando en 0,9 puntos respecto al mismo periodo del año anterior. Este dato se eleva al 29,4% en el target comercial, target más atractivo para los anunciantes, y hasta el 30,6% en la franja del prime time (horario de máxima audiencia) en target comercial, 2,9 puntos superior a la de su principal competidor, grupo que cuenta con un canal más.



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)



El canal **Antena 3** mejora en 0,5 puntos respecto al mismo periodo del año anterior y alcanza una audiencia media en total individuos (total día) del 13,0%, liderando el target comercial en el prime time con un 14,8%, 1,7 puntos más que su principal competidor.

La ficción de la cadena principal del grupo fue una vez más el contenido más importante en términos de audiencia.

“Matadero” fue la serie más vista de la televisión en enero y el mejor estreno de ficción de la temporada con más de 3,3 millones de espectadores (21,6%). Alcanzó en el trimestre una audiencia media de 1,7 millones de espectadores y un 12,1% de cuota.

“Allí abajo” estrenó con éxito su quinta temporada en marzo y regresó como la serie más vista del mes, alcanzando una audiencia del 16% (2,5 millones de espectadores).

“Manifest” debutó en enero como la serie extranjera más vista de la televisión en ese mes, y fue el estreno de una ficción extranjera más visto de los últimos tres años y medio con 2,7 millones de espectadores (17,7%).

Las series de tira diaria registraron, un trimestre más, magníficos datos en la sobremesa: “Amar es para siempre” (1,4 millones de seguidores y el 12,6% de la audiencia) y en la tarde: “El secreto de Puente Viejo” (1,3 millones de espectadores y el 13,1% de audiencia).

En programas de entretenimiento, enero fue el mes del estreno de “La Voz”, el formato líder de la temporada. Llegó como el estreno más visto de un programa de los últimos 3 años y alcanzó en el trimestre una cuota de pantalla del 18,9% y una media de 2,7 millones de espectadores.

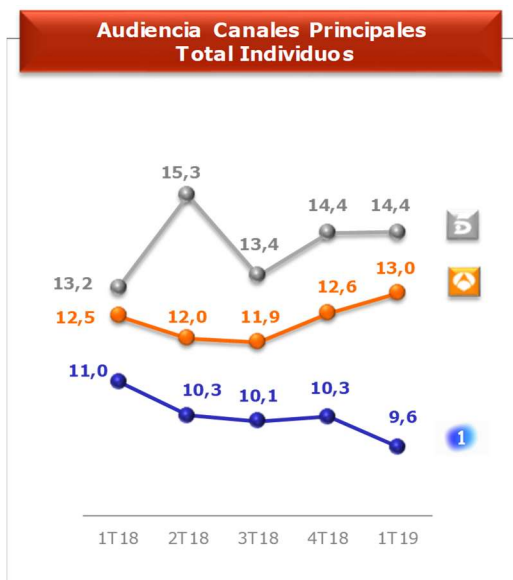
“Tu cara me suena” fue el programa estrella de los viernes. La cuota de audiencia media del trimestre subió hasta el 19,7% y llegó a 2,7 millones de espectadores.

A diario, los concursos fueron, un trimestre más, referente de la programación: “¡Ahora caigo!” cerró con una media de más de 1,6 millones de seguidores (15,2%) y “¡Boom!” registró un espectacular 18,0% (2,5 millones de espectadores).

“El hormiguero 3.0” se sitúa como el entretenimiento diario más visto de la televisión, y líder de su franja, con una media de 15,1% de cuota de pantalla y más de 2,8 millones de espectadores.

Las noticias han tenido un excelente comportamiento: son las más vistas por noveno mes consecutivo, líderes con una media de cerca de 2,1 millones de espectadores y el 15,1% de cuota. Destaca la edición de las 15.00h de lunes a viernes, Antena 3 Noticias 1, informativo líder que obtiene una cuota media de pantalla del 19,0% y 2,4 millones de televidentes.

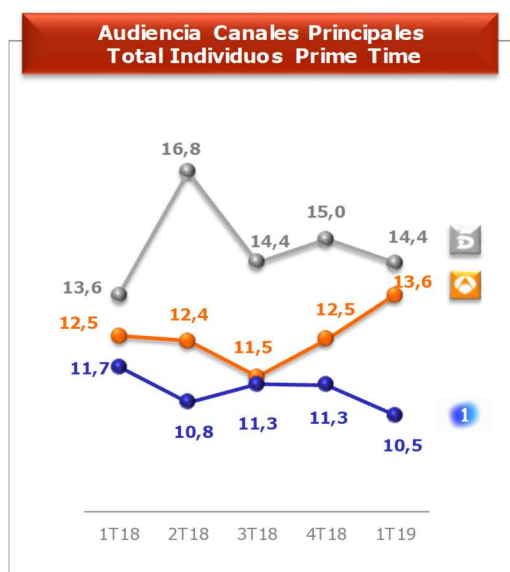
El cine sigue siendo una apuesta constante en Antena 3. En el prime time del fin de semana, "El Peliculón" fue una de las ofertas más seguidas: las películas que obtuvieron mayor cuota fueron "Objetivo: Londres" (16,8%) y "Villaviciosa de Al Lado" (19,0%).



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)



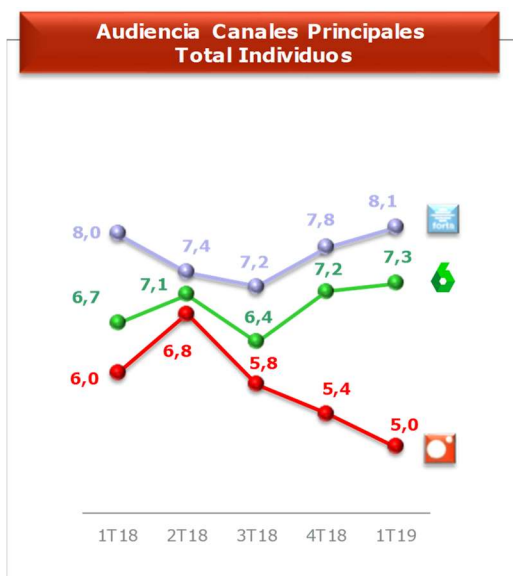
Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes Prime Time (20:30-24:00)

El canal **laSexta** mejora en 0,6 puntos respecto al primer trimestre de 2018 registrando una audiencia media en el primer trimestre de 2019, en total individuos (total día), de un 7,3% lo que le sitúa 2,3 décimas por encima de su principal competidor. En el target comercial alcanza un 7,8%, y en el target comercial en la franja prime time, su audiencia media es del 7,6%.

“El Intermedio” se situó un trimestre más como el programa diario más visto de laSexta con más de 1,7 millones de espectadores (9,2%).

“Al Rojo Vivo” se colocó como el programa de información política líder en su franja, cerrando el trimestre con una cuota media de pantalla del 15,6% (931 mil espectadores).

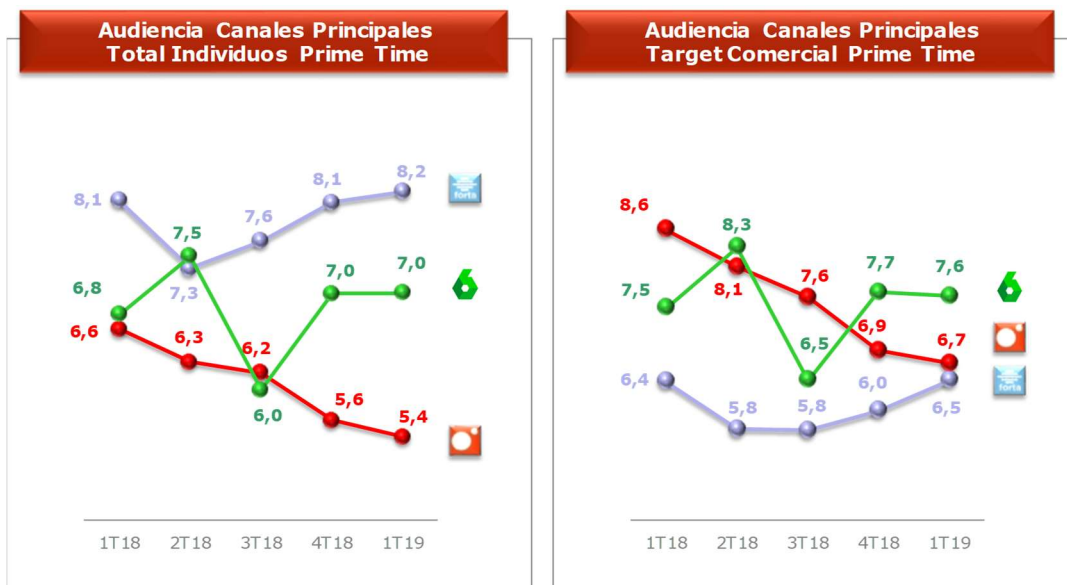
“Salvados”, en la franja estelar de los domingos, captó la atención de 2,4 millones de personas de media, lo que supuso una cuota de pantalla del 12,6%.



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)

La suma de los canales complementarios del Grupo aporta en el primer trimestre del año un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,3% llegando hasta el 8,9% en el target comercial.

El canal **Neox** alcanza en el periodo una audiencia en total individuos del 2,4%, porcentaje que aumenta al 3,3% en el target comercial.






















El canal **Nova**, cadena temática del grupo con un perfil femenino, registra una audiencia del 2,1% en total individuos siendo del 2,0% en el target comercial.

El canal **Mega**, canal con perfil adulto masculino, alcanza una audiencia media del 1,6%, dato que llega al 2,1% en el target comercial.

El canal **Atreseries** obtiene en el periodo un 1,3% de audiencia en total individuos y un 1,5% en el target comercial.



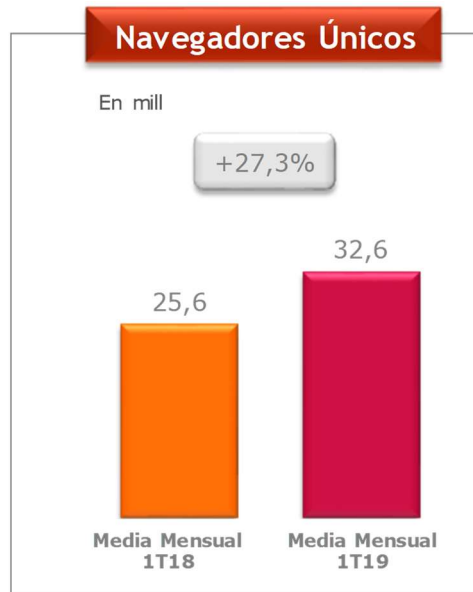
**Audiencia Canales Complementarios
Total Individuos**

| | | <u>1T19</u> | <u>1T18</u> | <u>Var</u> |
|----------------|---|-------------|-------------|------------|
| |     | 7,3 | 7,6 | -0,3 |
| |      | 8,5 | 8,7 | -0,2 |
| |      | 5,8 | 6,0 | -0,2 |
| Net TV |   | 2,8 | 2,9 | -0,1 |
| Veo TV |   | 2,7 | 2,6 | +0,1 |
| 13TV |  | 2,0 | 2,0 | 0,0 |
| Kiss TV |  | 0,8 | 0,7 | +0,1 |
| Secuoya |  | 0,4 | 0,3 | +0,1 |
| Real Madrid TV |  | 0,3 | 0,2 | +0,1 |

Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

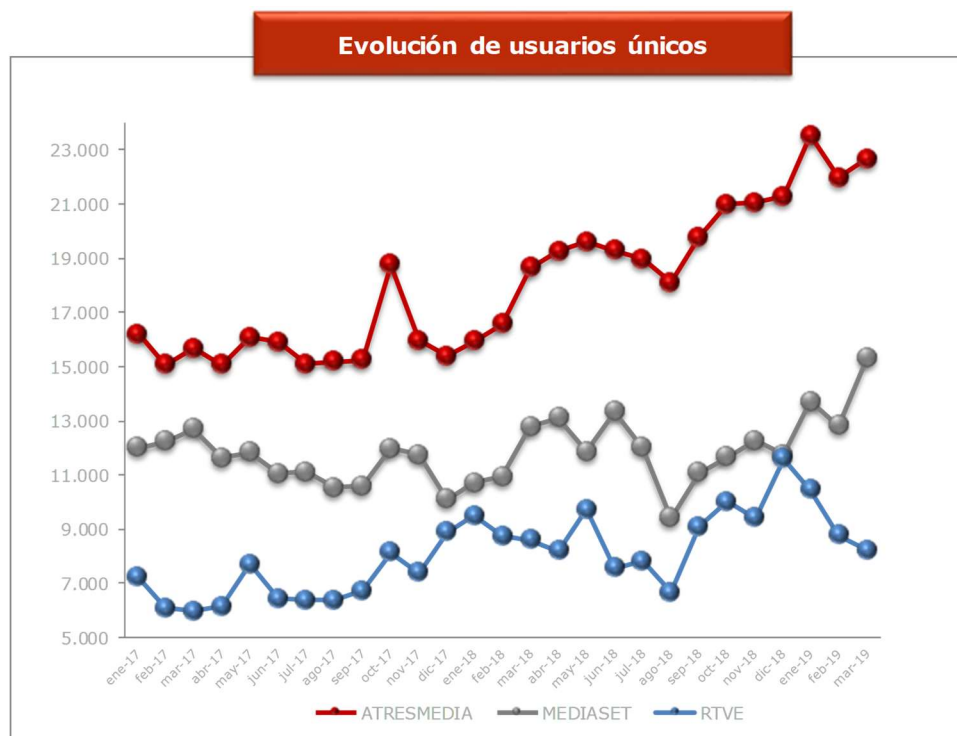
3.2.3 Audiencias de Digital

La audiencia de las páginas webs de Atresmedia (incluido Atresplayer) alcanza, a 31 de marzo de 2019, una media mensual de 32,6 millones de navegadores únicos, con un crecimiento del 27,3% respecto a la media mensual a marzo de 2018. Destaca especialmente el buen comportamiento de las webs de televisión así como de los contenidos nativos (verticales temáticos).



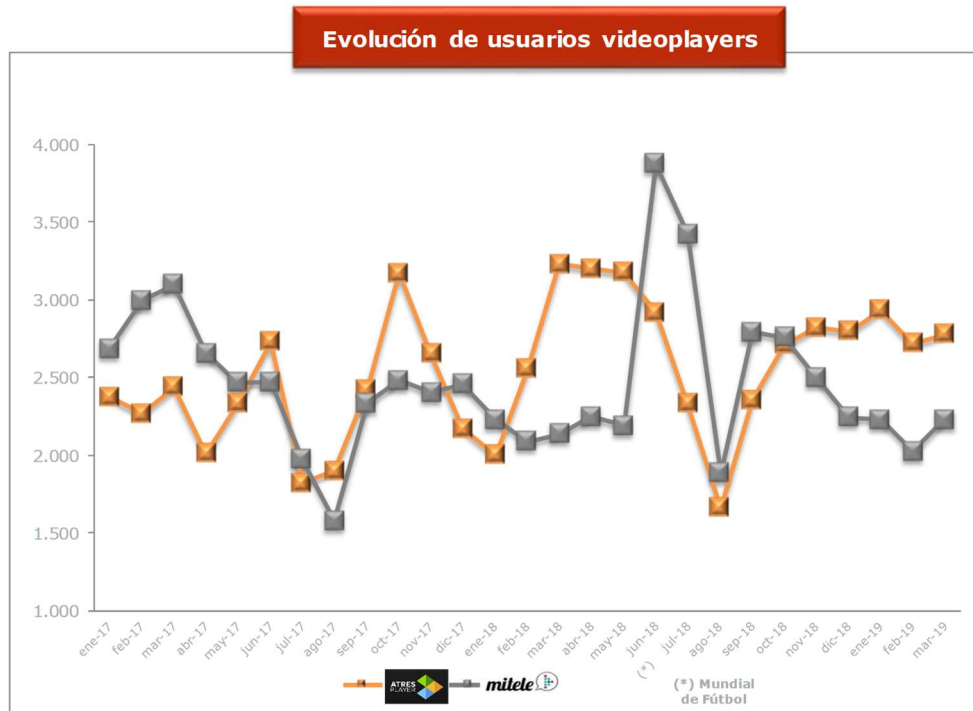
Media Mensual
Fuente: Adobe Analytics

Según los datos publicados por comScore a marzo de 2019, Atresmedia se sitúa en el puesto 9 del top 10 de sites más visitados, con 22,7 millones de usuarios únicos, manteniendo su liderazgo en el sector audiovisual en internet, con 7,3 millones de usuarios más que Mediaset. Es además el grupo audiovisual con mayor crecimiento interanual, 21%.



Fuente: comScore

Atresplayer es, a marzo de 2019, la plataforma líder de vídeo online de televisión, con 2,8 millones de usuarios únicos, según comScore. Además, alcanza a marzo de 2019 los 6,4 millones de usuarios registrados.



Fuente: comScore

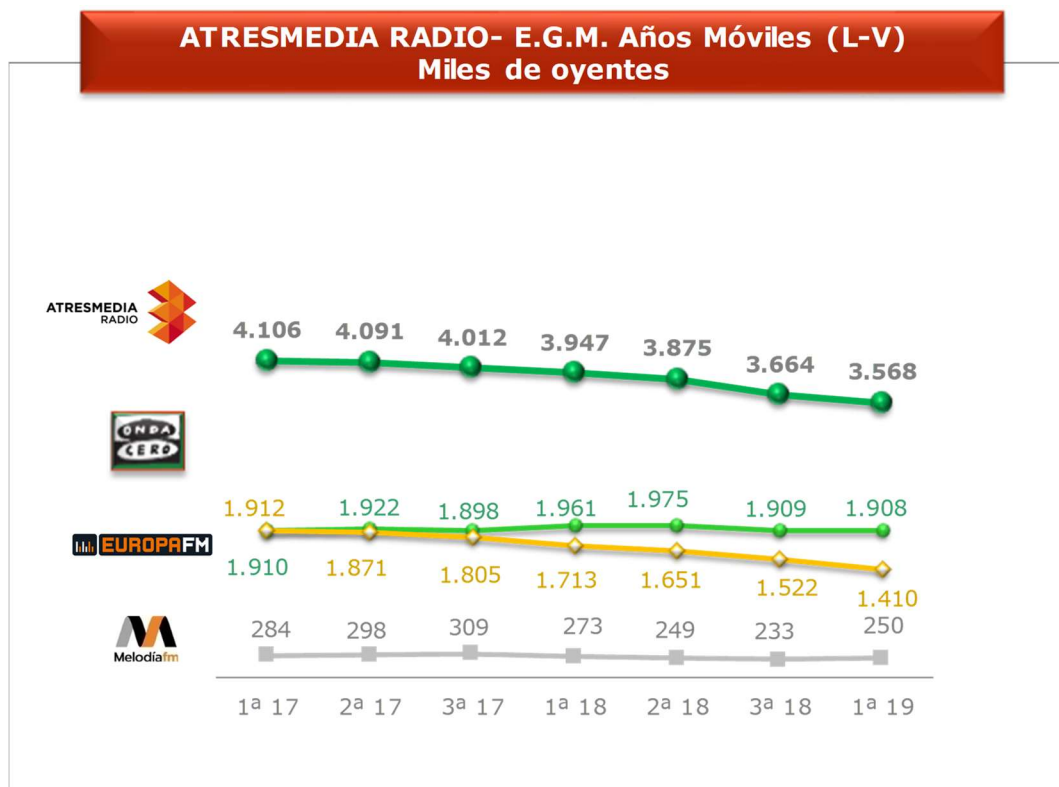


4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

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

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 1ª ola de 2019) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,6 millones de oyentes. Onda Cero se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 1,4 millones de oyentes y Melodía FM 250 mil.



Fuente: EGM . Años Móviles . Lunes a Viernes.

En la 1ª Ola de 2019 Onda Cero ha registrado un incremento del 14,2% con respecto a la 3ª Ola de 2018 situándose en los 2 millones de oyentes.

4.2 Cuenta de Resultados

| Miles de Euros | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 | Evolución |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| INGRESOS NETOS | 19.970 | 18.747 | 6,5% |
| Gastos de personal | 6.478 | 6.439 | 0,6% |
| Otros gastos de explotación | 10.259 | 9.994 | 2,7% |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN | 16.737 | 16.433 | 1,8% |
| Resultado bruto de explotación | 3.234 | 2.314 | 39,8% |
| Amortizaciones y deterioros | 700 | 546 | 28,3% |
| Resultado de explotación | 2.534 | 1.768 | 43,3% |

Atresmedia Radio ha alcanzado en el primer trimestre del año 2019 unos ingresos netos de 20,0 millones de euros, frente a los 18,7 millones de euros obtenidos en el primer trimestre de 2018.





Los gastos de explotación, a 31 de marzo de 2019, han sido de 16,7 millones de euros, frente a los 16,4 millones de euros en el acumulado a marzo de 2018.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a marzo de 2019 es de 3,2 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 16,2%.

| RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Radio | 3.234 | 2.314 |
| Margen/Ingresos Netos | 16,2% | 12,3% |

| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros) | Ene-Mar 2019 | Ene-Mar 2018 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Radio | 2.534 | 1.768 |
| Margen/Ingresos Netos | 12,7% | 9,4% |