

**ATRESMEDIA**



**RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE  
2019**

**30 de septiembre 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 .....	29
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia .....	29
4.2	Cuenta de Resultados .....	30



## 1. ASPECTOS DESTACADOS

### 1.1 Hitos del período y principales magnitudes

#### Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018
Audiencia total TV	26,5%	26,6%
Cuota de mercado TV	41,2%	40,9%
Oyentes Radio (miles) (2ªOla EGM. Media móvil)	3.470	3.875
Nº de empleados total	2.450	2.036

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018
Ingresos Netos	723.668	747.599
Resultado Bruto de Explotación	126.359	123.990
Beneficio del Ejercicio	80.251	86.062
Deuda Financiera Neta	179.431	198.974

**Atresmedia ha obtenido en el acumulado a septiembre de 2019 un Resultado Bruto de Explotación de 126,4 millones de euros, un 1,9% superior al del acumulado a septiembre de 2018, y un Beneficio Consolidado de 80,3 millones de euros.**

**Atresmedia Televisión** ha alcanzado en el periodo, según Infoadex, una **cuota de mercado** del 41,2%.

En términos de **audiencia** registra una cuota del 26,5%, siendo líder de audiencia en el prime time en el target comercial con una audiencia del 28,9%, superando en 0,2 puntos a Mediaset España.

**El canal Antena 3** obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 12,0% alcanzando en el prime time en el target comercial una audiencia del 13,2%.

**El canal laSexta**, con una audiencia media del 6,9% se sitúa 1,6 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial en la franja prime time una audiencia del 7,4%.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega** y **Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,6% en el acumulado a septiembre de 2019, siendo en el target comercial de un 9,0%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a septiembre, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet con 26,1 millones de usuarios únicos, posicionado en el puesto seis en el ranking de los sitios más visitados de España.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante los nueve primeros meses del año representan el 44% de la recaudación del Cine Español. "Padre no hay más que uno" se confirma como la película española más taquillera en lo que va de año.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia alcanzan los 57 millones de abonados, 4 millones más que a septiembre del año anterior, un incremento del 7,5%.

**Atresmedia Radio**, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,5 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (2ª ola de 2019).

## 1.2 Entorno económico y de mercado

El pasado 16 de septiembre, el Instituto Nacional de Estadística revisó las cifras de Contabilidad Nacional, lo que le ha llevado a ajustar a la baja el crecimiento del PIB del año pasado, 2018 en dos décimas, de 2,6% a 2,4%.

Con estas nuevas cifras, el Banco de España rebaja su previsión de crecimiento del PIB para 2019 hasta el 2% (desde el 2,4%), para 2020 hasta 1,7% (desde 1,9%) y para 2021 hasta 1,6% (desde 1,7%).

En su previsión de septiembre, el panel de Funcas no refleja aún los cambios introducidos por el INE, y estima un crecimiento del PIB del 2,2% y 1,9% para 2019 y 2020 respectivamente.

En cuanto a la creación de empleo, se espera un crecimiento del 2,2% 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 12,9% en 2020.

Respecto al consumo de los hogares se espera un incremento del 1,7% en 2019, y de una décima menos en 2020 (1,6%).



Respecto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a septiembre de 2019 ha disminuido un 3,0% respecto al mismo período de 2018. El medio televisión ha decrecido un 6,3%, mientras que los medios radio y digital han crecido un 2,0% y un 9,2% respectivamente.

<b>Mercado Publicitario por medios</b>	<b>9M19 VS 9M18</b>
<b>Televisión</b>	<b>-6,3%</b>
<b>Radio</b>	<b>2,0%</b>
<b>Digital</b>	<b>9,2%</b>
Diarios	-9,6%
Revistas	-13,8%
Exterior	2,1%
Dominicales	-9,6%
Cine	8,8%
<b>TOTAL MEDIOS</b>	<b>-3,0%</b>

Fuente: Infoadex



## 2. ATRESMEDIA

### 2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>723.668</b>	<b>747.599</b>	<b>(3,2%)</b>
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>597.309</b>	<b>623.609</b>	<b>(4,2%)</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>126.359</b>	<b>123.990</b>	<b>1,9%</b>
Amortización del inmovilizado	14.637	13.899	5,3%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(34)	17	n/a
<b>Beneficio de explotación</b>	<b>111.757</b>	<b>110.074</b>	<b>1,5%</b>
<b>Resultado financiero</b>	<b>(6.912)</b>	<b>(3.510)</b>	<b>(96,9%)</b>
<b>Resultado neto de participaciones en otras entidades</b>	<b>(1.769)</b>	<b>2.150</b>	<b>n/a</b>
<b>Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas</b>	<b>103.076</b>	<b>108.714</b>	<b>(5,2%)</b>
Impuesto sobre sociedades	22.873	22.652	1,0%
<b>Beneficio del ejercicio</b>	<b>80.203</b>	<b>86.062</b>	<b>(6,8%)</b>
Resultado atribuido a socios externos	48	0	n/a
<b>Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante</b>	<b>80.251</b>	<b>86.062</b>	<b>(6,8%)</b>

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas



### 2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a septiembre de 2019 alcanzan los 723,7 millones de euros, frente a los 747,6 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018	Evolución
Audiovisual	671.554	695.962	(3,5%)
Radio	59.100	58.745	0,6%
Eliminaciones	(6.985)	(7.108)	
<b>ATRESMEDIA</b>	<b>723.668</b>	<b>747.599</b>	<b>(3,2%)</b>

El mercado publicitario de medios convencionales ha decrecido en el periodo enero a septiembre de 2019 un 3,0%, según Infoadex.

### 2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación disminuyen en el acumulado a septiembre de 2019 un 4,2% respecto del mismo periodo de 2018.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018	Evolución
Audiovisual	554.949	582.129	(4,7%)
Radio	49.345	48.588	1,6%
Eliminaciones	(6.985)	(7.108)	
<b>ATRESMEDIA</b>	<b>597.309</b>	<b>623.609</b>	<b>(4,2%)</b>





<b>Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Sep 2019</b>	<b>Ene-Sep 2018</b>	<b>Evolución</b>
Consumo de programas y Otros	279.493	319.766	(12,6%)
Gastos de Personal	119.727	100.775	18,8%
Otros gastos de explotación	107.180	110.784	(3,3%)
Costes variables ligados a ventas	97.894	99.391	(1,5%)
Eliminaciones	(6.985)	(7.108)	
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>597.309</b>	<b>623.609</b>	<b>(4,2%)</b>

El consumo de programas se ha reducido en el acumulado a septiembre del 2019 debido a la finalización de las retransmisiones de la Champions League y a otros ahorros en la programación. Este impacto positivo en gastos no ha afectado a la audiencia que se mantiene en niveles similares a los del año anterior.

Además, se ha incorporado al Grupo el personal de La Sexta Noticias que estaba subcontratado, así como el personal responsable de las actividades de IT. Estos movimientos suponen un incremento en los gastos personal y un decremento tanto en consumo de programas como en otros gastos de explotación.

### 2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a septiembre de 2019 ha sido 2,4 millones de euros superior al obtenido en el mismo periodo de 2018, alcanzando los 126,4 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 17,5% frente al 16,6% en el acumulado a septiembre del año anterior.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Sep 2019</b>	<b>Ene-Sep 2018</b>
Audiovisual	116.604	113.833
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>17,4%</b>	<b>16,4%</b>
Radio	9.755	10.157
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>16,5%</b>	<b>17,3%</b>
<b>TOTAL ATRESMEDIA</b>	<b>126.359</b>	<b>123.990</b>
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>17,5%</b>	<b>16,6%</b>



En el tercer trimestre de 2019 el Resultado Bruto de Explotación ha sido similar al del mismo periodo del año anterior alcanzando los 22,6 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 12,3% frente al 11,5% del año pasado.

El Resultado de Explotación (EBIT) ha sido de 111,8 millones de euros frente a los 110,1 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018, lo que supone un incremento del 1,5%.

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Sep 2019</b>	<b>Ene-Sep 2018</b>
Audiovisual	104.088	101.478
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>15,5%</b>	<b>14,6%</b>
Radio	7.668	8.596
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>13,0%</b>	<b>14,6%</b>
<b>TOTAL ATRESMEDIA</b>	<b>111.757</b>	<b>110.074</b>
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>15,4%</b>	<b>14,7%</b>

## 2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a septiembre de 2019 es negativo por importe de 6,9 millones de euros frente a los 3,5 millones de euros negativos del acumulado a septiembre del año anterior. Esta variación es debida a una mayor deuda financiera bruta media y, de modo excepcional, a un ajuste de valor relacionado con activos financieros ligados a la financiación del cine español.

El Resultado antes de impuestos en el acumulado a septiembre de 2019 ha sido de 103,1 millones de euros frente a los 108,7 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

## 2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado del acumulado a septiembre de 2019 es de 80,3 millones de euros.



## 2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	30 Septiembre 2019	31 Diciembre 2018
<b>ACTIVO</b>		
Fondo de comercio	163.223	163.223
Otros activos intangibles	149.713	147.322
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	102.026	81.197
Activos por impuesto diferido	219.526	216.709
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>634.487</b>	<b>608.451</b>
Derechos de programas y existencias	317.023	352.376
Deudores comerciales y otros deudores	190.317	275.099
Otros activos corrientes	31.875	31.439
Activo por impuesto corriente	10.877	5.628
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	90.757	85.626
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>640.850</b>	<b>750.168</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.275.338</b>	<b>1.358.619</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	198.569	221.073
Acciones propias	(7.489)	(8.810)
Dividendos a cuenta	0	(44.988)
Otros instrumentos de patrimonio	1.005	2.254
Ajustes por cambios de valor y otros	1.910	922
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>444.075</b>	<b>420.530</b>
Obligaciones y bonos	183.672	170.770
Deudas con entidades de crédito	103.364	137.907
Otros pasivos no corrientes	43.681	5.775
Pasivos por impuestos diferidos	30.114	30.276
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>360.831</b>	<b>344.728</b>
Obligaciones y bonos	1.956	3.924
Deudas con entidades de crédito	1.157	11.982
Acreedores comerciales y otros acreedores	334.893	430.923
Otros pasivos corrientes	107.689	146.532
Pasivos por impuesto corriente	24.736	0
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>470.432</b>	<b>593.361</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.275.338</b>	<b>1.358.619</b>

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas



En el mes de junio se procedió al reparto de un dividendo extraordinario con cargo a reservas de libre disposición a razón de 0,25 € por acción en términos brutos, en total 56,3 millones de euros.

La deuda financiera neta del Grupo es de 179,4 millones de euros frente a los 230,9 millones de euros a diciembre de 2018, lo que supone una reducción de 51,5 millones de euros. Esto supone un ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses) del 0,95.

Con fecha 22 de febrero de 2018 la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia (CNMC) comunicó a Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. la incoación de un expediente sancionador por posibles prácticas restrictivas de la competencia, prohibidas en el artículo 1 de la ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia. El 6 de enero de 2019 la CNMC comunicó el Pliego de Concreción de Hechos (PCH), en el que se considera acreditado que determinadas prácticas comerciales de Atresmedia son restrictivas de la competencia. En el mes de febrero, Atresmedia presentó sus alegaciones al PCH y - junto con Mediaset- solicitó la conclusión del expediente mediante una terminación convencional, que finalmente fue rechazada por la CNMC, en fecha 30 de abril de 2019. Posteriormente, el 7 de junio, la CNMC comunicó su Propuesta de Resolución (PR) en la que se confirma la imputación a Atresmedia de una infracción de la Ley de Defensa de la Competencia y del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Con fecha 28 de junio Atresmedia presentó ante la CNMC las correspondientes alegaciones a la PR, en las que se criticaba el examen de los hechos que figura en ella, así como la errónea fundamentación jurídica utilizada por la CNMC para evaluar las supuestas infracciones de Atresmedia.

Los Administradores de la Sociedad y sus Asesores Legales consideran que la citada PR no está debidamente fundada y confían en un resultado favorable para Atresmedia, bien durante la tramitación del procedimiento administrativo bien en la vía del recurso ante los Tribunales, en caso de que la CNMC dicte finalmente una resolución sancionadora. En consecuencia, a la fecha no se ha dotado cantidad alguna en concepto de provisión de riesgo por este concepto.



## 2.3 Cash Flow consolidado

A 30 de septiembre de 2019 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 140,0 millones de euros.

Miles de euros	30 Septiembre 2019	30 Septiembre 2018
<b>1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>		
<b>Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos</b>	<b>103.076</b>	<b>108.714</b>
<b>Ajustes del resultado:</b>	<b>23.350</b>	<b>18.062</b>
- Amortizaciones	14.637	13.899
- Provisiones y otros	1.801	653
- Resultados Financieros	6.912	3.510
<b>Cambios en el capital circulante</b>	<b>20.971</b>	<b>23.847</b>
<b>Efectivo generado por las operaciones</b>	<b>147.396</b>	<b>150.622</b>
<b>Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos</b>	<b>(7.363)</b>	<b>(5.555)</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de explotación</b>	<b>140.033</b>	<b>145.068</b>
<b>2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		
<b>Inversiones</b>	<b>(33.617)</b>	<b>(53.785)</b>
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(7.837)	(10.425)
Activos fijos materiales e intangibles	(7.684)	(13.950)
Inversión en Cine Español	(18.096)	(29.410)
<b>Desinversiones y anticipos por ventas de activos</b>	<b>7.898</b>	<b>22.098</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</b>	<b>(25.719)</b>	<b>(31.687)</b>
<b>3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		
Pagos por arrendamientos	(911)	
Resultados financieros cobrados (pagados)	(5.942)	(3.493)
Dividendos pagados	(56.265)	(67.482)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(5)	(1.822)
Deuda financiera	(46.348)	40.217
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiación</b>	<b>(109.471)</b>	<b>(32.579)</b>
<b>AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO</b>	<b>4.845</b>	<b>80.801</b>
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	85.626	25.026
Variaciones por cambio de perímetro	286	
<b>Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio</b>	<b>85.912</b>	<b>25.026</b>
<b>Efectivo o equivalentes al final del ejercicio</b>	<b>90.757</b>	<b>105.827</b>

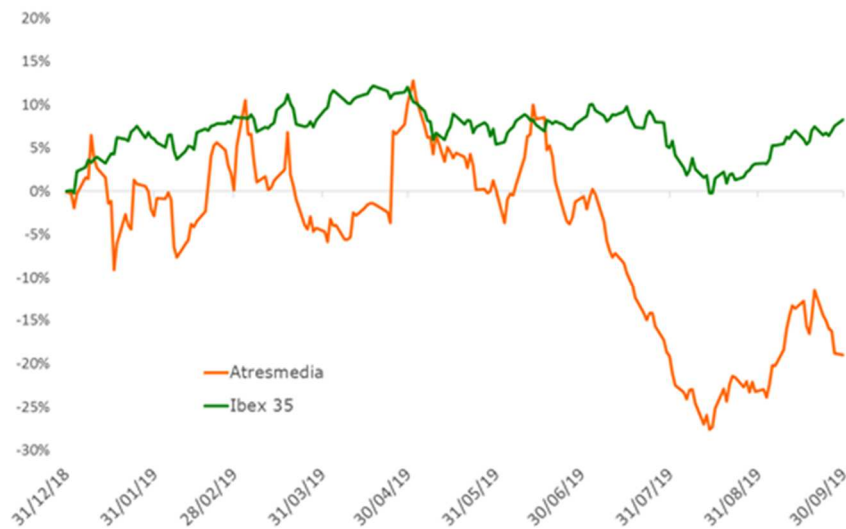
Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas



## 2.4 Evolución de la acción

### 2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el 30 de septiembre de 2019 en 3,534 €/acción, un 19,0% por debajo del valor de cierre del año 2018, que fue 4,362 €/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el periodo en 9.244,60 puntos, lo que supone una subida del 8,3% respecto al cierre.



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

Variables Bursátiles	Ene-Sep 2019
Cotización a 30/09/2019 (€)	3,534
Máximo (€)	4,918
Mínimo (€)	3,156
Precio Medio Ponderado (€)	4,136
Volumen medio diario (accs.)	505.627
Volumen medio diario (miles de €)	2.091
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Net Station



## 2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de septiembre, contamos con la opinión y recomendación de 19 analistas. De éstos, el 42% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 32% recomiendan Mantener, mientras que un 26% mantienen su recomendación de Vender. El precio objetivo medio a cierre del periodo es de 4,62 €/acción.

Durante los nueve primeros meses de 2019 el departamento de Relación con Inversores participó en 25 conferencias y roadshows en diferentes plazas financieras como Londres, París, Nueva York, Frankfurt, Milán, Lugano, Viena, Barcelona, Madrid, Bilbao y Cascais.

El total de contactos presenciales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y roadshows y reuniones en nuestras oficinas), fue de más de 170. Adicionalmente, se han mantenido unas 190 conference calls con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

## 2.5 Responsabilidad corporativa

En 2019 continúa la implantación del Plan Director de RC que marca los compromisos en responsabilidad corporativa para el período 2018-2020. Como parte del mismo, en febrero se presentó el propósito corporativo de la Compañía: "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 "Compromiso Atresmedia":

- "Ponle Freno" convocó y falló sus XI Premios, celebró nuevas carreras populares en Murcia, Málaga, Pontevedra y Vitoria y lanzó una nueva campaña sobre movilidad segura y sostenible.
- "Objetivo Bienestar" convocó y entregó sus séptimos premios dirigidos a los centros escolares que promuevan iniciativas saludables entre sus alumnos y celebró su iniciativa "De Marcha con Objetivo Bienestar" reuniendo a más de 5.000 participantes.
- "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 y convocó sus cuartos premios para reconocer los mejores proyectos de investigación del año.



- Por su parte "Levanta la Cabeza" ha lanzado su plataforma online para convertirse en referente divulgativo sobre el uso responsable de las nuevas tecnologías.
- Finalmente, "Si te controla, no es amor es maltrato", la última campaña de "Tolerancia Cero", celebró sus primeras jornadas divulgativas.

Atresmedia está comprometida también con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS) y la agenda 2030, por ello, por segundo año consecutivo el Grupo colabora en la difusión en todas sus plataformas de "Companies4SDGS".

Respecto al Programa de Voluntariado Corporativo los voluntarios de Atresmedia han participado en diversas acciones de voluntariado. Como novedad, se ha iniciado una colaboración con Cruz Roja para elaborar el boletín informativo de la entidad y se ha realizado una jornada con las personas con discapacidad de la Fundación Aldaba. Además Atresmedia ha sido media partner del evento internacional referente en voluntariado "Give and Gain".

**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 Fundación celebró en 200 hospitales "El día del niño Hospitalizado" y 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 ha participado un año más en el informe CDP (Carbon Disclosure Project) y se adhirió a la 'Declaración de los medios de comunicación frente al cambio climático', un documento, impulsado por ECODES (Ecología y Desarrollo). 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. Europa FM lanzó la #AlertaEcoEuropaFM, una acción que busca la complicidad de los oyentes para localizar los puntos negros medioambientales de España.





### 3. AUDIOVISUAL

#### 3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>671.554</b>	<b>695.962</b>	<b>(3,5%)</b>
<b>GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>554.949</b>	<b>582.129</b>	<b>(4,7%)</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>116.604</b>	<b>113.833</b>	<b>2,4%</b>
Amortizaciones y deterioros	12.516	12.355	1,3%
<b>Resultado de explotación</b>	<b>104.088</b>	<b>101.478</b>	<b>2,6%</b>

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas

##### 3.1.1 Ingresos Netos

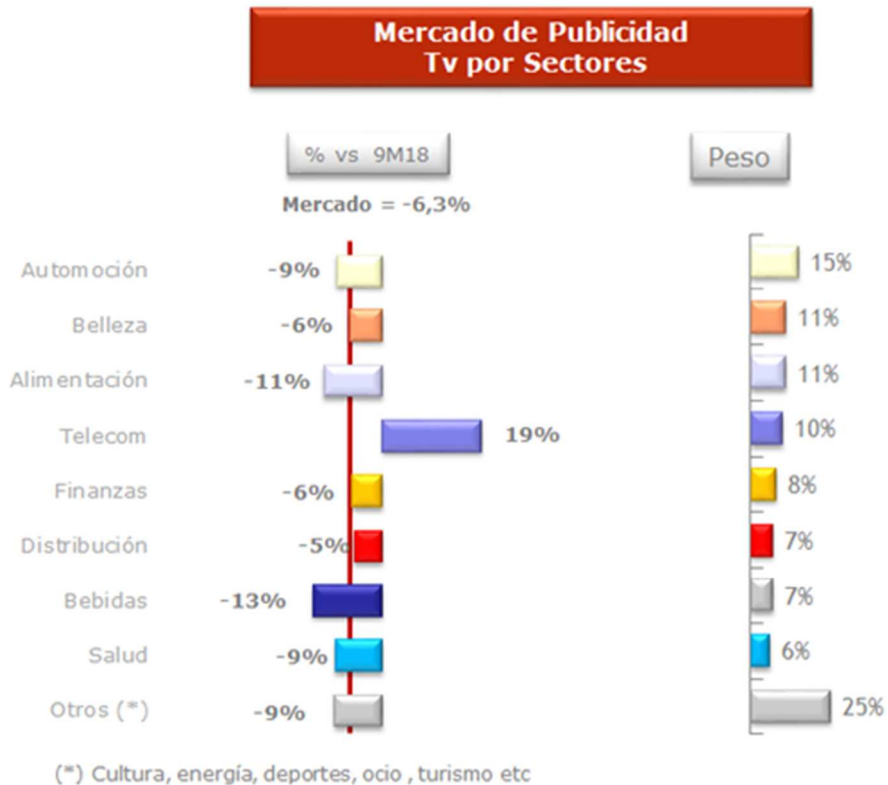
Los ingresos netos acumulados a septiembre de 2019 ascienden a 671,6 millones de euros frente a los 696,0 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Miles de Euros	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018	Evolución
Publicidad Televisión	559.518	595.088	(6,0%)
Publicidad Digital	32.687	30.230	8,1%
Producción y Distribución de Contenidos	51.225	48.725	5,1%
Otros Ingresos	28.123	21.919	28,3%
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>671.554</b>	<b>695.962</b>	<b>(3,5%)</b>

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 559,5 millones de euros frente a los 595,1 millones obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha decrecido en el periodo un 6,3%, siendo la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado del 41,2%, 0,3 puntos superior a la obtenida en el mismo periodo de 2018.

Dentro del mercado publicitario de televisión caen todos los sectores a excepción de "Telecomunicaciones".



Fuentes: Infoadex / Sectores: Estimaciones internas

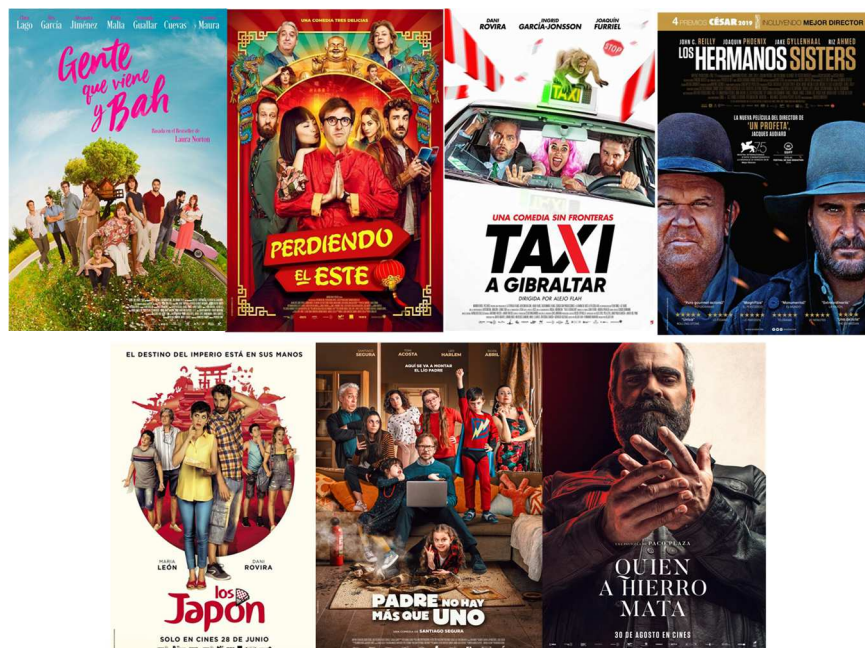
Los ingresos de publicidad digital ascienden a 32,7 millones de euros frente a los 30,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018 lo que supone un incremento del 8,1%. Según Infoadex, el mercado de la publicidad digital ha crecido en el periodo un 9,2%.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 51,2 millones de euros frente a los 48,7 millones de euros del acumulado a septiembre del año anterior, lo que supone un crecimiento del 5,1%.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de series (Atresmedia Studios), 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).



Atresmedia Cine ha estrenado siete largometrajes durante los nueve primeros meses del año: "Gente que viene y bah", "Perdiendo el este", "Taxi a Gibraltar", "Los hermanos Sisters", "Los Japón", "Padre no hay más que uno" (película española más taquillera en lo que va de año) y "Quien a hierro mata". Además ha mantenido en explotación películas como "Tiempo después" y "El Reino". En conjunto representan el 44% de la recaudación del Cine Español en el periodo.





Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 28,1 millones de euros frente a los 21,9 millones de euros del acumulado a septiembre de 2018, un crecimiento del 28,3%.

### 3.1.2 Gastos de Explotación

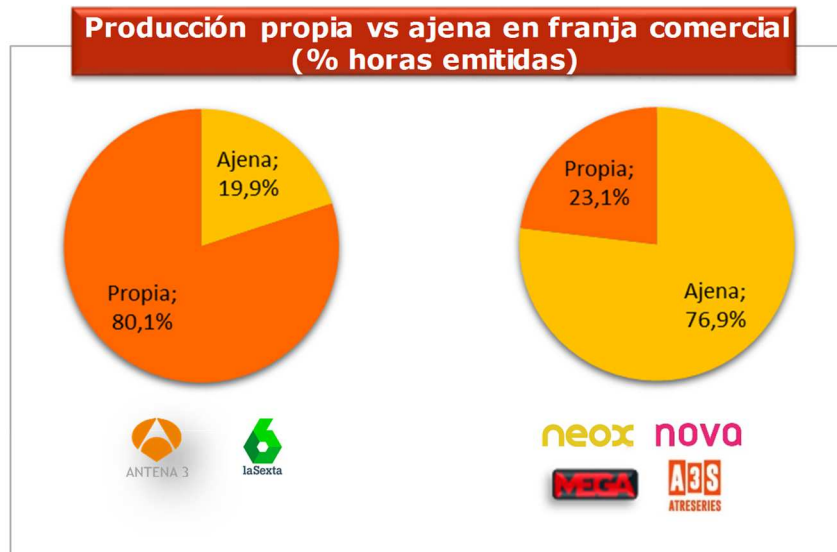
Miles de Euros	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018	Evolución
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	279.493	319.766	(12,6%)
Gastos de personal	100.139	81.846	22,4%
Otros gastos de explotación	77.423	81.125	(4,6%)
Costes variables ligados a ventas	97.894	99.391	(1,5%)
<b>GASTOS DE EXPLOTACION</b>	<b>554.949</b>	<b>582.129</b>	<b>(4,7%)</b>

Los gastos de explotación en el acumulado a septiembre de 2019 han sido de 554,9 millones de euros, lo que supone una reducción del 4,7% respecto a los gastos registrados en el acumulado a septiembre de 2018. En el tercer trimestre de 2019 los gastos de explotación han disminuido un 7,7%.

Los costes en consumo de programas se han reducido debido a que no se ha continuado con las retransmisiones de la Champions League y a otros ahorros en programación. Este impacto positivo en gastos no ha afectado a la audiencia, que se ha mantenido en un nivel similar al del año anterior.

Además, se ha incorporado al Grupo el personal encargado de La Sexta Noticias que estaba subcontratado, así como el personal responsable de las actividades de IT. Estos movimientos suponen un incremento en los gastos personal y un decremento tanto en el consumo de programas como en otros gastos de explotación.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, han predominado los contenidos de producción propia (80,1%), mientras que en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (76,9%).



### 3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a septiembre de 2019 es de 116,6 millones de euros, 2,8 millones de euros superior al alcanzado en el acumulado a septiembre del año anterior, con un margen sobre ingresos netos del 17,4%.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Sep 2019</b>	<b>Ene-Sep 2018</b>
Audiovisual	116.604	113.833
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>17,4%</b>	<b>16,4%</b>

En el tercer trimestre de 2019 el Resultado Bruto de Explotación es de 21,7 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 12,8% frente al 11,9% del año anterior.

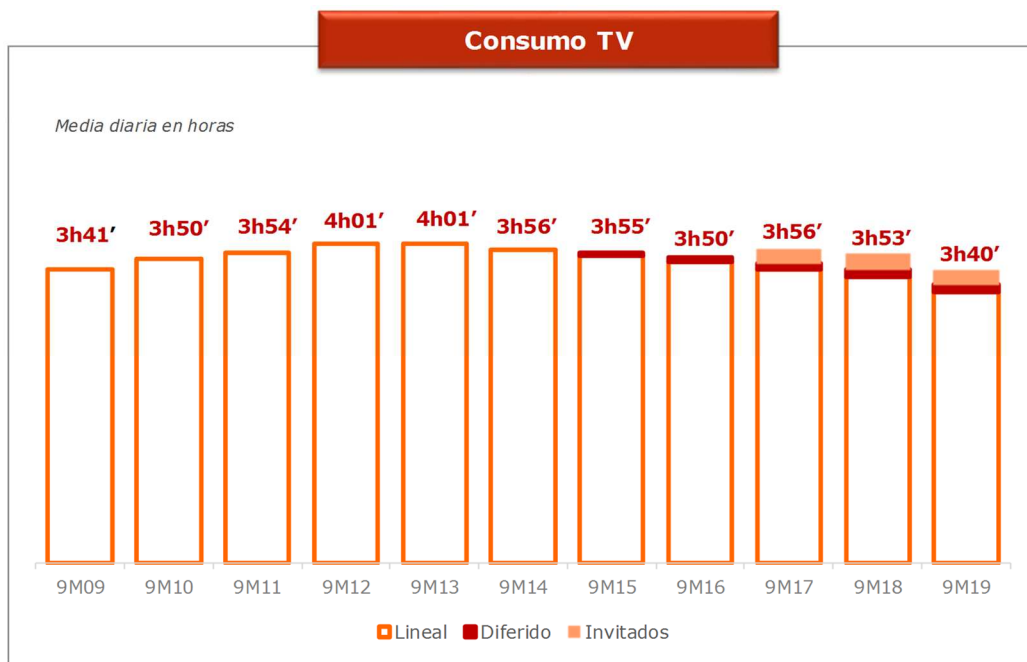
El Resultado de Explotación (EBIT) acumulado a septiembre de 2019 alcanza los 104,1 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 15,5%.

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Sep 2019</b>	<b>Ene-Sep 2018</b>
Audiovisual	104.088	101.478
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>15,5%</b>	<b>14,6%</b>

## 3.2 Audiencia

### 3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en los nueve primeros meses del año es de 3 horas y 40 minutos, trece minutos menos que en el mismo periodo del año pasado. Este dato incluye el consumo lineal, el visionado en diferido y el consumo de invitados.



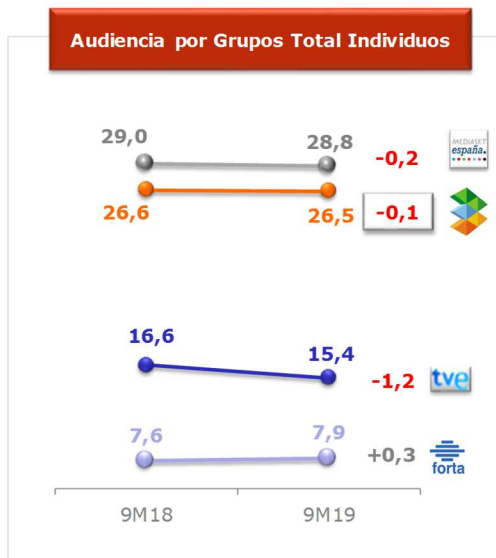
Fuente: Kantar Media

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

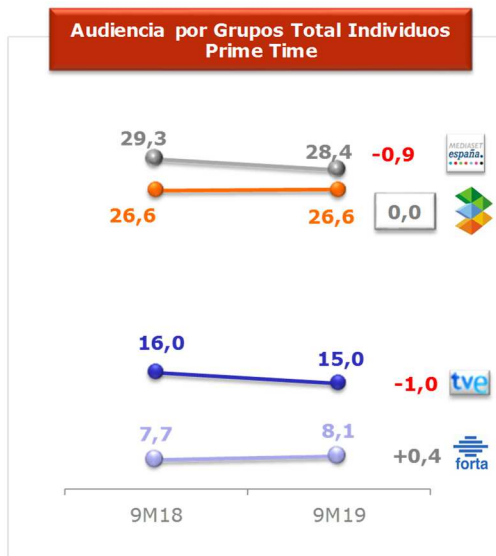
El grupo de canales de Atresmedia Televisión registró en los nueve primeros meses de 2019 una cuota de audiencia del 26,5%. Este dato se eleva al 28,0% en el target comercial, target más atractivo para los anunciantes, y hasta el 28,9% en la franja del prime time (horario de máxima audiencia) en target comercial, superando en 0,2 puntos a la de su principal competidor, grupo que cuenta con un canal más.



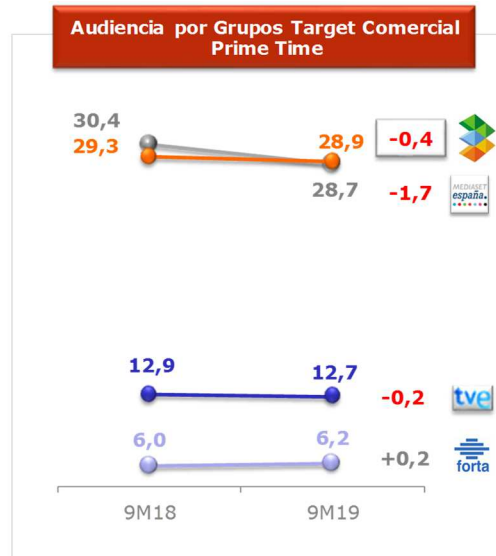
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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** alcanzó una audiencia media en total individuos (total día) del 12,0%, cifra que subió en el prime time en el target comercial hasta el 13,2%.

En ficción, las series de tira diaria mantuvieron sus buenos datos de audiencia en el período de enero a septiembre: "Amar es para siempre" en la sobremesa (1,3 millones de seguidores y el 12,0% de la audiencia) y "El Secreto de Puente Viejo" en la tarde (1,25 millones de espectadores y el 12,8% de audiencia).

En lo que respecta a los lanzamientos del tercer trimestre, se estrenó una nueva serie de ficción, "Toy Boy", que en su primer capítulo fue vista por cerca de dos millones de espectadores y alcanzó un 13,6% de audiencia.

En programas de entretenimiento, los concursos fueron, una vez más, referente de la programación: "¡Ahora caigo!" cerró con una media de 1,3 millones de seguidores (14,0%) y "¡Boom!" registró un espectacular 16,9% (1,9 millones de espectadores).

"El hormiguero 3.0" se sitúa como el entretenimiento diario más visto de la televisión, y líder indiscutible de su franja, con una media de 14,2% de cuota de pantalla y 2,5 millones de espectadores.

En el tercer trimestre se estrenó "La Voz Kids", alcanzando una cuota media de pantalla del 16,0%, y llegando a 2,0 millones de espectadores como promedio.

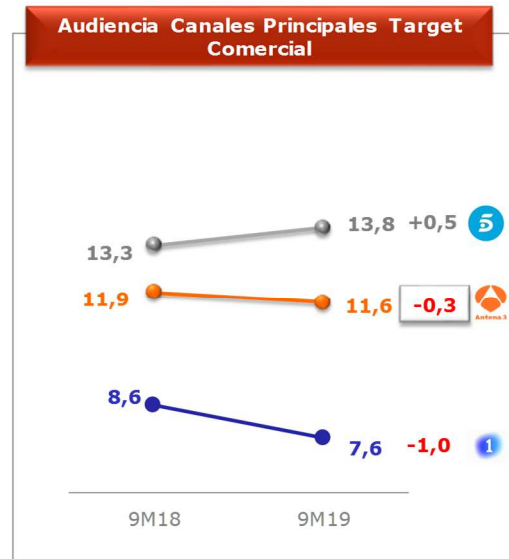
En noticias, se mantiene el buen comportamiento de los informativos. Antena 3 Noticias 1 sigue siendo el informativo más visto de la sobremesa, líder durante 20 meses y alcanzando una cuota media de audiencia de 18,1%, 2,2 millones de espectadores. La edición del fin de semana mantiene asimismo su fortaleza: alcanzó un 13% de audiencia de promedio, y 1,6 millones de espectadores.

En cuanto al cine, 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%).

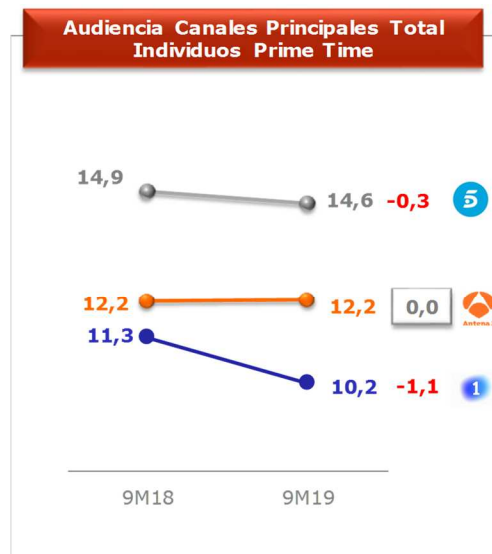




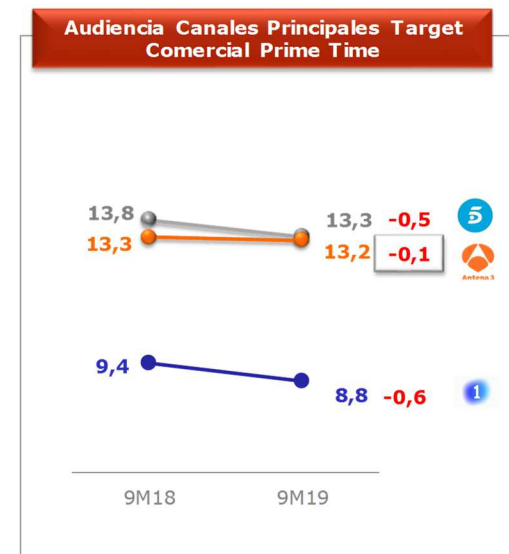
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



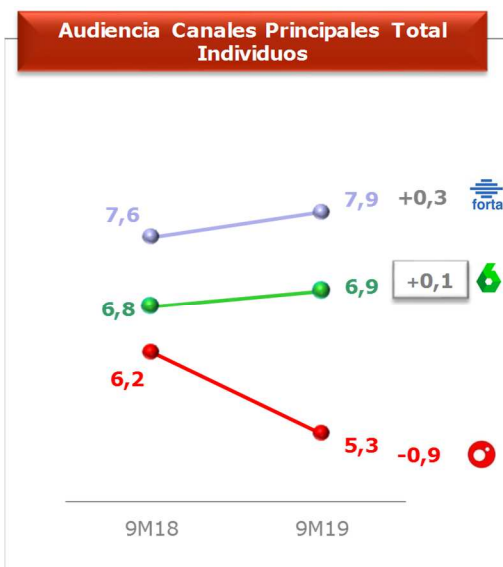
Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, > 10.000 habitantes

El canal **laSexta** mejora en 0,1 puntos respecto al acumulado a septiembre de 2018 registrando una audiencia media en el periodo, en total individuos (total día), de un 6,9% lo que le sitúa 1,6 puntos por encima de su principal competidor. Tanto en el total día como en el prime time la audiencia en el target comercial es del 7,4%.

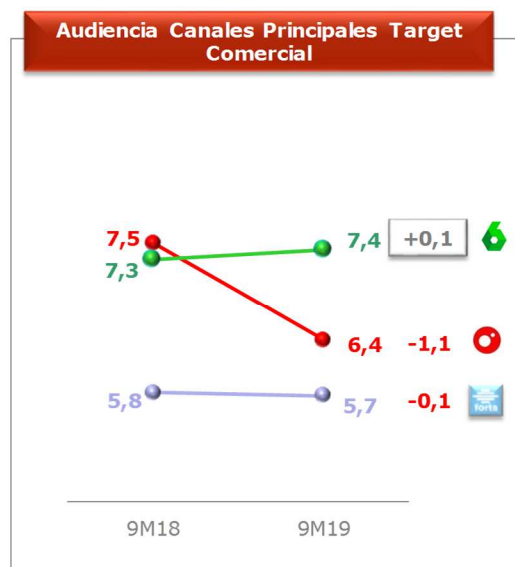
“El Intermedio” sigue siendo el programa diario más visto de laSexta con más de 1,6 millones de espectadores (9,2%).

“Al Rojo Vivo”, programa de información política líder en su franja, cerró los nueve meses del año con una cuota media de pantalla del 14,9% y 876 mil espectadores.

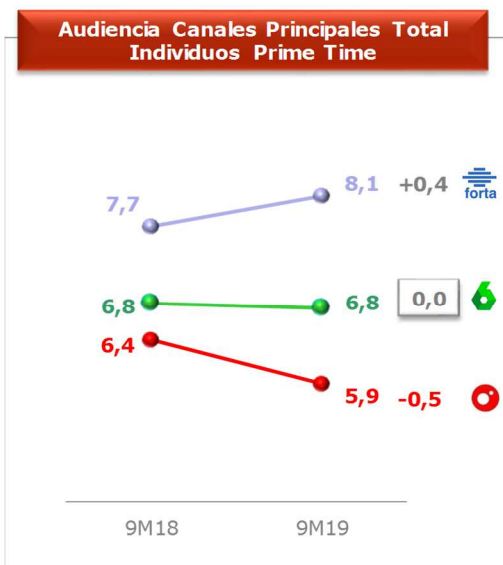
“Salvados”, en la franja estelar de los domingos, captó la atención de 2,3 millones de personas de media en los primeros nueve meses del año, lo que supuso una cuota de pantalla del 12,4%.



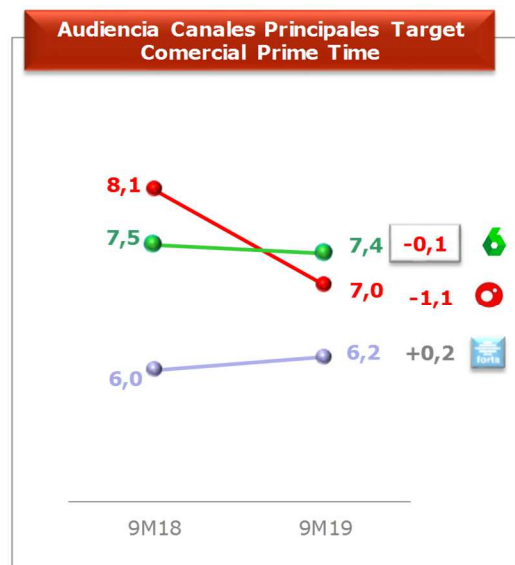
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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



La suma de los canales complementarios del Grupo aporta en el acumulado a septiembre de 2019 un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,6% llegando hasta el 9,0% en el target comercial.

El canal **Neox** alcanza en el periodo una audiencia en total individuos del 2,5%, porcentaje que aumenta al 3,5% 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 1,9% en el target comercial.

El canal **Mega**, canal con perfil adulto masculino, alcanza una audiencia media del 1,6%, dato que llega al 2,0% en el target comercial.

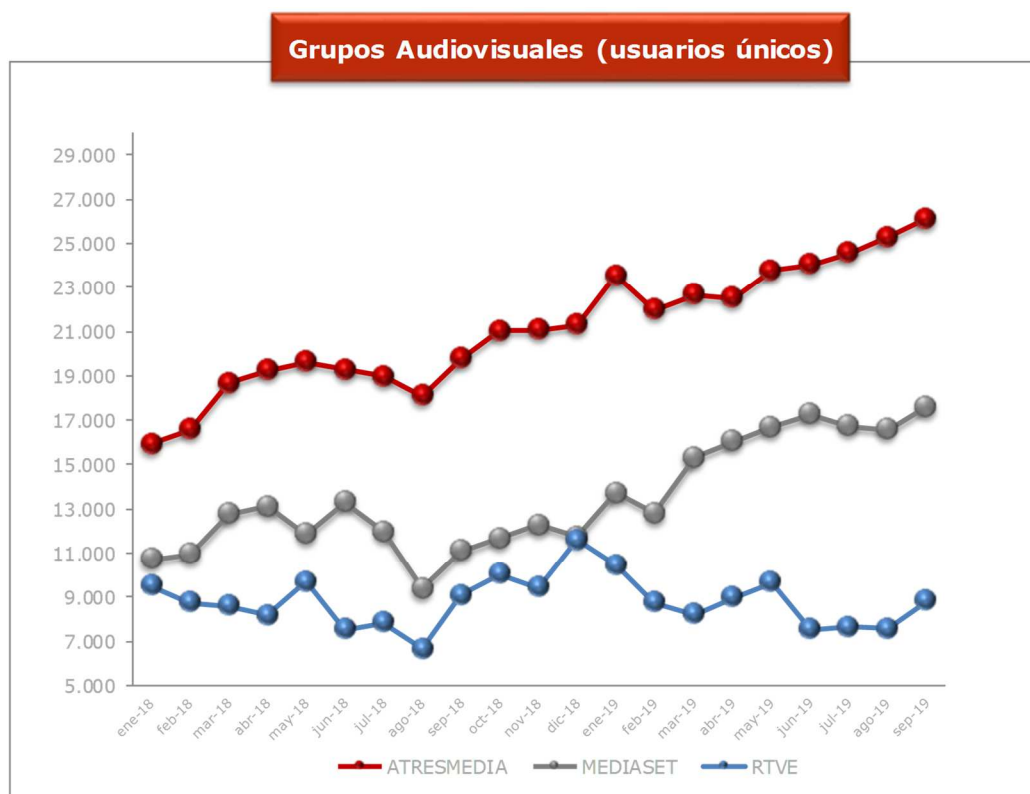
El canal **Atreseries** obtiene en el periodo un 1,4% de audiencia en total individuos y un 1,6% en el target comercial.

Audiencia Canales Complementarios Total Individuos		9M19	9M18	Var
	neox nova MEGA A3S ATRESERIES	7,6	7,7	-0,1
	FDF d. E. DE MADRID Boing	8,9	8,8	0,1
	2 clan tdp 24h	6,2	6,1	0,1
Net TV		2,9	2,9	0,0
Vevo TV		2,8	2,6	0,2
13TV		2,0	2,0	0,0
Kiss TV		0,9	0,8	0,1
Secuoya		0,4	0,3	0,1
Real Madrid TV		0,3	0,3	0,0

Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

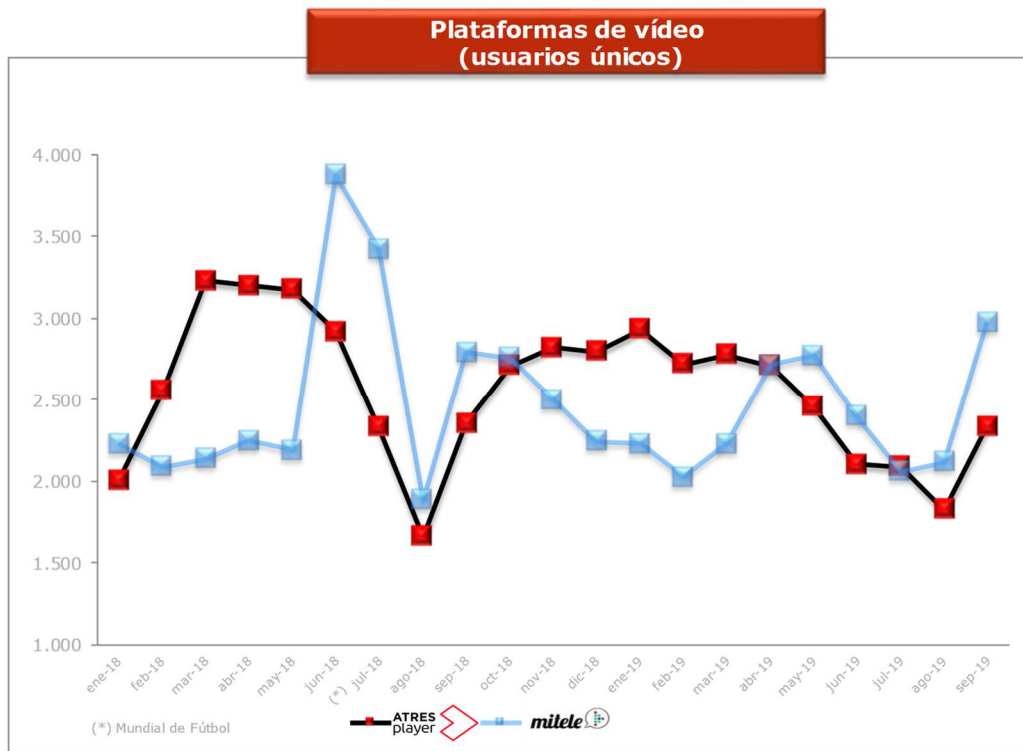
### 3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore a septiembre de 2019, Atresmedia alcanza el puesto 6 del top 10 de sites más visitados, encadenando trece meses consecutivos entre los diez mejores. Alcanza récord histórico con 26,1 millones de usuarios únicos, y mantiene su liderazgo en el sector audiovisual en internet, con 8,5 millones de usuarios más que Mediaset.



Fuente: comScore

La plataforma de vídeo online del Grupo, Atresplayer, consigue a septiembre de 2019 2,3 millones de usuarios únicos, según comScore. Además, alcanza los 7,1 millones de usuarios registrados. En el mes de septiembre se ha hecho un relanzamiento de Atresplayer Premium, la opción de pago, incrementando sus contenidos originales y ofreciendo productos exclusivos.



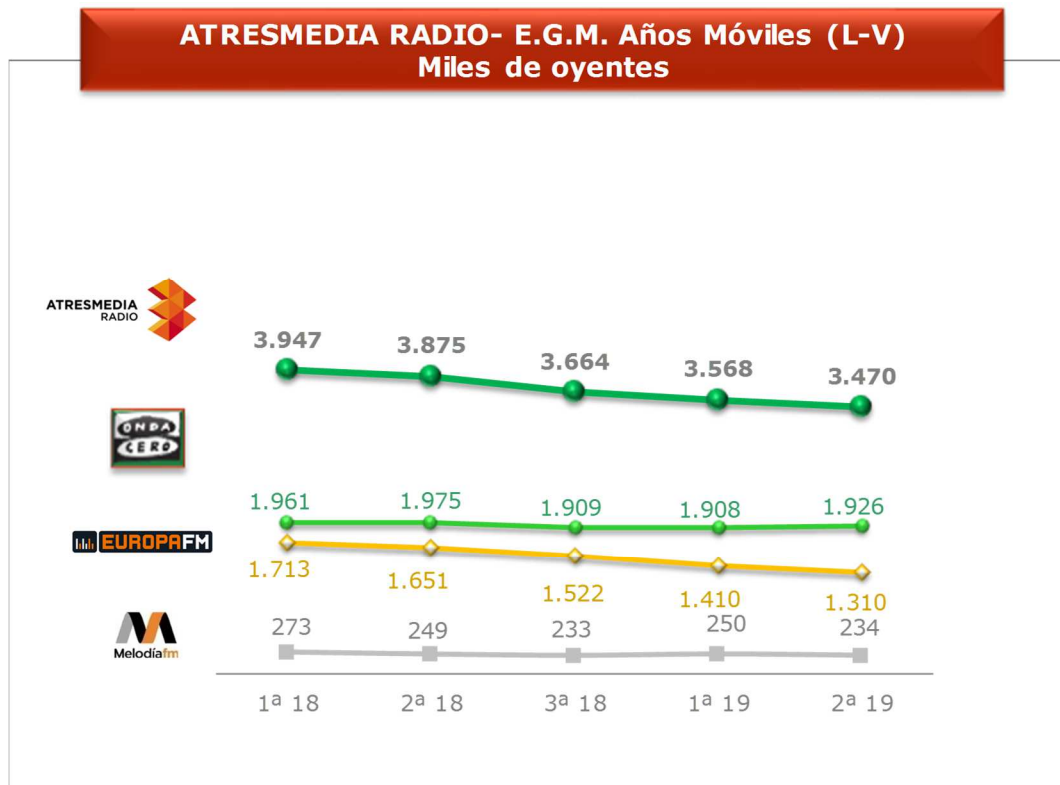
Fuente: comScore

## 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 acumulado a septiembre de 2019 un 2,0%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 2ª ola de 2019) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,5 millones de oyentes. Onda Cero crece un 0,9% respecto a la 1ª ola de 2019 manteniéndose como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 1,3 millones de oyentes y Melodía FM 234 mil.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

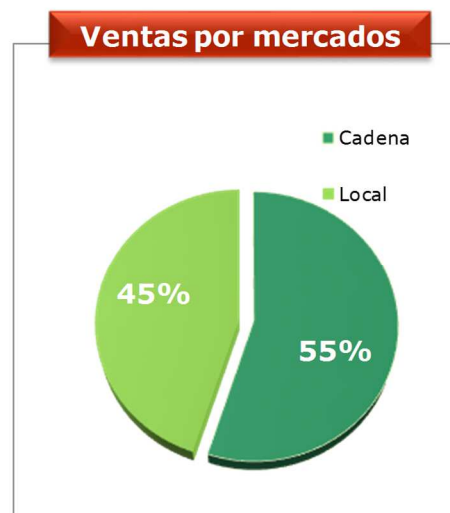


## 4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Sep 2019	Ene-Sep 2018	Evolución
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>59.100</b>	<b>58.745</b>	<b>0,6%</b>
Gastos de personal	19.588	18.929	3,5%
Otros gastos de explotación	29.757	29.659	0,3%
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>49.345</b>	<b>48.588</b>	<b>1,6%</b>
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>9.755</b>	<b>10.157</b>	<b>(4,0%)</b>
Amortizaciones y deterioros	2.087	1.561	33,6%
<b>Resultado de explotación</b>	<b>7.668</b>	<b>8.596</b>	<b>(10,8%)</b>

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas

Atresmedia Radio ha alcanzado en los nueve primeros meses de 2019 unos ingresos netos de 59,1 millones de euros frente a los 58,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018, lo que supone un crecimiento del 0,6%.





Los gastos de explotación, a 30 de septiembre de 2019, han sido de 49,3 millones de euros, frente a los 48,6 millones de euros en el acumulado a septiembre de 2018.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a septiembre de 2019 es de 9,8 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 16,5%.

<b>RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Sep 2019</b>	<b>Ene-Sep 2018</b>
Radio	9.755	10.157
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>16,5%</b>	<b>17,3%</b>

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)</b>	<b>Ene-Sep 2019</b>	<b>Ene-Sep 2018</b>
Radio	7.668	8.596
<b>Margen/Ingresos Netos</b>	<b>13,0%</b>	<b>14,6%</b>