

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE
2022**

31 de diciembre de 2022



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.....	7
2.1	Cuenta de resultados consolidada.....	7
2.1.1	Ingresos Netos	8
2.1.2	Gastos de Explotación.....	8
2.1.3	Resultados de Explotación y márgenes	9
2.1.4	Resultado antes de impuestos	10
2.1.5	Resultado Consolidado del período	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.	AUDIOVISUAL	18
3.1	Cuenta de Resultados	18
3.1.1	Ingresos Netos	18
3.1.2	Gastos de Explotación.....	20
3.1.3	Resultados de Explotación y márgenes	22
3.2	Audiencia	22
3.2.1	Consumo y Audiencias de Televisión.....	22
3.2.2	Audiencias de Digital	28
4.	RADIO	30
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	30
4.2	Cuenta de Resultados	31
5.	MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO	33



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

VARIABLES OPERATIVAS DESTACADAS	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Audiencia total TV	27,2%	27,3%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	42,5%	41,7%
Oyentes Radio (miles) (3ª Ola EGM. Media móvil)	2.824	2.977
Nº medio de empleados	2.420	2.512

VARIABLES FINANCIERAS DESTACADAS (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Ingresos Netos	950.794	963.258
Resultado Bruto de Explotación	172.793	172.506
Beneficio del Ejercicio	112.910	118.540
Deuda Financiera Neta	23.732	13.303

Atresmedia ha obtenido en el año 2022 un Resultado Bruto de Explotación de 172,8 millones de euros y alcanza un Beneficio Consolidado de 112,9 millones de euros.

Atresmedia Televisión logra en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 42,5%, una mejora de 0,8 puntos frente al ejercicio anterior. En términos de **audiencia** Atresmedia es el grupo televisivo más visto con un 27,2% de share y 1,0 puntos más que Mediaset a pesar de tener un canal menos. Lidera también en prime time con un 27,5% y 3,0 puntos más que su principal competidor.

Antena 3 es el canal más visto de España con un 13,9% de cuota. Lidera también en la franja prime time con una audiencia del 15,1%.

El canal La Sexta, con una audiencia del 6,1% supera a Cuatro en 1,0 puntos.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,2% en el año, siendo en el target comercial de un 7,7%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por ComScore a diciembre, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet, alcanza una media de 26,4 millones de visitantes únicos, y se posiciona en el sexto puesto en el ranking de los sitios más visitados de España. La plataforma de pago ATRESplayer Premium registra a 31 de diciembre de 2022 un total de 431 mil suscriptores.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante el año representan el 41% de la recaudación del Cine Español. "Padre no hay más que uno 3" (película que más recauda en el cine español en 2022), "Los renglones torcidos de Dios" y "A todo tren 2" se posicionan entre las cuatro películas españolas más taquilleras del año.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia registran 63 millones de abonados, sumando 6 millones respecto a diciembre del año anterior, un incremento del 10%.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 2,8 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (3ª ola de 2022).

1.2 Entorno económico y de mercado

El año 2022 ha sido un año marcado por el estallido de la guerra de Ucrania, la subida de los precios a niveles que no veíamos desde hace 30 años y el incremento de los tipos de interés por parte de los bancos centrales para tratar de mitigar la inflación.

Todos estos acontecimientos han hecho que los analistas hayan modificado a lo largo del año sus expectativas de crecimiento de la economía, del empleo, de la inflación y del resto de magnitudes macroeconómicas.

El crecimiento de la economía española fue del 5,5% en todo el conjunto del año 2022, algo por debajo de las estimaciones que todos los organismos hicieron a principio de año. Cabe señalar que en el cuarto trimestre la economía registró un aumento mayor de lo esperado, por lo que el crecimiento económico finalmente no ha estado lejos de las previsiones iniciales. Para el año 2023 el crecimiento esperado es del 1,3% según el panel de FUNCAS, con un posible impacto en el consumo privado.



El Gobierno de España, en sus estimaciones, determina que la economía en España crecerá un 2,1%, ocho décimas más de lo esperado por el panel de expertos de FUNCAS. La estimación del Banco de España está en el 1,4%, mientras que el FMI y la OCDE esperan un crecimiento del 1,1 y 1,3% respectivamente.

La subida de precios en 2022 fue muy superior a la del año anterior, aunque, tras el pico registrado en julio (10,8%) a partir del mes de septiembre se empezó a ver cierta moderación por parte de los precios de la energía. Con esto, la inflación del mes de diciembre fue de 5,7%, y la inflación subyacente (aquella que no recoge los precios de la energía y de los alimentos no elaborados) del 7,0%. Según el panel de FUNCAS la inflación esperada para el conjunto del año 2023 es del 4% (con una inflación subyacente del 4,5%).

Todo apunta a que los esfuerzos de las autoridades macroeconómicas estarán destinados a contener la inflación y, por tanto, se espera que los tipos de interés sigan creciendo moderadamente. El tipo de interés de referencia del Banco Central Europeo cerró 2022 en el 2,50% tras cuatro subidas seguidas en el ejercicio. En el mes de febrero de 2023 se han subido los tipos medio punto más, y no se descartan subidas adicionales en este ejercicio (FUNCAS estima que el año cierre en el 3,5%).

La subida de la inflación y el encarecimiento de los tipos de interés llevarán a una considerable moderación de la renta disponible, y por tanto a un menor crecimiento del consumo de las familias: +2,3% en 2022 y +1,2% en 2023.

En cuanto al mercado laboral, la tasa de paro se situó en el cierre de 2022 en el 12,9% y se espera un ligero incremento hasta el 13,0% en 2023 (estimación panel FUNCAS).

El déficit público, según la misma fuente, se estabilizará en 2023 y se situaría en el 4,3% del PIB en 2023 (4,5% en 2022).



Respecto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria de 2022 ha crecido un 4,3% respecto al año anterior. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión ha decrecido un 4,6%, mientras que los medios radio y digital han crecido un 7,7% y un 8,4% respectivamente.

Mercado Publicitario por medios	12M22 VS 12M21
Televisión	-4,6%
Radio	7,7%
Digital	8,4%
Diarios	1,2%
Revistas	2,7%
Exterior	20,9%
Dominicales	2,1%
Cine	68,9%
TOTAL MEDIOS	4,3%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de euros	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
INGRESOS NETOS	950.794	963.258	(1,3%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	778.001	790.752	(1,6%)
Resultado bruto de explotación	172.793	172.506	0,2%
Amortización del inmovilizado	17.789	18.076	(1,6%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(292)	(112)	(160,7%)
Beneficio de explotación	155.296	154.542	0,5%
Resultado financiero	(6.650)	(6.834)	2,7%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	1.748	5.716	(69,4%)
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	150.394	153.424	(2,0%)
Impuesto sobre sociedades	38.067	34.943	8,9%
Beneficio del ejercicio	112.327	118.481	(5,2%)
Resultado atribuido a socios externos	583	59	885,7%
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	112.910	118.540	(4,7%)



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a diciembre de 2022 alcanzan los 950,8 millones de euros, frente a los 963,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2021.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
Audiovisual	884.217	901.156	(1,9%)
Radio	75.622	70.750	6,9%
Eliminaciones	(9.045)	(8.648)	
ATRESMEDIA	950.794	963.258	(1,3%)

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a diciembre de 2022 disminuyen un 1,6% respecto al acumulado a diciembre del año anterior.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
Audiovisual	724.375	739.492	(2,0%)
Radio	62.671	59.908	4,6%
Eliminaciones	(9.045)	(8.648)	
ATRESMEDIA	778.001	790.752	(1,6%)



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
Consumo de programas	345.673	358.095	(3,5%)
Gastos de Personal	165.485	168.546	(1,8%)
Otros gastos operativos	149.745	144.681	3,5%
Costes variables ligados a ventas	126.142	128.078	(1,5%)
Eliminaciones	(9.045)	(8.648)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	778.001	790.752	(1,6%)

Para adaptarse al comportamiento del mercado publicitario se han ajustado los costes en programación de televisión, sin que esto haya afectado a la audiencia del Grupo. Atresmedia obtiene excelentes resultados y lidera el año tanto en total día como en la franja prime time.

Los gastos de personal se han reducido principalmente por la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica y por la integración de Buendía Producción en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia.

Los costes variables ligados a ventas han disminuido por menores ingresos ligados a la publicidad de televisión y a la producción y distribución de contenidos.

El resto de los gastos han crecido muy por debajo de la inflación anual.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2022 mejora el obtenido el año anterior, alcanzando los 172,8 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 18,2%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Audiovisual	159.842	161.664
Margen/Ingresos Netos	18,1%	17,9%
Radio	12.951	10.842
Margen/Ingresos Netos	17,1%	15,3%
TOTAL ATRESMEDIA	172.793	172.506
Margen/Ingresos Netos	18,2%	17,9%



En el cuarto trimestre de 2022 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 56,2 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 18,9% y mejorando en un 7,5% respecto al cuarto trimestre de 2021.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el año ha sido de 155,3 millones de euros frente a los 154,5 millones de euros obtenidos en el año 2021.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Negocio Audiovisual	144.830	146.268
Margen/Ingresos Netos	16,4%	16,2%
Negocio Radio	10.466	8.274
Margen/Ingresos Netos	13,8%	11,7%
TOTAL ATRESMEDIA	155.296	154.542
Margen/Ingresos Netos	16,3%	16,0%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a diciembre de 2022 es negativo por importe de 6,6 millones de euros frente a los 6,8 millones de euros negativos del acumulado a diciembre del año anterior.

A 31 de diciembre el epígrafe "Resultado neto de participaciones en otras entidades" recoge principalmente el resultado por la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica, así como los resultados de entidades valoradas por el método de la participación.

El Resultado antes de impuestos del año ha sido de 150,4 millones de euros frente a los 153,4 millones de euros alcanzados en 2021.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado en el año 2022 es de 112,9 millones de euros frente a los 118,5 millones de euros del año anterior.



2.2 Balance consolidado

Miles de euros	31 Diciembre 2022	31 Diciembre 2021
ACTIVO		
Fondo de comercio	158.916	162.463
Otros activos intangibles	121.764	119.885
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	241.873	93.309
Activos por impuesto diferido	163.048	183.852
ACTIVOS NO CORRIENTES	685.601	559.509
Derechos de programas y existencias	269.314	280.771
Deudores comerciales y otros deudores	269.742	260.361
Otros activos corrientes	94.004	22.481
Activo por impuesto corriente	18.584	22.804
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	173.585	268.402
ACTIVOS CORRIENTES	825.229	854.819
TOTAL ACTIVO	1.510.830	1.414.328
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	351.581	333.557
Acciones propias	(6.168)	(6.168)
Dividendos a cuenta	(40.532)	(40.532)
Ajustes por cambios de valor y otros	132.026	13.382
PATRIMONIO NETO	686.986	550.318
Obligaciones y bonos	117.195	176.585
Deudas con entidades de crédito	65.492	83.778
Otros pasivos no corrientes	72.151	75.891
Pasivos por impuestos diferidos	40.407	39.532
PASIVOS NO CORRIENTES	295.243	375.786
Obligaciones y bonos	74.787	3.866
Deudas con entidades de crédito	20.487	10.502
Acreedores comerciales y otros acreedores	353.461	397.196
Otros pasivos corrientes	79.601	76.216
Pasivos por impuesto corriente	263	444
PASIVOS CORRIENTES	528.601	488.224
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.510.830	1.414.328



La deuda financiera neta del Grupo es de 23,7 millones de euros frente a los 13,3 millones de euros a diciembre de 2021. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses) es de 0,1.

Durante el primer trimestre el Grupo formalizó la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica y se procedió a integrar Buendía Producción, S.L. en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia.

Adicionalmente, se ha llevado a cabo la actualización contable de la inversión financiera en la sociedad Fever Labs, Inc., con abono al epígrafe "Ajustes por cambios de valor y otros" dentro del Patrimonio Neto.

En el mes de junio se procedió al reparto de un dividendo complementario correspondiente a la distribución de los resultados del ejercicio 2021, a razón de 0,24 euros por acción en términos brutos, en total 54,0 millones de euros.

En el mes diciembre se repartió un dividendo a cuenta de los resultados de 2022, a razón de 0,18 euros por acción en términos brutos, en total 40,5 millones de euros.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de diciembre de 2022 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 124,2 millones de euros.

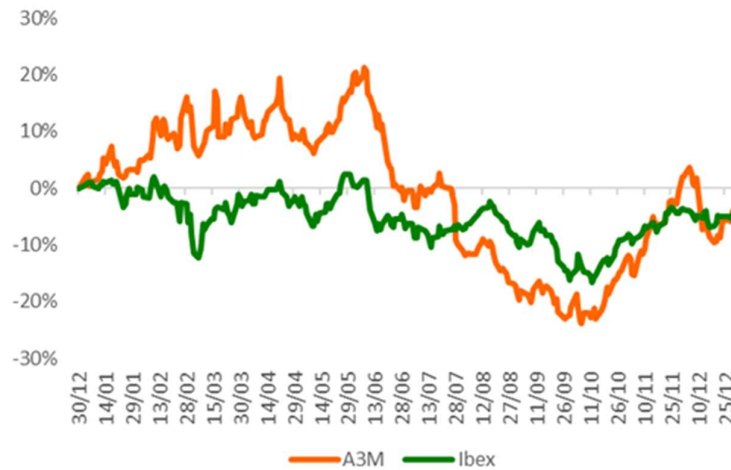
Miles de euros	31 Diciembre 2022	31 Diciembre 2021
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	150.394	153.424
Ajustes del resultado:	19.022	24.333
- Amortizaciones	17.789	18.076
- Provisiones y otros	(5.417)	(577)
- Resultados Financieros	6.650	6.834
Cambios en el capital circulante	(31.593)	22.523
Efectivo generado por las operaciones	137.823	200.280
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(13.639)	(6.509)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	124.184	193.771
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(119.083)	(44.681)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(24.095)	(27.099)
Activos fijos materiales e intangibles	(10.708)	(10.379)
Inversión en Cine Español	(9.280)	(7.203)
Otros activos financieros (depósitos c/plazo)	(75.000)	
Desinversiones y anticipos por ventas de activos	12.419	7.344
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(106.664)	(37.337)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Pagos por arrendamientos	(1.212)	(1.368)
Resultados financieros cobrados (pagados)	(6.142)	(14.117)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	543	461
Financiación bancaria neta	(9.389)	(7.877)
Dividendos cobrados	1.201	2.210
Dividendos pagados	(94.575)	(40.532)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(109.574)	(61.223)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	(92.054)	95.211
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	268.402	172.792
Variaciones por cambio de perímetro	(2.763)	399
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	265.639	173.191
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	173.585	268.402



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el ejercicio 2022 en 3,192 €/acción, un 4,3% por debajo del cierre de 2021. A pesar de ello, Atresmedia fue la televisión europea que mejor comportamiento en Bolsa tuvo a lo largo del ejercicio, en el que la caída media de los operadores de Europa fue del -24,6%. El Ibex, por su parte, finalizó el periodo en 8.229,1 puntos, lo que supone una caída del 5,6% respecto al cierre del ejercicio anterior.



Evolución de la cotización de Atresmedia en 2022 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Dic 2022
Cotización a 31/12/2022 (€)	3,192
Máximo (€)	4,046
Mínimo (€)	2,538
Precio Medio Ponderado (€)	3,307
Volumen medio diario (accs.)	376.002
Volumen medio diario (miles de €)	1.243
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Euroland



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre del año, contamos con la opinión y recomendación de 14 analistas. De éstos, 6 recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, 7 recomiendan Mantener, mientras que sólo un analista mantiene su recomendación de Vender. **El Precio Objetivo** medio a cierre del periodo es de **3,70 €/acción**.

Durante el año 2022, el departamento de Relación con Inversores participó en 14 conferencias y Road Shows, organizados por Exane BNP Paribas, Santander, JP Morgan, BME, JB, UBS, Oddo, Barclays, GVC y Morgan Stanley.

El total de contactos (reuniones) con inversores y analistas fue de 91. Adicionalmente, el departamento de RI mantuvo unas 90 llamadas telefónicas con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

2.5 Responsabilidad corporativa

Aspectos ASG Atresmedia:

Ambiental (A)

- Atresmedia ha definido una estrategia de cero emisiones netas, estableciendo objetivos concretos de reducción para los años 2030 y 2050, considerando los requisitos y ambiciones marcados por la iniciativa SBTi (Science Based Targets). El compromiso de Atresmedia se ha publicado en la web de la iniciativa y la validación de los objetivos por STBi se iniciará en 2023. Con esta estrategia Atresmedia pretende reducir el impacto medioambiental de su actividad y sensibilizar e involucrar a su cadena de valor en la lucha contra el cambio climático.
- A fin de cumplir con los requerimientos del Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea y de seguir avanzando en la lucha contra el cambio climático, Atresmedia ha realizado un análisis de riesgos climáticos relacionados con su actividad, con el fin de identificar aquellos de mayor impacto y establecer medidas para su mitigación.
- El Grupo ha seguido avanzando en su proyecto "Residuo Cero" para optimizar la gestión de sus recursos y anticiparse a la nueva Ley Residuos y Suelos Contaminados. Este proyecto incluye tres líneas de actividad: la recogida selectiva de los residuos, la gestión del excedente alimentario del centro de San Sebastián de los Reyes, optimizando el uso de la merma mediante su donación y reutilización, y la formación a los empleados de la compañía en reciclaje y gestión de residuos.



- Un año más, Atresmedia ha presentado el Informe CDP (Carbon Disclosure Project), informe de referencia utilizado por la comunidad inversora para evaluar el desempeño de las compañías en cambio climático. Atresmedia ha mantenido, por tercer año consecutivo la calificación B.

Social (S)

- El Grupo ha colaborado con el Comité de Emergencia compuesto por 6 ONG, en la sensibilización social y la captación de fondos que ayuden a los millones de personas afectadas por la guerra en Ucrania. Gracias a la labor de difusión de Atresmedia en todos sus canales de televisión, radio y digital, el Comité de Emergencia ha superado la cifra de un millón de euros para responder a esta crisis humanitaria.
- Atresmedia ha emitido gratuitamente en televisión, radio y digital, un total de 33 campañas publicitarias de sensibilización social beneficiando a un total de 26 ONG (Fundación síndrome de Down, Médicos sin fronteras, Federación Española de Sordoceguera, Fundación Reina Sofia...) para dar visibilidad a su labor. Estas campañas han tratado temáticas como las enfermedades degenerativas, la exclusión social o el apoyo a los bancos de alimentos, entre otras.
- Respecto a los resultados de las iniciativas sociales del Grupo, destacan: la celebración de la nueva edición de la carrera Ponle Freno, la campaña Contra el maltrato Tolerancia Cero, enfocada a mujeres mayores de 65, el primer cortometraje de Constantes y Vitales para reclamar una mayor inversión pública en ciencia, y el relanzamiento del acuerdo entre padres e hijos de Levanta la Cabeza, para el uso responsable y seguro de la tecnología.
- “Hablando en Plata” es la nueva iniciativa social del Grupo que pretende aportar valor y reconocimiento a las personas mayores, concienciando a la sociedad sobre el envejecimiento y poniendo en valor la experiencia de los mayores, uno de los principales grupos de interés de la compañía.
- A través de su proyecto “Becas Capaz” y en su compromiso con la integración laboral de personas con discapacidad, Atresmedia ha financiado en 2022 más de 100 becas, gracias a las que jóvenes con discapacidad han accedido a cursos de Atresmedia Formación, sobre comunicación corporativa, creación de guiones o locución, entre otros. El proyecto, cuenta, desde 2021, con la colaboración de la Fundación Randstad, la Fundación Universia y la Fundación Capacis, al que se ha sumado en 2022 la Fundación Integra.



- A través del programa de voluntariado corporativo de Atresmedia, 341 voluntarios han participado en 29 actividades de voluntariado, donando 2.044 horas de su tiempo y colaborando con entidades sociales como Amigos de los Mayores, Cruz Roja, Reforesta, Fundación Aladina, Comedor Social de Santa María Josefa o Fundación Manantial, entre otras muchas.

La Fundación Atresmedia ha enfocado su actividad al impulso de la Alfabetización Mediática e Informacional entre los niños y los jóvenes, así como en la comunidad educativa y las familias. Para ello ha celebrado con éxito las primeras convocatorias de Efecto MIL, para fomentar el uso positivo de las RRSS entre los jóvenes, y los Premios Mentes AMI, para impulsar el pensamiento crítico, la creatividad audiovisual responsable y los valores y la convivencia en las aulas. Además, se ha lanzado en ATRESplayer el canal AMIBOX; un contenedor para acercar a la generación Alfa y Zeta, al mundo de los medios de comunicación, la información y los dispositivos.

Buen Gobierno (G)

- La Comisión de Auditoría y Control de Atresmedia ha recibido una formación en sostenibilidad a fin de mejorar sus competencias y conocimientos ASG. En la formación se trataron asuntos relacionados con la gestión de riesgos extra financieros, la importancia de considerar las implicaciones financieras del cambio climático o la necesidad de afrontar la nueva regulación europea en la materia.
- Atresmedia dedicó su tradicional "Investor Day" a divulgar entre la comunidad inversora el desempeño ambiental, social y de buena gobernanza del Grupo, así como sus buenas prácticas en materia ASG. Adicionalmente, Atresmedia ha revalidado su presencia en el índice de sostenibilidad FTSE4Good Ibex y por primera vez el Grupo se ha incorporado al índice de sostenibilidad de Standard & Poor's que evalúa el desempeño de las mejores empresas en materia ASG.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de euros	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
INGRESOS NETOS	884.217	901.156	(1,9%)
GASTOS DE EXPLOTACION	724.375	739.492	(2,0%)
Resultado bruto de explotación	159.842	161.664	(1,1%)
Amortizaciones y deterioros	15.012	15.396	(2,5%)
Resultado de explotación	144.830	146.268	(1,0%)

3.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a diciembre de 2022 ascienden a 884,2 millones de euros frente a los 901,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2021.

Miles de euros	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
Publicidad Televisión	698.916	719.561	(2,9%)
Publicidad Digital	75.295	67.082	12,2%
Producción y Distribución de Contenidos	70.881	79.035	(10,3%)
Otros Ingresos	39.906	35.478	12,5%
Eliminaciones	(781)	0	n/a
INGRESOS NETOS	884.217	901.156	(1,9%)

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 698,9 millones de euros frente a los 719,6 millones de euros del mismo periodo del año anterior, lo que supone una caída del 2,9%, inferior a la del mercado de la publicidad en televisión, que ha decrecido en el periodo un 4,6%.

Dentro del mercado publicitario de televisión, destaca la caída de los sectores de telecomunicaciones, alimentación, distribución, automoción y bebidas que se compensa parcialmente con la subida de belleza, finanzas, salud y otros.

La cuota de participación de Atresmedia Televisión, según estimaciones internas, sería en el año 2022 de un 42,5%, 0,8 puntos más que en el ejercicio anterior.

En el cuarto trimestre de 2022 el mercado de la publicidad en televisión habría sido similar al del mismo periodo del año anterior, siendo la cuota de mercado de Atresmedia Televisión del 41,4%.

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 75,3 millones de euros frente a los 67,1 millones de euros obtenidos en el acumulado a diciembre de 2021 lo que supone un incremento del 12,2%, por encima de la variación del mercado de la publicidad digital, que ha crecido en el periodo un 8,4%.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 70,9 millones de euros frente a los 79,0 millones de euros del acumulado a diciembre del año anterior.

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

En el año 2022 no se incluyen los ingresos de Buendía Producción que ha pasado a integrarse en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia. Sin este efecto los ingresos hubieran sumado 15 millones de euros más en el periodo.



Atresmedia Cine ha estrenado durante el año 2022 diez largometrajes: "La Abuela", "Camera Café", "El juego de las llaves", "Live is life", "Padre no hay más que uno 3" (película más taquillera del cine español en 2022), "Por los pelos", "El test", "Los renglones torcidos de Dios", "13 Exorcismos" y "A todo tren 2", y ha mantenido en explotación películas como "Mamá o papá". En conjunto representan el 41% de la recaudación del Cine Español en el periodo, posicionándose tres de ellas en el top 4 de la taquilla, y siendo el grupo audiovisual español líder en espectadores.



Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 39,9 millones de euros frente a los 35,5 millones de euros del acumulado a diciembre de 2021.

3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de euros	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
Consumo de programas	345.673	358.095	(3,5%)
Gastos de personal	139.000	141.953	(2,1%)
Otros gastos de explotación	114.339	111.366	2,7%
Costes variables ligados a ventas	126.142	128.078	(1,5%)
Eliminaciones	(781)	0	n/a
GASTOS DE EXPLOTACION	724.375	739.492	(2,0%)

Los gastos de explotación en el acumulado a diciembre de 2022 han sido de 724,4 millones de euros, lo que supone un descenso del 2,0% respecto a los gastos registrados en el acumulado a diciembre de 2021.

Para adaptarse al comportamiento del mercado publicitario se han ajustado los costes en programación de televisión, sin que esto haya afectado a la audiencia del Grupo. Atresmedia obtiene excelentes resultados y lidera el año tanto en total día como en la franja prime time.

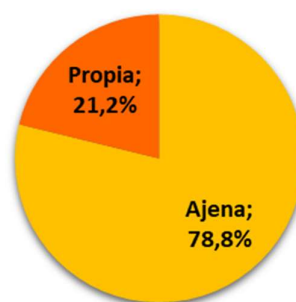
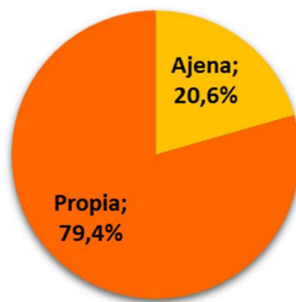
Los gastos de personal se reducen principalmente por la venta de las filiales de Smartclip en Latinoamérica y por la integración de Buendía Producción en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia.

Los costes variables ligados a ventas han disminuido por menores ingresos ligados a la publicidad de televisión y a la producción y distribución de contenidos.

El resto de los gastos han crecido muy por debajo de la inflación anual.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, ha predominado la producción propia (79,4%), mientras en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (78,8%).

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





3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2022 es de 159,8 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 18,1% frente al 17,9% del año anterior.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Audiovisual	159.842	161.664
Margen/Ingresos Netos	18,1%	17,9%

El Resultado de Explotación (EBIT) en el periodo alcanza los 144,8 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 16,4%.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Audiovisual	144.830	146.268
Margen/Ingresos Netos	16,4%	16,2%

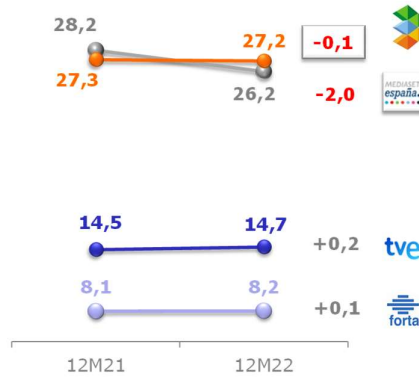
3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo y Audiencias de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el año 2022 ha sido de 3 horas y 10 minutos, veinticuatro minutos menos que el año pasado.

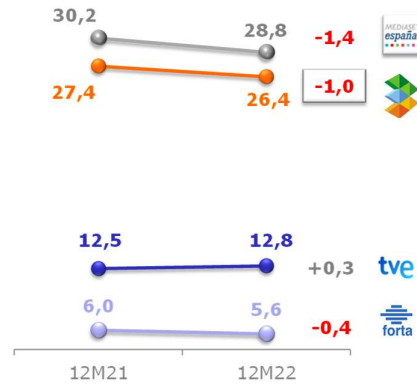
Atresmedia Televisión cierra el año 2022 como el grupo más visto de la televisión en España con un 27,2% de audiencia, superando a su competidor Mediaset en un punto a pesar de tener un canal menos. Lidera también el prime time por segundo año consecutivo con un 27,5% y una distancia de 3 puntos sobre su competidor, su mayor ventaja. Vuelve a ser el grupo por el que más gente pasa cada día (19,2 millones de espectadores) y el preferido en el consumo en diferido (22,9%).

Audiencia por Grupos Total Individuos



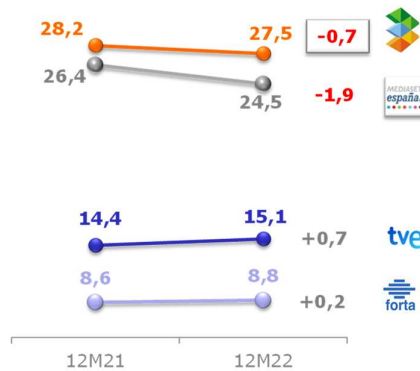
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

Audiencia por Grupos Target Comercial



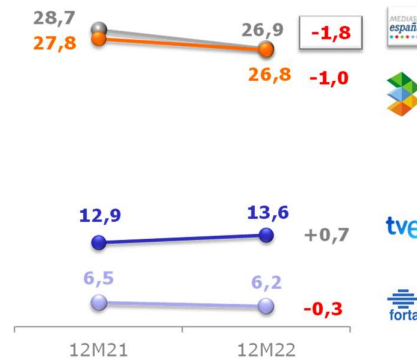
Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes

Audiencia por Grupos Total Individuos Prime Time



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

Audiencia por Grupos Target Comercial Prime Time



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

Antena 3 (13,9%) se alza como la cadena más vista por primera vez en su historia con 1,6 puntos de ventaja sobre su competidor Telecinco (12,3%) que registra mínimo histórico. Lidera el prime time (15,1%) por segundo año consecutivo con 4,2 puntos de ventaja sobre Telecinco, que también tuvo mínimo histórico en esta franja. Así mismo fue primera opción en el horario de máximo consumo en el público de mayor interés comercial (13,6%).



Los informativos de Antena 3 han sido un año más los más vistos en España, cumpliendo cinco años consecutivos de liderazgo. Logran su mejor dato en 15 años (19,3% y 2,2 millones de espectadores).

Antena 3 Noticias 1 (21,2% y 2,3 millones) el informativo de sobremesa de lunes a viernes se mantiene líder por quinto año consecutivo, y logra la mayor cuota de la televisión y su mejor resultado en 15 años.

Antena 3 Noticias 2 (20,2% y 2,5 millones), el informativo de Prime Time vuelve a ser el más visto por segundo año consecutivo.

Las ediciones de sábado y domingo (16,0% y 1,8 millones) han sido la opción informativa más vista en el fin de semana.

Noticias de la mañana y **Espejo Público** completan la exitosa apuesta por la actualidad. El primero vuelve a ser el matinal líder y más visto de su franja con su mejor resultado en 15 años (15,3% y 169 mil espectadores). Espejo Público (13,0% y 365 mil) consolida su resultado del año anterior con más de 2,4 millones de espectadores cada día.



Antena 3 también ofrece las **series** más vistas y favoritas del mercado. **Infidel** es la serie más vista en televisión en 2022 con un 15,2% y 1,7 millones de espectadores. **Alba** (13,7% y 1,6 millones) y **Mentiras** (13,2% y 1,6 millones) son las ficciones españolas más vistas de la cadena en tres años.



Las apuestas internacionales **La esposa** (17,6% y 1,5 millones), **Secretos de familia** (14,1% y 1,5 millones) y **Hermanos** (14,6% y 1,4 millones) han sido líderes de su franja de emisión.

En la sobremesa de lunes a viernes, la veterana **Amar es para siempre** (12,0% y 1,1 millones) se mantiene como la serie diaria española más vista y **Tierra amarga** (16,1% y 1,4 millones) es la opción favorita de su horario.

Además, Antena 3 ofreció el primer capítulo de la serie original de ATRESplayer Premium **La novia gitana**. Su estreno se convirtió en uno de los eventos de ficción del año con un 16,5% y 1,7 millones.

En cuanto a **programas**, un año más la oferta de entretenimiento de Antena 3 ha sido la más seguida de la televisión en 2022.

El hormiguero (16,4% y 2,4 millones) fue el programa con más audiencia. Se mantiene líder por octavo año consecutivo con su máximo anual y la mayor distancia histórica de su competidor. **Pasapalabra** (22,9% y 2,4 millones) le sigue como el segundo programa más visto a diario. Se mantiene imbatible como la opción favorita de su franja a más de 12 puntos de distancia de su inmediato competidor.



El talent con famosos **Tu cara me suena** (21,1% y 2,4 millones) cierra su novena temporada como líder de la noche de los viernes mejorando los datos de las cuatro temporadas anteriores.

También han mantenido su buena acogida las nuevas temporadas de **La Voz** (18,6% y 1,7 millones), **La Voz Kids** (15,3% y 1,3 millones) y **El desafío** (16,4% y 1,9 millones). Todos han sido la opción preferida de su franja.



Cocina abierta de Karlos Arguiñano (16,7% y 904 mil) ha sido líder con su mejor cuota anual y **La ruleta de la suerte** (20,5% y 1,7 millones) se mantiene como primera opción con su mejor resultado desde 2009.

Antena 3 sigue renovando su catálogo con muy buenos resultados. **#El novato** congregó en su debut a más de tres millones de espectadores y un 29,5% de cuota convirtiéndose en el mejor estreno en televisión de un programa de entretenimiento en 10 años. Cierra la temporada como líder en todas sus entregas con un 18,2% y 1,8 millones.

En octubre llegó a la tarde de lunes a viernes **Y ahora Sonsoles**, una apuesta por la actualidad y el directo que ha cerrado el año como líder de su franja con un 12,4% y casi 1,2 millones de espectadores.



Por su parte, **laSexta** (6,1%) termina el año como la tercera cadena privada más vista encadenando 10 años por encima de su competidor en total día (5,1%); también supera a Cuatro en target comercial (7,2% vs 6,0%).

laSexta sigue siendo referente en actualidad. La marca **laSexta Noticias** alcanza un 7,8% de cuota y casi 1,6 millones de personas. La edición de **sobremesa de lunes a viernes** logra un 9,9% y casi un millón de espectadores, por encima de la cadena pública. El bloque deportivo **Jugones** alcanza su mejor cuota histórica con un 6,6%.

Al rojo vivo (11,1% y 475 mil seguidores) se mantiene imbatible como uno de los programas de mayor cuota de la cadena y la tertulia matinal líder por delante de Cuatro y La1.



El objetivo de Ana Pastor (5,4% y 618 mil) sube más de medio punto; El magacín vespertino **Más vale tarde** (6,2% y 543 mil) crece respecto al año anterior y vuelve a superar a su competidor directo mientras que **laSexta clave** (5,0% y 603 mil) logra su mejor año histórico.

laSexta columna (6,3% y 802 mil) y **Equipo de investigación** (5,3%) registran también buenos resultados en target comercial (8,3% y 7%, respectivamente). El programa **laSexta Xplica**, los sábados, alcanza un 5,1% y casi 500 mil espectadores.

laSexta también es ventana de la producción original de ATRESplayer Premium. El 31 de mayo se emitió el primer capítulo de la serie documental **Los Borbones: una familia muy real**, que se alzó como líder y se convirtió en la emisión más vista de la cadena en el año con un 17,1% y 2,2 millones de espectadores.

En la mañana **Aruser@s** alcanza un nuevo máximo histórico anual con un 17,5% y 397mil seguidores. Termina el año como líder tanto en total individuos como en target comercial (22,7%). En septiembre se incorporó **Aruser@s weekend**, una versión para las tardes de los sábados, que ha concluido sus primeros meses con un 5,0% y 456 mil espectadores.

Zapeando (6,1% y 620 mil), en la sobremesa, vuelve a destacar en el público de mayor interés comercial (9,5%).

El intermedio (7,4% y 1,1 millones) es el programa diario más visto de la cadena y ya van 15 años.

Pesadilla en la cocina ha cumplido 10 años en laSexta alcanzando un 7,2% y 828 mil seguidores superando la media de la cadena.

Salvados es otro de los programas más emblemáticos de laSexta. Cierra el año con un 6,6% y 1 millón de espectadores. Por su parte, **Lo de Évole** vuelve a colocarse como el programa más visto del canal por tercer año consecutivo con un 8,7% y 1,4 millones.

La oferta de Atresmedia Televisión se completa con cuatro **canales temáticos**, cada uno enfocado a un grupo de público específico. La suma de esos canales complementarios aporta un 7,2% al dato total del grupo.

Nova (2,3%) es la cadena femenina líder por quinto año consecutivo, a +0,2 puntos de su rival. Su apuesta por los seriales mantiene su gran acogida y es la temática líder de lunes a viernes, tanto en total día (2,5%) como en prime time (2,5%).



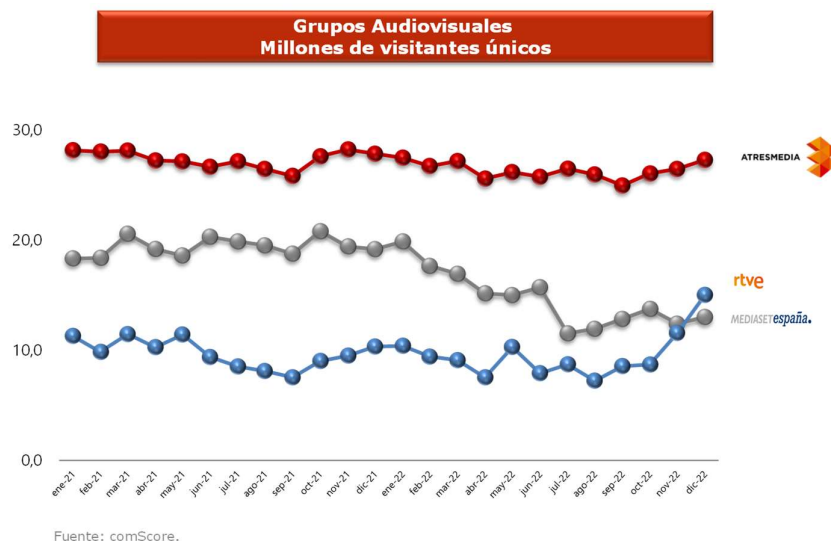
Neox, el canal dirigido al público más joven destaca en target comercial (2,6%) y alcanza un 3,5% en jóvenes. **Los Simpson**, una de sus principales señas de identidad, alcanza un 3,0% y 290 mil espectadores y es líder temático de su franja con su temporada 33.

Mega (1,4%) cierra el año como canal masculino de referencia con un 1,9% en hombres y un 1,7% en target comercial. Lidera un año más el late night de lunes a jueves gracias a **El Chiringuito de jugones**, que es lo más visto del canal con más de 200 mil seguidores, un 4,1% y casi 800 mil espectadores únicos cada noche.

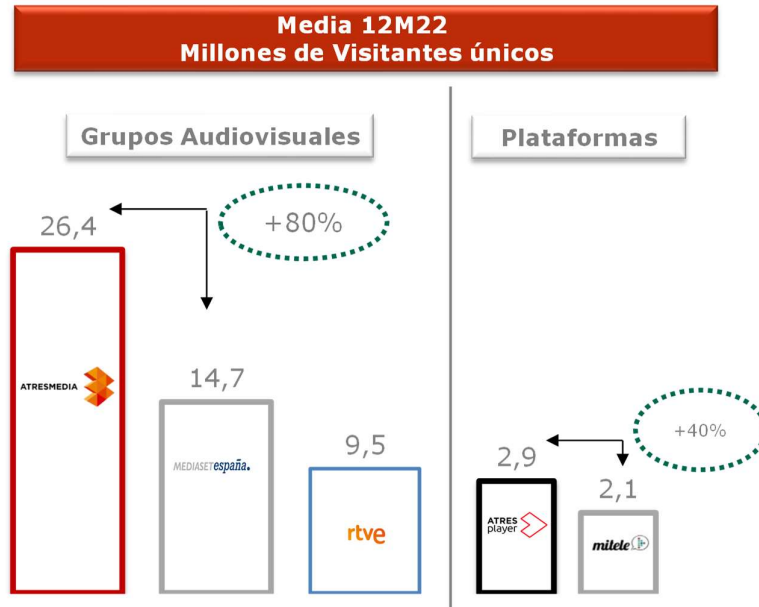
Atreseries (1,7%) logra el mejor año de su historia, en el que además ha conseguido otros dos hitos históricos: mejor registro mensual (en agosto 2,0%) y mejor dato diario (31 de julio, 2,5%).

3.2.2 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore, Atresmedia sigue como grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde abril de 2016. Alcanza una media de 26,4 millones de visitantes únicos en el acumulado del año, con 11,7 millones más que Mediaset. En el ranking general se posiciona a diciembre de 2022 en el puesto 6 del top 10 de sites más visitados.



La plataforma de vídeo online del Grupo, ATRESplayer, acumula, según datos de comScore, una media de 2,9 millones de visitantes únicos, un 40% por encima de su rival directo. Alcanza, además, a 31 de diciembre, los 12,0 millones de usuarios registrados.



Fuente: comScore.

La versión premium de ATRESplayer cierra 2022 con más de 431 mil abonados. Se mantiene imbatible como la plataforma líder de un grupo audiovisual español reforzando su apuesta por el contenido original y exclusivo. Este año estrena series como **Señor dame paciencia**, **Dos años y un día**, **Heridas**, **La edad de la ira**, **La novia gitana**, **Los protegidos ADN** y **La Ruta**, gran triunfadora en los Premios Feroz. Pero no sólo ofrece ficción, mantiene su afán por la diversidad con la incorporación de programas de entretenimiento como la 2ª temporada del popular **Drag Race España** y el estreno de **Reinas al rescate** y de documentales como **Pajares & Cía** y **Los Borbones**.



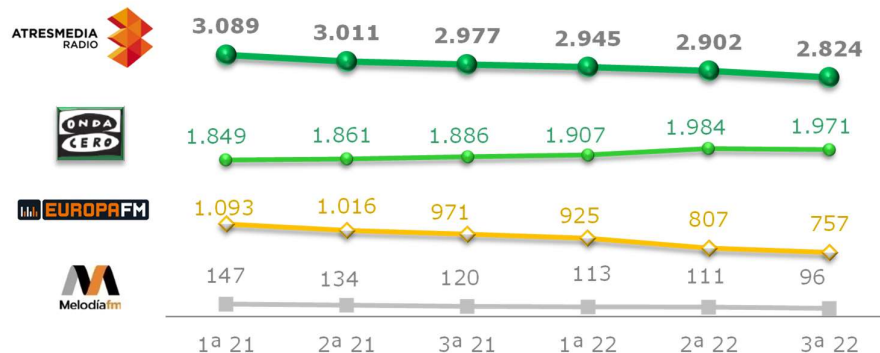
4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el año un 7,7%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 3ª ola de 2022) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 2,8 millones de oyentes. Onda Cero con 2,0 millones de oyentes se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 757 mil oyentes y Melodía FM 96 mil.

ATRESMEDIA RADIO- E.G.M. Años Móviles (L-V)
Miles de oyentes



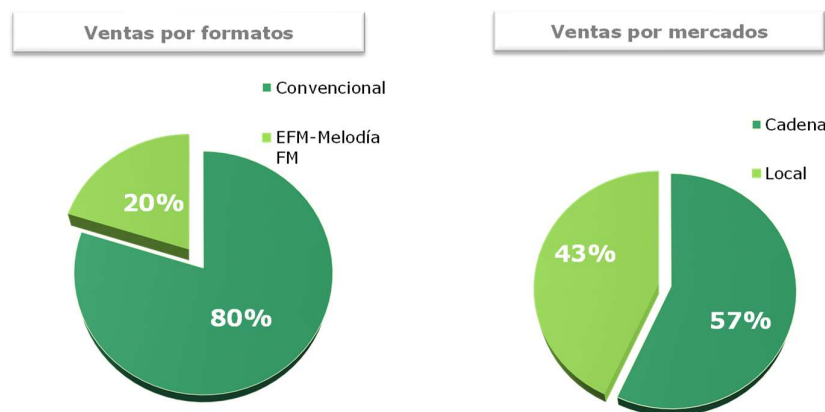
Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.



4.2 Cuenta de Resultados

Miles de euros	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021	Evolución
INGRESOS NETOS	75.622	70.750	6,9%
Gastos de personal	26.484	26.593	(0,4%)
Otros gastos operativos	36.187	33.315	8,6%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	62.671	59.908	4,6%
Resultado bruto de explotación	12.951	10.842	19,4%
Amortizaciones y deterioros	2.485	2.568	(3,2%)
Resultado de explotación	10.466	8.274	26,5%

Atresmedia Radio ha alcanzado en el acumulado a diciembre de 2022 unos ingresos netos de 75,6 millones de euros, frente a los 70,8 millones de euros obtenidos en el acumulado a diciembre de 2021, lo que supone un crecimiento del 6,9%.



Los gastos de explotación, a 31 de diciembre de 2022, han sido de 62,7 millones de euros, frente a los 59,9 millones de euros en el acumulado a diciembre de 2021, lo que supone un incremento del 4,6%.



El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el periodo es de 13,0 millones de euros, lo que supone un margen del 17,1%, y una mejora de 2,1 millones de euros respecto al año anterior.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Radio	12.951	10.842
Margen/Ingresos Netos	17,1%	15,3%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Dic 2022	Ene-Dic 2021
Radio	10.466	8.274
Margen/Ingresos Netos	13,8%	11,7%



5. MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO

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

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

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

Miles de euros	12M22	12M21
Importe neto de la cifra de negocios	867.289	877.870
Otros ingresos de explotación	83.505	85.388
Ingresos netos	950.794	963.258

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

Miles de euros	12M22	12M21
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	382.785	395.574
Gastos de personal	165.485	168.546
Otros gastos de explotación	229.731	226.632
Gastos de explotación	778.001	790.752



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

Miles de euros	12M22	12M21
Resultado de explotación	155.296	154.542
Amortización del inmovilizado	17.789	18.076
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(292)	(112)
EBITDA	172.793	172.506

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

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

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

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

Miles de euros	12M22	12M21
Deuda financiera bruta	272.316	281.705
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(173.585)	(268.402)
Imposiciones financieras a corto plazo	(75.000)	0
Deuda financiera neta	23.732	13.303

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

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