



## ATRESMEDIA incrementa sus ingresos un 2,6%, logra un EBITDA de 35,2 millones de euros y aumenta el Beneficio Neto un 15,2% en el primer trimestre de 2022.

- Los ingresos netos del Grupo ascienden a 209,3 millones de euros en el periodo. El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) ha sido de 35,2 millones de euros.
- La inversión publicitaria en el total medios se ha incrementado un 5,2%<sup>1</sup>.
- Atresmedia ha aumentado su cuota de mercado en el medio TV hasta alcanzar un 42,7%.
- El Grupo Atresmedia vuelve a liderar en audiencias<sup>2</sup> e incrementa considerablemente la ventaja sobre su competidor. Antena 3 (14,2%) es la cadena más vista y la de mejor perfil comercial en prime time.
- Audiovisual: Los ingresos de publicidad en televisión han crecido un 1,8% y los de publicidad digital se han incrementado un 13,5%.
- Radio: Crecen sus ingresos un 12,8%.
- Previsiones: Atresmedia mantiene perspectiva positiva sobre mercado para el 2022.

### Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en el primer trimestre de 2022 unos ingresos netos de 209,3 millones de euros lo que supone un incremento del 2,6% respecto al año anterior. El Resultado Bruto de Explotación es de 35,2 millones de euros, frente a los 34,6 millones de euros de 2021.

Millones de euros	Ene-Mar 2022	Ene-Mar 2021	Evolución
<b>Grupo Atresmedia</b>			
Ingresos Netos	209,3	204,0	2,6%
Resultado Bruto de Explotación	35,2	34,6	1,5%
Beneficio del ejercicio	23,1	20,1	15,2%

La inversión publicitaria aumenta un 5,2%<sup>1</sup>. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión crece un 1,4%, el medio radio un 12,9% y el medio digital un 3,8%.

Variables operativas destacadas	Ene-Mar 2022	Ene-Mar 2021
Audiencia TV <sup>2</sup>	28,5%	27,9%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	42,7%	42,5%
Oyentes Radio (millones) <sup>3</sup>	2,9	3,1

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



## Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 196,2 millones de euros frente a los 192,7 millones de euros obtenidos en 2021, lo que supone un incremento del 1,8%.

Millones de euros <b>Audiovisual</b>	<b>Ene-Mar 2022</b>	<b>Ene-Mar 2021</b>	<b>Evolución</b>
Publicidad Televisión	159,7	156,8	1,8%
Publicidad Digital	14,9	13,1	13,5%
Producción y Distribución de Contenidos	14,3	14,7	(2,9%)
Otros Ingresos	7,3	8,1	(8,9%)
<b>Ingresos Netos</b>	<b>196,2</b>	<b>192,7</b>	<b>1,8%</b>

Los ingresos de publicidad de televisión crecen un 1,8% alcanzando en el periodo los 159,7 millones de euros. La cuota de mercado, según estimaciones internas, es del 42,7%, suma 0,2 puntos respecto al primer trimestre del año anterior.

**El consumo televisivo<sup>2</sup>** en España, por persona y día, en el primer trimestre de 2022 ha sido de 3 horas y 34 minutos. El número de personas que diariamente consumen nuestros canales (en cualquier formato) supera los 21 millones.

Atresmedia es el **grupo televisivo más visto** con un 28,5% en el primer trimestre de 2022 y alcanza su mayor distancia histórica sobre Mediaset: 2,1 puntos a pesar de tener un canal menos. También **lidera en prime time** con un 28,9%, 4,3 puntos por delante de Mediaset. Además, es **primera opción en prime time en el público más atractivo para los anunciantes** (28,8%) con una ventaja de 1,5 puntos sobre su rival.

Antena 3 es la cadena de televisión más vista de España con un 14,2% de cuota. En prime time lidera con un 15,4% y alcanza en marzo la mayor distancia con Telecinco en 25 años. También **se mantiene líder en prime time en el público de más interés para las marcas**: 14,3%, +1,7 versus Telecinco.

Además, es la cadena más vista todos los días de la semana. Cuenta con los informativos, el entretenimiento y las series más vistas de la televisión. Antena 3 tiene 13 programas que superan los 2 millones de espectadores, frente a sólo uno de Telecinco. Tiene los **contenidos más vistos** a diario con **A3 Noticias** (19,6% y 2,5 millones), **El hormiguero** (16,3% y 2,6 millones) y **Pasapalabra** (22,4% y 2,8 millones).

La Sexta alcanza en marzo (7,4%) su máximo mensual en casi dos años. En el trimestre, **supera a Cuatro tanto en total día** (1,4 puntos) **como en prime time** (0,4). Se impone a Cuatro en 44 de los últimos 45 meses. **También le bate en target comercial** tanto en total día (8,2%) como en prime time (7,3%).

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Los ingresos de publicidad digital ascienden a 14,9 millones de euros frente a los 13,1 millones de euros obtenidos en el acumulado a marzo de 2021 lo que supone un crecimiento del 13,5%. Este crecimiento incluye un mejor comportamiento con respecto al mercado de la publicidad digital, que ha crecido<sup>1</sup> un 3,8%.

En el negocio Digital, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet<sup>4</sup>, con 27,1 millones de usuarios únicos a marzo de 2022, y se consolida en el sexto puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 14,3 millones de euros frente a los 14,7 millones de euros del acumulado a marzo del año anterior. Durante este primer trimestre de 2022 no se incluyen los ingresos de Buendía Producción, S.L. que ha pasado a integrarse en los estados financieros consolidados mediante el método de puesta en equivalencia. Sin este efecto los ingresos hubieran sumado 5 millones de euros más en el periodo.

Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante el trimestre representan el 43% de la recaudación del Cine Español, siendo “Mamá o papá” y “La Abuela” las dos películas españolas más taquilleras en lo que va de año.

Atresplayer Premium, tras la modificación de su política comercial, continúa con su tendencia de consolidación de su Plan de Negocios en cuanto a suscriptores y oferta de contenidos.

En el ámbito internacional, los canales de Atresmedia registran 58 millones de abonados, sumando 2 millones respecto a marzo del año anterior, un incremento del 3%.

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 7,3 millones de euros frente a los 8,1 millones de euros de 2021. Esta variación se debe fundamentalmente al calendario de los eventos y lanzamientos.

## Radio

---

El negocio Radio alcanza en el primer trimestre de 2022 unos ingresos netos de 15,6 millones de euros, frente a los 13,9 millones de euros obtenidos en el año anterior, lo que supone un crecimiento del 12,8%, similar al crecimiento de mercado estimado.

Millones de euros	Ene-Mar	Ene-Mar	
<b>Radio</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>Evolución</b>
Ingresos Netos	15,6	13,9	12,8%

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Atresmedia Radio tiene una audiencia<sup>3</sup> media de 2,9 millones de oyentes. Onda Cero continúa su tendencia de crecimiento y, con 1,9 millones de oyentes, se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 0,9 millones de oyentes y Melodía FM 113 mil.

## Posición financiera y hechos significativos

---

La deuda financiera neta del Grupo es de 14,3 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. El resultado financiero de esta operación de desinversión ha ascendido a más de 2 millones de euros, una vez considerada la asignación de una parte del fondo de comercio generado en la operación de adquisición en 2017.

## ASG

---

Atresmedia ha iniciado en este trimestre la elaboración de una estrategia de cero neto emisiones, para definir objetivos de reducción de su huella de carbono alineados con la iniciativa SBT (Science Based Target), reducir el impacto medioambiental de su actividad y sensibilizar e involucrar a su cadena de valor.

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.

Como respuesta a la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de Información no financiera y diversidad, Atresmedia ha publicado un Estado de Información no Financiera (EINF), que recoge todos los avances sociales, medioambientales y de buen gobierno, así como los relativos a empleados y derechos humanos, llevados a cabo en 2021 por el Grupo. El EINF ha sido aprobado por el Consejo de Administración el 23 de febrero.

## Perspectivas futuras

---

En un entorno geopolítico y macroeconómico tan convulso e incierto como el actual, resulta complicado establecer, con una verosimilitud alta una previsión sobre la evolución de los mercados que afectan a nuestras actividades ligadas a la publicidad (TV, Radio y Digital). En todo caso, basándonos en las previsiones de crecimiento actuales tanto de PIB como de consumo privado para España, mantenemos una visión positiva para 2022, y por tanto esperamos para el resto del año un crecimiento al menos al nivel del primer trimestre del año.

---

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Nuestro compromiso de consolidar los márgenes de explotación y de resultados obtenidos en 2021 sigue siendo firme a pesar de las incertidumbres del mercado.

Se confirma la política de dividendos de la compañía, ratificada por la aprobación de la Junta General de Accionistas celebrada en el día de ayer del pago en el mes de junio de un dividendo complementario, con cargo al ejercicio 2021 de 24 céntimos de euro (54 millones de euros).

Seguimos considerando razonable una estimación de deuda financiera neta a cierre del ejercicio 2022 en el entorno de 65 millones de euros, asumiendo el mencionado pago del dividendo complementario y el previsible pago de un dividendo a cuenta del ejercicio actual.

#### Limitación de responsabilidad

Este documento contiene supuestos sobre el mercado, información de diversas fuentes y proyecciones relativos a la situación financiera, los resultados de las actividades, el negocio, la estrategia y los planes de Atresmedia y sus filiales. Dicha información no constituye garantía alguna de resultados futuros y está sujeta a riesgos e incertidumbres que los pueden hacer diferir sustancialmente de los esperados.

Atresmedia no asume la obligación de hacer públicos los resultados de cualquier modificación que se haga sobre las previsiones contenidas en esta nota. Tampoco se incluyen en la misma hechos o circunstancias posteriores a la fecha de referencia de los resultados e información financiera presentados.

La información suministrada no ha sido auditada, pero es en la medida de lo posible la más actualizada, sin que ello constituya garantía alguna de exactitud. Ni Atresmedia ni ninguna de sus filiales se responsabiliza de si alguna información es incompleta, inadecuada o desfasada o de los perjuicios generados por el uso de esta información, o por su aceptación.

Se recomienda a los analistas e inversores que consulten la información financiera y de otro tipo que la Sociedad registra en la CNMV.

## MARs

---

- Ingresos netos: Se calcula como la suma del Importe neto de la cifra de negocios y de Otros ingresos de explotación.
- EBITDA: es el Resultado de explotación más las Amortizaciones de inmovilizado y los Deterioros y enajenaciones de inmovilizado.
- Deuda financiera Neta: es el principal indicador que utiliza la Dirección para medir el nivel de endeudamiento del Grupo. Se corresponde con la Deuda financiera bruta menos el Efectivo y otros medios líquidos equivalentes.

---

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore