



Resultados enero-septiembre 2024

24/10/24

**ATRESMEDIA crece en Ingresos Netos (+7,0%), Resultado de Explotación (+6,5%) y Beneficio Neto (+8,2%) en los nueve primeros meses de 2024. Monetiza parcialmente su inversión en Fever con significativas plusvalías.**

**El Grupo consolida su estructura financiera alcanzando una Posición Financiera Neta de 145,1 millones de euros a 30 de septiembre de 2024.**

- El Grupo mantiene su sólido liderazgo y junto a la positiva evolución del mercado le permiten alcanzar unos Ingresos Netos de 713,2 millones de euros, un Resultado de Explotación de 103,1 millones de euros y un Beneficio Neto de 77,4 millones de euros.
- Atresmedia Televisión lidera en audiencias<sup>1</sup> con una considerable ventaja sobre su competidor. Antena 3 (12,6%) es la cadena más vista en los primeros nueve meses del año y la de mejor perfil comercial en Prime Time.
- Los ingresos de publicidad en Contenido Audiovisual han crecido un 5,2%, los relacionados con la Producción y Distribución de Contenidos se han incrementado un 14,8% y los Otros Ingresos un 25,6%.
- La División de Diversificación formaliza diversas operaciones de venta que suponen la monetización de una parte de la inversión en Fever Labs, por un importe de 59 millones y una plusvalía de 50 millones de euros.
- Los ingresos de Radio crecen un 6,2%.

## Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en los nueve primeros meses de 2024 unos ingresos netos de 713,2 millones de euros lo que supone un incremento del 7,0% respecto al año anterior. El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) es de 116,0 millones de euros, una mejora de 5,7 millones de euros respecto al 2023. Por su parte el Beneficio Neto crece un 8,2% en el periodo hasta los 77,4 millones de euros.

Millones de euros

<b>Grupo Atresmedia</b>	<b>Ene-Sep 2024</b>	<b>Ene-Sep 2023</b>	<b>Evolución</b>
Ingresos Netos	713,2	666,4	7,0%
Resultado Bruto de Explotación	116,0	110,3	5,2%
Resultado de Explotación	103,1	96,8	6,5%
Beneficio del ejercicio	77,4	71,5	8,2%

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



La inversión publicitaria total<sup>2</sup> aumenta un 5,5%. El medio televisión crece un 4,0% y el medio radio un 4,9%, en ambos casos incluyendo sus mercados digitales.

<b>Variables operativas destacadas</b>	<b>Ene-Sep 2024</b>	<b>Ene-Sep 2023</b>
Audiencia TV <sup>1</sup>	26,4%	26,8%
Oyentes Radio (millones) <sup>3</sup>	2,9	2,8

## Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 662,3 millones de euros frente a los 618,9 millones de euros obtenidos en los nueve primeros meses de 2023, lo que supone un incremento del 7,0%.

Millones de euros	<b>Ene-Sep 2024</b>	<b>Ene-Sep 2023</b>	<b>Evolución</b>
<b>Audiovisual</b>			
Publicidad en Contenido Audiovisual	560,9	533,2	5,2%
Producción y Distribución de Contenidos	67,5	58,8	14,8%
Otros Ingresos	34,5	27,5	25,6%
Eliminaciones	(0,6)	(0,5)	
<b>Ingresos Netos</b>	<b>662,3</b>	<b>618,9</b>	<b>7,0%</b>

Los ingresos netos de publicidad en Contenido Audiovisual crecen un 5,2%, alcanzando en el periodo los 560,9 millones de euros, aprovechando el liderazgo consolidado en audiencia y la eficaz estrategia de comercialización de contenidos. Estos ingresos incluyen todos los ingresos publicitarios por comercialización de espacios en los soportes en los que interviene el Grupo (TV lineal, TV conectada, Atresplayer, canales digitales, influencers marketing, webs propias y soportes editoriales de terceros).

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



**Atresmedia registra entre enero y septiembre de 2024 un share del 26,4% y acumula 8 trimestres consecutivos de liderazgo.** Supera por 1,3 puntos a Mediaset a pesar de tener un canal menos e incrementa la ventaja con su principal competidor. Cierra el tercer trimestre del año líder con un 25,0%, a 0,8 puntos de Mediaset y a más de 7 puntos de TVE, a pesar de emitir la Eurocopa y los Juegos Olímpicos. **Atresmedia encadena 17 meses consecutivos de liderazgo.**

Se mantiene líder también en prime time con un 25,9% en lo que va de año, (+1,4 respecto a Mediaset). En el tercer trimestre acumula un 24,0% y suma doce trimestres consecutivos como primera opción.

**Antena 3 revalida su liderazgo y suma 35 meses consecutivos por delante de su competidor.** En los primeros nueve meses de 2024 anota un 12,6%, con una ventaja de 2,6 puntos respecto a T5, que se sitúa como tercera opción por detrás de La1. En el tercer trimestre logra un 11,8%, supera por 2,5 puntos a T5 (9,3%), que repite su mínimo histórico, y empata con La1 (11,8%), que tuvo la Eurocopa y los Juegos Olímpicos.

En prime time (13,0%) mantiene su liderazgo por delante de La1 (12,2%, con un verano de eventos deportivos) y T5 (9,6%).

Cuenta con los contenidos líderes de la TV. **A3 Noticias 1** (21,6% y 2.052.000 de espectadores) es el informativo más visto y **A3 Noticias 2** (17,1% y 1.866.000) lidera la información del prime time. **El hormiguero** (15,2% y 2.007.000) y **Pasapalabra** (18,0% y 1.642.000) son líderes en el entretenimiento diario. Desde febrero en la sobremesa **Sueños de libertad** (13,2% y 1.219.000) se sitúa desde su inicio como la oferta líder de ficción diaria.

**laSexta (6,2%) sigue inamovible como tercera cadena privada más vista.** De nuevo supera a Cuatro (5,3%), a la que se impone los últimos 39 meses de forma consecutiva. También lidera en Target Comercial (7,1%) sobre Cuatro con una ventaja de un punto.

Los informativos se colocan entre lo más visto de la cadena. **laSexta Noticias 14H** (9,6%) logra sus mejores datos del año en septiembre y **laSexta Noticias 20H** (7,8%) arranca la temporada con su mejor dato en casi un año y a 4 puntos de Noticias Cuatro (3,8%). En la mañana sigue imbatible Aruser@s (17,1%) y Al rojo vivo logra un 10,4%.

Las temáticas crecen al 7,6% en lo que va de año. A3S (2,0%) encadena dos trimestres con máximo histórico (2,1%). Nova (2,2%) logra su mejor dato trimestral en dos años. Neox (1,9%) y Mega (1,5%) se mantienen como cadenas de referencia en su target objetivo.

---

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



En el **negocio Digital**, Atresmedia se mantiene, a septiembre 2024, como **grupo audiovisual líder en internet**<sup>4</sup>. Logra una media en lo que va de año de 23,9 millones de visitantes únicos y alcanza el quinto puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

La plataforma de vídeo online del Grupo, Atresplayer, acumula, según datos de comScore, una media de 3,0 millones de visitantes únicos, un 26% por encima de su rival directo y un 60% por encima de la plataforma de la cadena pública. Alcanza en el mes de septiembre un consumo de 20 millones de horas de vídeo (un 28% más que en el mismo periodo del año anterior) y 16,6 millones de usuarios registrados.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 67,5 millones de euros frente a los 58,8 millones de euros del acumulado a septiembre del año anterior, un incremento del 14,8% explicado principalmente por las ventas internacionales de contenidos, los ingresos B2C y B2B de la plataforma SVOD Atresplayer y el negocio del Cine.

Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante los primeros nueve meses del año representan el 53% de la recaudación del Cine Español, posicionándose seis de ellas entre las diez películas españolas más taquilleras en lo que va de año.

Atresplayer Premium continúa cumpliendo los hitos en su plan de crecimiento, **augmentando de forma sostenida en suscriptores e ingresos** gracias a una oferta de contenidos más amplia cada día que permite la retención y captación de abonados en todos los diferentes paquetes y ofertas comerciales disponibles (nacional plan premium: 4,99 eur/mes, 49,99 eur/año, nacional plan premium familiar: 7,99 eur/mes, 79,99 eur/año, novelas nova e internacional).

La plataforma estrena en este periodo series de ficción como "Una vida menos en Canarias", "La pasión turca", "Un nuevo amanecer", "Beguinás", "Red flags", "Eva y Nicole" y "Ángela"; programas de entretenimiento como "All Stars Drag Race" y "Drag Race Temporada 4", y la serie documental true crime "Tor".

En el ámbito internacional, los canales de Atresmedia superan los 54 millones de abonados.

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias, derechos editoriales y ventas de la plataforma de viajes Waynabox, alcanzan los 34,5 millones de euros frente a los 27,5 millones de euros de 2023, lo que supone un crecimiento del 25,6%.

---

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



## Radio

---

El negocio Radio alcanza en los nueve primeros meses de 2024 unos ingresos netos de 57,7 millones de euros, frente a los 54,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo del año anterior, lo que supone un crecimiento del 6,2%, mejorando la subida del 4,9% del mercado.

Millones de euros	Ene-Sep	Ene-Sep	
<b>Radio</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>	<b>Evolución</b>
Ingresos Netos	57,7	54,3	6,2%

Atresmedia Radio tiene una audiencia<sup>3</sup> media de 2,9 millones de oyentes. Onda Cero consolida su posición con 2,1 millones de oyentes y se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. Con respecto a las radios temáticas, Europa FM registra 0,7 millones de oyentes, y Melodía FM 93 mil.

## Operaciones corporativas y Posición financiera

---

Durante este trimestre, se han producido hitos importantes relacionados con Fever Labs, una de las inversiones financieras más importantes del Grupo.

Atresmedia ha llevado a cabo la formalización de varias operaciones de venta que, en su conjunto, suponen una desinversión de aproximadamente el 2,7% del capital (totalmente diluido) de Fever Labs.

De estas operaciones, estaban totalmente culminadas, al 30 de septiembre, ventas por importe de 41 millones de euros con un resultado positivo de 35 millones y en los próximos días se espera cerrar la última de ellas por importe de 18 millones de euros y un resultado positivo de 15 millones de euros.

Por tanto, el conjunto de operaciones de venta, que supondrá un retorno sobre la inversión cercano a x7 veces la inversión, reportará a la compañía unos ingresos de 59 millones de euros y una plusvalía de 50 millones de euros.

Tras estas operaciones, la participación de Atresmedia en Fever Labs se mantiene por encima del 5% (considerado un capital totalmente diluido).

---

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



El resultado de estas operaciones será contabilizado e imputado directamente, junto con su efecto fiscal, a Patrimonio, siguiendo el criterio contable y las normas de valoración del Grupo para este tipo de instrumentos.

Por su parte, la posición financiera neta del Grupo, positiva por 145,1 millones de euros al cierre de septiembre supone una mejora de 122,0 millones respecto al cierre del ejercicio 2023.

En el mes de junio se procedió al reparto de un dividendo complementario correspondiente a la distribución de los resultados del ejercicio 2023, a razón de 0,24 euros por acción en términos brutos por un total de 54,0 millones de euros.

## ASG

---

En 2024 Atresmedia ha trabajado en la identificación e implementación de acciones para avanzar en el cumplimiento de su estrategia **Cero Neto**. Entre ellas, ha ampliado el número de centros de trabajo que consumen energía eléctrica de origen renovable y está trabajando en la mejora del cálculo de sus emisiones de alcance 3 y en la identificación de medidas para hacer sus producciones audiovisuales más sostenibles.

El Grupo Audiovisual ha vuelto a presentar el informe de cambio climático de referencia **CDP**, en el que obtuvo una calificación de **A- en 2023** y ha vuelto a formar parte del ranking **Europe's Climate Leaders 2024**. En cuanto a la difusión de contenidos medioambientales, la iniciativa **Luz Verde** de Onda Cero ha convertido la lucha contra el cambio climático en una cuestión transversal a toda su programación.

Durante 2024, Atresmedia ha concedido **37 nuevas becas formativas** para la integración laboral de jóvenes con discapacidad dentro de su programa **Becas Capaz** y ha sumado la colaboración de una nueva entidad, Fundación Eurofims. Adicionalmente, ha firmado un acuerdo de colaboración con la **Confederación Salud Mental** para desarrollar iniciativas destinadas a potenciar una imagen real y adecuada de las personas con problemas de salud mental en los medios de comunicación y en el último trimestre ha renovado su compromiso con la **Carta de la Diversidad** y sus 10 principios de diversidad, equidad e inclusión.

---

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Además, Atresmedia ha emitido gratuitamente **27 campañas publicitarias de sensibilización** social para visibilizar la labor de 21 ONG. En el marco de su iniciativa **Hablando en Plata**, se ha convertido en la única televisión en Europa con el certificado AENOR por su compromiso con las personas mayores. Por su parte, **Ponle Freno** ha celebrado la 16ª edición de los premios Ponle Freno y ha convocado una nueva edición de su prestigiosa carrera, y **Constantes y Vitales** ha celebrado su 10º aniversario con una gran campaña que refuerza su compromiso con la ciencia y la investigación.

**La Fundación Atresmedia** ha celebrado la **3ª edición de “Efecto MIL”** para promover el uso positivo de las redes sociales entre los jóvenes, la **3ª edición de los premios y el encuentro “Mentes AMI”** y ha lanzado la segunda temporada de su canal **‘AMIBOX’** que, como novedad, viene acompañada de una app móvil orientada a las familias.

El Grupo ha publicado su primer análisis de **dobles materialidad** en su Estado de Información No Financiera 2023 (EINF). Bajo los resultados de este análisis, el Grupo está trabajando en la adaptación de su reporte a los requerimientos regulatorios de la CSRD y los ESRS bajo los que publicará su primer **Estado de Sostenibilidad**.

La prestigiosa revista Newsweek ha elegido a Atresmedia por segundo año consecutivo como una de las compañías más confiables del mundo, siendo la única empresa española que aparece en la categoría de Medios y Entretenimiento.

## Perspectivas futuras

---

Las perspectivas macroeconómicas para los próximos meses siguen siendo razonablemente optimistas. Según el último panel de Funcas, el crecimiento de la economía española en el año 2024 alcanzará el 2,6%, dos décimas por encima de lo previsto en el informe anterior del mes de julio, gracias al mejor comportamiento de los dos primeros trimestres del año.

En este contexto, el mercado de la publicidad total ha experimentado uno de los mejores arranques de año de los últimos ejercicios. El primer trimestre de 2024 fue especialmente sorprendente, con altas tasas de crecimiento en la mayoría de los soportes publicitarios del Grupo. El ritmo de crecimiento fue menor en el segundo trimestre, pero aún en positivo. El tercer trimestre se mantiene, en general, en los niveles de inversión del año anterior.

---

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



En cuanto a las expectativas publicitarias para final de año, esperamos una inversión publicitaria en todos nuestros soportes de TV y Radio (medido en ambos casos como la suma de la publicidad convencional y digital) no muy diferente al mismo periodo de 2023.

Atresmedia mantiene y consolida mes a mes su posición de liderazgo comercial y en audiencias. Ello permite confirmar la consecución, para final de año, de unos ingresos superiores a los 1.000 millones de euros y unos márgenes operativos de entre 17 y 18%, en línea con los de los últimos años.

En el ámbito de nuestra posición financiera, y teniendo en cuenta los fondos generados tras la operación en Fever, consideramos razonable una estimación de caja neta a cierre del ejercicio 2024 cercana a los 100 millones de euros aproximadamente. Esta estimación recoge el pago del dividendo final con cargo al ejercicio 2023 en junio, por valor de 0,24 euros por acción (54 millones de euros) y asume durante el mes de diciembre el previsible pago de un dividendo a cuenta a cargo 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.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore