

## ATRESMEDIA logra un EBITDA de 116,6 millones de euros y un Beneficio Neto de 74,8 millones de euros en los nueve primeros meses de 2022.

- Los ingresos netos del Grupo alcanzan los 654,4 millones de euros en el periodo. El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) ha sido de 116,6 millones de euros.
- La inversión publicitaria en el total medios se ha incrementado un 1,2%<sup>1</sup>.
- Atresmedia ha aumentado su cuota de mercado en el medio TV hasta alcanzar un 43,1%.
- El Grupo Atresmedia vuelve a liderar en audiencias<sup>2</sup> e incrementa considerablemente la ventaja sobre su competidor. Antena 3 (13,9%) es la cadena más vista y la de mejor perfil comercial en Prime Time.
- Audiovisual: Los ingresos de publicidad en televisión han decrecido un 4,1%, por debajo de la caída del mercado, que ha sido del 6,5%, y los de publicidad digital se han incrementado un 10,7%.
- Radio: Crecen sus ingresos un 7,3%.

### Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en los nueve primeros meses de 2022 unos ingresos netos de 654,4 millones de euros lo que supone un ligero decremento del 1,6% respecto al año anterior. El Resultado Bruto de Explotación es de 116,6 millones de euros, frente a los 120,3 millones de euros de 2021.

Millones de euros	Ene-Sep 2022	Ene-Sep 2021	Evolución
<b>Grupo Atresmedia</b>			
Ingresos Netos	654,4	664,9	(1,6%)
Resultado Bruto de Explotación	116,6	120,3	(3,0%)
Beneficio del ejercicio	74,8	79,9	(6,3%)

La inversión publicitaria<sup>1</sup> aumenta un 1,2%. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión decrece un 6,5%, mientras que los medios radio y digital crecen un 8,8% y un 3,0% respectivamente.

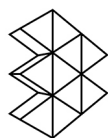
Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2022	Ene-Sep 2021
Audiencia TV <sup>2</sup>	27,5%	27,3%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	43,1%	42,0%
Oyentes Radio (millones) <sup>3</sup>	2,9	3,0

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



## Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 609,3 millones de euros frente a los 623,6 millones de euros obtenidos en 2021, lo que supone un descenso del 2,3%.

Millones de euros	Ene-Sep	Ene-Sep	
<b>Audiovisual</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>Evolución</b>
Publicidad Televisión	479,8	500,0	(4,1%)
Publicidad Digital	50,2	45,4	10,7%
Producción y Distribución de Contenidos	50,3	56,2	(10,5%)
Otros Ingresos	29,4	22,0	33,7%
Eliminaciones	(0,5)		n/a
<b>Ingresos Netos</b>	<b>609,3</b>	<b>623,6</b>	<b>(2,3%)</b>

Los ingresos de publicidad de televisión decrecen un 4,1% alcanzando en el periodo los 479,8 millones de euros. La cuota de mercado, según estimaciones internas, es del 43,1%, sumando 1,1 puntos respecto al acumulado a septiembre del año anterior.

El consumo televisivo<sup>2</sup> en España, por persona y día, en los nueve primeros meses de 2022 ha sido de 3 horas y 9 minutos.

Atresmedia es el grupo televisivo más visto con un 27,5% en el acumulado a septiembre de 2022. Suma 1,1 puntos más que Mediaset, a pesar de tener un canal menos. Se mantiene líder en audiencias en Prime Time con un 27,6%, 2,8 puntos por delante de Mediaset.

La audiencia del grupo en el tercer trimestre alcanza un 26,3% en total día, siendo líder en agosto (26,3%) y en septiembre (26,9%). Además, lidera en el horario de máximo consumo (26,5%) con una ventaja de 1,4 puntos sobre Mediaset.

Antena 3 se mantiene como la cadena de televisión más vista de España por cuarto trimestre consecutivo, logrando en el acumulado a septiembre un 13,9% de cuota. En Prime Time lidera con un 14,8%. También se mantiene líder en Prime Time en el target comercial, público de más interés para las marcas: 13,4%, +0,7 versus Telecinco.

Antena 3 alcanza en el trimestre una audiencia del 13,6% y supera a su principal competidor en 1,5 puntos, la mayor distancia desde hace más de 22 años. En septiembre alcanza un 14% y registra la ventaja más alta con su rival en un arranque de temporada desde hace 25 años.

Además, en este tercer trimestre, lidera en prime time tanto en total individuos (14,6%) como en el público de mayor interés comercial (12,9%).

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Antena 3 emite los contenidos más vistos de la televisión. Tiene los informativos, el entretenimiento y las series líderes. A3 Noticias (18,8% y 1,9 millones de espectadores) suma en septiembre 33 meses de liderazgo, mientras que El hormiguero (17% y 2,2 millones de seguidores) y Pasapalabra (22,6% y 2,0 millones) se mantienen como los programas de más audiencia.

La Sexta se muestra imbatible como tercera cadena privada más vista. En el periodo, sigue superando a Cuatro en total día, tanto en total individuos (+1,1 puntos) como en el target comercial (+1,3 puntos).

Cierra el tercer trimestre del año con un 5,5%, por encima de su más directo competidor tanto en total individuos (0,6 puntos) como en el público de mayor interés comercial (0,8 puntos). Se impone a Cuatro en 50 de los últimos 51 meses.

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 50,2 millones de euros frente a los 45,4 millones de euros obtenidos en el acumulado a septiembre de 2021 lo que supone un crecimiento del 10,7%. Este crecimiento supone un mejor comportamiento con respecto al mercado de la publicidad digital, que ha crecido un 3,0%<sup>1</sup>.

En el negocio Digital, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet<sup>4</sup>. Supera, en el mes de agosto, los 25,9 millones de visitantes únicos, y registra el séptimo puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 50,3 millones de euros frente a los 56,2 millones de euros del acumulado a septiembre del año anterior. En este año 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 estos ingresos hubieran crecido en más de 7 millones de euros.

Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante los primeros nueve meses del año representan el 44% de la recaudación del Cine Español siendo “Padre no hay más que uno 3” la película española más taquillera en lo que va de año.

Atresplayer Premium continúa con la consolidación de su Plan de Negocio en cuanto a suscriptores y oferta de contenidos, habiendo estrenado en este trimestre series de gran éxito como “Dos años y un día” y “La novia gitana”.

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

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 29,4 millones de euros frente a los 22,0 millones de euros de 2021, lo que supone un crecimiento del 33,7%.

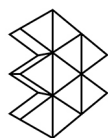
---

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



## Radio

---

El negocio Radio alcanza en los nueve primeros meses de 2022 unos ingresos netos de 51,8 millones de euros, frente a los 48,3 millones de euros obtenidos en el año anterior, lo que supone un crecimiento del 7,3%.

Millones de euros <b>Radio</b>	<b>Ene-Sep 2022</b>	<b>Ene-Sep 2021</b>	<b>Evolución</b>
Ingresos Netos	51,8	48,3	7,3%

Atresmedia Radio tiene una audiencia<sup>3</sup> media de 2,9 millones de oyentes. Onda Cero continúa su tendencia de crecimiento y, con 2,0 millones de oyentes, se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas, con un crecimiento significativo respecto a la 2ª Ola del año anterior. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 0,8 millones de oyentes y Melodía FM 111 mil.

## Posición financiera y hechos significativos

---

La deuda financiera neta del Grupo es de 64,5 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 0,4. Teniendo en cuenta las inversiones financieras a largo plazo (depósitos), la deuda neta se sitúa en 14,5 millones.

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.

## ASG

---

Atresmedia ha iniciado 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. Además, ha definido los principales riesgos y oportunidades del cambio climático a los que se enfrenta y ha respondido al informe de cambio climático CDP (Carbon Disclosure Project) aportando datos cualitativos y cuantitativos sobre la estrategia medioambiental del Grupo y sus resultados.

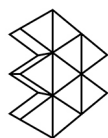
El Grupo ha colaborado con el Comité de Emergencia compuesto por 6 ONG, en la sensibilización social y la captación de fondos que ayuden a los millones de personas afectadas por la guerra en Ucrania. Gracias a la labor de difusión de Atresmedia en todos sus canales de televisión, radio y digital, el Comité de Emergencia ha superado

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



la cifra de un millón de euros para responder a esta crisis humanitaria. Adicionalmente, a través de la Fundación Atresmedia, ha puesto en marcha proyectos, como “Mentes AMI” o “Efecto MIL”, que impulsan la alfabetización mediática e informacional entre niños y jóvenes con el objetivo de darles herramientas para que puedan desenvolverse con mayor seguridad en el actual entorno mediático y hacer frente a riesgos como la desinformación, el ciberbullying o las adicciones a las RRSS.

Por otro lado, la compañía ha presentado el “Informe de Progreso” al Pacto Mundial de Naciones Unidas, en el que Atresmedia reporta las acciones relativas al desarrollo sostenible en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción y su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Y por tercer año consecutivo acogió el evento empresarial referente en sostenibilidad, “ESG Spain 2022: corporate sustainability Forum”, organizado por Forética, que contó con la participación de más de 1.500 personas.

## Perspectivas futuras

---

En un entorno geopolítico y macroeconómico 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). Las previsiones de crecimiento actuales tanto de PIB como de consumo privado son positivas para 2022 y 2023, aunque auguran un menor crecimiento que el estimado hace tres meses. El mercado de publicidad del total de medios, tan ligado a la evolución macroeconómica, verá un crecimiento plano o ligeramente positivo respecto a 2021. Estimamos que los mercados de radio y digital terminarán el ejercicio por encima de la evolución del mercado total, mientras que el mercado de televisión cerrará el año en línea con la tendencia observada hasta este trimestre.

A pesar de la incertidumbre y de la baja visibilidad que hay en el mercado a día de hoy, Atresmedia prevé consolidar los márgenes de explotación obtenidos en 2021.

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

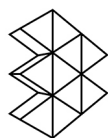
---

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



#### 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 Estimaciones internas  
2 Kantar Media  
3 EGM 2ª Ola (media móvil)  
4 Comscore