

ATRESMEDIA



RESULTADOS ENERO-MARZO 2016

31 de marzo de 2016



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: Televisión y Radio.



1.	ASPECTOS DESTACADOS	3
1.1	Hitos del periodo 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 periodo	9
2.2	Balance consolidado	10
2.3	Cash Flow consolidado	11
2.4	Evolución de la acción	12
2.4.1	La acción de Atresmedia	12
2.4.2	Recomendaciones de analistas	13
2.5	Responsabilidad corporativa	13
3.	ATRESMEDIA TELEVISION	15
3.1	Mercado Publicitario	15
3.2	Evolución Audiencia y Contenidos	16
3.3	Cuenta de Resultados	21
3.3.1	Ingresos Netos	22
3.3.2	Gastos de Explotación	22
3.3.3	Resultados de Explotación y márgenes	23
4.	ATRESMEDIA RADIO	24
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	24
4.2	Cuenta de Resultados	25
5.	OTROS NEGOCIOS	27
5.1	Atresmedia Cine	27
5.2	Atresmedia Digital	27
5.3	Cuenta de Resultados	29



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del periodo y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Audiencia total TV	27,9%	26,6%
Cuota de mercado TV	43,6%	42,6%
Oyentes Radio (miles) (1ª Ola EGM)	4.319	4.954
Nº de empleados total	1.880	1.751

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Ingresos Netos	246.039	232.019
Resultado Bruto de Explotación	40.263	33.943
Beneficio del Ejercicio	27.155	21.098
Deuda Financiera Neta	149.722	127.935

Atresmedia alcanza en el primer trimestre del año 2016 un Resultado Bruto de Explotación de 40,3 millones de euros, 6,3 millones de euros más que en el primer trimestre de 2015, y un Beneficio Consolidado de 27,2 millones de euros, multiplicando por 1,3 veces el obtenido en el acumulado a marzo del año anterior.

Atresmedia Televisión alcanza en el periodo una cuota de audiencia del 27,9%, siendo la audiencia obtenida en el prime time, en el target comercial, del 33,0%. Gracias al buen perfil comercial de los canales del Grupo se ha alcanzado en el periodo, según estimaciones internas, una cuota de mercado del 43,6%, 1,0 punto superior a la obtenida en el ejercicio anterior.

El canal Antena 3 alcanza una cuota de audiencia en el período del 13,2%, liderando con un 15,3% la audiencia en el prime time en el target comercial, superando en 2,2 puntos a su principal competidor.

El canal laSexta, consigue una audiencia media en el trimestre del 7,6%, siendo la cuota en el prime time en el target comercial del 9,2%, 1,4 puntos mayor que la de su principal competidor.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,1% en el acumulado a marzo de 2016. En el prime time en el target comercial suman un 8,5%.

Atresmedia Radio alcanza el periodo enero a marzo de 2016 un Resultado Bruto de Explotación de 3,0 millones de euros.

El Resultado Bruto de Explotación de los **Otros Negocios** del Grupo mejora de modo significativo principalmente por las menores amortizaciones de cine español.

1.2 Entorno económico y de mercado

Según las previsiones macroeconómicas de diversos organismos, la recuperación económica se mantiene, aunque con algo menos de fuerza que el año pasado.

El último panel de expertos publicado por Funcas en marzo de 2016, estima un crecimiento del PIB para el primer trimestre de este año del 0,6%, que podría mantenerse en el mismo ritmo para todos los trimestres. De esta manera, el crecimiento del año estaría en el 2,7%, en línea con lo que estiman otros organismos internacionales (el Banco de España, el FMI o la OCDE). Por primera vez se publican datos de previsión de crecimiento para 2017, que se situaría en el 2,3%.

En cuanto a la creación de empleo, el consenso espera un crecimiento del 2,4% para 2016 -sin cambios con respecto al panel anterior-, mientras que para 2017 la previsión se sitúa en el 2,0%. Así, la tasa de desempleo (EPA) pasará del 19,9% en 2016 hasta el 18,2% en 2017.

El consumo de los hogares sigue igualmente dando muestras de crecimiento fuerte. Se espera un incremento que llega ya al 2,9% para 2016 (en línea con el año anterior), y al 2,4% para 2017.



Según estimaciones internas, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a marzo de 2016 habría crecido en torno a un 3,2% respecto al mismo período de 2015. En el trimestre crecen los medios televisión (5,6%) e internet (12,2%), mientras que el medio radio baja un 0,6%.

Mercado Publicitario por medios	1T16 vs 1T15
Televisión	5,6%
Radio	-0,6%
Internet	12,2%
Diarios	-5,6%
Revistas	-0,9%
Exterior	0,3%
Dominicales	-10,3%
Cine	6,6%
TOTAL MEDIOS	3,2%

Fuente: Estimaciones internas



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015	Evolución
Importe neto de la cifra de negocios	229.915	221.666	3,7%
Otros ingresos	16.124	10.353	55,7%
INGRESOS NETOS	246.039	232.019	6,0%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	205.776	198.076	3,9%
Resultado bruto de explotación	40.263	33.943	18,6%
Amortización del inmovilizado	4.481	4.104	9,2%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(1)	(4)	75,0%
Beneficio de explotación	35.783	29.843	19,9%
Resultado financiero	(1.520)	(2.387)	36,3%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	(396)	(464)	14,7%
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	33.867	26.992	25,5%
Impuesto sobre sociedades	6.719	5.902	13,8%
Beneficio del ejercicio	27.148	21.090	28,7%
Resultado atribuido a socios externos	7	8	(12,5%)
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	27.155	21.098	28,7%

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a marzo de 2016 alcanzan los 246,0 millones de euros, frente a los 232,0 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2015, lo que supone un incremento del 6,0%.

Ingresos Netos (Miles de euros)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015	Evolución
Atresmedia Televisión	224.156	203.739	10,0%
Atresmedia Radio	18.133	21.977	-17,5%
Otros negocios	3.750	6.303	-40,5%
ATRESMEDIA	246.039	232.019	6,0%

El mercado publicitario de medios convencionales continúa creciendo durante el primer trimestre de 2016. Los ingresos del Grupo Atresmedia se comportan sustancialmente mejor que el mercado.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación en el primer trimestre de 2016 han crecido un 3,9% respecto del mismo periodo de 2015.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015	Evolución
Atresmedia Televisión	190.718	176.358	8,1%
Atresmedia Radio	15.126	16.789	-9,9%
Otros negocios	(68)	4.930	n/a
ATRESMEDIA	205.776	198.076	3,9%



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015	Evolución
Consumo de programas y Otros	118.880	115.746	2,7%
Gastos de Personal	31.333	29.327	6,8%
Otros gastos de explotación	55.563	53.003	4,8%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	205.776	198.076	3,9%

El crecimiento en costes en el periodo se debe, principalmente, al mayor consumo de programas y gastos de personal relacionados con las retransmisiones de la UEFA Champions League y los canales Mega y Atreseries, incorporados a lo largo del segundo semestre del año anterior; así como a los mayores costes variables ligados a ventas.

La inversión en programación acometida ha permitido mejorar la posición competitiva en términos de audiencia y aprovechar la tendencia al alza del mercado de la publicidad.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a marzo de 2016 alcanza los 40,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 18,6% respecto al Resultado Bruto de Explotación del acumulado a marzo de 2015. El margen sobre ingresos netos en el primer trimestre de 2016 crece, situándose en un 16,4%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Atresmedia Televisión	33.438	27.381
Margen/Ingresos Netos	14,9%	13,4%
Atresmedia Radio	3.007	5.188
Margen/Ingresos Netos	16,6%	23,6%
Otros negocios	3.818	1.374
Margen/Ingresos Netos	101,8%	21,8%
TOTAL ATRESMEDIA	40.263	33.943
Margen/Ingresos Netos	16,4%	14,6%



El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a marzo de 2016 es de 35,8 millones de euros, un 19,9% por encima del Resultado de Explotación del acumulado a marzo del año anterior.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Atresmedia Televisión	29.564	23.877
Margen/Ingresos Netos	13,2%	11,7%
Atresmedia Radio	2.514	4.808
Margen/Ingresos Netos	13,9%	21,9%
Otros negocios	3.705	1.158
Margen/Ingresos Netos	98,8%	18,4%
TOTAL ATRESMEDIA	35.783	29.843
Margen/Ingresos Netos	14,5%	12,9%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

Los resultados financieros mejoran significativamente por el menor endeudamiento bancario y las mejores condiciones de las financiaciones en vigor.

El Resultado antes de impuestos del primer trimestre de 2016 ha ascendido a 33,9 millones de euros frente a los 27,0 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del periodo

El Beneficio Consolidado del primer trimestre de 2016 es de 27,2 millones de euros, frente a los 21,1 millones de euros obtenidos en el primer trimestre de 2015.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	31 Marzo 2016	31 Diciembre 2015
ACTIVO		
Fondo de comercio	150.012	150.012
Otros activos intangibles	139.314	140.298
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	56.694	61.201
Activos por impuesto diferido	290.471	289.328
ACTIVOS NO CORRIENTES	636.491	640.839
Derechos de programas y existencias	370.171	352.050
Deudores comerciales y otros deudores	220.334	234.586
Otros activos corrientes	30.063	20.540
Activo por impuesto corriente	4.485	6.793
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	10.397	1.017
ACTIVOS CORRIENTES	635.450	614.986
TOTAL ACTIVO	1.271.941	1.255.825
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas indisponibles	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	306.767	279.923
Acciones propias	(8.666)	(8.666)
Dividendos a cuenta	(40.490)	(40.490)
Otros instrumentos de patrimonio	2.129	2.129
Ajustes por cambios de valor y otros	(105)	2.607
PATRIMONIO NETO	509.714	485.582
Deudas con entidades de crédito	125.379	127.437
Otros pasivos no corrientes	18.584	49.714
Pasivos por impuestos diferidos	26.160	26.180
PASIVOS NO CORRIENTES	170.123	203.331
Deudas con entidades de crédito	34.740	32.044
Acreedores comerciales y otros acreedores	447.204	436.304
Otros pasivos corrientes	103.179	98.564
Pasivos por impuesto corriente	6.981	
PASIVOS CORRIENTES	592.104	566.912
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.271.941	1.255.825

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas

La deuda financiera neta del Grupo es de 149,7 millones de euros frente a los 158,5 millones de euros a diciembre de 2015.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de marzo de 2016 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 15,4 millones de euros.

Miles de euros	31 Marzo 2016	31 Marzo 2015
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	33.867	26.992
Ajustes del resultado:	5.621	9.776
- Amortizaciones	4.481	4.104
- Provisiones y otros	(379)	3.286
- Resultados Financieros	1.520	2.387
Cambios en el capital circulante	(26.409)	(19.213)
Efectivo generado por las operaciones	13.079	17.555
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	2.308	1.247
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	15.386	18.802
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(5.292)	(10.179)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(1.549)	(2.111)
Activos fijos materiales e inmateriales	(2.358)	(6.874)
Inversión en Cine Español	(1.385)	(1.193)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(5.292)	(10.179)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Gastos financieros pagados	(985)	(2.101)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(370)	(200)
Financiación bancaria	638	5.952
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(717)	3.651
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	9.379	12.274
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	1.017	31.081
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	10.397	43.355

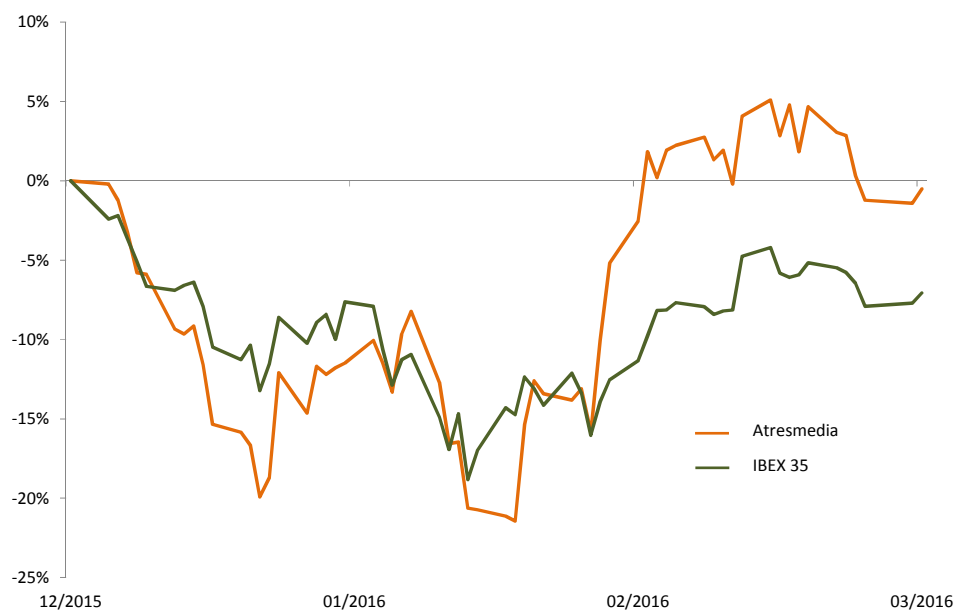
Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el primer trimestre en 9,63€/acción, lo que supone una caída del 2,1% desde principio de año. El Ibex, por su parte, se dejó un 8,6%, cerrando el período en los 8.723,1 puntos.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el primer trimestre de 2016 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Mar 2016
Cotización a 31/03/2016 (€)	9,63
Máximo (€)	10,34
Mínimo (€)	7,73
Precio Medio Ponderado (€)	8,98
Volumen medio diario (accs.)	1.137.418
Volumen medio diario (miles de €)	10.214
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Fininfo



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre del ejercicio, contamos con la opinión y recomendación de 26 analistas. De éstos, el 58% recomiendan **Comprar** acciones de Atresmedia, un 35% recomiendan **Mantener**, mientras que un 8% mantienen su recomendación de **Vender**. El Precio Objetivo medio a cierre del primer trimestre de 2016 es de 11,8 €/acción.

Durante los tres primeros meses del año, el departamento de Relación con Inversores ha participado en 9 conferencias y Road Shows en ciudades como Londres, Madrid, París, Milán, Frankfurt.

Además de estos viajes, se ha contactado de manera directa, a través de reuniones, desayunos y conversaciones telefónicas, con analistas del sector e inversores. En total, se han realizado cerca de 200 contactos con la comunidad financiera en este trimestre.

2.5 Responsabilidad corporativa

El inicio de 2016 ha estado marcado en el ámbito corporativo por diversas iniciativas de promoción de la formación interna y externa. En febrero se celebró la Semana de la Educación Vial en Atresmedia con el fin de concienciar a los profesionales del Grupo sobre la importancia de la seguridad vial y con el objetivo de reducir los accidentes en itinere de la compañía. Además, en marzo nació Atresmedia Formación, una iniciativa que pretende contribuir al progreso del sector audiovisual mediante la puesta en marcha de 400 cursos prácticos y especializados para el desarrollo de futuros profesionales de los medios audiovisuales. Además, Atresmedia se ha sumado a la campaña impulsada por el Banco Santander "Donde empieza todo" para apoyar el acceso de estudiantes al mundo laboral mediante la oferta de prácticas en la compañía.

Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas dentro de la filosofía "Compromiso Atresmedia", "Ponle Freno" ha impulsado junto a la DGT y a la Fundación de Gestores Administrativos un modelo para implantar la Educación Vial obligatoria en los colegios. Por su parte "Objetivo Bienestar" ha lanzado la 4ª convocatoria de sus premios dirigidos a los centros escolares que promuevan iniciativas saludables entre sus alumnos y "Crea Cultura" ha celebrado el foro "Nuevas plataformas para ver cine y televisión en el hogar" para impulsar la concienciación sobre descarga legal de contenidos. "Tolerancia Cero", la nueva iniciativa para luchar contra la violencia de género, lanzó la acción "Que te quiera de verdad", dirigida a los adolescentes con el



objetivo de llamar la atención sobre las situaciones de control machista, especialmente, a través de las redes sociales y los móviles.

Respecto al programa de voluntariado corporativo, Atresmedia ha iniciado la colaboración con el proyecto de la Fundación Santa María la Real "Lanzaderas de empleo y solidaridad" en el que los profesionales de la compañía aportarán de manera altruista y voluntaria sus conocimientos profesionales para ayudar a jóvenes en situación de desempleo.

La Fundación Atresmedia sigue trabajando por la mejora educativa y por ello ha celebrado una nueva edición de su evento "Grandes Profes" en el que han participado más de 1.500 profesores.

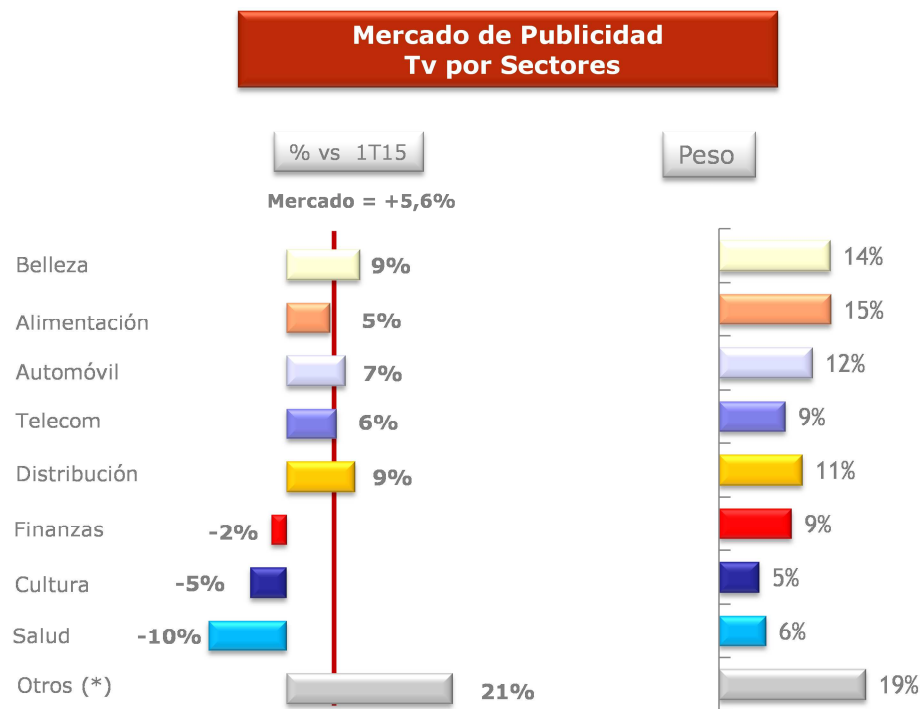
En cuanto a la dimensión medioambiental y continuando con el compromiso adquirido por la Compañía con la sensibilización contra el cambio climático, Atresmedia a través de la iniciativa "Hazte Eco", ha apoyado la campaña de WWF "Ni un Grado Más" y "La Hora del Planeta" y ha colaborado en la 3ª edición de las jornadas divulgativas "Planeta Responsable".



3. ATRESMEDIA TELEVISION

3.1 Mercado Publicitario

Según estimaciones internas, el mercado de publicidad de televisión habría crecido en torno a un 5,6% en el primer trimestre del año. Destaca la mejora de los sectores "Distribución", "Belleza" y "Automóvil".



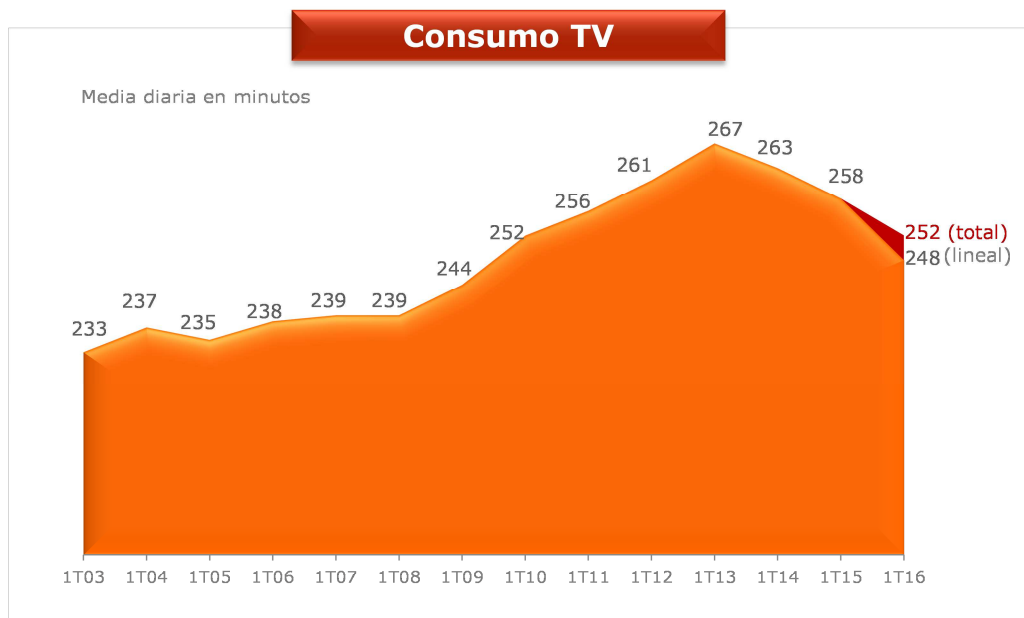
(*) Bebidas, energía, deportes, ocio , turismo etc

Fuente: Estimaciones internas



3.2 Evolución Audiencia y Contenidos

El consumo televisivo por persona y día en el primer trimestre del año 2016 es de 248 minutos (4 horas y 8 minutos), diez minutos menos que en el mismo periodo del año pasado. A esta cifra de consumo de "televisión lineal" debe añadirse 4 minutos de "visionado en diferido" (consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional. No contempla consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets).

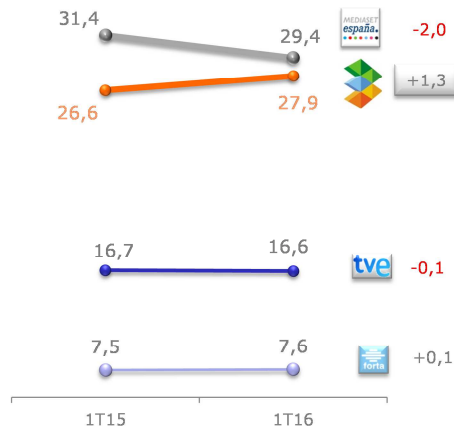


Fuente: Kantar Media

El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el primer trimestre de 2016 una cuota de audiencia del 27,9%, dato que se eleva al 31,2% en target comercial y hasta el 33,0% en la franja del prime time en target comercial, 3,5 puntos superior a la de Mediaset España.

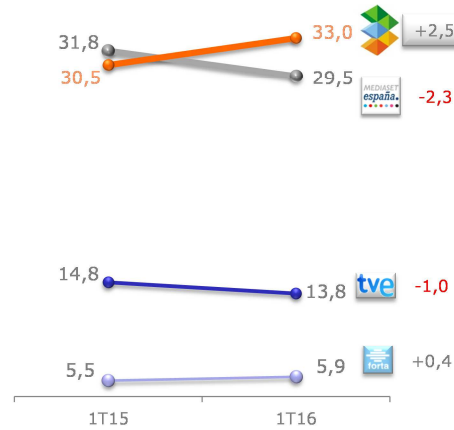


Audiencia por Grupos Total Individuos



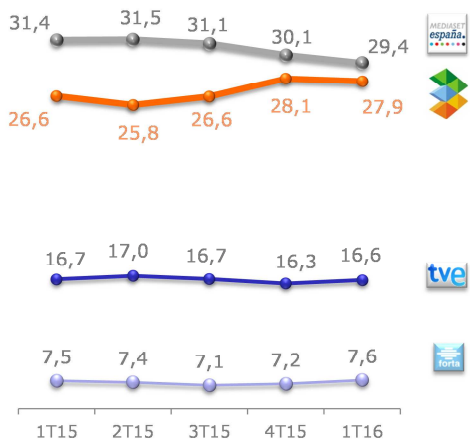
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

Audiencia por Grupos Target Comercial Prime Time



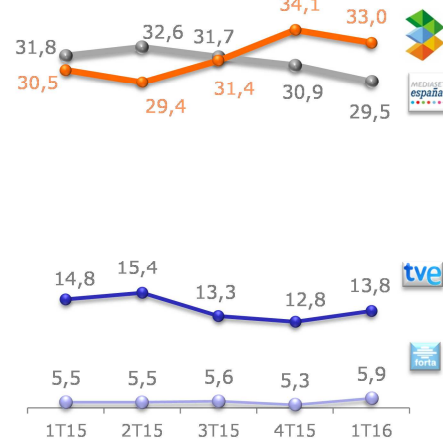
Fuente Kantar Media. Prime Time (20:30-24:00)
Target Comercial: 16-54 años, >10.000 habitantes.

Audiencia por Grupos Total Individuos



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

Audiencia por Grupos Target Comercial Prime Time



Fuente Kantar Media. Prime Time (20:30-24:00)
Target Comercial: 16-54 años, >10.000 habitantes.

El canal Antena 3 alcanza una audiencia media, en total individuos (total día), del 13,2%, iguala en el target comercial a Telecinco (13,3%) y es líder en el target comercial en el prime time (15,3%).

La ficción, contenido estrella de la cadena, ha vuelto a destacar en términos de audiencia. "Bajo sospecha" despide su segunda temporada en el mes de marzo con más de 2,8 millones de seguidores y un 15,8% de audiencia media.



"Buscando el norte" arranca como el mejor estreno de ficción de la temporada (4,2 millones y 23,3% de audiencia) después de "Mar de plástico", y alcanza una media en el trimestre de 2,8 millones de espectadores y un 15,6% de cuota de pantalla.

"Allí abajo" vuelve a la noche de los viernes, y bate récord de temporada en el mes de marzo (21,7% y 3,9 millones), alcanzando una cuota media en el trimestre del 19% y 3,2 millones de seguidores.

Las series de tira diaria siguen registrando magníficos datos: "Amar es para siempre" obtiene en el trimestre una cuota de pantalla media del 13,5% (1,6 millones de espectadores). Por su parte, "El secreto de Puente Viejo", obtiene el 17% de cuota media y supera los 1,8 millones de seguidores.

En programas, "Tu cara me suena" finalizó el mes de enero su mejor temporada histórica: 22,3% de audiencia y 3,2 millones de espectadores, alcanzado el liderazgo absoluto de los viernes. Por su parte, "Casados a primera vista" finaliza su segunda temporada igualando máximo (16%) y líder con una media del 14,7% y cerca de 2,5 millones de seguidores.

"El hormiguero 3.0" continúa con su triunfal momento y cierra el trimestre como líder absoluto de su franja, encadenando ya siete meses de liderazgo. La cuota media de pantalla del trimestre se sitúa en el 16%, con más de 3,1 millones de seguidores.

Otro de los géneros estrella en Antena 3 ha sido el cine. Las películas más seguidas en la cadena en el trimestre han sido "Blancanieves y la leyenda del cazador" (19,9% de audiencia y 3,5 millones) y "Karate Kid" (19,6% y 3,4 millones), ambas emitidas en "El Peliculón".

La apuesta por el deporte ha sido de nuevo un éxito. En el primer trimestre se han emitido 4 partidos de Champions League, con una media del 27% de audiencia. Lo más visto en Champions fueron los penaltis del partido Atlético de Madrid-PSV, seguidos por 7,6 millones de personas (39,0% de cuota). Como media, el evento Champions, ha obtenido una cuota del 27,7% (5,2 millones de espectadores).

El canal laSexta ha registrado una audiencia media en el primer trimestre de 2016, en total individuos (total día), de un 7,6%, posicionándose de nuevo por encima de su principal competidor Cuatro. En el target comercial en la franja prime time laSexta alcanza una audiencia media del 9,2%.

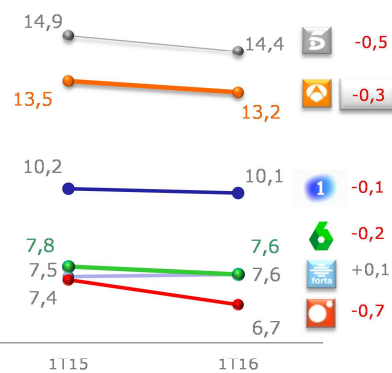


"Salvados" es el programa más visto de la cadena. Es líder de su franja y el programa más visto del domingo. Tiene una media del 15,3% y 3,1 millones de espectadores.

"El Intermedio" sigue imparable. En los 43 programas emitidos en el trimestre, ha sido seguido por una media de 2,4 millones de espectadores, con un share del 12,5%.

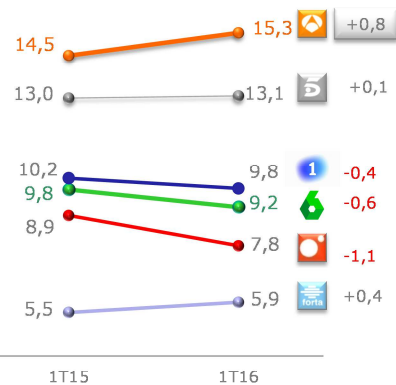
"Al Rojo Vivo", y "El Objetivo", programas de información referencia de la cadena, obtienen en el trimestre un 13% y 9,3% respectivamente de cuota de pantalla.

Audiencia Canales Principales Total Individuos



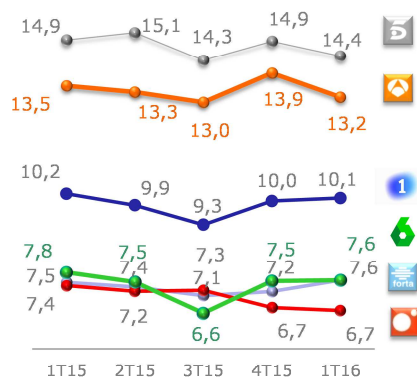
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

Audiencia Canales Principales Target Comercial Prime Time



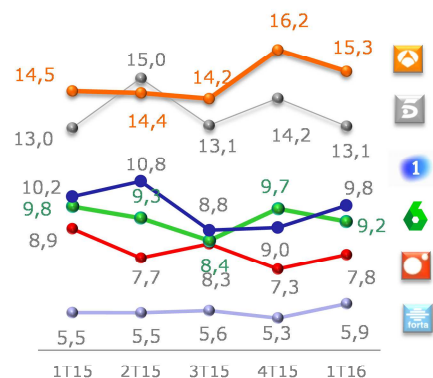
Fuente Kantar Media. Prime Time (20:30-24:00)
Target Comercial: 16-54 años, >10.000 habitantes.

Audiencia Canales Principales Total Individuos



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

Audiencia Canales Principales Target Comercial Prime Time



Fuente Kantar Media. Prime Time (20:30-24:00)
Target Comercial: 16-54 años, >10.000 habitantes.



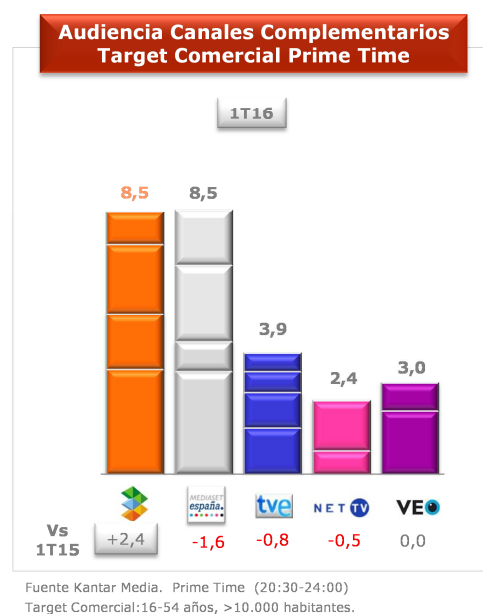
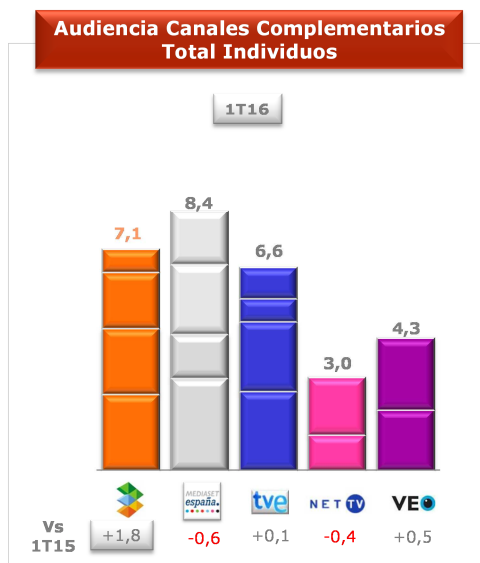
La suma de los canales complementarios del Grupo consigue aportar en el acumulado a marzo de 2016 un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,1%, llegando hasta el 8,5% en el target comercial en la franja prime time.

El canal Neox, alcanza en el trimestre una audiencia en total individuos del 2,5%, porcentaje que aumenta al 3,8% en el target comercial.

El canal Nova, registra en el trimestre una audiencia de 2,1% en total individuos y del 2% en el target comercial.

El canal Mega, en el aire desde julio de 2015, registra una audiencia media en el primer trimestre de 2016 del 1,8%, dato que llega al 2,6% en el target comercial.

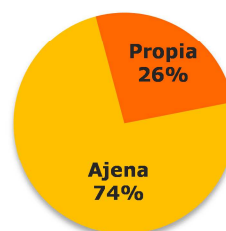
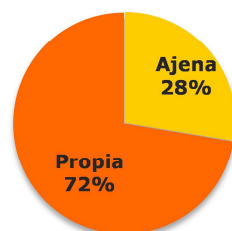
El canal Atreseries, que comenzó sus emisiones en diciembre de 2015, alcanza en su primer trimestre completo una audiencia media del 0,7%, un 1,1% en el target comercial.





En los canales principales predominan los contenidos de producción propia (72%) mientras que en los complementarios predomina la producción ajena (74%).

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



3.3 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015	Evolución
INGRESOS NETOS	224.156	203.739	10,0%
GASTOS DE EXPLOTACION	190.718	176.358	8,1%
Resultado bruto de explotación	33.438	27.381	22,1%
Amortizaciones	3.874	3.504	10,6%
Resultado de explotación	29.564	23.877	23,8%

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



3.3.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a marzo de 2016 ascienden a 224,2 millones de euros frente a los 203,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2015, lo que supone un incremento del 10,0%.

Según estimaciones internas, el mercado de la publicidad en televisión habría crecido en el periodo en torno a un 5,6%, siendo la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado del 43,6%, lo que supone una mejora de 1,0 punto respecto al periodo anterior.

3.3.2 Gastos de Explotación

	Ene-Mar	Ene-Mar	Evolución
Miles de Euros	2016	2015	
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	118.593	109.103	8,7%
Gastos de personal	18.250	16.446	11,0%
Otros gastos de explotación	53.875	50.809	6,0%
GASTOS DE EXPLOTACION	190.718	176.358	8,1%

Los gastos de explotación del acumulado a marzo de 2016 han sido de 190,7 millones de euros frente a los 176,4 millones de euros registrados en el acumulado a marzo de 2015, lo que supone un incremento del 8,1%.

Crecen en el periodo los costes de consumo de programas y gastos de personal por la mayor inversión en programación con las retransmisiones de la UEFA Champions League y los canales Mega y Atreseries. Con esta inversión se ha logrado mejorar la posición competitiva del Grupo en términos de audiencia y aprovechar el crecimiento del mercado de la publicidad.

Los otros gastos de explotación crecen en el año como consecuencia de mayores costes variables ligados a ventas.



3.3.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el primer trimestre de 2016 crece un 22,1% respecto al obtenido en el primer trimestre de 2015, alcanzando los 33,4 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 14,9%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Atresmedia Televisión	33.438	27.381
Margen/Ingresos Netos	14,9%	13,4%

El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a marzo de 2016 crece 5,7 millones de euros respecto al obtenido en el mismo periodo de 2015 alcanzando los 29,6 millones de euros.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Atresmedia Televisión	29.564	23.877
Margen/Ingresos Netos	13,2%	11,7%



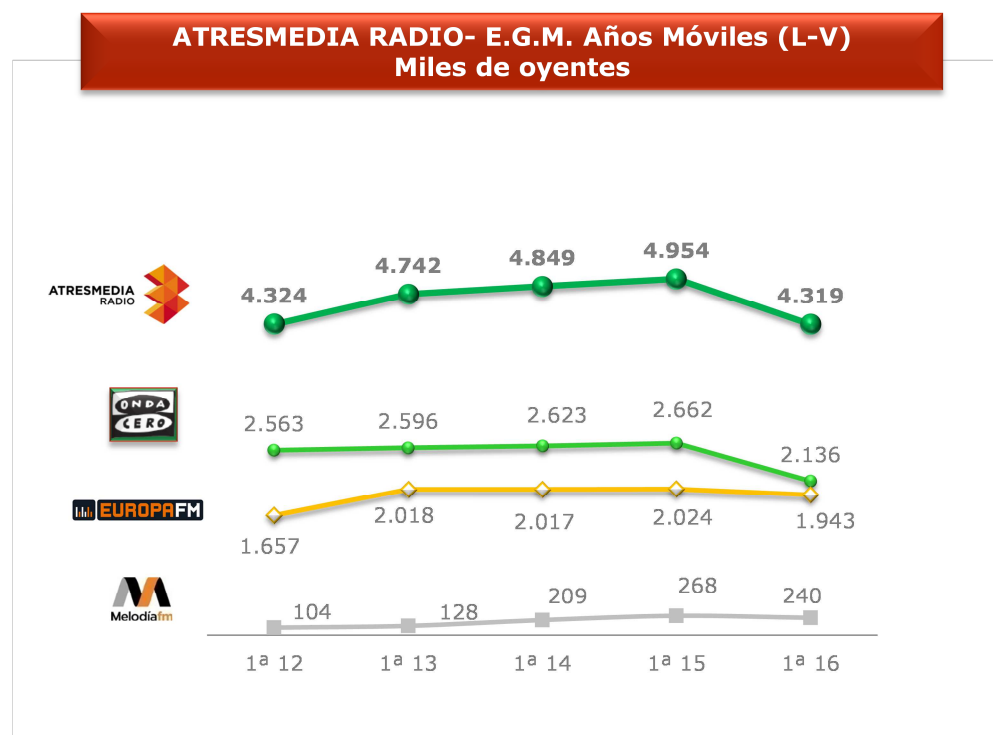
4. ATRESMEDIA RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según estimaciones internas, el mercado de publicidad de la radio habría decrecido en el primer trimestre de 2016 en torno a un 0,6%.

En el último Estudio General de Medios (1ª ola de 2016) Atresmedia Radio alcanza una audiencia media de 4,3 millones de oyentes. Onda Cero, con una media de 2,1 millones de oyentes, es la tercera cadena en el ranking de las cadenas generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM, con 1,9 millones de oyentes, continúa posicionada como tercera cadena, y Melodía FM alcanza los 240 mil oyentes.

La caída de la audiencia de Onda Cero se debe al cambio del programa matinal que tuvo lugar en abril de 2015.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

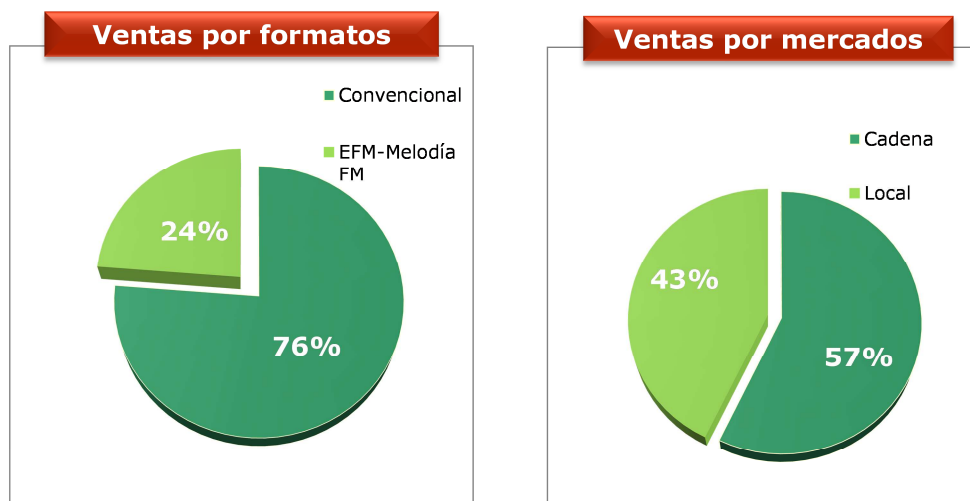


4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015	Evolución
INGRESOS NETOS	18.133	21.977	(17,5%)
Gastos de personal	5.972	5.893	1,3%
Otros gastos de explotación	9.154	10.896	(16,0%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	15.126	16.789	(9,9%)
Resultado bruto de explotación	3.007	5.188	(42,0%)
Amortizaciones	493	381	29,5%
Resultados de explotación	2.514	4.808	(47,7%)

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas

Los ingresos netos alcanzan los 18,1 millones de euros, frente a los 22,0 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2015 debido a la caída del mercado y a la pérdida de audiencia comentada anteriormente.





Los gastos de explotación, a 31 de marzo de 2016, han sido de 15,1 millones de euros, frente a los 16,8 millones de euros en el acumulado a marzo de 2015, lo que supone un descenso del 9,9%.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a marzo de 2016 es de 3,0 millones de euros, lo que supone un margen del 16,6%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Atresmedia Radio	3.007	5.188
Margen/Ingresos Netos	16,6%	23,6%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015
Atresmedia Radio	2.514	4.808
Margen/Ingresos Netos	13,9%	21,9%



5. OTROS NEGOCIOS

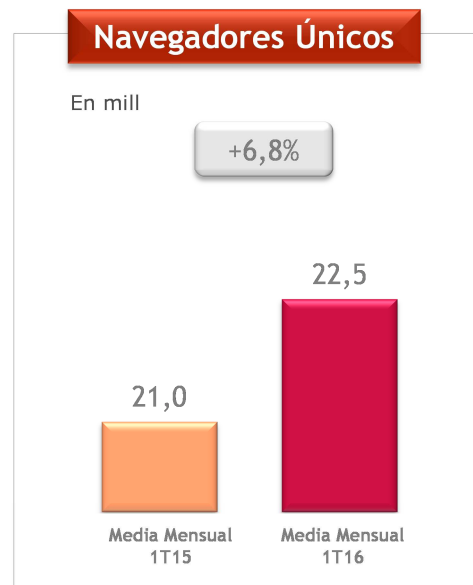
5.1 Atresmedia Cine

Atresmedia Cine ha estrenado dos largometrajes durante el primer trimestre de 2016: "El pregón" y "Tenemos que hablar". Y ha mantenido en explotación películas como "Palmeras en la nieve", "En el corazón del mar" y "El Desconocido". En conjunto representan un 52% de la recaudación del Cine Español en el trimestre.



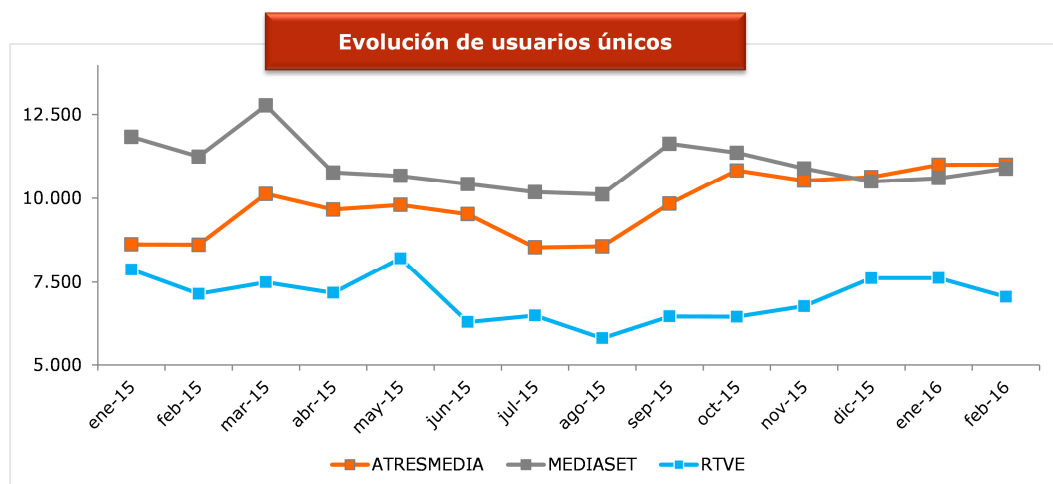
5.2 Atresmedia Digital

Atresmedia Digital alcanza, a 31 de marzo de 2016, una media mensual acumulada de 22,5 millones de navegadores únicos, con un crecimiento del 6,8% respecto a la media mensual acumulada a marzo de 2015. Destaca especialmente el buen comportamiento de los contenidos verticales temáticos ("Liopardo", "Seestrena", "Tecnoexplora", "Cienciaexplora", "Correr y fitness", "Cocinatis", "Centímetros cúbicos", etc).



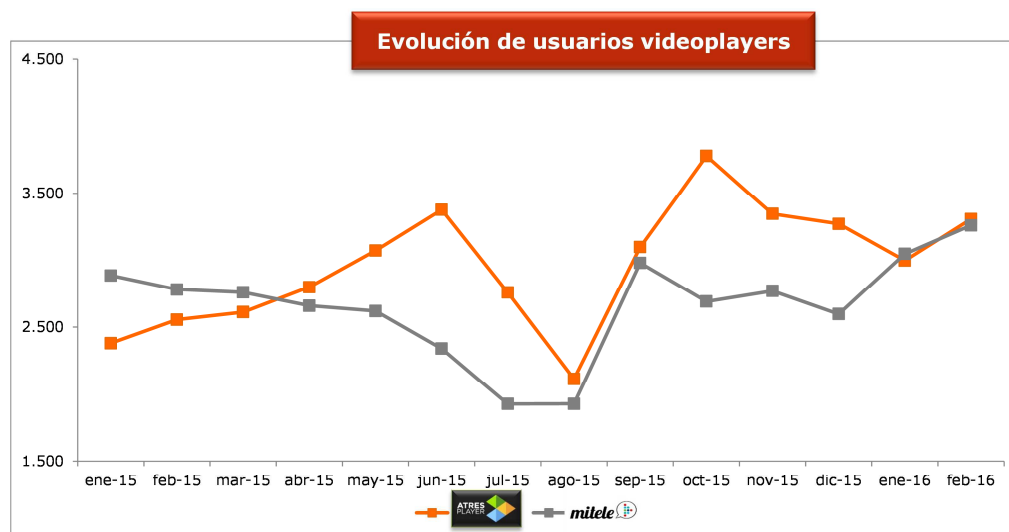
Media Mensual
Fuente: Adobe Analytics

Según los datos publicados por comScore las webs de Atresmedia han ido mejorando su posición en el medio internet.



Fuente comScore

La plataforma de vídeo y audio Atresplayer alcanza los 7,5 millones de descargas de la aplicación y los 3,6 millones de usuarios registrados.



La nueva plataforma de vídeo corto Flooxer, lanzada a finales de 2015, alcanza en el primer trimestre de 2016 una media mensual acumulada de 685 mil usuarios únicos.

5.3 Cuenta de Resultados

El grado de contribución de las otras actividades realizadas por el grupo ha evolucionado de la siguiente forma:

Miles de Euros	Ene-Mar 2016	Ene-Mar 2015	Evolución
INGRESOS NETOS	3.750	6.303	(40,5%)
% sobre Ingresos Atresmedia	1,5%	2,7%	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN (*)	(68)	4.930	n/a
% sobre Gastos Atresmedia	0,0%	2,5%	
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	3.818	1.374	177,9%
% sobre el Resultado Bruto de Explotación Atresmedia	9,5%	4,0%	

(*) Incluyen amortizaciones de producciones cinematográficas.

Nota: Cifras acumuladas a Marzo no auditadas



El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) de Otros Negocios en el acumulado a marzo de 2016 mejora respecto al mismo periodo del año anterior principalmente por el negocio de Atresmedia Cine. En el primer trimestre de 2015 se registró una elevada actividad, frente a la escasa de este año, con una reducción en gastos mayor que en ingresos. De modo adicional se han recibido subvenciones por producciones cinematográficas que se registran como menores gastos.