

ATRESMEDIA



RESULTADOS ENERO-JUNIO 2018

30 de junio de 2018



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	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 período	9
2.2	Balance consolidado.....	10
2.3	Cash Flow consolidado	12
2.4	Evolución de la acción	13
2.4.1	La acción de Atresmedia	13
2.4.2	Recomendaciones de analistas	14
2.5	Responsabilidad corporativa	14
3.	AUDIOVISUAL	16
3.1	Cuenta de Resultados	16
3.1.1	Ingresos Netos	16
3.1.2	Gastos de Explotación.....	19
3.1.3	Resultados de Explotación y márgenes	20
3.2	Audiencia	21
3.2.1	Consumo de Televisión	21
3.2.2	Audiencias de Televisión	22
3.2.3	Audiencias de Digital	26
4.	RADIO	29
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	29
4.2	Cuenta de Resultados	30
	ANEXO 1: Consolidado por negocios 2017	32
	ANEXO 2: Consolidado por negocios 2016	33
	ANEXO 3: Cuenta de resultados consolidada 1S18 proforma sin Smartclip	34



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Audiencia total TV	26,7%	26,7%
Cuota de mercado TV	41,6%	42,3%
Oyentes Radio (miles) (2ªOla EGM)	3.875	4.091
Nº de empleados total	2.028	1.970

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Ingresos Netos	550.623	550.780
Resultado Bruto de Explotación	101.252	116.503
Beneficio del Ejercicio	69.268	84.264
Deuda Financiera Neta	238.686	161.153

Atresmedia alcanza en el primer semestre de 2018 un Resultado Bruto de Explotación de 101,3 millones de euros y alcanza un Beneficio Consolidado de 69,3 millones de euros.

Atresmedia Televisión alcanza en el periodo, según Infoadex, una cuota de mercado del 41,6%.

En términos de audiencia registra en el primer semestre del año una cuota del 26,7%, similar a la del año anterior; en el prime time, en el target comercial, la audiencia es de un 29,9%.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 12,3% siendo en el prime time en el target comercial del 13,7%.

El canal laSexta, con una audiencia media del 6,9% se mantiene por encima de su principal competidor, y alcanza en el target comercial en la franja prime time una audiencia del 7,9%.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,5% en el acumulado a junio de 2018, siendo en el target comercial de un 9,0%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet con 19,3 millones de usuarios únicos, posicionándose en el ranking de los diez sitios más visitados de España.

Atresmedia Cine ha estrenado seis largometrajes que representan el 32% de la recaudación del Cine Español en el semestre.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia, alcanzan los 53 millones de abonados.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,9 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (2ª ola de 2018).

1.2 Entorno económico y de mercado

El panel de expertos Funcas, en su previsión de julio de 2018, estima un aumento del Producto Interior Bruto del 2,8% en 2018, una décima más de lo que estimaba en el mes de marzo (y dos más de lo que se esperaba en enero). Se estima un crecimiento estable por trimestres (0,7% en el primero y el segundo, y 0,6% en los siguientes). La aportación de la demanda nacional a este crecimiento será de 2,5 puntos, y la del sector exterior será de 0,3 puntos.

Este incremento del PIB del 2,8% está algo por encima de las previsiones de otros organismos (2,7% el Gobierno y el Banco de España), en línea con lo que espera el FMI y la OCDE y algo por debajo de la estimación de la Comisión Europea (2,9%)

La previsión de crecimiento para 2019 se mantiene sin cambios respecto al panel anterior: 2,4%.

En cuanto a la creación de empleo, la estimación está en un crecimiento del 2,4% para 2018, mientras que para 2019 el ritmo se ralentiza para situarse en el 2,0%. Así, la tasa de desempleo (EPA) pasará del 15,3% en 2018 hasta el 13,6% en 2019.

El consumo de los hogares sigue también dando muestras de crecimiento, aunque menor que el año pasado. El consenso espera un incremento del 2,4% en 2018 (una décima por debajo de 2017) y del 2,0% en 2019.



En cuanto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a junio de 2018 ha crecido un 0,6% respecto al mismo período de 2017. El medio televisión ha decrecido un 1,0%, mientras que los medios radio e internet han crecido un 3,5% y un 11,7% respectivamente.

Mercado Publicitario por medios	1S18 VS 1S17
--	-------------------------

Televisión	-1,0%
Radio	3,5%
Internet	11,7%
Diarios	-6,2%
Revistas	-4,5%
Exterior	1,2%
Dominicales	-6,2%
Cine	4,5%
TOTAL MEDIOS	0,6%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
INGRESOS NETOS	550.623	550.780	(0,0%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	449.371	434.277	3,5%
Resultado bruto de explotación	101.252	116.503	(13,1%)
Amortización del inmovilizado	9.507	8.719	9,0%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	75	(64)	n/a
Beneficio de explotación	91.669	107.849	(15,0%)
Resultado financiero	(1.890)	(1.184)	(59,7%)
Resultado neto de participaciones en otras entidades	(282)	(797)	64,6%
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	89.497	105.868	(15,5%)
Impuesto sobre sociedades	20.229	21.604	(6,4%)
Beneficio del ejercicio	69.268	84.264	(17,8%)

Desde el primer trimestre de 2018 se ha modificado el modelo de información habitual agrupando las actividades de Atresmedia en dos grandes líneas de negocio: Audiovisual y Radio.

El objetivo es aportar una mejor comprensión y un mayor detalle sobre las líneas de desarrollo de negocio del Grupo, especialmente en el ámbito digital y en la producción y distribución de contenidos incluidos en el negocio Audiovisual. Al final de este documento se anexa un proforma de los años 2016 y 2017.

Por otra parte, se incluye también como anexo una cuenta de resultados consolidada proforma del primer semestre excluyendo las operaciones de Smartclip, incorporado en el Grupo en julio de 2017.



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a junio de 2018 alcanzan los 550,6 millones de euros, en línea con los obtenidos en el mismo periodo de 2017.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
Audiovisual	513.773	513.842	(0,0%)
Radio	42.220	42.354	(0,3%)
Eliminaciones	(5.370)	(5.416)	
ATRESMEDIA	550.623	550.780	(0,0%)

El mercado publicitario de medios convencionales ha crecido, según Infoadex, un 0,6%.

Sin incluir Smartclip los ingresos del Grupo disminuyen un 2,5%.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación han crecido en el primer semestre de 2018 un 3,5% respecto del mismo periodo de 2017. Este crecimiento viene explicado principalmente por la incorporación de Smartclip.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
Audiovisual	421.604	406.779	3,6%
Radio	33.137	32.914	0,7%
Eliminaciones	(5.370)	(5.416)	
ATRESMEDIA	449.371	434.277	3,5%



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
Consumo de programas y Otros	242.140	236.742	2,3%
Gastos de Personal	68.022	65.456	3,9%
Otros gastos de explotación	76.185	77.061	(1,1%)
Costes variables ligados a ventas	68.394	60.433	13,2%
Eliminaciones	(5.370)	(5.416)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	449.371	434.277	3,5%

Sin incluir Smartclip los gastos del Grupo crecen un 0,5% principalmente por mayores costes ligados a la programación. Durante el segundo trimestre, periodo de alta inversión publicitaria, se ha reforzado la parrilla de televisión, lo que se ha traducido en una mejora de la audiencia en 0,4 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año anterior, pasando del 26,2% al 26,6%, a pesar de la retransmisión del Mundial de Fútbol en otros canales.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2018 alcanza los 101,3 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 18,4%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Audiovisual	92.169	107.063
Margen/Ingresos Netos	17,9%	20,8%
Radio	9.083	9.440
Margen/Ingresos Netos	21,5%	22,3%
TOTAL ATRESMEDIA	101.252	116.503
Margen/Ingresos Netos	18,4%	21,2%

En el segundo trimestre de 2018 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 68,0 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 22,8%.



El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a junio de 2018 es de 91,7 millones de euros frente a los 107,8 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2017.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Audiovisual	83.687	99.431
Margen/Ingresos Netos	16,3%	19,4%
Radio	7.983	8.418
Margen/Ingresos Netos	18,9%	19,9%
TOTAL ATRESMEDIA	91.669	107.849
Margen/Ingresos Netos	16,6%	19,6%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero es negativo por importe de 1,9 millones de euros: incluye una mejora del coste efectivo de la deuda y un efecto temporal negativo relacionado con diferencias de cambio.

El Resultado antes de impuestos del acumulado a junio de 2018 ha sido de 89,5 millones de euros frente a los 105,9 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado en el primer semestre de 2018 es de 69,3 millones de euros.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	30 Junio 2018	31 Diciembre 2017
ACTIVO		
Fondo de comercio	163.223	163.223
Otros activos intangibles	140.599	135.524
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	69.371	65.179
Activos por impuesto diferido	267.498	267.493
ACTIVOS NO CORRIENTES	640.691	631.419
Derechos de programas y existencias	345.478	390.937
Deudores comerciales y otros deudores	285.622	276.394
Otros activos corrientes	30.763	18.383
Activo por impuesto corriente	12.842	7.288
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	3.037	25.026
ACTIVOS CORRIENTES	677.742	718.028
TOTAL ACTIVO	1.318.433	1.349.447
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	202.706	252.730
Acciones propias	(8.810)	(8.810)
Dividendos a cuenta	0	(49.487)
Otros instrumentos de patrimonio	2.798	2.298
Ajustes por cambios de valor y otros	626	(576)
PATRIMONIO NETO	447.399	446.234
Deudas con entidades de crédito	169.193	190.229
Otros pasivos no corrientes	16.453	7.263
Pasivos por impuestos diferidos	28.490	28.554
PASIVOS NO CORRIENTES	214.136	226.046
Deudas con entidades de crédito	72.530	74.355
Acreedores comerciales y otros acreedores	455.141	477.120
Otros pasivos corrientes	108.886	125.692
Pasivos por impuesto corriente	20.341	0
PASIVOS CORRIENTES	656.898	677.167
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.318.433	1.349.447



La deuda financiera neta del Grupo es de 238,7 millones de euros, a un nivel similar a la de diciembre de 2017.

En el mes de junio se ha procedido al reparto de un dividendo complementario correspondiente a la distribución de los resultados del ejercicio 2017, a razón de 0,30 euros por acción en términos brutos, en total 67,5 millones de euros.

El 11 de julio de 2018 Atresmedia finalizó con éxito una emisión de bonos por importe de setenta y cinco millones de dólares americanos con vencimiento a cinco años y con pago de cupón semestral a un tipo de interés aplicable en dólares americanos del 4,48% así como una emisión de bonos por importe de ciento veinticinco millones de dólares americanos, con vencimiento a siete años y con pago de cupón semestral a un tipo de interés en dólares americanos del 4,75%. Estas emisiones se han colocado entre inversores institucionales norteamericanos. Se ha solicitado su admisión en la Bolsa de Frankfurt. Las emisiones han sido cubiertas mediante la contratación de sendos cross currency swaps, de manera que las obligaciones de la compañía quedan definidas a un tipo de cambio y a un tipo de interés fijo en euros.



2.3 Cash Flow consolidado

A 30 de junio de 2018 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 93,5 millones de euros.

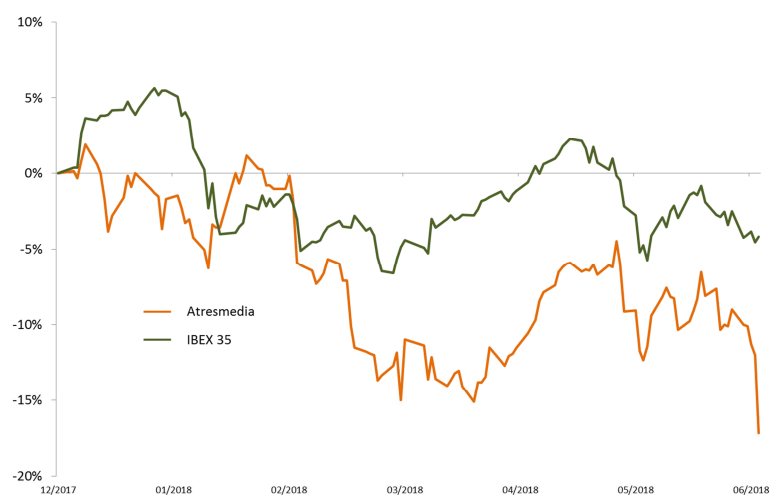
Miles de euros	30 Junio 2018	30 Junio 2017
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	89.497	105.868
Ajustes del resultado:	18.469	7.867
- Amortizaciones	9.507	8.719
- Provisiones y otros	7.072	(2.036)
- Resultados Financieros	1.890	1.184
Cambios en el capital circulante	(8.921)	(10.642)
Efectivo generado por las operaciones	99.045	103.093
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(5.555)	(1.950)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	93.490	101.143
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(32.276)	(24.928)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(8.003)	(7.704)
Activos fijos materiales e intangibles	(7.180)	(6.652)
Inversión en Cine Español	(17.093)	(10.572)
Desinversiones	11.033	53
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(21.243)	(24.875)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Gastos financieros pagados	(2.090)	(2.310)
Dividendos pagados	(67.482)	(56.235)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(1.803)	(305)
Financiación bancaria	(22.861)	2.758
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(94.236)	(56.092)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	(21.989)	20.176
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	25.026	1.562
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	3.037	21.738



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia ha cerrado el primer semestre de 2018 en 7,21 €/acción, un 17,2% por debajo del valor de cierre del año 2017 (8,70 €/acción). Esta evolución está en línea con la de otros valores del mismo sector en Europa. El Ibex, por su parte, ha terminado el período en 9.622,70 puntos, lo que supone una caída del 4,2% respecto al cierre.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el año 2018 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Jun 2018
Cotización a 29/06/2018 (€)	7,21
Máximo (€)	8,87
Mínimo (€)	7,21
Precio Medio Ponderado (€)	8,08
Volumen medio diario (accs.)	459.324
Volumen medio diario (miles de €)	3.711
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Thomson Reuters



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre del semestre, contamos con la opinión y recomendación de 25 analistas. De éstos el 48% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 36% recomiendan Mantener, mientras que un 16% mantienen su recomendación de Vender. El precio objetivo medio a cierre de junio de 2017 es de 9,80 €/acción.

Durante el primer semestre de 2018 el departamento de Relación con Inversores ha participado en 12 conferencias y Road Shows en París, Madrid, Londres, Bilbao, Barcelona y Lisboa.

El total de contactos presenciales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y roadshows y reuniones en nuestras oficinas) ha sido de cerca de 165. Adicionalmente se han mantenido unas 120 conference calls con analistas e inversores.

2.5 Responsabilidad corporativa

El primer semestre de 2018 ha estado marcado en el ámbito corporativo por el estricto cumplimiento por parte de Atresmedia del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre de Información no financiera y diversidad. Esto se ha reflejado en la incorporación por primera vez de un estado no financiero en el Informe de Gestión de la Compañía. Además, Atresmedia ha elaborado su Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa, el undécimo que publica, y el primero que ofrece una información integrada del Grupo, en la que la dimensión social, medioambiental y de buen gobierno está vinculada a la estrategia del negocio.

En el ámbito de la gestión de los recursos humanos, Atresmedia ha sido elegida por sexto año consecutivo, la empresa más atractiva para trabajar en el sector de la comunicación, según el Informe Randstad Employer Brand 2018.

Por lo que se refiere a la contribución social de la Compañía, dentro de la filosofía "Compromiso Atresmedia":

- Ponle Freno celebró su décimo aniversario y entregó sus X Premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial.
- Objetivo Bienestar entregó sus sextos premios dirigidos a los centros escolares que promueven iniciativas saludables entre sus alumnos y renovó su unión con el Ministerio de Sanidad,



Servicios Sociales e Igualdad contra la obesidad infantil a través de la firma de un nuevo convenio de colaboración.

- Constantes y Vitales retomó la iniciativa de solicitud de instalación de desfibriladores en lugares públicos durante 2018 e impulsó la creación de la primera base de datos de mujeres investigadoras españolas.
- Crea Cultura realizó una acción especial con motivo del Día Internacional de la Propiedad Intelectual para animar a la sociedad a sumarse a este día y compartir sus referentes en creación cultural.

Además el Grupo ha contribuido con:

- Los contenidos en diversos programas que han tratado diferentes temáticas sociales. LaSexta estrenó el espacio quincenal Crea Lectura dedicado a la Literatura y los libros. Con motivo del Día Internacional de la Mujer todos los canales de Atresmedia dedicaron reportajes y una programación especial para concienciar sobre la igualdad de género.
- El programa de voluntariado corporativo: los empleados del Grupo han participado como voluntarios en las labores del Comedor Social Santa María Josefa, en el proyecto de limpieza de paisajes naturales "Libera" y en la recogida de juguetes de la iniciativa "Comparte y Recicla".
- Siendo mediapartner de la VIII semana internacional de voluntariado "Give and Gain Day" organizada por Forética y del "2º Congreso Internacional de Voluntariado Corporativo" organizado por Voluntare.

En cuanto a la dimensión medioambiental, Atresmedia a través de la iniciativa Hazte Eco, apoyó las campañas de WWF "La Hora del Planeta" y de "Salvar el Ártico" junto a Greenpeace. Además los programas de Atresmedia han dedicado especiales a esta temática.

Finalmente, la Fundación Atresmedia sigue trabajando por la mejora educativa y por ello un año más ha batido record de participación de su evento "Grandes Profes". En el ámbito de la mejora del entorno hospitalario, la Fundación ha lanzado el índice de Humanización de Hospitales, una herramienta que permite a los centros hospitalarios evaluar todos los aspectos que tienen impacto en la humanización.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
INGRESOS NETOS	513.773	513.842	(0,0%)
GASTOS DE EXPLOTACION	421.604	406.779	3,6%
Resultado bruto de explotación	92.169	107.063	(13,9%)
Amortizaciones y deterioros	8.482	7.633	11,1%
Resultado de explotación	83.687	99.431	(15,8%)

3.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a junio de 2018 ascienden a 513,8 millones de euros, en línea con los obtenidos en el mismo periodo de 2017.

Miles de Euros	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
Publicidad Televisión	443.377	455.906	(2,7%)
Publicidad Digital	21.508	6.252	244,0%
Producción y Distribución de Contenidos	31.699	32.233	(1,7%)
Otros Ingresos	17.189	19.451	(11,6%)
INGRESOS NETOS	513.773	513.842	(0,0%)

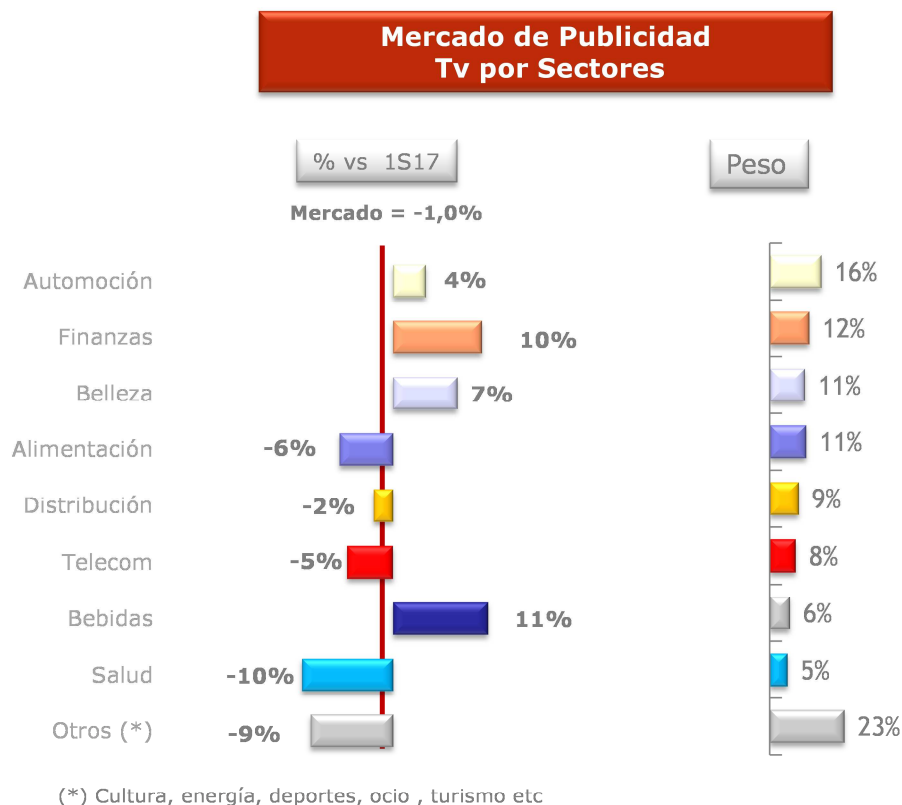
Los ingresos de publicidad de televisión ascienden a 443,4 millones de euros frente a los 455,9 millones de euros obtenidos en el primer semestre de 2017.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha decrecido en el periodo un 1,0%, siendo la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado del 41,6%.



En el segundo trimestre de 2018 el mercado de la publicidad en televisión ha crecido un 1,7% y la cuota de mercado de Atresmedia Televisión se sitúa en el 40,8%.

Los sectores con mayor peso, "Automoción", "Finanzas" y "Belleza" presentan evoluciones positivas en el semestre dentro del mercado publicitario de televisión.



Fuentes: Infoadex/ Sectores: Estimaciones internas

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 21,5 millones de euros frente a los 6,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2017. Desde julio de 2017 el Grupo cuenta con Smartclip, una de las comercializadoras más importantes en el mercado de la publicidad digital, aportando en el semestre al Grupo 13,7 millones de euros.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en internet ha crecido en el periodo un 11,7%. En el segundo trimestre el crecimiento ha sido de un 12,0%.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 31,7 millones de euros en línea con los 32,2 millones de euros del primer semestre del año anterior.



Estos ingresos incluyen, entre otros, la venta nacional e internacional de series, la distribución de contenidos en plataformas de pago en mercados de Europa y América, así como la actividad cinematográfica del Grupo (Atresmedia Cine).



Atresmedia Cine ha estrenado seis largometrajes durante el primer semestre del año 2018: "Thi Mai, rumbo a Vietnam", "La Tribu", "Sin rodeos", "Inmersión", "Las leyes de la termodinámica" y "El mundo es suyo". En conjunto representan el 32% de la recaudación del Cine Español en el periodo.





Los otros ingresos incluyen principalmente eventos, licencias, televentas y derechos editoriales.

3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de Euros	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	242.140	236.742	2,3%
Gastos de personal	55.378	52.173	6,1%
Otros gastos de explotación	55.692	57.430	(3,0%)
Costes variables ligados a ventas	68.394	60.433	13,2%
GASTOS DE EXPLOTACION	421.604	406.779	3,6%

Los gastos de explotación en el acumulado a junio de 2018 han sido de 421,6 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 3,6% respecto a los gastos registrados en el acumulado a junio de 2017 consecuencia, principalmente, de la incorporación de Smartclip al Grupo.

Los gastos del semestre, sin el efecto de Smartclip, serían un 0,5% superiores a los del primer semestre del año anterior.

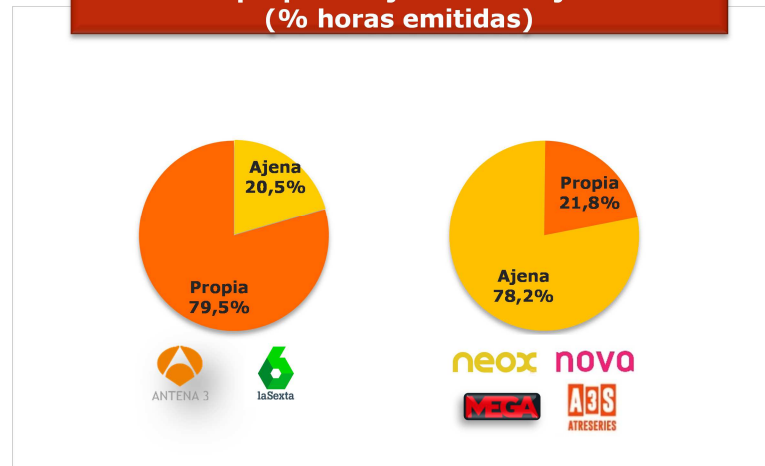
De abril a junio de 2018 los gastos de explotación han crecido un 6,2% respecto al mismo periodo de 2017. Sin el efecto de Smartclip el crecimiento es de un 2,8%.

En este segundo trimestre, periodo de alta inversión publicitaria, se ha reforzado la parrilla de programación, lo que ha supuesto una mejora de la audiencia con respecto al segundo trimestre del año pasado, a pesar de la retransmisión del Mundial de Fútbol en otros canales.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, han predominado los contenidos de producción propia (79,5%) mientras que en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (78,2%).



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



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el primer semestre de 2018 es de 92,2 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 17,9%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Audiovisual	92.169	107.063
Margen/Ingresos Netos	17,9%	20,8%

En el segundo trimestre de 2018 el Resultado Bruto de Explotación es de 61,3 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 22,1%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a junio de 2018 alcanza los 83,7 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 16,3%.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Audiovisual	83.687	99.431
Margen/Ingresos Netos	16,3%	19,4%

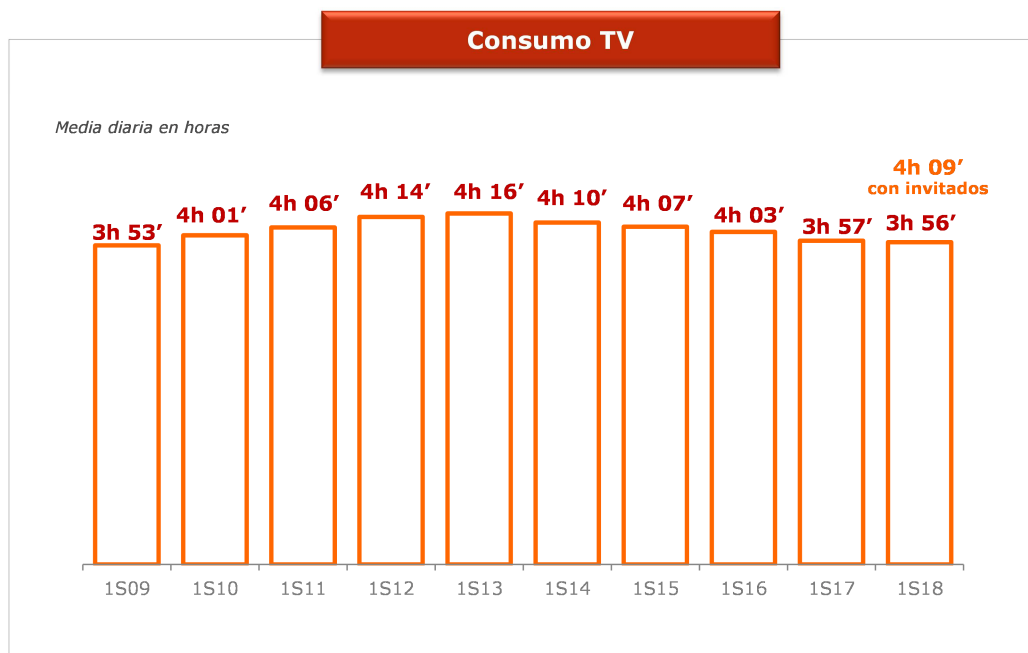


3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el primer semestre del año es de 3 horas y 56 minutos, un minuto menos que en el mismo periodo del año pasado. Este dato incluye tanto el consumo "lineal" como el "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).

De modo adicional y sin estar incluido en los datos anteriores, Kantar Media empezó a medir desde el mes de marzo de 2017 el consumo de invitados (espectadores no residentes en el hogar del visionado), siendo éste de 13 minutos de media en el primer semestre de 2018.

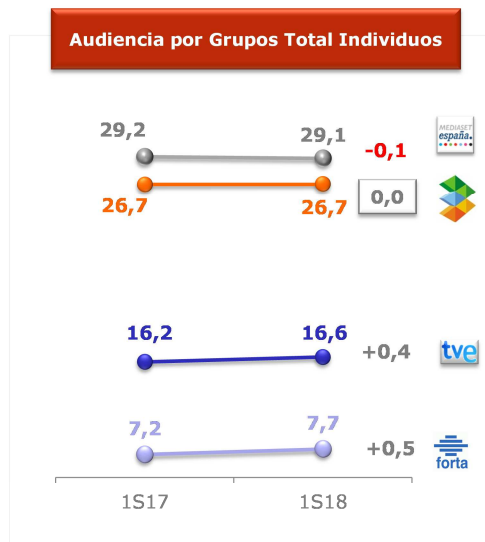


Fuente: Kantar Media . Las mediciones del visionado en diferido comienzan a partir de febrero de 2015.



3.2.2 Audiencias de Televisión

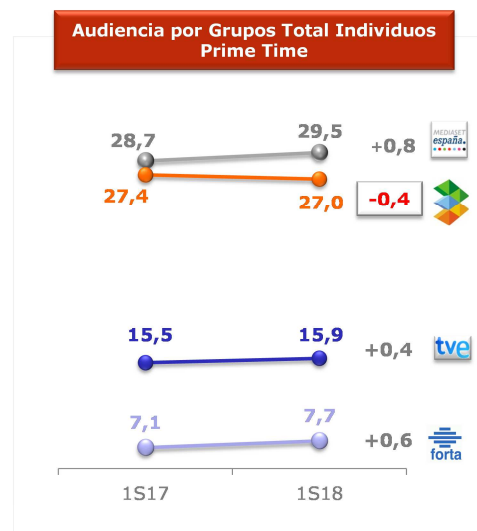
El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el primer semestre de 2018 una cuota de audiencia del 26,7% similar a la del semestre del año anterior; este dato se eleva al 28,6% en el target comercial, target más atractivo para los anunciantes, y hasta el 29,9% en la franja del prime time (horario de máxima audiencia) en target comercial.



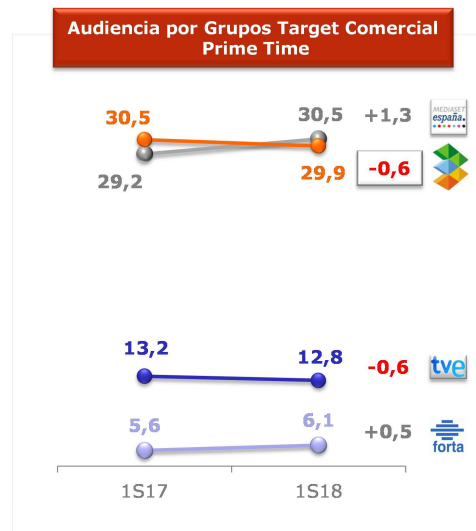
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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



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



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



El canal Antena 3 alcanza en el semestre una audiencia media en total individuos (total día) del 12,3%, siendo en el target comercial en el prime time de un 13,7%, tan sólo 0,2 puntos por debajo de su principal competidor, a pesar de la emisión del Mundial de Fútbol.

En cuanto a los contenidos, la ficción ha sido una vez más el contenido más importante en términos de audiencia en los seis primeros meses del año.

"Fariña", que arrancó el primer trimestre como líder absoluto en su estreno, continuó su emisión en el segundo trimestre y cierra el semestre con una media del 16,3% de audiencia y 2,6 millones de espectadores.

Igualmente, la comedia "Cuerpo de Elite" obtuvo una cuota en el semestre por encima del 16% (16,3%, 2,6 millones de seguidores).

"Allí Abajo", otra de las series de la temporada, alcanzó una media hasta junio de 2,3 millones y un 14,6% de audiencia.

"La Catedral del Mar", gran éxito desde su estreno, consiguió en los 5 episodios emitidos en este periodo un 18,5% de audiencia media y fue seguida por 3 millones de personas en cada capítulo.

Las series de tira diaria registraron en el semestre magníficos datos en la sobremesa: "Amar es para siempre" (1,4 millones de seguidores y el 12,1% de la audiencia) y en la tarde: "El secreto de Puente Viejo" (1,4 millones de espectadores y el 13,5% de audiencia).

En programas de entretenimiento, los concursos fueron, un semestre más, referente de la programación: "¡Ahora caigo!" cerró con una media de más de 1,5 millones de seguidores (14,7%) y "¡Boom!" subió hasta el 14,0% y más de 1,8 millones de espectadores.

"El hormiguero 3.0" se sitúa como el entretenimiento diario más visto de la televisión, con una media de 14,4% de cuota de pantalla y más de 2,7 millones de espectadores.

En noticias, hay que resaltar el buen comportamiento de nuestros informativos. Antena 3 Noticias 1, alcanzó en el período una audiencia media del 16,7% y 2,2 millones de seguidores cada día.

El cine sigue siendo una apuesta constante en Antena 3. En el fin de semana, "El Peliculón" fue una de las ofertas más seguidas: las películas que obtuvieron mayor cuota fueron "El Becario" (17,3%) y "El Protector" (17,7%).



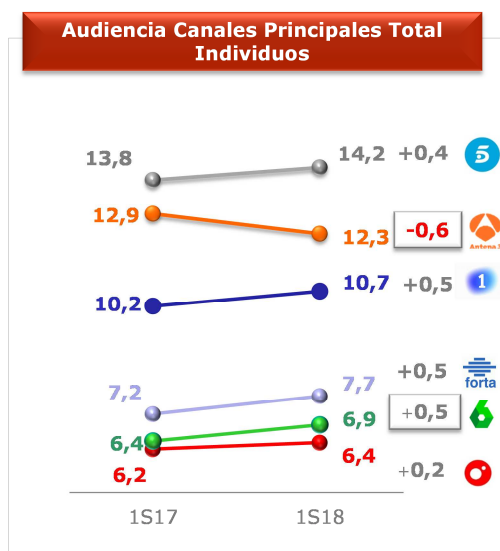
En deportes, Antena 3 ofreció, terminando ya la temporada, la competición más importante de clubes de fútbol: la Champions League. La cuota de audiencia media fue del 36,5%, con casi 7 millones de espectadores.

El canal laSexta mejora 0,5 puntos respecto al primer semestre de 2017 registrando una audiencia media en el primer semestre de 2018, en total individuos (total día), de un 6,9%, manteniéndose por encima de su principal competidor. En el target comercial alcanza un 7,5%, y en el target comercial en la franja prime time, su audiencia media es del 7,9%.

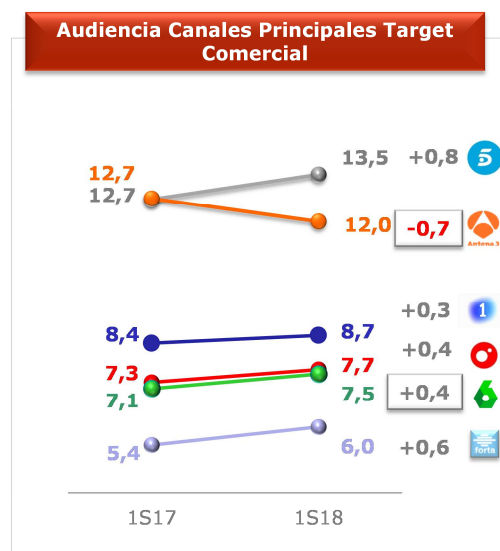
"El Intermedio" se situó un semestre más como el programa diario más visto de laSexta con cerca de 1,8 millones de espectadores (9,9%).

"Al Rojo Vivo", programa diario de las mañanas donde se analiza la actualidad política, se colocó como líder en su franja, cerrando en junio con una cuota media de pantalla del 12,9% (825 mil espectadores).

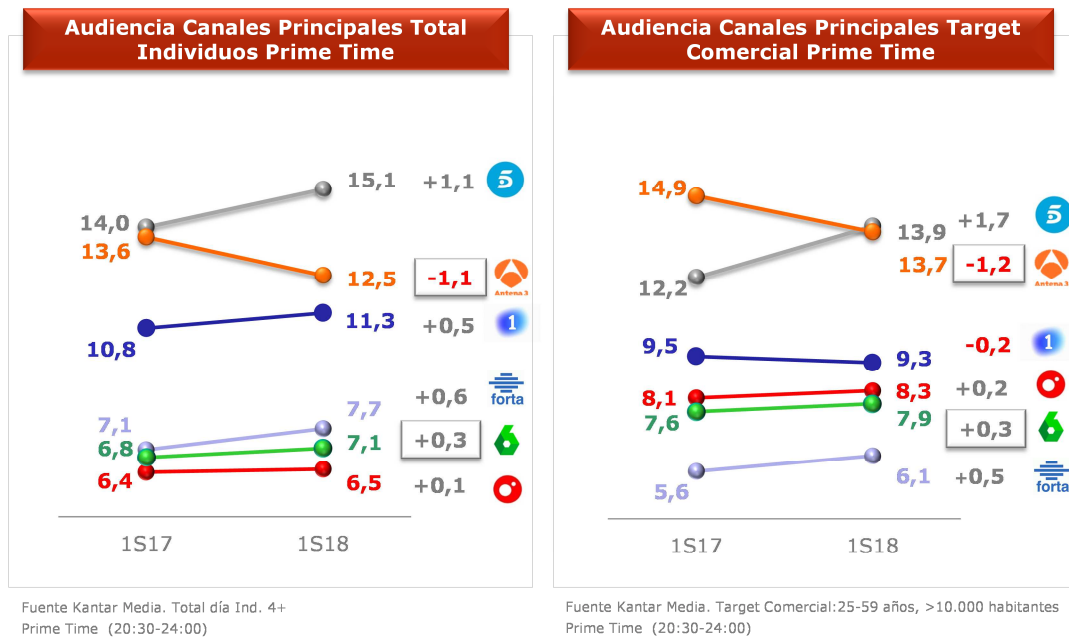
"Salvados", en la franja estelar de los domingos, captó la atención de 2,0 millones de personas de media, lo que supuso una cuota de pantalla del 10,4%.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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



La suma de los canales complementarios del Grupo aporta en el acumulado a junio de 2018 un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,5%, mejorando en 0,1 puntos el dato del primer semestre de 2017, y llegando hasta el 9,0% en el target comercial. Atresmedia es el único Grupo cuyos canales complementarios crecen en audiencia respecto al semestre del año anterior.

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

El canal Nova registra una audiencia del 2,4% en total individuos siendo del 2,2% en el target comercial.

El canal Mega alcanza una audiencia media del 1,6%, dato que llega al 2,1% en el target comercial.

El canal Atreseries obtiene en el periodo un 1,2% de audiencia en total individuos y un 1,5% en el target comercial.



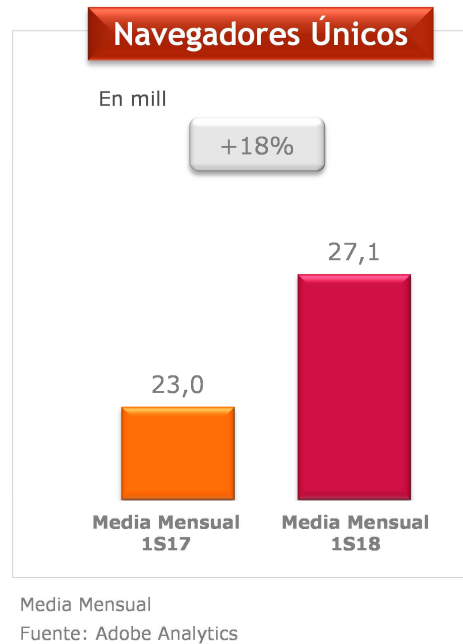
Audiencia Canales Complementarios Total Individuos

		<u>1S18</u>	<u>1S17</u>	<u>Var</u>
	neox nova MEGA A3S ATRESERIES	7,5	7,4	+0,1
	EDF d. E. BE MALLA BOING	8,5	9,2	-0,7
	2 clan tdp 24h	5,9	5,9	+0,0
Net TV		2,8	3,0	-0,2
Veo TV		2,6	2,8	-0,2
13TV		2,0	2,0	+0,0
Kiss TV		0,8	0,9	-0,1
Secuoya		0,3	0,4	-0,1
Real Madrid TV		0,3	0,4	-0,1

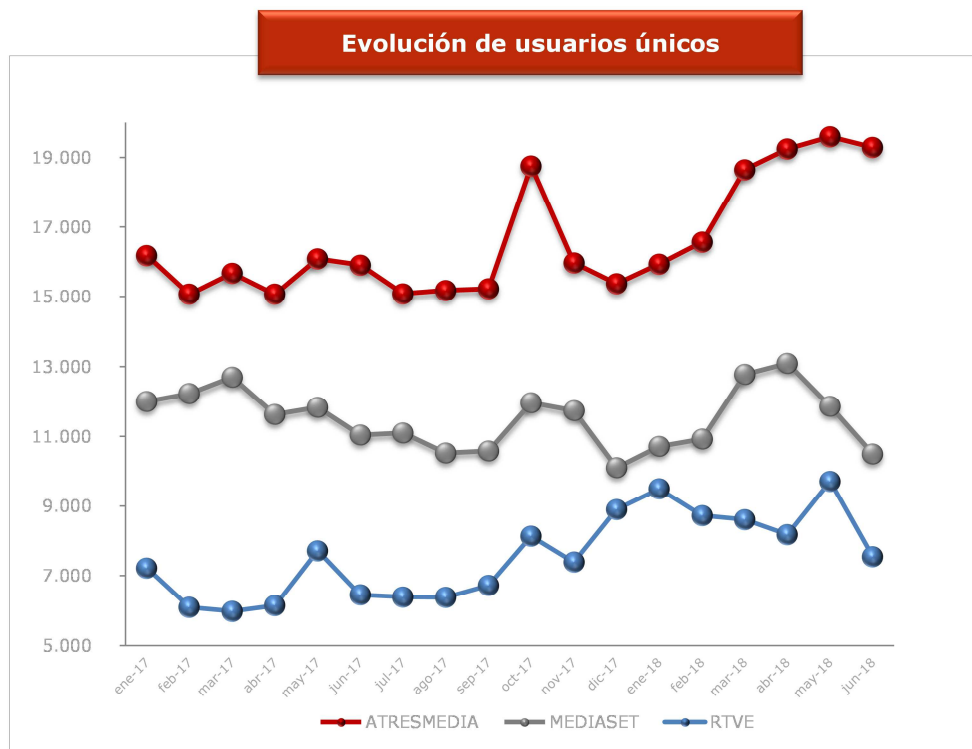
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

3.2.3 Audiencias de Digital

Atresmedia Digital alcanza, a 30 de junio de 2018, una media mensual de 27,1 millones de navegadores únicos, con un crecimiento del 18,2% respecto a la media mensual a junio de 2017. Destaca especialmente el buen comportamiento de las webs de televisión así como de los contenidos nativos (flooxxers y verticales temáticos).



Según los datos publicados por comScore, a junio de 2018 Atresmedia con 19,3 millones de usuarios únicos se posiciona en el ranking de los 10 sitios más visitados de España, manteniendo su liderazgo en el sector audiovisual en internet con su mayor diferencia histórica frente a Mediaset, 8,8 millones de usuarios más.

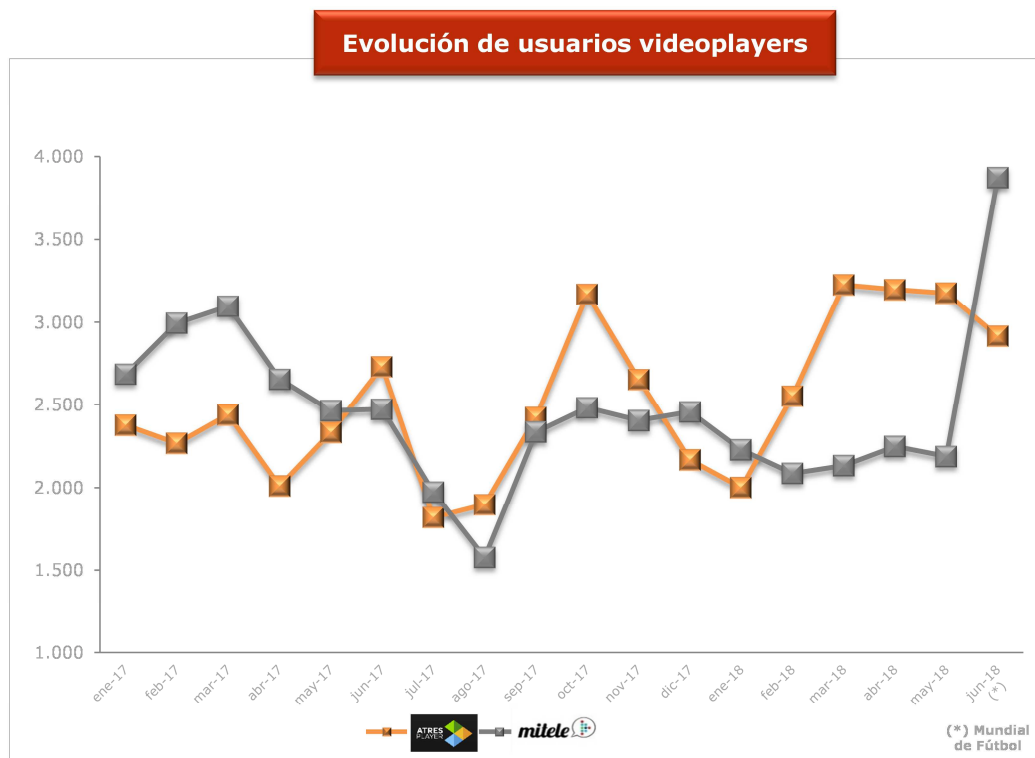


Fuente: comScore



Atresplayer reúne a junio de 2018, según comScore, más de 2,9 millones de usuarios y se mantiene como plataforma líder de vídeo online de televisión de referencia con una media en el semestre de 2,8 millones de usuarios. Además, Atresplayer alcanza a junio de 2018 los 11,7 millones de descargas para dispositivos móviles y los 5,7 millones de usuarios registrados.

La plataforma de vídeo corto Flooxer registra, según comScore, 0,5 millones de usuarios únicos en junio de 2018.



Fuente: comScore

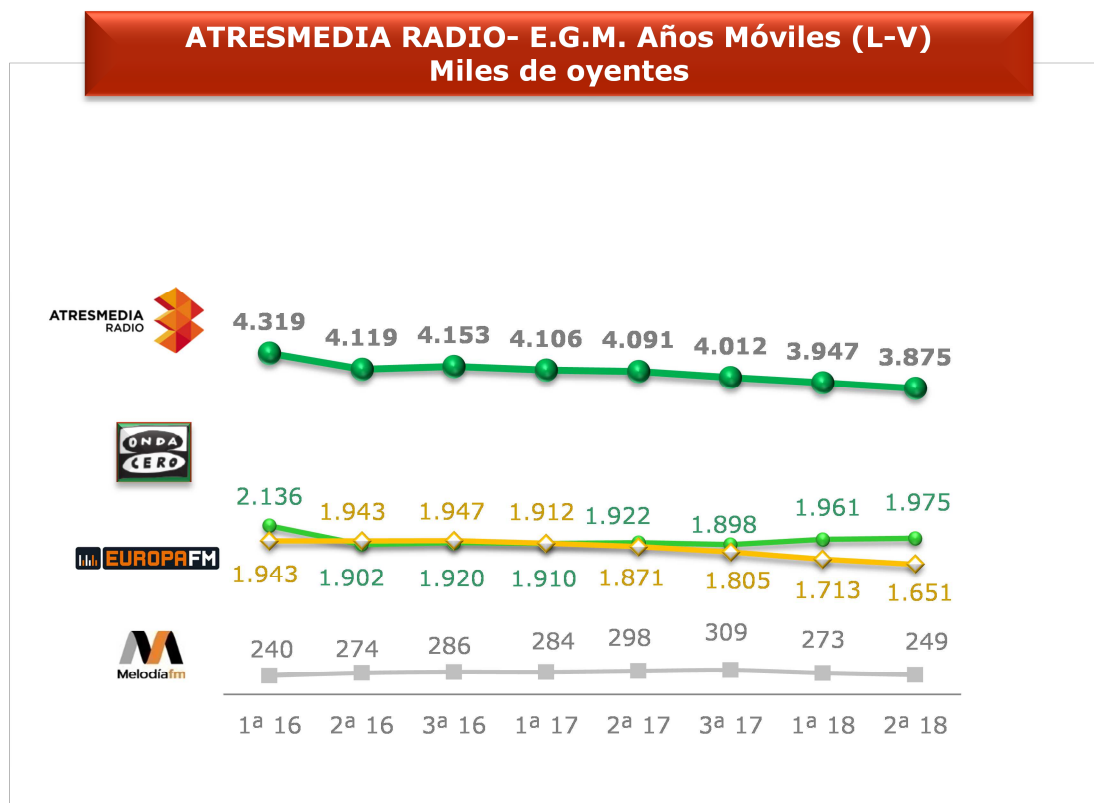


4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el primer semestre de 2018 un 3,5%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 2ª ola de 2018) Atresmedia Radio mantiene una audiencia media en torno a los 3,9 millones de oyentes. En el ámbito de las radios generalistas, Onda Cero, con una media de casi 2,0 millones de oyentes se mantiene como tercera opción, crece respecto a la ola anterior y a la 2ª ola de 2017. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 1,7 millones de oyentes y Melodía FM 249 mil.



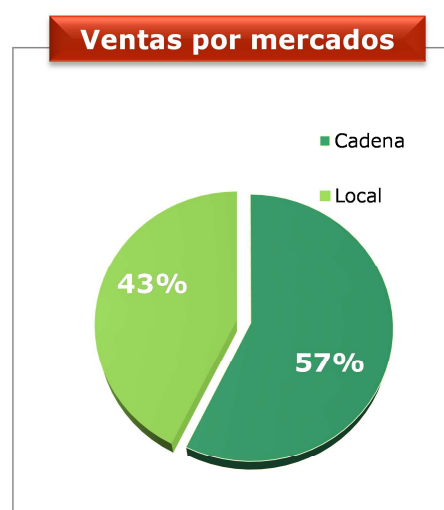
Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.



4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017	Evolución
INGRESOS NETOS	42.220	42.354	(0,3%)
Gastos de personal	12.644	13.283	(4,8%)
Otros gastos de explotación	20.493	19.631	4,4%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	33.137	32.914	0,7%
Resultado bruto de explotación	9.083	9.440	(3,8%)
Amortizaciones y deterioros	1.100	1.022	7,6%
Resultado de explotación	7.983	8.418	(5,2%)

Atresmedia Radio ha alcanzado en el primer semestre del año 2018 unos ingresos netos de 42,2 millones de euros, en línea con los 42,4 millones de euros obtenidos en el primer semestre de 2017.





Los gastos de explotación, a 30 de junio de 2018, han sido de 33,1 millones de euros, similares a los 32,9 millones de euros en el acumulado a junio de 2017.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a junio de 2018 es de 9,1 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 21,5%.

En el segundo trimestre de 2018 el Resultado Bruto de Explotación es de 6,8 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 28,8%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Radio	9.083	9.440
Margen/Ingresos Netos	21,5%	22,3%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Jun 2018	Ene-Jun 2017
Radio	7.983	8.418
Margen/Ingresos Netos	18,9%	19,9%



ANEXO 1: Consolidado por negocios 2017

Miles de euros

INGRESOS NETOS	1T17	2T17	3T17	4T17	12M17
Audiovisual	242.595	271.248	188.133	276.072	978.048
Publicidad Televisión	215.194	240.712	163.592	234.227	853.725
Publicidad Digital	2.888	3.364	5.035	15.805	27.092
Producción y Distribución de Contenidos	17.077	15.156	14.947	18.982	66.162
Otros Ingresos	7.436	12.015	4.559	7.059	31.069
Radio	19.367	22.986	17.687	23.485	83.526
Eliminaciones	(2.896)	(2.521)	(1.550)	(2.530)	(9.496)
ATRESMEDIA	259.067	291.713	204.270	297.028	1.052.078

GASTOS DE EXPLOTACION	1T17	2T17	3T17	4T17	12M17
Audiovisual	203.105	203.674	158.673	227.527	792.980
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	121.835	114.907	89.722	121.966	448.431
Gastos de personal	25.720	26.454	26.913	27.787	106.874
Otros gastos de explotación	28.171	29.259	21.269	35.627	114.326
Costes variables ligados a ventas	27.379	33.054	20.768	42.148	123.349
Radio	17.641	15.272	15.070	18.468	66.451
Eliminaciones	(2.896)	(2.521)	(1.550)	(2.530)	(9.496)
ATRESMEDIA	217.851	216.426	172.192	243.466	849.935

EBITDA	1T17	2T17	3T17	4T17	12M17
Audiovisual	39.490	67.574	29.460	48.545	185.068
Radio	1.726	7.714	2.618	5.017	17.075
Eliminaciones	0	0	0	0	0
ATRESMEDIA	41.216	75.288	32.078	53.562	202.143



ANEXO 2: Consolidado por negocios 2016

Miles de euros

INGRESOS NETOS	1T16	2T16	3T16	4T16	12M16
Audiovisual	230.354	276.912	180.713	260.210	948.188
Publicidad Televisión	209.215	251.542	159.181	235.683	855.621
Publicidad Digital	2.278	3.101	2.901	2.920	11.199
Producción y Distribución de Contenidos	13.118	12.859	13.124	12.883	51.984
Otros Ingresos	5.744	9.409	5.507	8.724	29.384
Radio	18.133	23.446	17.174	23.417	82.170
Eliminaciones	(2.448)	(2.337)	(1.754)	(2.704)	(9.243)
ATRESMEDIA	246.039	298.020	196.133	280.922	1.021.114

GASTOS DE EXPLOTACION	1T16	2T16	3T16	4T16	12M16
Audiovisual	193.098	207.689	150.313	214.792	765.891
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	118.593	121.155	85.346	122.218	447.311
Gastos de personal	25.361	27.601	26.089	27.924	106.975
Otros gastos de explotación	27.927	29.222	17.300	38.726	113.175
Costes variables ligados a ventas	21.216	29.712	21.579	25.924	98.431
Radio	15.126	13.500	15.560	18.291	62.476
Eliminaciones	(2.448)	(2.337)	(1.754)	(2.704)	(9.243)
ATRESMEDIA	205.776	218.851	164.119	230.378	819.124

EBITDA	1T16	2T16	3T16	4T16	12M16
Audiovisual	37.256	69.223	30.401	45.418	182.297
Radio	3.007	9.946	1.614	5.126	19.693
Eliminaciones	0	0	0	0	0
ATRESMEDIA	40.263	79.169	32.015	50.544	201.990



ANEXO 3: Cuenta de resultados consolidada 1S18 proforma sin Smartclip

Miles de Euros	1S18 Proforma (*)	1S17	Evolución
INGRESOS NETOS	536.951	550.780	(2,5%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	436.532	434.276	0,5%
Resultado bruto de explotación	100.418	116.503	(13,8%)
Beneficio de explotación	90.921	107.849	(15,7%)

(*) Proforma: Atresmedia sin Smartclip

Smartclip se incorpora al perímetro de consolidación en el mes de julio de 2017.