

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE
2020**

30 de septiembre de 2020



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	27
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	27
4.2	Cuenta de Resultados	28
5.	MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO	30



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Audiencia total TV	26,1%	26,5%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	41,8%	41,5%
Oyentes Radio (miles) (1ªOla EGM. Media móvil)	3.345	3.568
Nº de empleados total	2.589	2.450

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Ingresos Netos	580.089	723.668
Resultado Bruto de Explotación	73.138	126.359
Beneficio del Ejercicio	39.856	80.251
Deuda Financiera Neta	179.725	179.431

Los nueve primeros meses del año han estado marcados por la crisis global de la COVID-19. En este contexto, Atresmedia ha obtenido en el acumulado a septiembre de 2020 un Resultado Bruto de Explotación de 73,1 millones de euros y un Beneficio Consolidado de 39,9 millones de euros.

Atresmedia Televisión ha alcanzado en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 41,8%, superior a la del año anterior en 0,3 puntos. En términos de **audiencia** ha registrado una cuota del 26,1%, llegando al 27,8% el prime time en el target comercial.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 11,5% alcanzando en el prime time en el target comercial una audiencia del 12,8%.

El canal laSexta, con una audiencia media del 7,1% se sitúa 1,6 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial en la franja prime time una audiencia del 7,3%.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,6% en el acumulado a septiembre de 2020, siendo en el target comercial de un 8,5%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a septiembre, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet por cuarto año consecutivo, y se posiciona en el puesto nueve en el ranking de los sitios más visitados de España.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante los nueve primeros meses del año representan el 60% de la recaudación del Cine Español.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia suman más de 55 millones de abonados.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,3 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (1ª ola de 2020).

1.2 Entorno económico y de mercado

Según el último panel de Funcas publicado en septiembre de 2020, las estimaciones para este año son de una **caída del PIB en el ejercicio del 12%** (-10,8% en el panel de julio, y -9,5% en el panel de mayo). La aportación de la demanda nacional será negativa por 10,7 puntos porcentuales, mientras que la demanda exterior aportará 1,3 puntos porcentuales negativos. **En 2021 se estima una recuperación del 7,3%** respecto al año anterior (7,2% en el panel de julio).

El Gobierno de España, estima la caída de la economía en el 11,2%, dos puntos porcentuales por debajo de su previsión de abril (-9,2%) y una recuperación del 7,2% en 2021. El Banco de España, por su parte, espera que la caída esté entre el -10,5% y el -12,6% en 2020, para recuperarse entre el 4,1% y el 7,3% en 2021. El Fondo Monetario Internacional, pronostica que la economía española caerá el -12,8% este año, con una recuperación del 7,2% en 2021.

Por su parte, el mercado laboral sufrirá de manera directa las consecuencias de la contracción de la economía. Según Funcas, el paro repuntará hasta el 17,8% en 2020, y se mantendrá en esta cifra en 2021. Muy lejos aún del 14% registrado a cierre de 2019. El debilitamiento de la demanda y de la renta de los hogares, así como la caída del precio de algunas materias primas llevarán al IPC a terreno negativo, con un -0,2% este año (estable frente al panel del mes de julio) y un aumento del 1,0% el próximo ejercicio.



El Banco de España estima una tasa de paro en 2020 de entre el 17,1% y el 18,6%. En 2021, según sus estimaciones, se elevará hasta 19,4% y 22,1%. El Gobierno, por su parte espera que el paro esté en 2020 en el 19% y se recupere ligeramente, hasta el 17,2% en 2021.

Por su parte, la previsión de consenso apunta a un déficit público del 12,3% del PIB en 2020 (11,9% en el panel anterior) y del 7,4% en 2021.

Respecto a la evolución del mercado publicitario, según estimaciones internas, la inversión publicitaria de enero a septiembre de 2020 ha disminuido un 27,4% respecto al mismo período de 2019, afectando a todos los medios. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión ha decrecido en un 24,8%, el medio radio en un 29,2% y el medio digital en un 18,1%. La inversión publicitaria se ha visto especialmente perjudicada en los meses de marzo a junio por la crisis de la COVID-19.

Mercado Publicitario por medios	9M20 VS 9M19
Televisión	-24,8%
Radio	-29,2%
Digital	-18,1%
Prensa y Dominicales	-37,7%
Revistas	-38,8%
Exterior	-52,8%
Cine	-62,1%
TOTAL MEDIOS	-27,4%

Fuente: Estimaciones internas (pendiente publicación fuentes externas).



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	580.089	723.668	(19,8%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	506.951	597.309	(15,1%)
Resultado bruto de explotación	73.138	126.359	(42,1%)
Amortización del inmovilizado	14.367	14.637	(1,8%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(1)	(34)	98,2%
Beneficio de explotación	58.771	111.757	(47,4%)
Resultado financiero	(6.548)	(6.912)	5,3%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	957	(1.769)	n/a
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	53.180	103.076	(48,4%)
Impuesto sobre sociedades	13.397	22.873	(41,4%)
Beneficio del ejercicio	39.783	80.203	(50,4%)
Resultado atribuido a socios externos	73	48	51,6%
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	39.856	80.251	(50,3%)

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a septiembre de 2020 alcanzan los 580,1 millones de euros, frente a los 723,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
Audiovisual	542.387	671.554	(19,2%)
Radio	44.576	59.100	(24,6%)
Eliminaciones	(6.874)	(6.985)	
ATRESMEDIA	580.089	723.668	(19,8%)

El mercado publicitario, según estimaciones internas, ha decrecido en el periodo enero a septiembre de 2020 un 27,4%.

En el tercer trimestre de 2020 crecen los ingresos netos del consolidado un 11,6% principalmente por la mejora en la producción y distribución de contenidos.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a septiembre de 2020 disminuyen un 15,1% respecto al acumulado a septiembre del año anterior.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
Audiovisual	470.287	554.949	(15,3%)
Radio	43.538	49.345	(11,8%)
Eliminaciones	(6.874)	(6.985)	
ATRESMEDIA	506.951	597.309	(15,1%)



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
Consumo de programas	214.444	279.493	(23,3%)
Gastos de Personal	113.957	119.727	(4,8%)
Otros gastos operativos	100.077	107.180	(6,6%)
Costes variables ligados a ventas	85.347	97.894	(12,8%)
Eliminaciones	(6.874)	(6.985)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	506.951	597.309	(15,1%)

Durante este ejercicio se ha establecido un plan de ahorro, tanto en consumo de programas como en personal y otros gastos operativos, de cara a minimizar la caída del mercado publicitario, especialmente acentuada desde el mes de marzo con la crisis global de la COVID-19, sin que esto haya afectado a la posición competitiva del Grupo.

Los costes variables ligados a ventas disminuyen por la caída de los ingresos publicitarios durante los meses del estado de alarma.

Durante el tercer trimestre de 2020 los gastos de explotación han crecido un 8,4% respecto al mismo periodo de 2019 principalmente por el incremento de costes variables ligados a ingresos en la producción y distribución de contenidos.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a septiembre de 2020 ha sido de 73,1 millones de euros lo que supone un margen sobre ingresos netos del 12,6%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Audiovisual	72.100	116.604
Margen/Ingresos Netos	13,3%	17,4%
Radio	1.038	9.755
Margen/Ingresos Netos	2,3%	16,5%
TOTAL ATRESMEDIA	73.138	126.359
Margen/Ingresos Netos	12,6%	17,5%



En el tercer trimestre de 2020 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 30,3 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 14,8%, una mejora de 7,8 millones de euros (34,3%) frente al tercer trimestre del año anterior.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a septiembre ha sido de 58,8 millones de euros frente a los 111,8 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Audiovisual	59.719	104.088
Margen/Ingresos Netos	11,0%	15,5%
Radio	(948)	7.668
Margen/Ingresos Netos	n/a	13,0%
TOTAL ATRESMEDIA	58.771	111.757
Margen/Ingresos Netos	10,1%	15,4%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a septiembre de 2020 es negativo por importe de 6,5 millones de euros frente a los 6,9 millones de euros negativos del acumulado a septiembre del año anterior.

El Resultado antes de impuestos en el acumulado a septiembre de 2020 ha sido de 53,2 millones de euros frente a los 103,1 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado acumulado a septiembre de 2020 es de 39,9 millones de euros. En el tercer trimestre del año el Beneficio Consolidado ha sido de 17,2 millones de euros, un 60,9% superior al del mismo periodo del año anterior.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	30 Septiembre 2020	31 Diciembre 2019
ACTIVO		
Fondo de comercio	169.147	163.223
Otros activos intangibles	116.805	119.970
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	86.680	98.221
Activos por impuesto diferido	201.031	201.527
ACTIVOS NO CORRIENTES	573.663	582.942
Derechos de programas y existencias	304.667	321.082
Deudores comerciales y otros deudores	187.977	245.124
Otros activos corrientes	22.592	28.585
Activo por impuesto corriente	21.484	18.884
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	108.300	85.831
ACTIVOS CORRIENTES	645.020	699.506
TOTAL ACTIVO	1.218.683	1.282.448
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	277.819	237.047
Acciones propias	(6.168)	(7.489)
Dividendos a cuenta	(45.012)	(45.012)
Otros instrumentos de patrimonio	0	1.355
Ajustes por cambios de valor y otros	6.342	2.180
PATRIMONIO NETO	483.061	438.160
Obligaciones y bonos	170.823	178.030
Deudas con entidades de crédito	69.311	103.516
Otros pasivos no corrientes	49.196	44.272
Pasivos por impuestos diferidos	32.884	32.183
PASIVOS NO CORRIENTES	322.214	358.001
Obligaciones y bonos	1.831	4.046
Deudas con entidades de crédito	35.919	8.676
Acreedores comerciales y otros acreedores	309.040	381.773
Otros pasivos corrientes	52.071	91.791
Pasivos por impuesto corriente	14.548	0
PASIVOS CORRIENTES	413.408	486.287
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.218.683	1.282.448

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas



La deuda financiera neta del Grupo es de 179,7 millones de euros frente a los 193,0 millones de euros a diciembre de 2019, lo que supone una reducción de 13,3 millones de euros. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses) es del 1,30.

En noviembre de 2019 la CNMC resolvió un expediente contra Atresmedia y Mediaset España, obligando al cese de determinadas prácticas comerciales consideradas anticompetitivas. Además impuso sanciones económicas que en el caso de Atresmedia ascendieron a 38,2 millones de euros. Dicha resolución fue impugnada y el recurso fue admitido a trámite. Adicionalmente, se solicitó su suspensión cautelar. Ambos recursos están pendientes de resolución. Se considera que es probable obtener una resolución favorable a los intereses de Atresmedia.

Dada la importancia del impacto de la pandemia en la actividad económica y en los resultados en los nueve primeros meses del año, el Grupo ha llevado a cabo una revisión general de los potenciales efectos sobre los resultados futuros, los flujos de caja previstos y la valoración de los activos en balance. La primera conclusión del análisis es que los distintos negocios de Atresmedia no han visto sustancialmente alteradas las expectativas a largo plazo que existían antes de esta crisis, de modo que se mantienen la orientación estratégica y los objetivos en ese horizonte temporal.

Con fecha 26 de junio de 2020, se constituyen las sociedades Buendía Producción, S.L. y Buendía Estudios, S.L. participadas en un porcentaje del 50% entre Telefónica y Atresmedia con el objetivo de crear y producir contenidos audiovisuales en español en todo el mundo.

En agosto de este año, se adquiere la sociedad Human to Human S.L., agencia especializada en influencer marketing en España.



2.3 Cash Flow consolidado

A 30 de septiembre de 2020 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 49,0 millones de euros.

Miles de euros	30 Septiembre 2020	30 Septiembre 2019
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	53.180	103.076
Ajustes del resultado:	27.411	23.350
- Amortizaciones	14.367	14.637
- Provisiones y otros	6.496	1.801
- Resultados Financieros	6.548	6.912
Cambios en el capital circulante	(31.617)	20.971
Efectivo generado por las operaciones	48.974	147.396
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(2.265)	(7.363)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	46.710	140.033
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(27.890)	(33.617)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(11.003)	(7.837)
Activos fijos materiales e intangibles	(9.394)	(7.684)
Inversión en Cine Español	(7.493)	(18.096)
Desinversiones y anticipos por ventas de activos	2.750	7.898
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(25.140)	(25.719)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Pagos por arrendamientos	(1.115)	(911)
Resultados financieros cobrados (pagados)	(6.812)	(5.942)
Dividendos pagados	0	(56.265)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(357)	(5)
Deuda financiera	9.184	(46.348)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	899	(109.471)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	22.468	4.845
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	85.831	85.626
Variaciones por cambio de perímetro	2	286
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	85.832	85.912
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	108.300	90.757

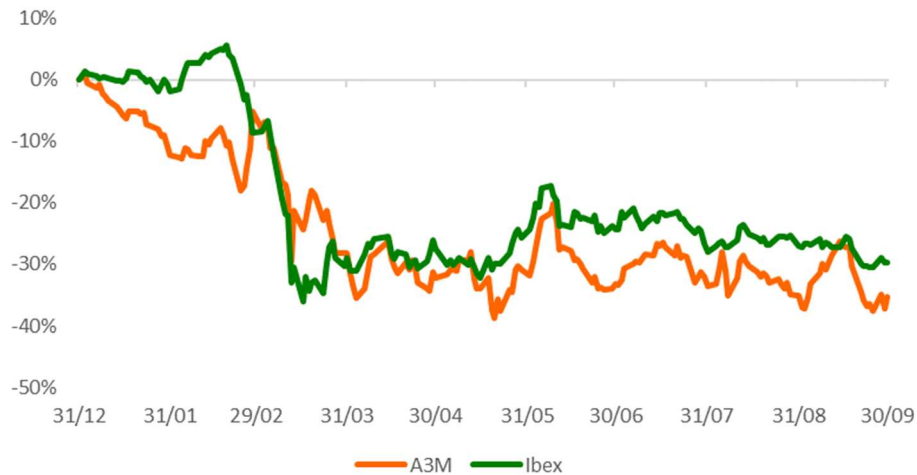
Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró en los nueve primeros meses de 2020 en 2,256 €/acción, un 35,2% por debajo del valor de cierre del año 2019, que fue 3,482 €/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el semestre en 6.716,60 puntos, lo que supone una caída del 29,7% respecto a cierre del ejercicio anterior.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el año 2020 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Sep 2020
Cotización a 30/09/2020 (€)	2,256
Máximo (€)	3,51
Mínimo (€)	2,13
Precio Medio Ponderado (€)	2,62
Volumen medio diario (accs.)	515.666
Volumen medio diario (miles de €)	1.351
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Net Station



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de nueve meses, contamos con la opinión y recomendación de 19 analistas. De éstos, el 21% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 42% recomiendan Mantener, mientras que un 37% mantienen su recomendación de Vender. El Precio Objetivo medio a cierre del periodo es de 2,59 €/acción.

Durante los nueve primeros meses de 2020, el departamento de Relación con Inversores participó en 14 conferencias y roadshows, tanto presenciales como virtuales.

El total de contactos presenciales y virtuales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y reuniones en nuestras oficinas), fue de alrededor de 65. Adicionalmente, el departamento mantuvo unas 130 conference calls con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

La actividad del departamento cayó de manera acusada en los meses de marzo y abril por la crisis del Covid-19: los eventos previstos para estos dos meses fueron cancelados. Sin embargo, a partir del mes de mayo se han ido retomando las conferencias previstas y la mayor parte de ellas han tenido lugar, aunque de manera virtual.

2.5 Responsabilidad corporativa

Los nueve primeros meses de 2020 han estado marcados en el ámbito corporativo por la elaboración de un Estado de Información no Financiera integrado en el Informe de Gestión Consolidado de la Compañía, que recoge todos los avances sociales, medioambientales y de buen gobierno, así como los relativos a empleados y derechos humanos, llevados a cabo en 2019 por el Grupo.

El desempeño ASG (ambiental, social y de buen gobierno) de Atresmedia, ha sido reconocido a través de la permanencia de la Compañía en el índice de sostenibilidad FTSE4GoodIbex, del que Atresmedia forma parte ininterrumpidamente desde 2010.

Por lo que se refiere a la gestión de los recursos humanos, y como respuesta interna a la crisis provocada por el Covid-19, Atresmedia ha seguido todas las indicaciones de las autoridades sanitarias, implantando las medidas necesarias para garantizar la seguridad laboral de sus empleados y apostando por la modalidad de teletrabajo para un 75% de la plantilla. Por otro lado, y con el fin de reforzar el compromiso de Atresmedia con la diversidad y la inclusión, el Grupo ha incrementado la contratación de personas con discapacidad en su plantilla.



En la dimensión social, y como respuesta a la pandemia provocada por el Covid-19, Atresmedia ha apoyado con todos sus medios de comunicación la iniciativa 'Cruz Roja Responde', un plan integral puesto en marcha por Cruz Roja Española para atender las necesidades de 1,3 millones de personas afectadas por la pandemia.

Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas en "Compromiso Atresmedia":

- "Ponle Freno" celebró la edición 2020 de sus Premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial. Además, celebró su primera carrera virtual en la que participaron 22.000 personas.
- "Objetivo Bienestar" convocó sus octavos premios dirigidos a los centros escolares que promuevan iniciativas saludables entre sus alumnos.
- "Constantes y Vitales" lanzó una nueva campaña para dar a conocer los logros y reconocer la labor de los científicos españoles y convocó una nueva edición de sus Premios.
- "Levanta la Cabeza" ha comenzado en centros escolares el proyecto "sin verificar, no compartas", para transmitir a los jóvenes la necesidad de cuestionar la información y enseñarles comprobar su veracidad.
- Antena3 Noticias ha renovado su compromiso para seguir combatiendo la violencia de género a través de la iniciativa "Contra el maltrato: Tolerancia Cero".
- "Crea Cultura" se ha unido a la iniciativa #TodoEmpiezaEnUnaLibrería, impulsada por el sector editorial y librero, para incentivar la visita a las librerías después de la situación generada por el Covid-19.

Respecto al programa de voluntariado corporativo, para dar respuesta a las necesidades sociales generadas por el Covid-19, el Grupo ha puesto en marcha el proyecto de voluntariado online "Aislados, pero no solos".

La Fundación Atresmedia sigue trabajando por la mejora educativa y por ello un año más consiguió un éxito de participación de su evento "Grandes Profes" y lanzó la séptima edición de sus Premios "Grandes Iniciativas" dirigidos a impulsar la calidad educativa.

En cuanto a la dimensión medioambiental, Atresmedia está poniendo en marcha las acciones definidas en la estrategia medioambiental 2019, y su desempeño medioambiental se ha plasmado en la participación del Grupo en el Informe de cambio climático CDP 2020.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	542.387	671.554	(19,2%)
GASTOS DE EXPLOTACION	470.287	554.949	(15,3%)
Resultado bruto de explotación	72.100	116.604	(38,2%)
Amortizaciones y deterioros	12.381	12.516	(1,1%)
Resultado de explotación	59.719	104.088	(42,6%)

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas

3.1.1 Ingresos Netos

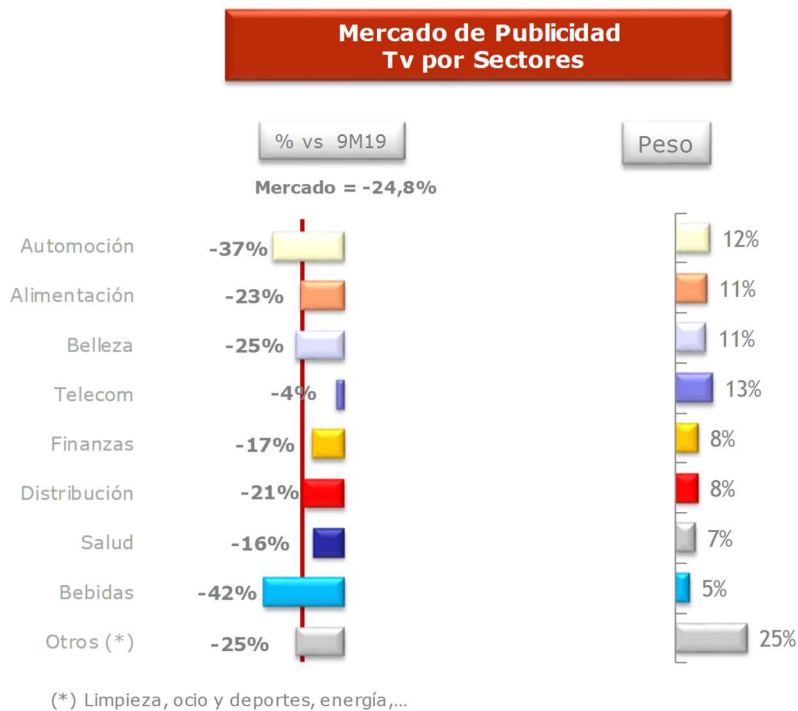
Los ingresos netos acumulados a septiembre de 2020 ascienden a 542,4 millones de euros frente a los 671,6 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Miles de Euros	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
Publicidad Televisión	432.799	559.518	(22,6%)
Publicidad Digital	30.532	32.687	(6,6%)
Producción y Distribución de Contenidos	60.781	51.225	18,7%
Otros Ingresos	18.275	28.123	(35,0%)
INGRESOS NETOS	542.387	671.554	(19,2%)

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 432,8 millones de euros frente a los 559,5 millones obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Según estimaciones internas, el mercado de la publicidad en televisión habría decrecido en el periodo un 24,8% (-5,1% en el tercer trimestre de 2020).

Dentro del mercado publicitario de televisión se ha producido una caída generalizada de todos los sectores.



Fuentes: Estimaciones internas

Debe recordarse que, de acuerdo con la resolución de la CNMC de noviembre de 2019, Atresmedia no tiene permitido aplicar descuentos por volumen a sus clientes de publicidad. Este cambio no tiene impacto en la evolución de los ingresos netos reportados pero sí que afecta a la comparación interanual de las ventas brutas de publicidad publicadas por fuentes terceras.

Conforme a lo comentado en el párrafo anterior, la cuota de participación de Atresmedia Televisión, según estimaciones internas basadas en mercados comparables, sería en el acumulado a septiembre de un 41,8%, un incremento de 0,3 puntos respecto al año anterior.

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 30,5 millones de euros frente a los 32,7 millones de euros obtenidos en el acumulado a septiembre de 2019. Según estimaciones internas, el mercado de la publicidad digital ha decrecido en el periodo un 18,1%.

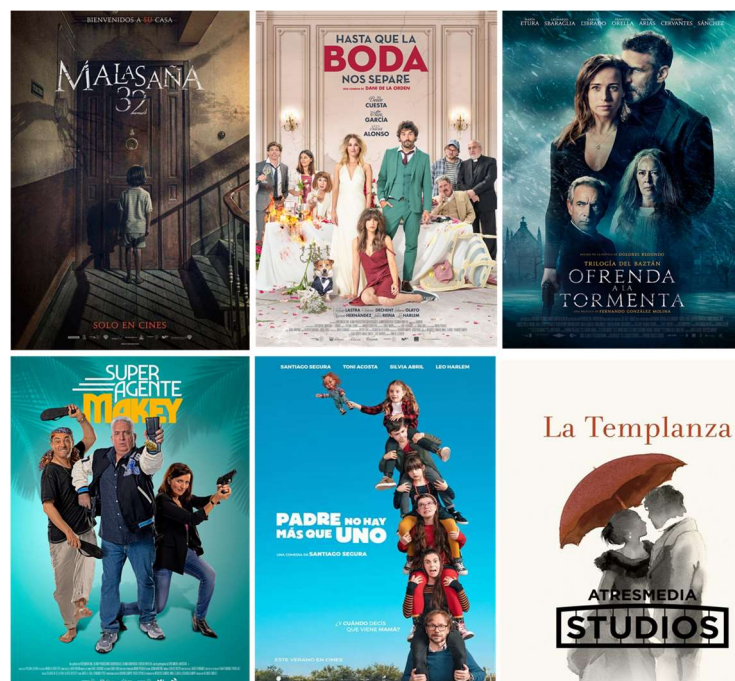


Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 60,8 millones de euros frente a los 51,2 millones de euros del acumulado a septiembre del año anterior.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de series (Atresmedia Studios), los derivados de nuestra oferta de vídeo bajo demanda de pago (Atresplayer Premium), la producción y distribución de canales para plataformas de pago en mercados de Europa y América (Atresmedia Internacional), así como la actividad cinematográfica del Grupo (Atresmedia Cine).



Atresmedia Studios ha entregado este año la serie "La Templanza", producida para Amazon Prime Video y Atresmedia Cine ha estrenado en cines durante los nueve primeros meses del año cuatro largometrajes: "Malasaña 32", "Hasta que la boda nos separe", "Superagente Makey" y "Padre no hay más que uno 2", esta última es la película española más taquillera en lo que va de año. Además ha mantenido en explotación películas como "Legado en los huesos".





En conjunto representan el 60% de la recaudación del Cine Español en el periodo. Por otro lado, como consecuencia de la crisis sanitaria, se ha estrenado en Netflix la tercera película de la Trilogía del Baztán "Ofrenda a la tormenta".

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 18,3 millones de euros frente a los 28,1 millones de euros del acumulado a septiembre de 2019.

3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de Euros	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
Consumo de programas	214.444	279.493	(23,3%)
Gastos de personal	95.398	100.139	(4,7%)
Otros gastos operativos	75.097	77.423	(3,0%)
Costes variables ligados a ventas	85.347	97.894	(12,8%)
GASTOS DE EXPLOTACION	470.287	554.949	(15,3%)

Los gastos de explotación en el acumulado a septiembre de 2020 han sido de 470,3 millones de euros, lo que supone una reducción de 15,3% respecto a los gastos registrados en el acumulado a septiembre de 2019.

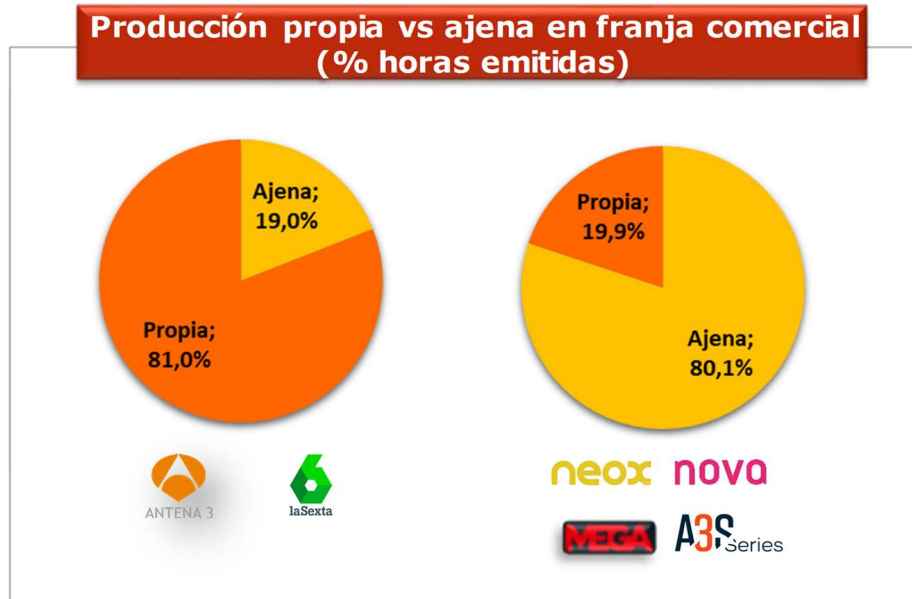
Para adaptarse a la caída del mercado publicitario, particularmente afectada desde el mes de marzo, con la crisis de la COVID-19, se ha puesto en marcha un plan de ahorro que se ve reflejado en todos los conceptos de gasto, sin que esto haya afectado a la posición competitiva del Grupo.

Los costes variables ligados a ventas disminuyen por la caída de los ingresos publicitarios durante los meses del estado de alarma.

Durante el tercer trimestre de 2020 los gastos de explotación han crecido un 9,8% respecto al mismo periodo de 2019 como consecuencia del incremento en costes variables relacionados con el crecimiento de los ingresos en la producción y distribución de contenidos.



Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, ha predominado la producción propia (81,0%), mientras en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (80,1%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a septiembre de 2020 es de 72,1 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 13,3%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Audiovisual	72.100	116.604
Margen/Ingresos Netos	13,3%	17,4%

En el tercer trimestre de 2020 el Resultado Bruto de Explotación es de 29,1 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 15,2%, una mejora de 7,3 millones de euros (33,8%) frente al tercer trimestre del año anterior.



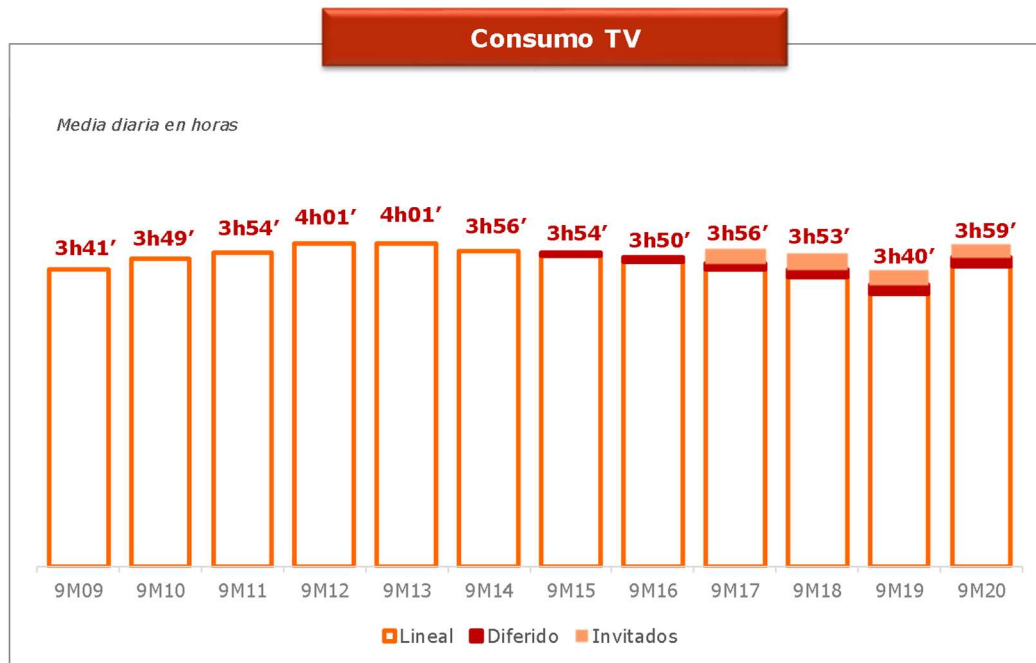
El Resultado de Explotación (EBIT) acumulado a septiembre de 2020 alcanza los 59,7 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 11,0%.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Audiovisual	59.719	104.088
Margen/Ingresos Netos	11,0%	15,5%

3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en los nueve primeros meses del año es de 3 horas y 59 minutos, diecinueve minutos más que en el mismo periodo del año pasado y el más alto de los últimos siete años. Este dato incluye el consumo lineal, el visionado en diferido y el consumo de invitados. Además, desde este año Kantar Media ha incorporado la medición en segundas residencias.



Diferido: consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional, sin incluir consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets.

Invitados: espectadores no residentes en el hogar del visionado.



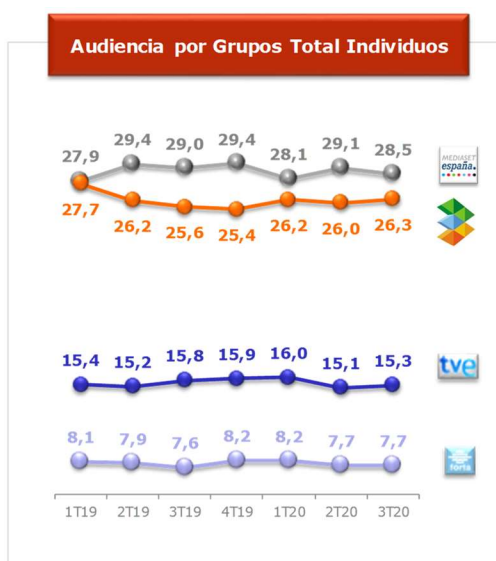
Los nueve primeros meses de 2020 han estado marcados por la pandemia del COVID-19, que ha afectado a buena parte de la programación y contenidos televisivos. Como consecuencia se registró en abril el mes de mayor consumo de televisión en España (5 horas y 3 minutos de media diaria). En ese mes, cerca de 33,5 millones de españoles contactaron con la televisión diariamente.

Este incremento del consumo de televisión durante el confinamiento evidencia que la televisión en abierto es la gran referencia para toda la población, incluyendo jóvenes, en lo que se refiere a entretenimiento e información. El papel de Atresmedia ha sido especialmente destacado, copando todas las posiciones de liderazgo en lo que a información se refiere y siendo, con gran diferencia, el medio más valorado para seguir la actualidad informativa.

3.2.2 Audiencias de Televisión

El grupo de canales de Atresmedia Televisión registra una cuota de audiencia del 26,1% en los nueve primeros meses de 2020. Este dato se eleva al 27,7% en el target comercial, el más atractivo para los anunciantes, y hasta el 27,8% en este target en la franja del prime time (horario de máxima audiencia).

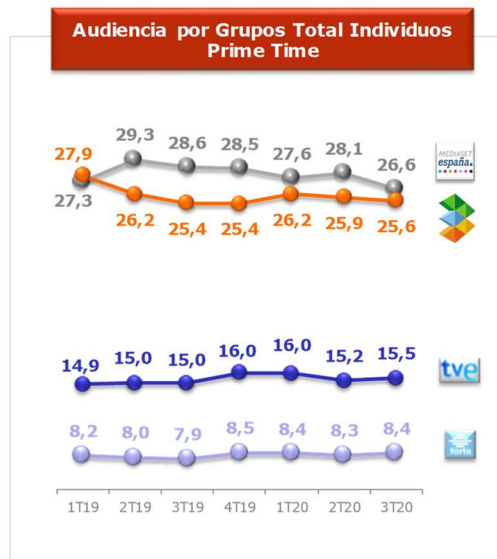
El grupo ha arrancado en septiembre la temporada 20/21 como líder del prime time con un 26,7% de cuota.



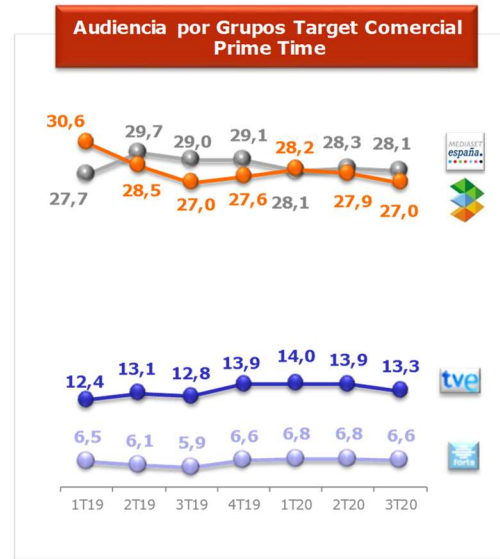
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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**, cadena principal del grupo, está promediando una audiencia del 11,5% en el año con una trayectoria ascendente que le ha llevado en septiembre a un 12,7%, su mejor resultado en más de año y medio. Además, en septiembre lideró el prime time (por segundo mes consecutivo) con un 13,9% y casi un punto de ventaja sobre la competencia.

Sus informativos son los más vistos de la televisión. **A3 Noticias** ha liderado todos los meses del año con una media de 16,2% y 2,3 millones de espectadores. **A3 Noticias 1 LV**, con Sandra Golpe, ha encadenado 32 meses de liderazgo y ha sido el contenido diario más visto de la televisión con un 19,5% y 2,5 millones.

Entre los contenidos de la cadena, destaca especialmente la serie **Mujer**, que se ha convertido en el fenómeno televisivo del año con una audiencia que va creciendo semana a semana. En septiembre alcanzó una media de 17,4% y 1,8 millones, colocándose como la serie más vista de la televisión.

La cadena sigue teniendo el entretenimiento diario más visto con **El hormiguero 3.0**, que está promediando en el año un 14,3% y 2,4 millones de espectadores y constituye la mejor antesala para las ofertas de prime time. Durante el confinamiento el programa continuó en emisión con su versión Quédate en casa, que se mantuvo líder de su franja con un 14,9% y casi 2,9 millones de seguidores.

Pasapalabra se estrenó en mayo por todo lo alto en prime time con un 19,7% y más de 3,2 millones de espectadores. En la tarde, está creciendo mes a mes, logrando un 17,2% y más de 1,7 millones de espectadores de media.



Con el comienzo de temporada en septiembre regresó **La Voz**, líder desde su estreno en la noche de los viernes con un 19,9% y 2,3 millones de seguidores, y récord de espectadores en cada emisión.

Por otra parte, **La valla**, ofrecida antes en ATRESplayer Premium, se ha convertido en el mejor estreno de ficción de la temporada 2020-21 (15,4% y 2 millones).

El canal **laSexta** mejora en 0,2 puntos respecto al acumulado a septiembre de 2019 registrando una audiencia media en el periodo, en total individuos (total día), de un 7,1% lo que le sitúa 1,6 puntos por encima de su principal competidor.

El canal comienza las mañanas con **Aruser@s**, que en poco más de un año se ha convertido en referente de las mañanas con una audiencia que crece cada mes y que supera a la de La1. Está promediando en el año un 12,2% con una fórmula que combina actualidad y buen humor. El análisis de la actualidad continúa con **Al rojo vivo**, a cargo de Antonio García Ferreras, uno de los estandartes del canal con un 14,8% y más de un millón de seguidores de media de enero a septiembre.

laSexta noticias está atravesando uno de los mejores años de su historia con un 10,3% y casi 1,3 millones de espectadores. Mientras que **Más vale tarde** se ha consolidado como el programa de actualidad más visto de las tardes con 7,7% y 822 mil espectadores. **El objetivo de Ana Pastor** también mantiene su emisión en la noche de los domingos ante un 7,0% de la audiencia (1,3 millones) mientras que **LaSexta noche** sigue siendo la tertulia política de referencia de los sábados con un 8,0% de cuota media (+0,4 respecto al mismo periodo del año anterior).

El intermedio se consolida como su programa diario más visto con un 8,4% y 1,4 millones de seguidores de media. Pero también hay hueco para el entretenimiento. **Zapeando** sigue con su divertida fórmula en las sobremesas ante un 6,5% y 831 mil espectadores. Por su parte, **Liarla Pardo**, en las tardes de los domingos, está creciendo respecto al año anterior y roza el millón de espectadores con un 7,3% de share.

Por otro lado, los **canales complementarios** del grupo siguen logrando resultados positivos y ser líderes en sus respectivos públicos o géneros. La suma de dichos canales aporta en el año un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,6% llegando hasta el 8,5% en el target comercial.



Nova está atravesando los mejores momentos de su historia. Está promediando en el año una audiencia del 2,5%, con lo que iguala su máximo anual. Lleva cuatro meses consecutivos (junio a septiembre) como canal temático más visto del mercado y registra máximo mensual en julio y agosto (2,9%). Centra su programación en seriales y películas.

Neox, el canal más juvenil del grupo, acapara un 2,0% de cuota de audiencia en lo que va de año y es temática líder del mercado en el Target comercial con un 2,9% de audiencia y en su público objetivo, jóvenes de 18 a 35 años, con nada menos que un 5,7%.

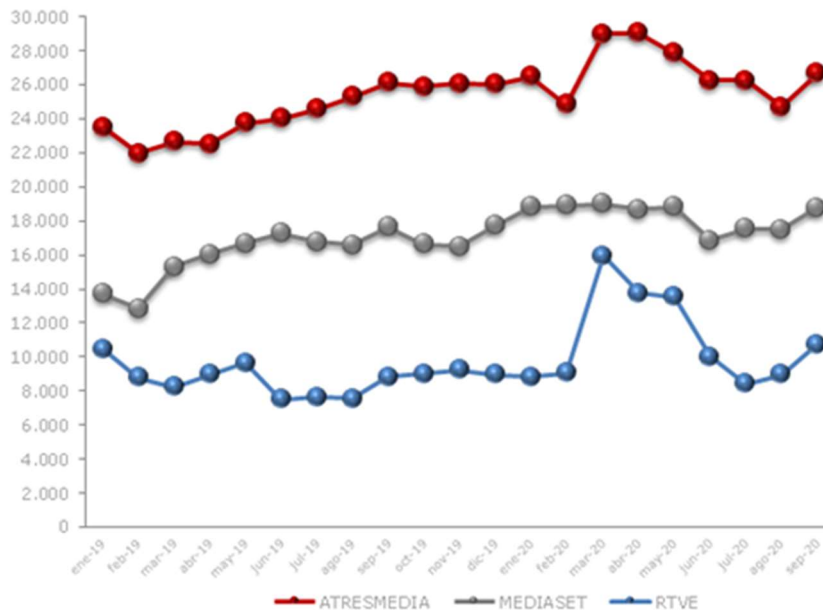
Mega, el canal masculino del grupo, ha registrado un 1,6% en total individuos y un 1,9% en target comercial. Tiene en su programación **El chiringuito de jugones** (3,8% y 198 mil espectadores de media), tertulia deportiva líder y todo un fenómeno en redes sociales.

Atreseries, centrado en ficción, es desde su lanzamiento el canal líder de nueva generación y sigue incrementado su audiencia año a año (1,5% de media en los primeros nueve meses de 2020).



3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore a septiembre de 2020, Atresmedia alcanza los 26,6 millones de usuarios únicos manteniéndose como grupo audiovisual líder en internet por cuarto año consecutivo, con 7,9 millones de usuarios más que Mediaset. En el ranking general se posiciona en el puesto 9 del top 10 de sites más visitados.



Fuente: comScore

La plataforma de vídeo online del Grupo, Atresplayer, ha conseguido, según comScore, 3,2 millones de usuarios únicos. Alcanza, además, a 30 de septiembre, los 8,6 millones de usuarios registrados.

La plataforma de pago Atresplayer Premium registra, a 30 de septiembre de 2020, un total de 289 mil suscriptores.





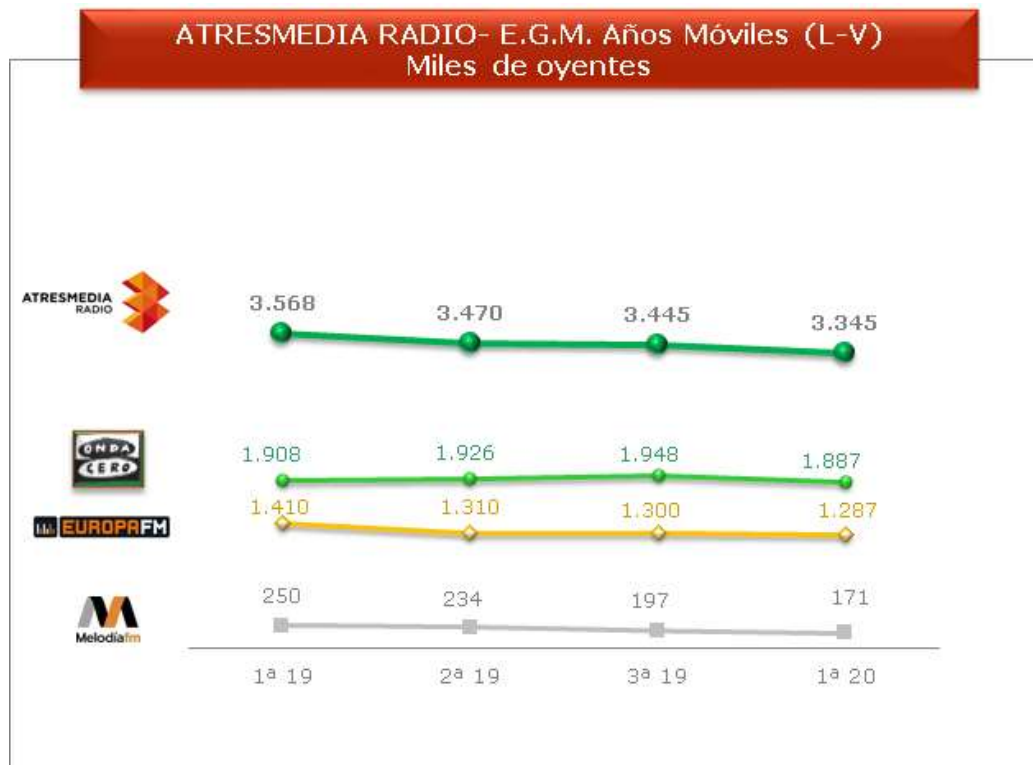
4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según estimaciones internas, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha decrecido en los nueve primeros meses del año un 29,2%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 1ª ola de 2020) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,3 millones de oyentes. Onda Cero con 1,9 millones de oyentes se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 1,3 millones de oyentes y Melodía FM 171 mil.

AIMC suspendió de forma definitiva la segunda ola del EGM de este año ante la imposibilidad de realizar el trabajo de campo con normalidad, a causa del Estado de Alarma.



Fuente: EGM , Años Móviles. Lunes a Viernes.

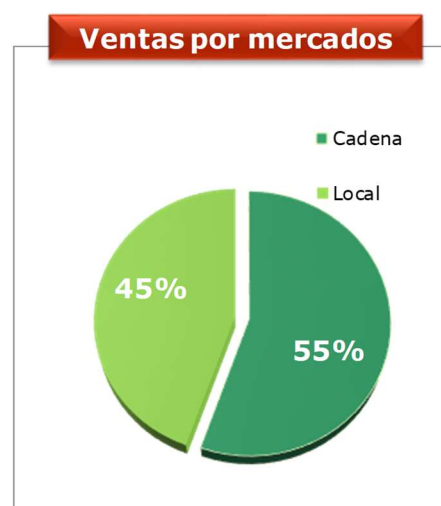


4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	44.576	59.100	(24,6%)
Gastos de personal	18.558	19.588	(5,3%)
Otros gastos operativos	24.979	29.757	(16,1%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	43.538	49.345	(11,8%)
Resultado bruto de explotación	1.038	9.755	(89,4%)
Amortizaciones y deterioros	1.985	2.087	(4,8%)
Resultado de explotación	(948)	7.668	n/a

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas

Atresmedia Radio ha alcanzado en los nueve primeros meses de 2020 unos ingresos netos de 44,6 millones de euros, frente a los 59,1 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.





Los gastos de explotación, a 30 de septiembre de 2020, han sido de 43,5 millones de euros, frente a los 49,3 millones de euros en el acumulado a septiembre de 2019, lo que supone un descenso del 11,8%.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a septiembre de 2020 es de 1,0 millones de euros.

En el tercer trimestre del año el Resultado Bruto de Explotación es de 1,3 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 8,5%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Radio	1.038	9.755
Margen/Ingresos Netos	2,3%	16,5%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Sep 2020	Ene-Sep 2019
Radio	(948)	7.668
Margen/Ingresos Netos	n/a	13,0%



5. MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO

Para cumplir con las Directrices del ESMA (European Securities Market Authority) sobre Medidas Alternativas de Rendimiento (en lo sucesivo, "MARs"), el Grupo presenta esta información adicional con el fin de favorecer la comparabilidad, fiabilidad y comprensión de su información financiera.

El Grupo presenta sus resultados de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable (NIIF-UE), no obstante, los Administradores consideran que ciertas MARs proporcionan información financiera adicional útil que debería ser considerada a la hora de evaluar su rendimiento. Los Administradores y la Dirección pueden utilizar adicionalmente estas MARs en la toma de decisiones financieras, operativas y de planificación, así como para evaluar el rendimiento del Grupo. El Grupo proporciona aquellas MARs consideradas apropiadas y útiles para la toma de decisiones de los usuarios.

Ingresos netos: Se calcula como la suma del Importe neto de la cifra de negocios y de Otros ingresos de explotación.

Miles de euros	9M20	9M19
Importe neto de la cifra de negocios	534.218	678.423
Otros ingresos de explotación	45.870	45.245
Ingresos netos	580.089	723.668

Gastos de explotación: Se calcula como la suma de los Consumos de programas y otros aprovisionamientos, Gastos de personal y Otros gastos de explotación.

Miles de euros	9M20	9M19
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	248.206	316.843
Gastos de personal	113.957	119.727
Otros gastos de explotación	144.788	160.739
Gastos de explotación	506.951	597.309



Resultado bruto de explotación (EBITDA): (“Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization”) es el Resultado de explotación más las Amortizaciones de inmovilizado y los Deterioros y enajenaciones de inmovilizado.

Miles de euros	9M20	9M19
Resultado de explotación	58.771	111.757
Amortización del inmovilizado	14.367	14.637
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(1)	(34)
EBITDA	73.138	126.359

Resultado Financiero: representa la cifra neta resultante de sumar los gastos e ingresos financieros (Resultado financiero) más el Resultado neto por variaciones de valor de instrumentos financieros a valor razonable más las Diferencias de cambio.

Resultado neto de participaciones en otras entidades: representa la cifra neta resultante del Resultado de entidades valoradas por el método de la participación más el Deterioro y enajenaciones de activos financieros

Deuda Financiera Bruta: es la suma de las partidas de Balance obligaciones y bonos (corriente y no corriente) más deudas con entidades de crédito (corriente y no corriente), corregidas por el saldo de instrumentos derivados netos.

Deuda Financiera Neta: es el principal indicador que utiliza la Dirección para medir el nivel de endeudamiento del Grupo. Se corresponde con la Deuda financiera bruta menos el Efectivo y otros medios líquidos equivalentes.

Miles de euros	9M20	9M19
Deuda financiera bruta	288.025	270.188
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(108.300)	(90.757)
Deuda financiera neta	179.725	179.431

Ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA: La compañía utiliza este ratio para medir el grado de apalancamiento y se calcula como la división de la Deuda Financiera Neta entre EBITDA de los últimos 12 meses.

Cualquier cociente entre MARs mencionadas anteriormente pueden ser considerado como una medida alternativa de rendimiento.