

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE
2021**

30 de septiembre de 2021



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	17
3.1	Cuenta de Resultados	17
3.1.1	Ingresos Netos	17
3.1.2	Gastos de Explotación.....	20
3.1.3	Resultados de Explotación y márgenes	21
3.2	Audiencia	22
3.2.1	Consumo de Televisión	22
3.2.2	Audiencias de Televisión	22
3.2.3	Audiencias de Digital	27
4.	RADIO	29
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	29
4.2	Cuenta de Resultados	30
5.	MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO	32



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Audiencia total TV	27,3%	26,1%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	42,0%	41,6%
Oyentes Radio (miles) (2ª Ola EGM. Media móvil)	3.011	3.345
Nº de empleados total	2.467	2.589

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Ingresos Netos	664.903	580.089
Resultado Bruto de Explotación	120.256	73.138
Beneficio del Ejercicio	79.864	39.856
Deuda Financiera Neta	11.459	179.725

Atresmedia ha obtenido en el acumulado a septiembre de 2021 un Resultado Bruto de Explotación de 120,3 millones de euros, un 64,4% más que en el mismo periodo de 2020, y un Beneficio Consolidado de 79,9 millones de euros, duplicando el de enero a septiembre de 2020 e igualando al obtenido en los nueve meses de 2019.

Atresmedia Televisión ha alcanzado en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 42,0%, una mejora de 0,4 puntos frente al ejercicio anterior. En términos de **audiencia** crece 1,2 puntos respecto al acumulado a septiembre de 2020 registrando una cuota del 27,3%, y lidera el prime time con 1,7 puntos más que Mediaset, grupo que cuenta con un canal más.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 13,8%, sumando 2,3 puntos más que en el mismo periodo del año anterior y liderando la franja prime time con una audiencia del 15,7%.

El canal laSexta, con una audiencia media del 6,4% se sitúa 1,1 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial una audiencia del 7,5%.



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 septiembre de 2021, siendo en el target comercial de un 7,8%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a septiembre, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet por quinto año consecutivo, alcanza una media de 27,2 millones de visitantes únicos, y se posiciona en el mes de septiembre en el octavo puesto en el ranking de los sitios más visitados de España. La plataforma de pago ATRESplayer Premium registra a 30 de septiembre de 2021 un total de 418 mil suscriptores, multiplicando por 1,4 los que tenía a 30 de septiembre de 2020.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante los primeros nueve meses del año representan el 40% de la recaudación del Cine Español, siendo "A todo tren. Destino Asturias", la película española más taquillera del año.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia registran cerca de 58 millones de abonados, sumando más de 2 millones respecto a septiembre del año anterior, un incremento del 4%.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,0 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (2ª ola de 2021).

1.2 Entorno económico y de mercado

El pasado mes de septiembre el Instituto Nacional de Estadística publicó el dato de crecimiento del segundo trimestre de 2021, siendo éste del 1,1%, 1,7 puntos porcentuales por debajo del dato que adelantó en el mes de julio (2,8%). A pesar de este dato, el Gobierno de España mantiene su previsión de crecimiento para 2021 en el 6,5% y para 2022 en el 7%.

El panel de FUNCAS por su parte prevé un crecimiento del PIB del 6,2% en 2021 y del 6,1% en 2022. Según el Banco de España, estos crecimientos serán del 6,2% y del 5,8% respectivamente. El Fondo Monetario Internacional sin embargo, en octubre rebajó su estimación de crecimiento de España para 2021 en medio punto, hasta dejarlo en 5,7%. Para 2022 estima que la tasa se elevará hasta el 6,4%



A lo largo de este año 2021 el encarecimiento de los productos energéticos está llevando a la inflación a niveles no vistos desde hace tiempo. La previsión del consenso de panelistas de FUNCAS para la tasa media anual de 2021 se incrementa en cinco décimas frente al panel del mes de julio, y alcanza el 2,4%. Para 2022 el incremento de precios se prevé algo menor, 1,6%.

En cuanto al mercado laboral, estima que la tasa de paro seguirá siendo muy significativa y se situará en el 15,6% en 2021 reduciéndose hasta el 14,7% en 2022. El Gobierno de España es algo más optimista y prevé una tasa del 15,2% y del 14,1% para este año y el siguiente respectivamente.

El déficit público, también según FUNCAS, está previsto que llegue al 8,1% en 2021 y al 5,7% en 2022, reduciéndose respecto a 2020 cuando alcanzó el 11% del PIB.

Respecto a la evolución del mercado publicitario, según estimaciones internas, la inversión publicitaria de enero a septiembre de 2021 habría crecido un 15,0% respecto al mismo período de 2020. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión habría crecido un 15,1%, el medio radio un 14,5% y el medio digital un 17,9%.

Mercado Publicitario por medios	9M21 VS 9M20
Televisión	15,1%
Radio	14,5%
Digital	17,9%
Prensa	-3,4%
Revistas	-12,6%
Exterior	16,9%
Dominicales	4,2%
Cine	5,2%
TOTAL MEDIOS	15,0%

Fuente: Estimaciones internas



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
INGRESOS NETOS	664.903	580.089	14,6%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	544.648	506.951	7,4%
Resultado bruto de explotación	120.256	73.138	64,4%
Amortización del inmovilizado	13.585	14.367	(5,4%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(126)	(1)	n/a
Beneficio de explotación	106.796	58.771	81,7%
Resultado financiero	(4.951)	(6.548)	24,4%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	5.848	957	511,2%
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	107.693	53.180	102,5%
Impuesto sobre sociedades	27.892	13.397	108,2%
Beneficio del ejercicio	79.802	39.783	100,6%
Resultado atribuido a socios externos	62	73	(14,9%)
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	79.864	39.856	100,4%

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a septiembre de 2021 alcanzan los 664,9 millones de euros, frente a los 580,1 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2020, lo que supone un incremento del 14,6%.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
Audiovisual	623.623	542.387	15,0%
Radio	48.279	44.576	8,3%
Eliminaciones	(6.999)	(6.874)	
ATRESMEDIA	664.903	580.089	14,6%

El mercado publicitario, según estimaciones internas, habría crecido en el periodo enero a septiembre de 2021 un 15,0% siendo el crecimiento en el tercer trimestre de un 9,1%.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a septiembre de 2021 aumentan un 7,4% respecto al acumulado a septiembre del año anterior.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
Audiovisual	506.990	470.287	7,8%
Radio	44.656	43.538	2,6%
Eliminaciones	(6.999)	(6.874)	
ATRESMEDIA	544.648	506.951	7,4%



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
Consumo de programas	238.403	214.444	11,2%
Gastos de Personal	124.464	113.957	9,2%
Otros gastos operativos	109.293	100.077	9,2%
Costes variables ligados a ventas	79.486	85.347	(6,9%)
Eliminaciones	(6.999)	(6.874)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	544.648	506.951	7,4%

La diferencia de costes con respecto al acumulado a septiembre de 2020 se debe fundamentalmente a las medidas de ralentización y contención de gastos tomadas el año pasado como consecuencia de la crisis de la COVID-19.

A pesar del crecimiento de la actividad comercial, los costes variables ligados a ventas disminuyen por menores ingresos de la actividad de producción y distribución de contenidos.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a septiembre de 2021 ha sido 47,1 millones de euros superior al obtenido en el mismo periodo de 2020, alcanzando los 120,3 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 18,1% frente al 12,6% en el acumulado a septiembre del año pasado.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Audiovisual	116.633	72.100
Margen/Ingresos Netos	18,7%	13,3%
Radio	3.623	1.038
Margen/Ingresos Netos	7,5%	2,3%
TOTAL ATRESMEDIA	120.256	73.138
Margen/Ingresos Netos	18,1%	12,6%



En el tercer trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 29,0 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 14,5%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a septiembre ha sido de 106,8 millones de euros, un crecimiento de 48,0 millones de euros frente al Resultado de Explotación alcanzado en el mismo periodo de 2020.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Negocio Audiovisual	105.112	59.719
Margen/Ingresos Netos	16,9%	11,0%
Negocio Radio	1.684	(948)
Margen/Ingresos Netos	3,5%	n/a
TOTAL ATRESMEDIA	106.796	58.771
Margen/Ingresos Netos	16,1%	10,1%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a septiembre de 2021 es negativo por importe de 5,0 millones de euros frente a los 6,5 millones de euros negativos del acumulado a septiembre del año anterior. Esta variación comprende el efecto neto del incremento de costes ligados a una nueva financiación sindicada y de los ingresos financieros contabilizados en aplicación de lo recogido en la NIIF 9 relativo a refinanciación de deuda.

A 30 de septiembre el epígrafe "Resultado neto de participaciones en otras entidades" recoge 5,8 millones de euros relacionados principalmente con plusvalías en sociedades participadas de Media for Equity.

El Resultado antes de impuestos en los nueve primeros meses del año ha sido de 107,7 millones de euros frente a los 53,2 millones de euros alcanzados en el mismo periodo de 2020.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado del acumulado a septiembre de 2021 es de 79,9 millones de euros, superior en 40,0 millones de euros al obtenido en el acumulado a septiembre del año anterior.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	30 Septiembre 2021	31 Diciembre 2020
ACTIVO		
Fondo de comercio	157.544	157.544
Otros activos intangibles	114.203	115.661
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	80.319	79.043
Activos por impuesto diferido	203.696	204.311
ACTIVOS NO CORRIENTES	555.762	556.559
Derechos de programas y existencias	291.753	291.165
Deudores comerciales y otros deudores	200.901	251.750
Otros activos corrientes	24.131	19.782
Activo por impuesto corriente	16.856	26.897
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	270.429	172.792
ACTIVOS CORRIENTES	804.070	762.387
TOTAL ACTIVO	1.359.833	1.318.946
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	295.997	216.716
Acciones propias	(6.168)	(6.168)
Ajustes por cambios de valor y otros	6.613	5.658
PATRIMONIO NETO	546.522	466.286
Obligaciones y bonos	172.726	162.986
Deudas con entidades de crédito	93.353	69.463
Otros pasivos no corrientes	80.490	90.097
Pasivos por impuestos diferidos	35.654	34.618
PASIVOS NO CORRIENTES	382.222	357.165
Obligaciones y bonos	1.834	3.771
Deudas con entidades de crédito	1.923	36.240
Acreedores comerciales y otros acreedores	318.759	391.650
Otros pasivos corrientes	80.856	63.834
Pasivos por impuesto corriente	27.717	
PASIVOS CORRIENTES	431.089	495.495
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.359.833	1.318.946

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas



La deuda financiera neta del Grupo es de 11,5 millones de euros frente a los 116,8 millones de euros a diciembre de 2020, lo que supone una reducción de 105,3 millones de euros. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses sin incluir el coste del plan de bajas incentivadas de 2020) es de 0,1.

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.

En el mes de mayo de 2021, se constituyó la Sociedad de Distribución Digital Sonora de Entretenimiento, S.L. cuyo objeto social es la creación, producción, edición, distribución y comercialización de cualquier tipo de contenido de audio a través de una o varias plataformas tecnológicas.

En el mes de junio, Atresmedia formalizó la refinanciación y conversión a financiación sostenible de su préstamo corporativo sindicado por valor de 250 millones de euros cuyos fondos están destinados a cancelar la financiación sindicada formalizada en julio de 2017 y a asegurar las necesidades corporativas generales y de tesorería de la Sociedad durante los próximos cinco años. En esta financiación, el margen aplicable estará ligado por la vida del préstamo (5 años) a la evolución de tres indicadores ASG en función de una senda de cumplimiento y bajo revisión anual. Se trata de la primera operación en el ámbito de la financiación sostenible de un grupo de comunicación en España y una de las primeras de Europa en su sector.



2.3 Cash Flow consolidado

A 30 de septiembre de 2021 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 132,2 millones de euros, una generación de caja 85,4 millones de euros superior a la del año anterior.

Miles de euros	30 Septiembre 2021	30 Septiembre 2020
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	107.693	53.180
Ajustes del resultado:	13.534	27.411
- Amortizaciones	13.585	14.367
- Provisiones y otros	(5.002)	6.496
- Resultados Financieros	4.951	6.548
Cambios en el capital circulante	(407)	(31.617)
Efectivo generado por las operaciones	120.821	48.974
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	11.336	(2.265)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	132.157	46.710
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(23.322)	(27.890)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(8.996)	(11.003)
Activos fijos materiales e intangibles	(6.355)	(9.394)
Inversión en Cine Español	(7.971)	(7.493)
Desinversiones y anticipos por ventas de activos	7.443	2.750
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(15.879)	(25.140)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Pagos por arrendamientos	(878)	(1.115)
Resultados financieros cobrados (pagados)	(12.806)	(6.812)
Dividendos cobrados	2.210	0
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(469)	(357)
Aportaciones de capital	1.000	
Deuda financiera	(7.695)	9.184
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(18.638)	899
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	97.638	22.468
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	172.792	85.831
Variaciones por cambio de perímetro	0	2
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	172.792	85.832
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	270.429	108.300

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 el periodo enero-septiembre de 2021 en **3,708 €/acción**, un 28,8% por encima del valor de cierre del año 2020, que fue 2,88€/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el periodo en 8.796,3 puntos, lo que supone una subida del 9,0% respecto al cierre del ejercicio anterior.



Evolución de la cotización de Atresmedia en los nueve primeros meses de 2021 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Sep 2021
Cotización a 30/09/2021 (€)	3,708
Máximo (€)	4,236
Mínimo (€)	2,886
Precio Medio Ponderado (€)	3,626
Volumen medio diario (accs.)	350.962
Volumen medio diario (miles de €)	1.272
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Euroland



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de nueve meses, contamos con la opinión y recomendación de 18 analistas. De éstos, 7 recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, 9 recomiendan Mantener, mientras que solo 2 mantienen su recomendación de Vender. El **Precio Objetivo** medio a cierre de septiembre es de **4,30 €/acción**.

Durante el periodo enero-septiembre de 2021, el departamento de Relación con Inversores participó en 15 conferencias y Road Shows, todos virtuales, organizados por Exane BNP Paribas, BoAML, Santander, Caixabank, JP Morgan, Citi, UBS y BME, Societe Generale, JB Capital, Sabadell y Goldman Sachs.

El total de contactos (reuniones) con inversores y analistas en conferencias del sector fue de 95. Adicionalmente, el departamento mantuvo unas 105 llamadas telefónicas con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

2.5 Responsabilidad corporativa

a. Dimensión corporativa

Con el fin de continuar con la **integración de los aspectos ESG en Atresmedia**, el Grupo seleccionó tres de los principales KPIs de su cuadro de mando no financiero, vinculando el resultado de su desempeño a las retribuciones variables del Consejo de Administración.

El fuerte compromiso social y medioambiental de Atresmedia se puso también de manifiesto en la **conversión a financiación sostenible de su préstamo corporativo sindicado por valor de 250 millones de euros**.

Por otro lado, Atresmedia Televisión, mantuvo un año más su posición como **referente informativo y líder en credibilidad y confianza**, según los datos difundidos por el Informe Digital News Report 2021 elaborado por el Reuters Institute for the Study of Journalism y la Universidad de Oxford.

b. Dimensión social

El compromiso de Atresmedia con la diversidad y la inclusión se ha materializado en la creación de las **becas MAS MEDIA** que tienen como finalidad impulsar la formación de las personas con discapacidad para mejorar sus oportunidades de empleo en el sector audiovisual mediante su acceso al catálogo formativo de Atresmedia Formación.



Durante el curso 20/21 accedieron a estas becas 35 personas. Una segunda edición de estas becas junto a la Fundación Universia y la Fundación Randstad se ha puesto en marcha para el curso 21/22.

Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas en **"Compromiso Atresmedia"**, **Ponle Freno** convocó y falló, la edición 2021 de sus Premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial y celebró su primera carrera solidaria presencial en Valencia destinando su recaudación al Hospital de Paraplégicos de Toledo. Por su parte **Constantes y Vitales**, lanzó una nueva campaña, protagonizada por los miembros del Comité de Expertos, para concienciar sobre la importancia de vacunarse para combatir a la Covid-19 y firmó el "Pacto por la Ciencia", un acuerdo suscrito por más de 60 entidades, para incrementar los recursos que se destinan a la ciencia en España. Como novedad, **Levanta la cabeza**, evoluciona en su compromiso hacia un propósito más ambicioso: impulsar la digitalización sostenible de la sociedad española para que sea segura, responsable y universal.

El Grupo apoyó también la labor social de diferentes ONG mediante la **cesión de espacios publicitarios en televisión, radio e internet** para la difusión gratuita de campañas de sensibilización y captación de fondos. Entre ellas Reporteros sin Fronteras, Down España, Fundación Aladina, Fundación Luzón, Capacis o la FAD entre otras entidades no lucrativas.

Respecto al **Programa de Voluntariado Corporativo**, el Grupo puso en marcha un proyecto de voluntariado junto a la Fundación Tomillo para contribuir a reducir la exclusión social de niños y jóvenes a través de la elaboración de piezas audiovisuales y se crearon los Clubs de Lectura para personas mayores con el fin de combatir la soledad de este colectivo a través de la lectura de la mano de las entidades Adopta un Abuelo, Grandes Amigos y Amigos de los Mayores. Y junto con la Fundación Junior Achievement, se inició un proyecto de mentoring dirigido a adolescentes para ayudarles a preparar su futuro profesional.

En cuanto al **compromiso del Grupo con el impulso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, Atresmedia celebró un año más el aniversario del lanzamiento de estas metas organizando una iniciativa de sensibilización interna entre empleados, además apoya como media partner los reconocimientos GO!ODS impulsados por el Pacto Mundial y la Fundación Rafael del Pino, y acogió en sus platós el evento de referencia en ESG, organizado por Forética, para aumentar la ambición y acción en sostenibilidad.



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" con más de 4.000 profesores inscritos y entregó sus premios "Grandes Iniciativas" que reconocen proyectos innovadores y de gran impacto puestos en marcha por los centros escolares durante el curso 2020-2021. El patronato aprobó la nueva misión de la Fundación Atresmedia, que se enfocará en el enriquecimiento de la relación de los niños y jóvenes con los medios a través del impulso de la alfabetización mediática y del fomento del pensamiento crítico, la creatividad y los valores.

c. Dimensión medioambiental

Atresmedia continuó con la implantación de la estrategia medioambiental elaborada en 2019, llevando a cabo acciones como el cálculo completo de su huella medioambiental, incluyendo las emisiones de Alcance 3, la cumplimentación del informe de cambio climático CDP, la puesta en marcha de un proyecto de Residuo Cero para impulsar la economía circular en la Compañía y la elaboración de una nueva estrategia que inicie el camino de Atresmedia hacia las cero emisiones netas. Además, a través de la iniciativa **Hazte Eco**, un año más Atresmedia apoyó la campaña de **WWF** "La Hora del Planeta" para actuar contra la crisis climática.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
INGRESOS NETOS	623.623	542.387	15,0%
GASTOS DE EXPLOTACION	506.990	470.287	7,8%
Resultado bruto de explotación	116.633	72.100	61,8%
Amortizaciones y deterioros	11.521	12.381	(7,0%)
Resultado de explotación	105.112	59.719	76,0%

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas

3.1.1 Ingresos Netos

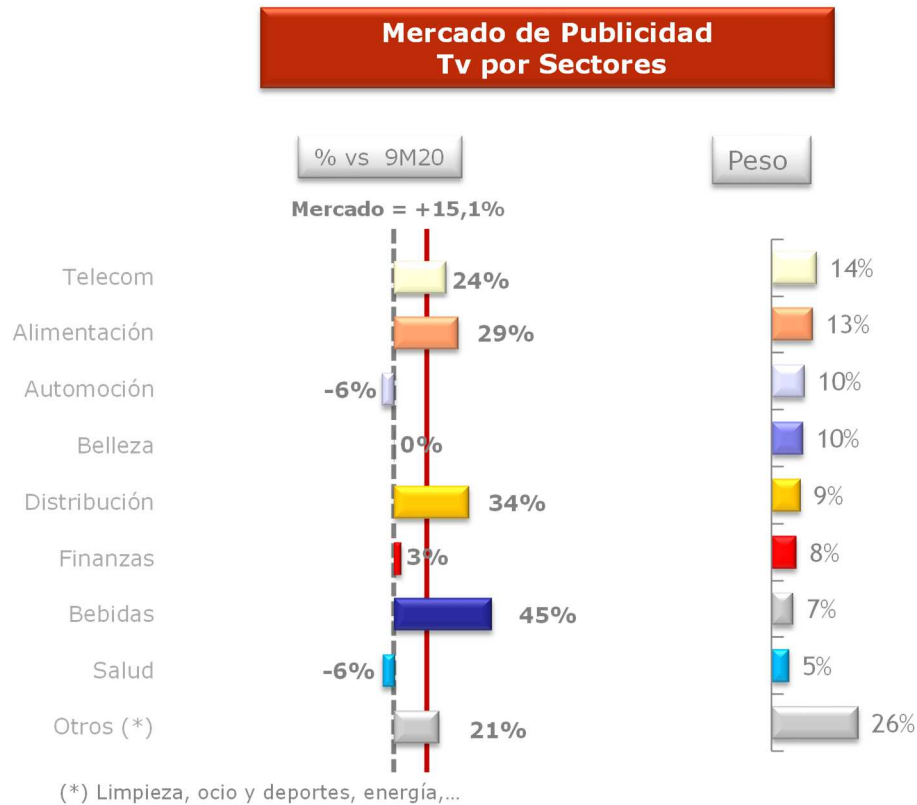
Los ingresos netos acumulados a septiembre de 2021 ascienden a 623,6 millones de euros frente a los 542,4 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2020, lo que supone un incremento del 15,0%.

Miles de Euros	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
Publicidad Televisión	500.028	432.799	15,5%
Publicidad Digital	45.365	30.532	48,6%
Producción y Distribución de Contenidos	56.248	60.781	(7,5%)
Otros Ingresos	21.983	18.275	20,3%
INGRESOS NETOS	623.623	542.387	15,0%

Los ingresos de publicidad de televisión crecen un 15,5% alcanzando en el periodo los 500,0 millones de euros frente a los 432,8 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

Según estimaciones internas, el mercado de la publicidad en televisión habría crecido en el periodo un 15,1%.

Dentro del mercado publicitario de televisión, a excepción de "Salud" y "Automoción", crecen todos los sectores, especialmente "Bebidas", "Distribución", "Alimentación" y "Telecomunicaciones".



Fuentes: Estimaciones internas

Debe recordarse que, de acuerdo con la resolución de la CNMC de noviembre de 2019, Atresmedia modificó su política de descuentos sobre ventas con lo que las estimaciones de fuentes externas utilizadas en el sector no son homogéneas entre operadores. Este cambio no tiene impacto en la evolución de los ingresos netos reportados.

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 42,0%, 0,4 puntos más que en el ejercicio anterior.

En el tercer trimestre de 2021 el mercado de la publicidad en televisión se habría mantenido en los mismos niveles del año anterior siendo la cuota de mercado de Atresmedia Televisión del 41,7%.



Los ingresos de publicidad digital ascienden a 45,4 millones de euros frente a los 30,5 millones de euros obtenidos en el acumulado a septiembre de 2020 lo que supone un crecimiento del 48,6%. Este crecimiento incluye un mejor comportamiento con respecto al mercado de la publicidad digital, que ha crecido según estimaciones internas un 17,9%, así como la incorporación al perímetro de la nueva sociedad H2H.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 56,2 millones de euros frente a los 60,8 millones de euros del acumulado a septiembre del año anterior. Este descenso viene explicado principalmente por la diferente estacionalidad de las producciones realizadas para terceros.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de programas y series, 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 Cine ha estrenado en cines durante el año 2021 el largometraje "A todo tren. Destino Asturias", película española más taquillera del año, y ha mantenido en explotación películas como "El verano que vivimos". En conjunto representan el 40% de la recaudación del Cine Español en el periodo.

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 22,0 millones de euros frente a los 18,3 millones de euros del acumulado a septiembre de 2020.

3.1.2 Gastos de Explotación

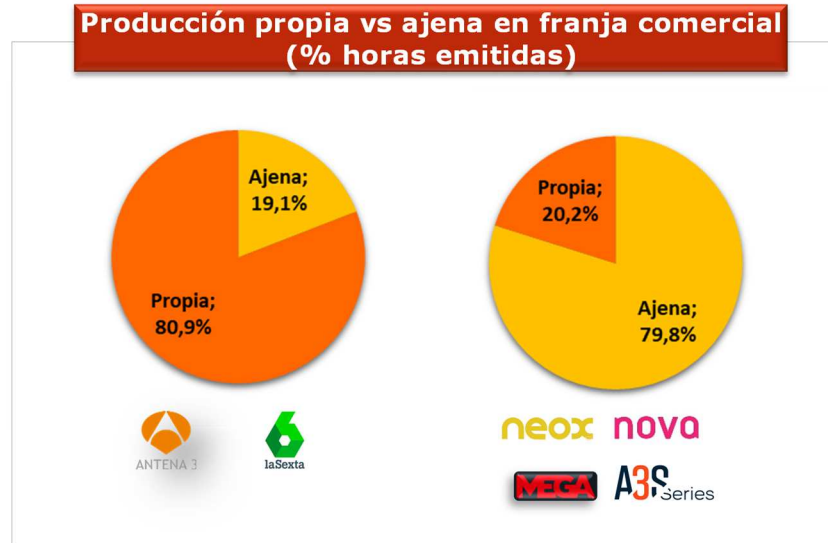
Miles de Euros	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
Consumo de programas	238.403	214.444	11,2%
Gastos de personal	105.252	95.398	10,3%
Otros gastos operativos	83.849	75.097	11,7%
Costes variables ligados a ventas	79.486	85.347	(6,9%)
GASTOS DE EXPLOTACION	506.990	470.287	7,8%

Los gastos de explotación en el acumulado a septiembre de 2021 han sido de 507,0 millones de euros, lo que supone un incremento del 7,8% respecto a los gastos registrados en el acumulado a septiembre de 2020.

La diferencia de costes con respecto al acumulado a septiembre de 2020 se debe fundamentalmente a las medidas de ralentización y contención de gastos tomadas el año pasado como consecuencia de la crisis de la COVID-19.

A pesar del crecimiento de la actividad comercial, los costes variables ligados a ventas disminuyen por menores ingresos de la actividad de 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 (80,9%), mientras en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (79,8%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a septiembre de 2021 es de 116,6 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 18,7%. Multiplica por 1,6 el Resultado Bruto de Explotación del acumulado a septiembre del año anterior y alcanza un Resultado Bruto de Explotación similar al de 2019.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Audiovisual	116.633	72.100
Margen/Ingresos Netos	18,7%	13,3%

En el tercer trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación es de 28,1 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 15,0%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el periodo alcanza los 105,1 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 16,9%.

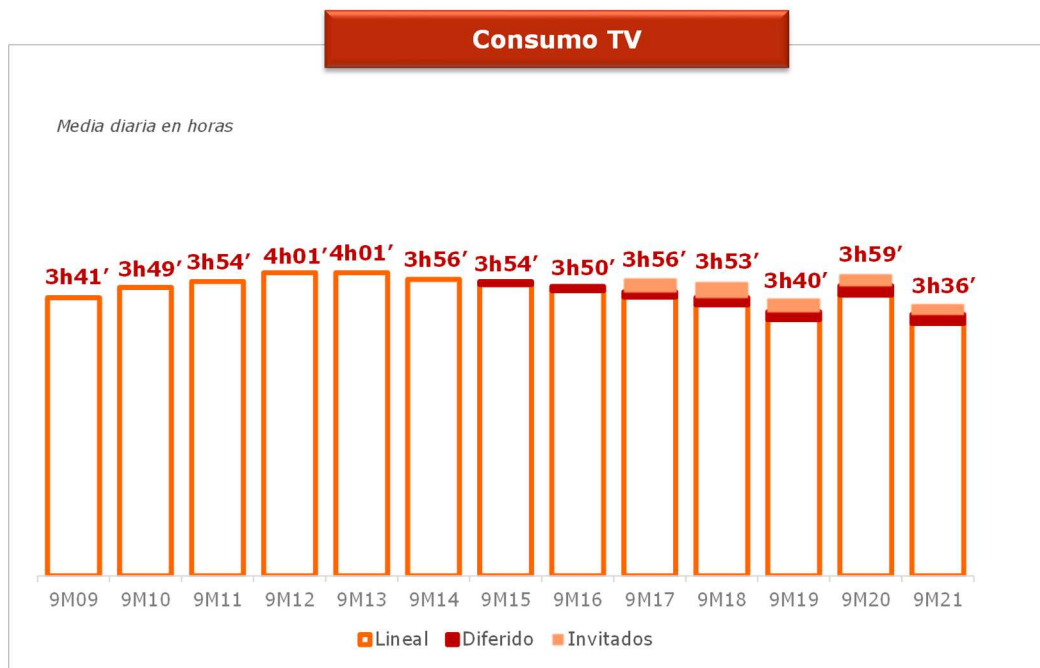
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Audiovisual	105.112	59.719
Margen/Ingresos Netos	16,9%	11,0%



3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en los nueve primeros meses del año fue de 3 horas y 36 minutos, veintitrés minutos menos que en el mismo periodo del año pasado.

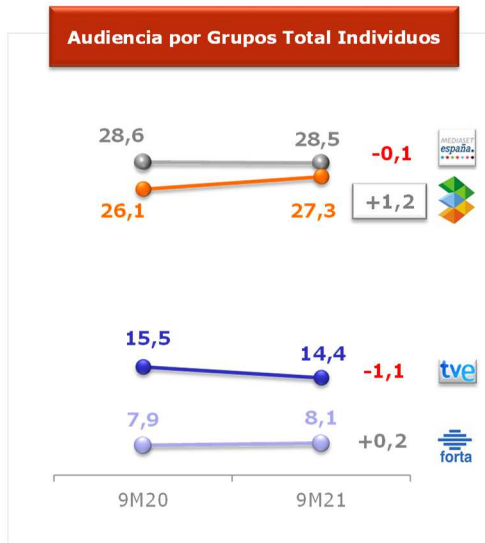


Diferido: consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional, sin incluir consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets.

Invitados: espectadores no residentes en el hogar del visionado.

3.2.2 Audiencias de Televisión

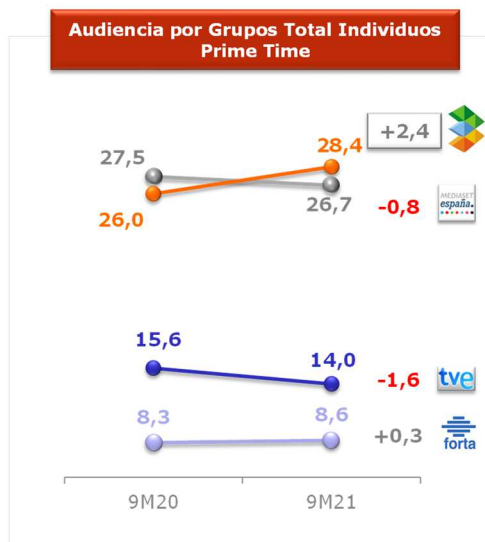
Atresmedia Televisión cierra el acumulado a septiembre de 2021 con una cuota de audiencia de 27,3%, siendo líder de la franja de máximo consumo con un 28,4%, 1,7 puntos más que su competidor Mediaset, grupo que cuenta con un canal más, y con la retransmisión de la Eurocopa de Fútbol durante este periodo. Además, Atresmedia fue el grupo que más creció respecto al mismo periodo del año anterior tanto en total día (+1,2 puntos) como en prime time (+2,4 puntos) y alcanzó su mejor dato desde 2014. En prime time obtuvo su máximo también en siete años.



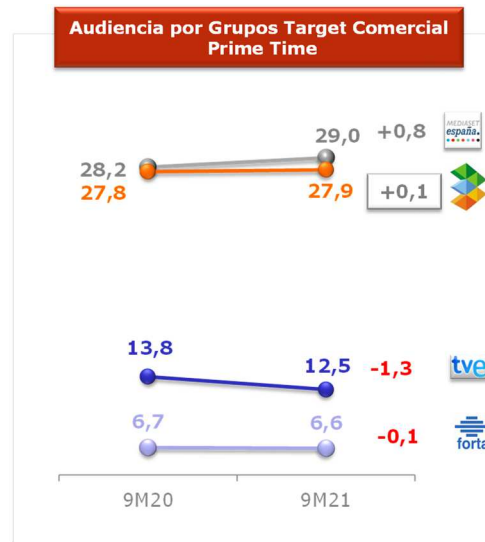
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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)

Antena 3 fue la cadena de mayor crecimiento en lo que va de año: alcanzó un 13,8% de audiencia en el periodo enero-septiembre, subiendo 2,3 puntos en un año en el que ha competido con Eurocopa y Juegos Olímpicos. Además, logró su mejor dato desde 2009. Sus positivos resultados desde el comienzo de año culminaron con el liderazgo en los dos últimos meses. Fue la cadena de televisión líder en agosto y septiembre; en este último, elevó su resultado a un 14,2%, su mejor septiembre en 13 años.

Además, reforzó su liderazgo en el prime time, franja en la que alcanzó un 15,7% frente al 14,5% de su competidor Telecinco.



Los informativos de Antena 3 cerraron los primeros nueve meses del año con un 19,2% y casi 2,5 millones de seguidores de media. Todas sus ediciones fueron líderes.

Antena3 Noticias 2 volvió a ser el informativo más visto de la televisión, alcanzando un 20,6% y 2,9 millones de espectadores de media cada día. Encadenó así 14 meses como líder de su franja.

La edición de sobremesa, con 44 meses seguidos de liderazgo promedió en el periodo un 20,4% y 2,5 millones y alcanzó en septiembre su mejor dato en 13 años.

Las ediciones del fin de semana fueron también las más vistas del sábado y domingo. Cerraron los tres trimestres con un 15,8% y 2,0 millones de media y alcanzaron en septiembre máximo mensual en casi 13 años (17,0%).

El espacio Noticias de la mañana alcanzó en el periodo un promedio de 14,9% desde las 6:15 a las 9:00 y logró máximo mensual en septiembre con un 16,8% y cerca de 200 mil espectadores. Espejo público, por su parte, alcanzó un 14,9% de media en los nueve meses.

Además del éxito en los informativos, Antena 3 volvió a contar con **las series** más vistas de la televisión en España. En julio finalizó **Mujer**, después de un año de exitosa emisión con un 17,5% y 2,2 millones de seguidores y como oferta preferida de su franja. **Mi hija**, estrenada en enero, se despidió en septiembre como la serie más vista de la televisión con 16,9% y 2,4 millones de espectadores.

Durante el verano se renovó la oferta con **Infiel**, que logró un éxito rotundo desde su primera emisión, cuando se convirtió en el estreno más visto de una serie extranjera en tres años. Fue líder con un 17,2% y 2,2 millones de seguidores en la noche de los domingos. En julio también llegó **Inocentes**, oferta preferida de la noche de los lunes y martes con un 12% de cuota y 1,2 millones de seguidores.

En julio se estrenó en la tarde **Tierra amarga**. Una superproducción de época que se colocó como lo más visto de la tarde y líder de su franja de emisión en agosto y septiembre. Registró de media un 15,3% y 1,4 millones de seguidores, acompañando en parrilla a la veterana **Amar es para siempre**, que atrajo cada día una media de 1,3 millones de espectadores y un 11,6% de cuota.

En cuanto a **programas**, **El hormiguero 3.0**, que cumplió 10 años en la parrilla de Antena 3 y fue el programa diario más visto de la televisión con un 16,6% y 2,8 millones de seguidores de media.



Pasapalabra volvió a ser el concurso más visto de la televisión con más de 2,7 millones de seguidores diarios y un 23,7% de cuota. El 1 de julio, con la entrega más vista de un bote en la historia de la televisión alcanzó los 4,3 millones de espectadores y 30,8% de cuota.

También cabe destacar el resultado de **La ruleta de la suerte**: fue el programa más visto de la mañana y líder de su franja con un 18,4% y 1,7 millones.

En septiembre, llegó a Antena 3 el programa **Veo cómo cantas**, con un 16,9% y más de 1,7 millones de espectadores en su estreno. Alcanzó como promedio un 13,3% en sus cuatro primeras emisiones.

También en septiembre llegó una nueva edición de **La Voz**. Fue la opción líder de su franja y lo más visto de la noche de los viernes con un 19,1% y 2 millones de seguidores de media.

El canal **laSexta** reforzó su posición como tercera cadena privada del mercado. Registró en lo que va de año una audiencia media de un 6,4% lo que le sitúa 1,1 puntos por encima de su principal competidor. En target comercial, su audiencia se elevó hasta el 7,5%, y en el prime time en el target comercial el dato fue del 6,7%.

Sus **informativos** registraron una audiencia media del 8,5% y 922 mil espectadores, y de nuevo el informativo de sobremesa de lunes a viernes se colocó como el más visto de la cadena con un 10,5% y 1,2 millones de seguidores.

Al rojo vivo, uno de los principales emblemas de laSexta, atrajo a un 11,3% y 667 mil seguidores cada día y fue el programa de información más visto de su franja. Por su parte, **Más vale tarde**, se alzó como el espacio de actualidad más visto de la tarde con un 6,1% y 587 mil espectadores.

laSexta noche cerró los tres trimestres con un 6,9% y 702 mil espectadores.

En cuanto a programas de **entretenimiento**, **Aruser@s**, que sigue triunfando en la mañana alcanzó un 16,2% de media en el bloque central y un 12,8% en su tramo previo. En las sobremesas, **Zapeando** atrajo a un 6,7% y 779 mil espectadores. **El intermedio**, por su parte, sigue siendo el mejor puente al prime time y congregó cada día a cerca de 1,4 millones de espectadores y un 8,4% de cuota.

La cadena también consiguió consolidar una alternativa de entretenimiento para los domingos por la tarde. **Liarla Pardo** promedió un 6,4% y casi 800 mil seguidores.



En septiembre se estrenó una nueva temporada de **¿Te lo vas a comer?**, un programa que registró un 7,1% y cerca de 900 mil espectadores.

La oferta de Atresmedia Televisión se completa con cuatro canales temáticos, cada uno enfocado a un grupo de público específico. La suma de esos **canales complementarios** aporta en el año un share conjunto, del 7,1% llegando hasta el 7,8% en el target comercial.

Neox (1,8%) fue la cadena del grupo dirigida al público más joven. Con programación basada en sitcoms estadounidenses y cine atrajo a un 2,7% en público comercial y un 4,5% entre los espectadores de 18 a 35 años. Fue temática líder en target de mayor interés para los anunciantes en el horario comercial (9:00-2:00) con un 2,7%.

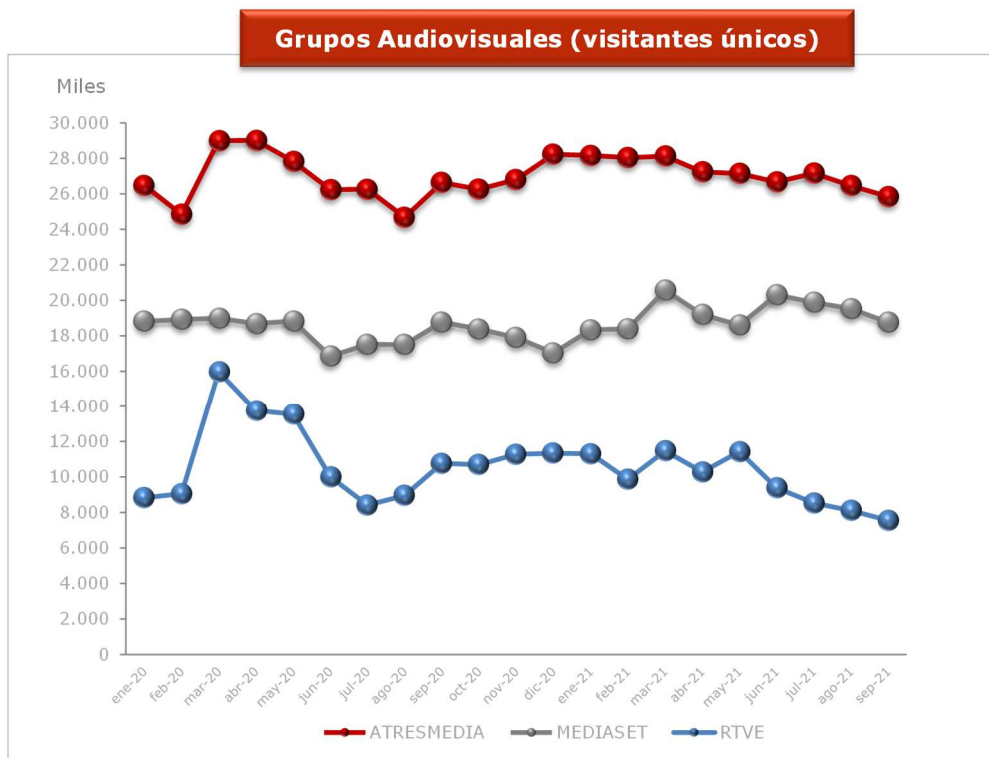
Nova, temática líder de enero a septiembre de 2021, cerró los nueve meses con un 2,5% de audiencia media. Mantuvo su resultado en el mismo periodo del año anterior a pesar del contexto de creciente fragmentación. Su resultado en mujeres, su público objetivo, se elevó hasta un 3,3%.

Mega (1,4%) se dirige al público masculino; en este público registró un 2,0% de cuota. **El chiringuito de jugones** se consagró como la tertulia deportiva líder con un 4,8% y 233 mil espectadores de media. El 28 de junio logró su máximo del año con un 8,6% y casi 400 mil espectadores.

Atreseries, canal dedicado principalmente a ficción, alcanzó una media de un 1,4%, lo que la coloca por encima de otras temáticas más veteranas.

3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore a septiembre de 2021, Atresmedia alcanza una media de 27,2 millones de visitantes únicos en el acumulado del año manteniéndose como grupo audiovisual líder en internet por quinto año consecutivo, con 7,9 millones de usuarios de media más que Mediaset. En el ranking general se posiciona a septiembre de 2021 en el puesto 8 del top 10 de sites más visitados.



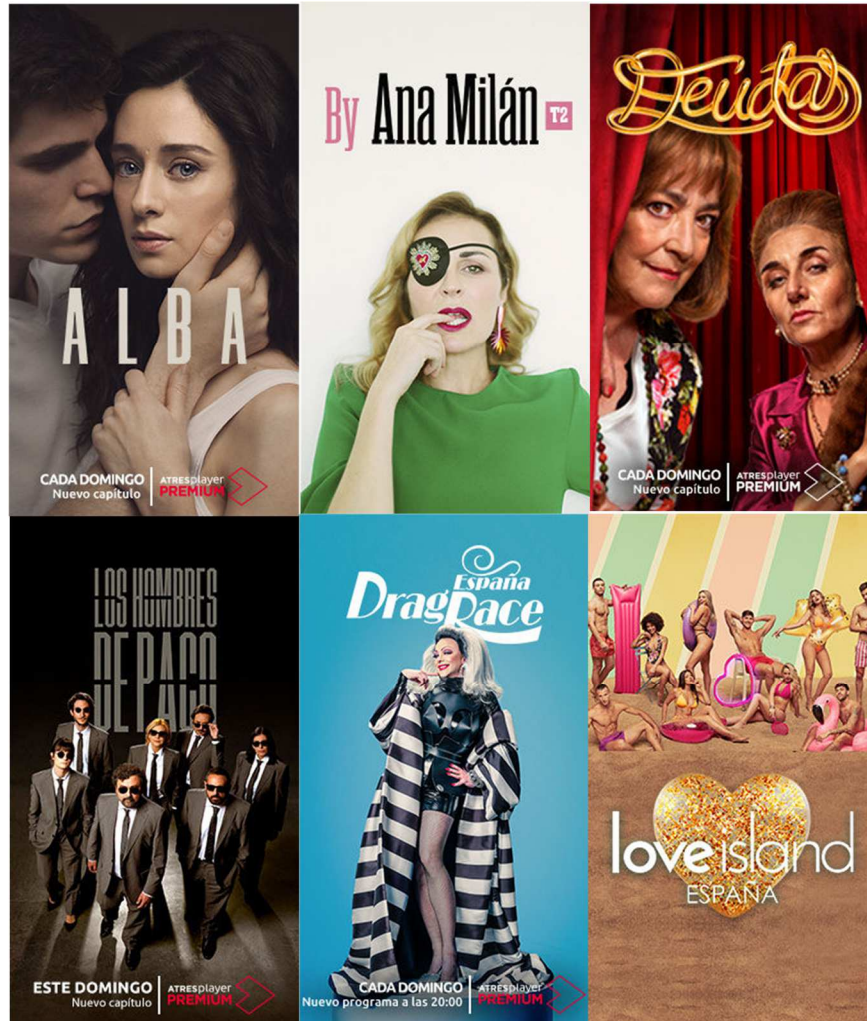
Fuente: comScore.

La plataforma de vídeo online del Grupo, ATRESplayer, acumuló, según datos de comScore, una media de 3,2 millones de visitantes únicos, un 9% por encima de su rival directo. Alcanza, además, a 30 de septiembre, los 10,4 millones de usuarios registrados.

La versión Premium cerró septiembre con más de 418 mil abonados, un 45% por encima de la cifra de un año antes. El catálogo original no ha dejado de ampliarse. Las series *Deudas*, *La cocinera de Castamar*, *Alba* y *La reina del pueblo*, el regreso de *Los hombres de Paco* o el prestreno de *Los protegidos*, las distintas entregas de la serie documental *Pongamos que hablo de...*, las nuevas temporadas de *byAnaMilán*, *Toy Boy*, *#Luimelia* y *Paca te lleva al huerto* fueron algunas de las ofertas incorporadas de este año.



Pero sin duda, la versión española de *Drag Race* fue uno de los contenidos más destacados de este periodo, siendo nominado a un Premio Iris de la Academia de Televisión.

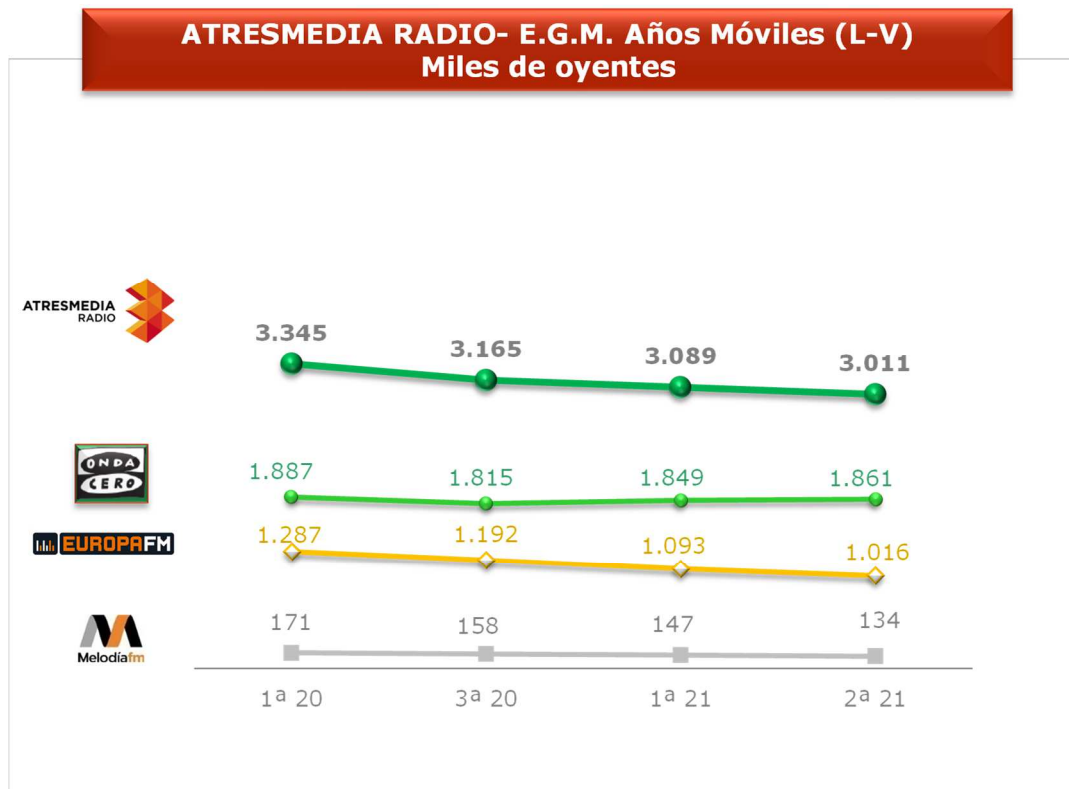


4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según estimaciones internas, la inversión en el mercado de publicidad de la radio habría crecido en los nueve primeros meses del año un 14,5%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 2ª ola de 2021) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,0 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 1,0 millones de oyentes y Melodía FM 134 mil.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

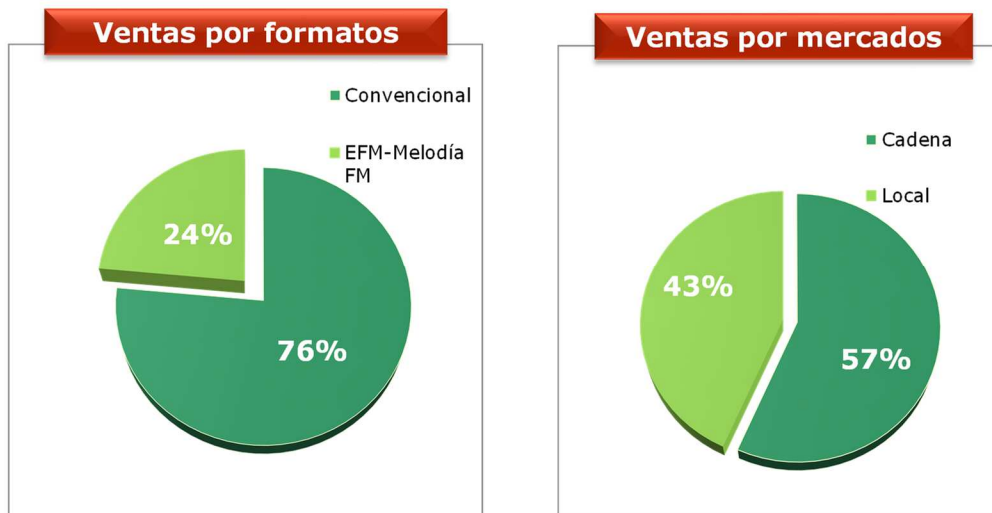


4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020	Evolución
INGRESOS NETOS	48.279	44.576	8,3%
Gastos de personal	19.213	18.558	3,5%
Otros gastos operativos	25.443	24.979	1,9%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	44.656	43.538	2,6%
Resultado bruto de explotación	3.623	1.038	249,1%
Amortizaciones y deterioros	1.939	1.985	(2,3%)
Resultado de explotación	1.684	(948)	n/a

Nota: Cifras acumuladas a septiembre no auditadas

Atresmedia Radio ha alcanzado en el acumulado a septiembre de 2021 unos ingresos netos de 48,3 millones de euros, frente a los 44,6 millones de euros obtenidos en el acumulado a septiembre de 2020, lo que supone un crecimiento del 8,3%.



Los gastos de explotación, a 30 de septiembre de 2021, han sido de 44,7 millones de euros, frente a los 43,5 millones de euros en el acumulado a septiembre de 2020, lo que supone un incremento del 2,6%.



El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el periodo es de 3,6 millones de euros, lo que supone un margen del 7,5%.

En el tercer trimestre de 2021 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 1,0 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 6,7%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Radio	3.623	1.038
Margen/Ingresos Netos	7,5%	2,3%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Sep 2021	Ene-Sep 2020
Radio	1.684	(948)
Margen/Ingresos Netos	3,5%	n/a



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	9M21	9M20
Importe neto de la cifra de negocios	602.583	534.218
Otros ingresos de explotación	62.321	45.870
Ingresos netos	664.903	580.089

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	9M21	9M20
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	259.645	248.206
Gastos de personal	124.464	113.957
Otros gastos de explotación	160.538	144.788
Gastos de explotación	544.648	506.951



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	9M21	9M20
Resultado de explotación	106.796	58.771
Amortización del inmovilizado	13.585	14.367
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(126)	(1)
EBITDA	120.256	73.138

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	9M21	9M20
Deuda financiera bruta	281.888	288.025
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(270.429)	(108.300)
Deuda financiera neta	11.459	179.725

Ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA: La compañía utiliza esta 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.