

ATRESMEDIA crece en Ingresos Netos, Resultado de Explotación y Beneficio Neto en el primer trimestre de 2023.

- El Grupo alcanza unos Ingresos Netos de 212,3 millones de euros en el periodo (+1,4%), un Resultado de Explotación de 32,1 millones de euros (+3,8%) y un Beneficio Neto de 23,4 millones de euros (+1,2%).
- Atresmedia ha aumentado su cuota de mercado¹ en el medio TV hasta alcanzar un 43,3%.
- El Grupo Atresmedia lidera en audiencias² con una considerable ventaja sobre su competidor. Antena 3 (14,2%) es la cadena más vista del trimestre y la de mejor perfil comercial en Prime Time.
- Audiovisual: Mejor comportamiento que el mercado publicitario tanto en televisión como en digital. Los ingresos de publicidad en televisión han decrecido un 5,4% frente a una caída del mercado del 6,5%¹, y los de publicidad digital se han incrementado un 24,0% versus una subida del mercado del 4,7%¹.
- Radio: Crecen sus ingresos un 19,3%.

Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en el primer trimestre de 2023 unos ingresos netos de 212,3 millones de euros lo que supone un incremento del 1,4% respecto al año anterior. El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) es de 36,3 millones de euros, superando los 35,2 millones de euros del primer trimestre de 2022.

| Millones de euros | Ene-Mar 2023 | Ene-Mar 2022 | Evolución |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------|
| Grupo Atresmedia | | | |
| Ingresos Netos | 212,3 | 209,3 | 1,4% |
| Resultado Bruto de Explotación | 36,3 | 35,2 | 3,3% |
| Resultado de Explotación | 32,1 | 30,9 | 3,8% |
| Beneficio del ejercicio | 23,4 | 23,1 | 1,2% |

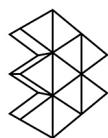
La inversión publicitaria total¹ aumenta un 2,6%. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión decrece un 6,5%, mientras que los medios radio y digital crecen un 15,6% y un 4,7% respectivamente.

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



| Variables operativas destacadas | Ene-Mar 2023 | Ene-Mar 2022 |
|---|---------------------|---------------------|
| Audiencia TV ² | 27,3% | 28,5% |
| Cuota de mercado TV (estimaciones internas) | 43,3% | 42,7% |
| Oyentes Radio (millones) ³ | 2,9 | 2,9 |

Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 196,4 millones de euros frente a los 196,2 millones de euros obtenidos en 2022, lo que supone un incremento del 0,1%.

| Millones de euros | Ene-Mar 2023 | Ene-Mar 2022 | Evolución |
|---|---------------------|---------------------|------------------|
| Audiovisual | | | |
| Publicidad Televisión | 151,1 | 159,7 | (5,4%) |
| Publicidad Digital | 18,4 | 14,9 | 24,0% |
| Producción y Distribución de Contenidos | 19,1 | 14,3 | 33,3% |
| Otros Ingresos | 8,0 | 7,4 | 8,6% |
| Eliminaciones | (0,2) | | n/a |
| Ingresos Netos | 196,4 | 196,2 | 0,1% |

Los ingresos de publicidad de televisión decrecen un 5,4% alcanzando en el periodo los 151,1 millones de euros. La cuota de mercado, según estimaciones internas, es del 43,3%, sumando 0,6 puntos respecto al acumulado a marzo del año anterior.

El consumo televisivo² en España, por persona y día, en el primer trimestre de 2023 ha sido de 3 horas y 15 minutos.

Atresmedia se mantiene como **grupo televisivo más visto en España** por segundo trimestre consecutivo. Alcanza en el primer trimestre de 2023 un 27,3% y supera a su competidor Mediaset en 1,3 puntos a pesar de tener un canal menos. Se mantiene líder también en **prime time** por sexto trimestre consecutivo con un 27,8%, 3,3 puntos por delante de Mediaset.

Antena 3 se mantiene imbatible como la cadena líder por sexto trimestre consecutivo (14,2%). Lleva 17 meses seguidos como la televisión más vista y alcanza en enero de 2023 su mayor distancia con Telecinco en casi 25 años (3,7 puntos).

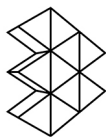
Sigue consolidando también su liderazgo en **prime time** con un 15,9%, su mejor dato trimestral en casi dos años y a 6,7 puntos de Telecinco. También se mantiene líder en prime time en el público de más interés para los anunciantes: 13,8%, +3,3 vs Telecinco.

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Es la televisión más vista todos los días de la semana. Cuenta con los informativos, el entretenimiento y las series más vistas de la televisión. Tiene los contenidos más vistos a diario con **Antena 3 Noticias** (19,3% y 2,3 millones), **El hormiguero** (16,8% y 2,5 millones) y **Pasapalabra** (23,8% y 2,8 millones).

LaSexta (6,2%) se consolida como tercera cadena privada más vista. Vuelve a superar a Cuatro (5,2%), a la que se impone los últimos 21 meses de forma consecutiva. Alcanza en marzo (6,3%) su máximo mensual de la temporada. También lidera sobre Cuatro en **target comercial** (7,1%).

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 18,4 millones de euros frente a los 14,9 millones de euros obtenidos en el acumulado a marzo de 2022 lo que supone un crecimiento del 24,0%. Este crecimiento supone un mejor comportamiento con respecto al mercado de la publicidad digital, que ha crecido un 4,7%¹.

En el negocio Digital, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet⁴. En el mes de marzo logra 26,3 millones de visitantes únicos, y alcanza el séptimo puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 19,1 millones de euros frente a los 14,3 millones de euros del año anterior, un incremento del 33,3% en parte explicado por las ventas internacionales de contenidos.

Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante el trimestre representan el 45% de la recaudación del Cine Español, siendo "Momias" la película española más taquillera en lo que va de año.

Atresplayer Premium continúa con la consolidación de su Plan de Negocio en cuanto a suscriptores y oferta de contenidos, habiendo estrenado en este trimestre series de gran éxito como "Cristo y Rey", "Cardo Temporada 2", o "Nacho".

En el ámbito internacional, los canales de Atresmedia registran más de 62 millones de abonados, sumando 4 millones respecto al primer trimestre del año anterior, un incremento del 7%.

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 8,0 millones de euros frente a los 7,4 millones de euros de 2022, lo que supone un crecimiento del 8,6%.

Radio

El negocio Radio alcanza en el primer trimestre de 2023 unos ingresos netos de 18,7 millones de euros, frente a los 15,6 millones de euros obtenidos en el año anterior, lo que supone un crecimiento del 19,3%.

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Millones de euros

Radio**Ene-Mar
2023****Ene-Mar
2022****Evolución**

Ingresos Netos

18,7

15,6

19,3%

Atresmedia Radio tiene una audiencia³ media de 2,9 millones de oyentes. Onda Cero continúa su tendencia de crecimiento y, con 2,0 millones de oyentes, se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 0,8 millones de oyentes y Melodía FM 95 mil.

Posición financiera y hechos significativos

La posición financiera neta del Grupo es positiva por 12,1 millones de euros, mejorando en 35,8 millones respecto de diciembre de 2022.

ASG

Como parte de su estrategia Cero Neto, Atresmedia ha realizado su primer análisis de riesgos climáticos basado en escenarios climáticos, y ha iniciado el proceso de validación de sus objetivos de reducción de emisiones con la iniciativa Science Based Target (SBTi). Paralelamente, ha identificado acciones estratégicas para la reducción de las emisiones directas e indirectas de la compañía, involucrando a toda la cadena de valor.

Adicionalmente la Compañía ha puesto en marcha la estrategia Residuo Cero con el objetivo de hacer una correcta gestión y tratamiento de sus residuos.

Con motivo del terremoto de Siria y Turquía del pasado mes de febrero, el Grupo ha colaborado una vez más con el Comité de Emergencia, compuesto por 6 ONG, difundiendo en sus canales de televisión, radio y digital una campaña para sensibilizar a la sociedad y captar fondos. Gracias a la labor del Comité de Emergencia y al apoyo de Atresmedia, se ha recaudado más de 1 millón de euros que se ha destinado al envío de ayuda humanitaria urgente a los afectados.

Perspectivas futuras

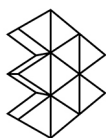
Las perspectivas de crecimiento macroeconómico para este año según el último informe de FUNCAS son algo mejores de lo esperado inicialmente. Si en enero este organismo esperaba que, en 2023, el PIB creciera un 1%, su última previsión de abril espera un repunte hasta el 1,5%, y así alcanzar niveles anteriores a la pandemia.

1 Estimaciones internas

2 Kantar Media

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



En este contexto, estimamos que el mercado de publicidad del total de medios experimente un crecimiento en línea con el crecimiento económico o incluso algo mayor para también acercarse poco a poco a los niveles de 2019. Prevedemos que los mercados de radio y digital terminarán el ejercicio por encima de la evolución del mercado total, tal y como se ha visto en este primer trimestre. Por su parte, el mercado de publicidad en televisión previsiblemente estará por debajo de los niveles del mercado total con una tendencia de mejora a medida que el año vaya avanzando.

En este entorno y a pesar de la escasa visibilidad y de la incertidumbre macroeconómica existente, Atresmedia, en base a una posición de liderazgo en audiencias tanto en el ámbito televisivo como en el digital, y a una demostrada eficiente gestión de costes, reitera su objetivo de mantener los márgenes operativos de los últimos ejercicios.

Se confirma, así mismo, la política de dividendos de la compañía, ratificada por la aprobación de la Junta General de Accionistas celebrada en el día de ayer del pago en el mes de junio de un dividendo complementario, con cargo al ejercicio 2022 de 0,22 céntimos de euro (49,5 millones de euros).

En el ámbito de nuestra posición financiera, seguimos considerando razonable una estimación de deuda financiera neta a cierre del ejercicio 2023 por debajo de 50 millones de euros, asumiendo el mencionado pago del dividendo complementario y el previsible pago de un dividendo a cuenta a cargo del ejercicio actual.

Limitación de responsabilidad

Este documento contiene supuestos sobre el mercado, información de diversas fuentes y proyecciones relativos a la situación financiera, los resultados de las actividades, el negocio, la estrategia y los planes de Atresmedia y sus filiales. Dicha información no constituye garantía alguna de resultados futuros y está sujeta a riesgos e incertidumbres que los pueden hacer diferir sustancialmente de los esperados.

Atresmedia no asume la obligación de hacer públicos los resultados de cualquier modificación que se haga sobre las previsiones contenidas en esta nota. Tampoco se incluyen en la misma hechos o circunstancias posteriores a la fecha de referencia de los resultados e información financiera presentados.

La información suministrada no ha sido auditada, pero es en la medida de lo posible la más actualizada, sin que ello constituya garantía alguna de exactitud. Ni Atresmedia ni ninguna de sus filiales se responsabiliza de si alguna información es incompleta, inadecuada o desfasada o de los perjuicios generados por el uso de esta información, o por su aceptación.

Se recomienda a los analistas e inversores que consulten la información financiera y de otro tipo que la Sociedad registra en la CNMV.

1 Estimaciones internas
2 Kantar Media
3 EGM 1ª Ola (media móvil)
4 Comscore