

Resultados enero-marzo 2025

30/04/2025

ATRESMEDIA mantiene su liderazgo, logra unos Ingresos Netos de 243,2 millones de euros, un Resultado de Explotación de 38,7 millones de euros y un Beneficio Neto de 28,6 millones de euros en el primer trimestre de 2025.

- El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) es de 43,1 millones de euros y el Resultado de Explotación de 38,7 millones de euros.
- El Grupo alcanza una Posición Financiera Neta positiva de 184,7 millones de euros a 31 de marzo de 2025, el mejor dato desde su salida a Bolsa en 2003.
- Los ingresos netos del Grupo se mantienen en niveles similares a los del primer trimestre de 2024, a pesar de la evolución excepcionalmente positiva que vivió el mercado publicitario durante ese periodo.
- Atresmedia lidera en audiencias¹ de Televisión y mantiene una considerable ventaja sobre su competidor. Antena 3 (12,7%) es la cadena más vista en el trimestre y la de mejor perfil comercial en Prime Time.

Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en el primer trimestre de 2025 unos ingresos netos de 243,2 millones de euros y un Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) de 43,1 millones de euros.

Millones de euros

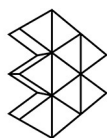
Grupo Atresmedia	Ene-Mar 2025	Ene-Mar 2024	Evolución
Ingresos Netos	243,2	245,1	(0,8%)
Resultado Bruto de Explotación	43,1	50,1	(14,0%)
Resultado de Explotación	38,7	45,9	(15,8%)
Beneficio del ejercicio	28,6	33,4	(14,5%)

¹ Kantar Media

² Estimaciones internas

³ EGM 1ª Ola (media móvil)

⁴ Comscore



La inversión publicitaria total² aumenta un 1,6%. El mercado de la publicidad en televisión decreció un 2,7% (en el primer trimestre de 2024 el crecimiento del mercado fue excepcionalmente alto), mientras que el medio radio creció un 2,4%, en ambos casos incluyendo sus mercados digitales.

Variables operativas destacadas	Ene-Mar 2025	Ene-Mar 2024
Audiencia TV ¹	26,2%	26,9%
Oyentes Radio (millones) ³	2,9	2,9

Posición financiera

La posición financiera neta del Grupo es positiva por 184,7 millones de euros, mejorando en 44,8 millones respecto de diciembre de 2024, el mejor dato desde su salida a bolsa en 2003.

Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 226,4 millones de euros gracias a la muy positiva evolución del negocio de Producción y Venta de Contenidos y de otras actividades del Grupo.

Millones de euros	Ene-Mar 2025	Ene-Mar 2024	Evolución
Audiovisual			
Publicidad en Contenido Audiovisual	186,2	193,9	(4,0%)
Producción y Distribución de Contenidos	28,6	25,2	13,5%
Otros Ingresos	11,6	10,4	11,8%
Eliminaciones	0,0	(0,3)	
Ingresos Netos	226,4	229,1	(1,2%)

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



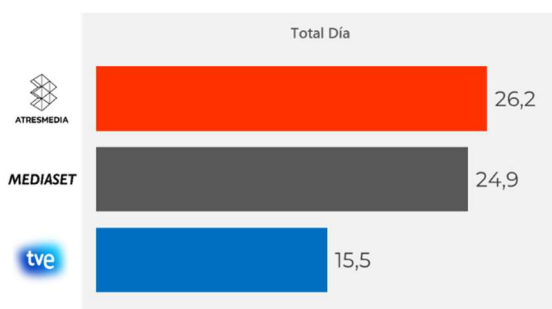
Los ingresos netos de publicidad en Contenido Audiovisual en el periodo ascienden a 186,2 millones de euros. Estos ingresos incluyen todos los ingresos publicitarios por comercialización de espacios en los soportes en los que interviene el Grupo (TV lineal, TV conectada, Atresplayer, canales digitales, influencers marketing, webs propias y soportes editoriales de terceros).

El consumo televisivo¹ en España, por persona y día, ha sido el primer trimestre de 2025 de 2 horas y 56 minutos.

Atresmedia consolida su liderazgo como grupo televisivo más visto en España durante el primer trimestre de 2025 y suma diez trimestres consecutivos en primera posición. Con un 26,2% de cuota en total día y 25,4% en prime time, supera a Mediaset en ambas franjas, a pesar de tener un canal menos.

Antena 3 mantiene su hegemonía como la cadena más vista y la de mayor fortaleza comercial. laSexta se afianza de nuevo como tercera cadena privada más vista, por delante de Cuatro.

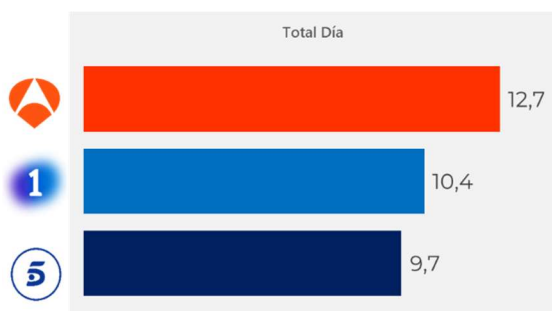
1er Trimestre 2025



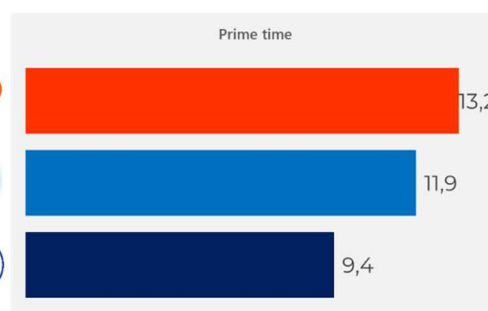
Fuente: Kantar Media. Ind. 4+. Total día.



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



Fuente: Kantar Media. Ind. 4+. Total día



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

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



Antena 3 se mantiene como la cadena líder en España con un 12,7% en total día y 13,2% en prime time. Destacan en el trimestre:

El Hormiguero: 14,7% y 1.983.000 espectadores, domina de manera absoluta su franja siendo el programa diario más visto de la TV. **Pasapalabra:** 18,3% y 1.904.000 espectadores, es líder frente a su competencia. **La ruleta de la suerte:** 22,6% y 1.666.000 espectadores, lidera en su franja y es uno de los programas más vistos de la TV.

Sueños de libertad: 13,4% y 1.232.000 espectadores, es la serie diaria líder desde su estreno y la más vista de la TV en la temporada. **Ángela:** 9,5% se estrena en abierto con una buena acogida y completa su recorrido de éxito con su presencia en Atresplayer.

Antena 3 Noticias 1: 23,0% y 2.180.000 espectadores, es el informativo más visto de la TV. **Antena 3 Noticias 2:** 17,7% y 2.169.000 espectadores, supera con claridad a T5 y La1.

laSexta se consolida una vez más como la tercera cadena privada más vista, por delante de Cuatro (6,6% frente a 6,0%).

Entre sus formatos más potentes del trimestre se encuentran:

Lo de Évole: 8,8% y 1.162.000 espectadores, que cierra su mejor temporada en cuatro años y es el programa más visto de la cadena. **El Intermedio:** 6,4% y 863.000 espectadores, referente en actualidad en clave de humor. **Aruser@s:** 16,8% de cuota y líder en la mañana.

laSexta Noticias 14H: 9,4% y 836.000 espectadores, es uno de los informativos más competitivos de la sobremesa.

Atresmedia reafirma su fortaleza gracias a su combinación de entretenimiento, actualidad e información rigurosa, con Antena 3 y laSexta manteniendo un liderazgo claro frente a Mediaset y Cuatro. El grupo continúa siendo el más competitivo en los tramos clave para audiencias y anunciantes.

En el **negocio Digital**, Atresmedia encadena nueve años consecutivos como el grupo audiovisual líder en el consumo digital⁴. Logra una media en el primer trimestre del año de 23,4 millones de visitantes únicos, un 59% por encima de su rival directo, y alcanza el séptimo puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



La plataforma de vídeo online del Grupo, Atresplayer, acumula en el primer trimestre de 2025 una media de 2,7 millones de visitantes únicos⁴. Alcanza en el mes de marzo un consumo de 23 millones de horas de vídeo (un 2% más que en marzo de 2024 y un 33% más que en marzo de 2023) y 17,2 millones de usuarios registrados.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos que incluyen principalmente las ventas internacionales de contenidos, los ingresos B2C y B2B de la plataforma SVOD Atresplayer y el negocio del Cine, alcanzan los 28,6 millones de euros frente a los 25,2 millones de euros del año anterior, un incremento del 13,5%.

Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante el trimestre representan el 34% de la recaudación de la taquilla del Cine Español.

Atresplayer Premium continúa con la consolidación de su Plan de Negocio en cuanto a suscriptores y oferta de contenidos. Ha estrenado en el trimestre series de ficción como “Física o química: La nueva generación” y “Perdiendo el juicio”.

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

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias, derechos editoriales y ventas de la plataforma de viajes Waynabox, alcanzan los 11,6 millones de euros frente a los 10,4 millones de euros de 2024, lo que supone un crecimiento del 11,8%.

Radio

El negocio Radio alcanza en el primer trimestre de 2025 unos ingresos netos de 19,5 millones de euros, frente a los 18,6 millones de euros obtenidos en el mismo periodo del año anterior, lo que supone un crecimiento del 5,1%, mejorando el comportamiento del mercado que sube un 2,4%.

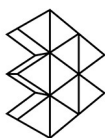
Millones de euros	Ene-Mar	Ene-Mar	
Radio	2025	2024	Evolución
Ingresos Netos	19,5	18,6	5,1%

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Atresmedia Radio tiene una audiencia³ media de 2,9 millones de oyentes. Onda Cero con 2,1 millones de oyentes mantiene su posición como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. Con respecto a las radios temáticas, Europa FM registra 0,7 millones de oyentes, y Melodía FM 90 mil.

ASG

Durante el primer trimestre de 2025 Atresmedia ha seguido trabajando en la reducción de su huella de carbono mediante la identificación de nuevas medidas para gestionar sus emisiones de **alcance 3** y en la definición de una hoja de ruta para **implantar nuevas medidas de sostenibilidad en sus producciones audiovisuales**. Ambas medidas están orientadas al cumplimiento de los objetivos de descarbonización marcados en su **estrategia Cero Neto**. Adicionalmente, Atresmedia ha verificado su huella de carbono de alcance 1+2 según GHG Protocol, en la que ha logrado una reducción del 80% respecto a su año base (2019) y ha obtenido una **puntuación B** en el Informe de referencia de cambio climático **CDP**.

Onda Cero ha lanzado junto a WWF la primera convocatoria de los **premios Luz Verde**, iniciativa de responsabilidad social que nació en 2024 para convertir la lucha contra el cambio climático en un asunto transversal a toda su programación; **Ponle Freno** ha continuado reconociendo los esfuerzos por mejorar la seguridad vial celebrando la 17ª edición de sus prestigiosos premios, **Tolerancia Cero** ha cumplido 10 años luchando contra la violencia de género y **Hablando en Plata** ha reforzado su compromiso contra el edadismo renovando el certificado AENOR por segundo año consecutivo. Por su parte la Fundación Atresmedia se ha unido al Observatorio de Derechos Digitales, iniciativa impulsada por Red.es, para promover y defender los derechos digitales de los niños, los jóvenes y la ciudadanía.

En este primer trimestre del año y en el seno del acuerdo que el Grupo Atresmedia firmó en 2024 con **Confederación Salud Mental España**, periodistas de los programas informativos y de actualidad de la Sexta y Antena 3 han recibido formación especializada sobre cómo tratar correctamente los asuntos relacionados con la salud mental en los medios de comunicación.

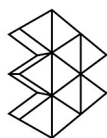
Por su parte, el Consejo de Administración de Atresmedia ha aprobado en febrero de 2025 el primer **Estado de Información No Financiera e Información de Sostenibilidad (2024)** del Grupo, que ha sido elaborado bajo las directrices de la CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*). El documento público en la web de Atresmedia incluye, además, información complementaria para dar respuesta a los requerimientos de Ley 11/2018 de Información No financiera y al Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Perspectivas futuras

Las perspectivas económicas para España, en estos primeros meses del año, son positivas a pesar de las incertidumbres generadas en el comercio internacional por las medidas arancelarias de la Administración americana.

El último panel de expertos de FUNCAS, publicado en el mes de marzo, apunta a un crecimiento del PIB en este ejercicio del 2,5%, cuando las estimaciones de hace doce meses no pasaban del 2%. Recientemente, el FMI ha mejorado también sus estimaciones para el año situándolas igualmente en el 2,5%

En este contexto, el mercado de la publicidad total ha crecido en línea con dichas previsiones, cerca del 2%. En el caso de la televisión, la inversión publicitaria (que incluye el mercado tradicional y digital) ha estado en este primer trimestre, como ya se preveía, por debajo de los niveles del mismo periodo del año pasado, que fue excepcionalmente alto. En todo caso, una vez que la comparativa en los próximos meses parece menos exigente, estimamos una evolución más positiva durante el resto del año. El entorno de Radio, por su parte, sigue experimentando un crecimiento constante trimestre tras trimestre que creemos sostenible.

En este entorno de mercado, Atresmedia sigue consolidando mes a mes su posición de liderazgo en audiencias en todos y cada uno de los soportes en los que opera (TV, AVOD, SVOD, Radio,..) que monetiza de forma eficiente a través su exitosa política comercial. Ello sumado a una gestión consistente y equilibrada en costes refuerza aún más nuestra confianza en cumplir el objetivo fijado para este año: crecimiento de ingresos y márgenes operativos en línea con los de los últimos años.

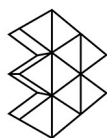
Con respecto a la posición financiera del Grupo, estimamos una cifra de caja neta positiva a cierre del ejercicio 2025 de entre 60 y 80 millones de euros, asumiendo el pago, previsto en junio, del dividendo final con cargo al ejercicio 2024 por valor de 0,47 céntimos de euro (105 millones de euros) y el previsible pago de un dividendo a cuenta a cargo del ejercicio actual.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore



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 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Comscore