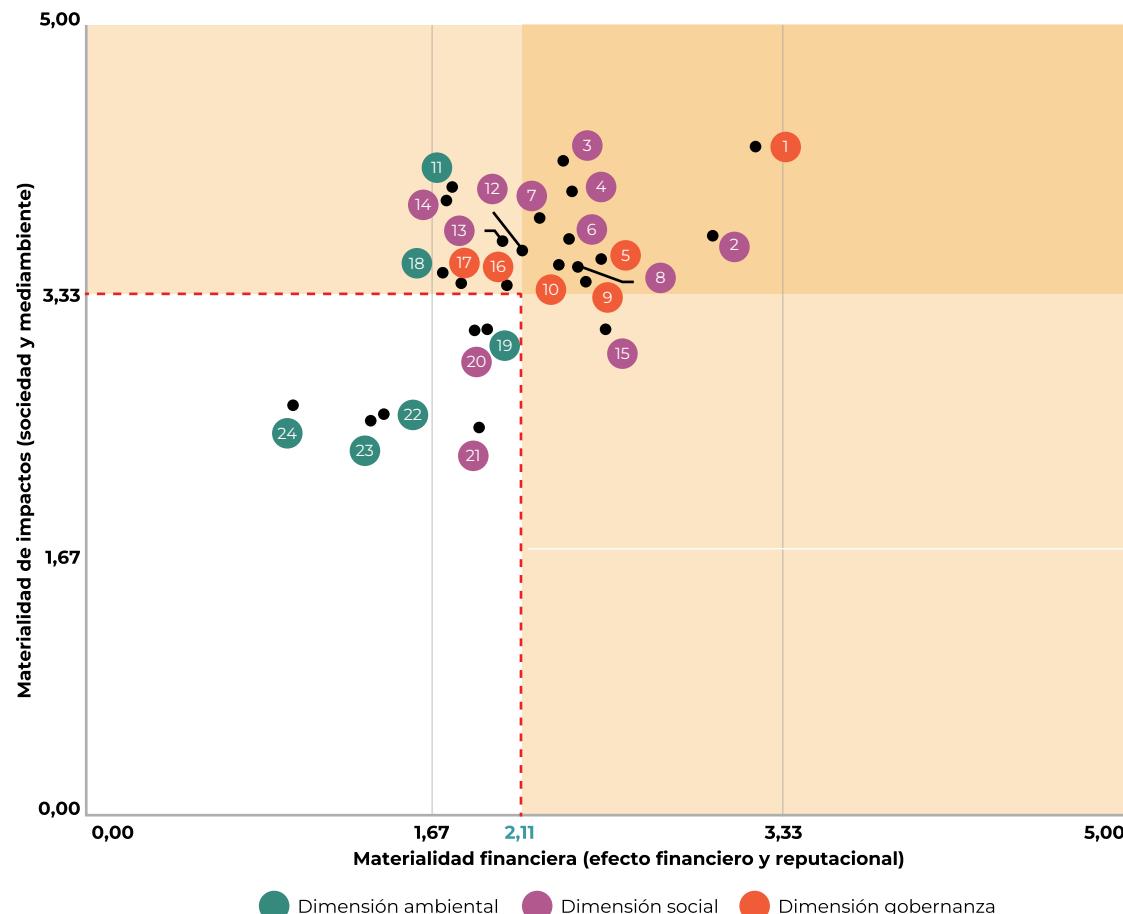


SBM-2 Intereses y opiniones de las partes interesadas

Durante el ejercicio 2023, Atresmedia llevó a cabo un análisis de doble materialidad con el objetivo de evaluar tanto los impactos ambientales, sociales y de gobernanza generados por la actividad de la Compañía, como

los riesgos y oportunidades que estos mismos factores pueden representar para el rendimiento financiero y estratégico a corto, medio y largo plazo del Grupo.

El resultado de dicho análisis es la matriz que se presenta a continuación:



Nº	Temática	
Crítico	Ciberseguridad	3,72
	Publicidad Responsable	3,33
	Contenido responsable, veraz y de calidad	3,22
	Lucha contra las fake news y la desinformación	3,13
	Cumplimiento normativo	2,99
Alto	Accesibilidad de los contenidos	2,98
	Alfabetización mediática e informacional y digital	2,97
	Bienestar, salud y seguridad de los empleados	2,91
	Buen gobierno y ética empresarial	2,88
	Inversión sostenible	2,87
Medio	Producciones sostenibles	2,86
	Relación e impacto en la comunidad	2,83
	Diversidad, Equidad e Inclusión	2,81
	Altavoz social y por el clima	2,81
	Transformación digital e Inteligencia Artificial	2,78
Bajo	Protección de datos y privacidad	2,68
	Derechos Humanos y laborales	2,59
	Cambio Climático	2,57
	Uso de los recursos y economía circular	2,50
	Cadena de suministro responsable	2,46
No material	Trabajadores no asalariados	2,16
	Gestión del agua	1,98
	Biodiversidad	1,93
	Contaminación	1,79

A continuación, se presenta información sobre cómo Atresmedia tiene en cuenta los intereses y opiniones de las partes interesadas en su estrategia y su modelo de negocio. Adicionalmente se describe cómo el Grupo lleva a cabo el entendimiento de las distintas perspectivas de los grupos de interés, y cómo dichas perspectivas influyen en el proceso de toma de decisiones. Además, en cada estándar del ámbito social, el Grupo informa de manera más detallada de los canales puestos en marcha para colaborar con su personal propio, sus anunciantes y su audiencia.



Relación con los grupos de interés.

Atresmedia reconoce la necesidad de disponer de mecanismos que garanticen el diálogo, la transparencia y la relación bidireccional con los grupos de interés debido a la importancia de tomar en consideración las cuestiones y/o inquietudes planteadas por los mismos. El Grupo considera como grupos de interés clave:



En este sentido, la participación de los grupos de interés en el proceso de doble materialidad fue esencial para integrar las expectativas y valoraciones de los mismos en el análisis. Las NEIS definen a los grupos de interés como las partes interesadas que pueden afectar a la empresa o verse afectadas por ella, y diferenciando entre:

- 1 partes interesadas afectadas: personas o grupos cuyos intereses se ven o pueden verse afectados, positiva o negativamente, por las actividades de la empresa y sus relaciones de negocio directas e indirectas a lo largo de su cadena de valor; y
- 2 usuarios del reporte: los usuarios principales de la información financiera en general (inversores existentes y potenciales, prestamistas y otros acreedores, incluidos los gestores de activos, las entidades de crédito y las empresas de seguros) y otros usuarios de los Informes de Sostenibilidad, incluidos los socios comerciales de la empresa, los sindicatos y los interlocutores sociales, las organizaciones de la sociedad civil y no gubernamentales, los Gobiernos, los analistas y los académicos.

Ambas tipologías se consideraron e involucraron en el análisis llevado a cabo, siendo los grupos de interés específicos del Grupo los que se detallan en la tabla a continuación, junto con los diferentes mecanismos puestos en marcha por el Grupo para relacionarse con sus grupos de interés:



Grupos de interés	Medio de comunicación	Relación con los Grupos de interés
PARTES INTERESADAS AFECTADAS		
Proveedores		
Bienes y servicios		La gestión de la relación con los proveedores de bienes y servicios es responsabilidad de la Dirección de Compras que vela por el cumplimiento de los compromisos recogidos en la Política de Compras.
Productoras	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma de adjudicación de proveedores de bienes y servicios. Relación directa departamentos correspondientes (Compras, Producción Ajena, Producción Propia). 	La gestión de la relación con las productoras de contenidos se lleva a cabo desde la Dirección de Producción.
Distribuidoras		La gestión de la relación con las productoras de contenidos se lleva a cabo desde la Dirección de Producción Ajena.
Clientes		
Anunciantes	<ul style="list-style-type: none"> Evento (UPFRONT) para los anunciantes del Grupo. Oficina del anunciante, portal de clientes. Web Atresmedia Publicidad. Redes sociales y canal de Whatsapp. Comunicación directa. 	La gestión de la relación con los anunciantes se lleva a cabo desde la Dirección de Publicidad.
Audiencia	<ul style="list-style-type: none"> Centro de ayuda atresplayer. Perfiles en redes sociales, emails y teléfonos de atención. El canal de denuncias está disponible para que cualquier persona pueda dirigir sus comunicaciones. Grupos de discusión y estudios. 	La gestión de la relación con la audiencia se lleva a cabo a través de diferentes direcciones, como la Dirección de Radio o la Dirección de Televisión.
Suscriptores		La gestión de la relación con los usuarios de atresplayer se lleva a cabo desde el departamento especializado, que da servicio de atención al cliente a los usuarios de la plataforma.
Fuerza Laboral (personal propio)		
Asalariados	<ul style="list-style-type: none"> Intranet corporativa Atresmil y a3mia. Comunicaciones relacionadas con las iniciativas de responsabilidad corporativa de Atresmedia en las que pueden participar. Buzones de áreas (RRHH o Sostenibilidad). Revista interna MASDIII donde se publican las principales novedades del Grupo. 	La gestión de la relación con los asalariados se lleva a cabo desde el departamento de Recursos Humanos y PRL principalmente, que operan bajo la Dirección General Corporativa.
No asalariados	<ul style="list-style-type: none"> Formación programa 3.0. Proceso de Onboarding. Comités de Empresa. 	En la relación con los no asalariados, intervienen por un lado la Dirección de Prevención de Riesgos Laborales y Servicios Médicos y, por otro lado, las áreas encargadas de la contratación de los servicios.

Grupos de interés	Medio de comunicación	Relación con los Grupos de interés
PARTES INTERESADAS AFECTADAS Y USUARIOS DEL REPORTE		
Sociedad		
ONG	<ul style="list-style-type: none"> Ruedas de prensa, notas de prensa y sección web: https://www.atresmedia.com/prensa/ Web de Sostenibilidad https://www.atresmediacorporacion.com/sostenibilidad/ 	Atresmedia se relaciona con las ONG a través de diferentes iniciativas, como la cesión de espacios publicitarios o los acuerdos con entidades como Manos Unidas o UNICEF que se ejecutan bajo la Dirección de Sostenibilidad.
Asociaciones y grupos de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Webs de las diferentes divisiones y líneas de negocio. Los propios canales de Atresmedia (televisión, radio y digital). Canal de denuncias y buzones de correo electrónico. Participación en clústeres específicos y grupos de trabajo. (Forética, RMF). Espacios publicitarios gratuitos para visibilizar la labor de a entidades sociales. 	Atresmedia se relaciona con diferentes asociaciones mediante la participación activa en sus foros y actividades, como pueden ser AUTOCONTROL, Forética o el RMF.
Colectivos vulnerables y minoritarios		Atresmedia se relaciona con estos actores mediante la firma de acuerdos con diferentes entidades que trabajan para su inserción gestionados a través del trabajo conjunto entre la Dirección de Sostenibilidad y la Dirección de RRHH que operan bajo la Dirección General Corporativa.
Comunidades locales		La principal vía de relación es a través del programa de voluntariado corporativo; firmas de convenio de colaboración con fundaciones y asociaciones, ejecutado bajo la Dirección de Sostenibilidad.
USUARIOS DEL REPORTE		
Accionistas		
Grupo Planeta DeAgostini	<ul style="list-style-type: none"> Presentaciones corporativas, eventos. Comunicación directa desde el área de relación con inversores. 	La relación con los accionistas se lleva a cabo, principalmente desde la Dirección de Asesoría Jurídica.
RTL Group		-
Accionistas minoritarios		
Inversores		
Inversores potenciales	<ul style="list-style-type: none"> Presentaciones corporativas, eventos. Comunicación directa desde el área de relación con inversores. Investor Day. Web corporativa- oficina del inversor. 	La relación con los inversores es responsabilidad del departamento de Relación con Inversores que opera bajo la Dirección Financiera.
Reguladores		
CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores)		La relación con la CNMV se da, principalmente mediante el intercambio de información, así como la participación del Grupo en el grupo de emisores.
CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia)	<ul style="list-style-type: none"> Comunicaciones vía mail o portal de la CNMV/CNMC. Participación en el Grupo de Emisores. 	La CNMC tiene una relación relevante con las empresas por su labor de regulación de la competencia, regulación sectorial, supervisión de tarifas y condiciones, control de concentraciones empresariales y protección de los consumidores.
Fuerza Laboral		
Comités de Empresa	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones periódicas. 	La relación con los representantes de los trabajadores se ejecuta, principalmente a través de la dirección de RRHH que opera bajo la Dirección General Corporativa.



Plan de involucración de los grupos de interés.

Antes de realizar su análisis de doble materialidad, el Grupo Atresmedia definió un **plan de involucración de sus grupos de interés** con el objetivo de garantizar que todas las partes interesadas estuvieran representadas y que su perspectiva contribuyera a identificar los asuntos más relevantes para el Grupo. Este plan contó con tres fases principales:

- 1 Fase de identificación de IROs.** Esta fase contó con la participación de directores y mandos intermedios de todas las áreas estratégicas del Grupo con el objetivo de tener una visión global del negocio (estrategia, producción, servicios generales, marketing social corporativo, financiero, asesoría, recursos humanos, diversificación, etc.) Gracias a su colaboración Atresmedia identificó y validó un listado preliminar de impactos, riesgos y oportunidades para someter a evaluación en la segunda fase. Cada responsable, contribuyó a la identificación de IROs asociados a su actividad dentro del Grupo.
- 2 Fase de evaluación de IROs.** Esta fase contó con la participación de todos los grupos de interés tanto internos como externos del Grupo Atresmedia. Un total de 56 personas participaron en este proceso, que se divide a su vez en dos subetapas: evaluación interna y evaluación externa.

Evaluación interna: Esta evaluación contó con la participación de:

- **Los directores y mandos intermedios que identificaron los IROs iniciales** quienes evaluaron mediante cuestionarios y entrevistas la relevancia de todos los impactos, riesgos y oportunidades asociados a su actividad dentro del Grupo. En este proceso se recopilaron un total de 28 respuestas.
- **El departamento de Auditoría interna**, responsable de la gestión de riesgos de la Compañía, junto con el departamento financiero, evaluó la totalidad de riesgos y oportunidades identificados en la fase de identificación.

- **Los asalariados del Grupo** pertenecientes a diferentes departamentos de Atresmedia (Financiero, Servicios Generales, Programación, Estrategia, RRHH, Marketing, Fundación Atresmedia, Informativos de Antena 3 y laSexta, Publicidad, Producción Ajena, Onda Cero y Diversificación) participaron en dos talleres de trabajo donde evaluaron la totalidad de los impactos identificados.

Un total de 13 empleados participaron en este proceso, en el que se buscó una representación amplia de los asalariados del Grupo.

Evaluación externa: mediante entrevistas y cuestionarios, Atresmedia involucró a sus grupos de interés externos en el proceso de evaluación de IROs. Atendiendo a su relación con Atresmedia y a su rol en la sociedad, se diferenció entre evaluadores de impactos y evaluadores de riesgos y oportunidades, de modo que:

- **Evaluadores de impactos:** los representantes de los proveedores de bienes y servicios, de las productoras y distribuidoras con las que Atresmedia trabaja, de sus anunciantes y agencias, de la audiencia y de la sociedad en general, evaluaron la totalidad de los impactos identificados. En este proceso se recibieron un total de 12 respuestas.
- **Evaluadores de riesgos y oportunidades:** los representantes de los accionistas e inversores evaluaron la totalidad de los riesgos y oportunidades identificados. Un total 3 personas participaron en este proceso.

Grupos de interés	Nº participantes	Evaluación
Internos		
Representantes de las áreas estratégicas	28	IROs específicos de su área de expertise.
Auditoría Interna y Financiero		Todos los riesgos y oportunidades.
Fuerza Laboral	13	Todos los impactos.
Externos⁷		
Accionistas	1	Todos los riesgos y oportunidades.
Inversores	2	Todos los riesgos y oportunidades.
Proveedores de bienes y servicios	3	Todos los impactos.
Productoras	1	Todos los impactos.
Distribuidoras	1	Todos los impactos.
Anunciantes y/o agencias de publicidad	1	Todos los impactos.
Representantes ⁸ de la audiencia	2	Todos los impactos.
Representantes de la sociedad	4	Todos los impactos.

3 Fase de determinación: en esta fase se consolidaron todas las respuestas de la fase anterior, aplicando los parámetros descritos en el presente Informe (véase apartado NEIS 2 IRO-1). Como resultado se identificaron los asuntos más relevantes para el Grupo Atresmedia, tanto desde la perspectiva de impacto, como desde la perspectiva financiera (riesgos y oportunidades). Esta identificación de asuntos materiales fue posible, además, gracias a la vinculación de todos los impactos, riesgos y oportunidades identificados y evaluados a temáticas propias del Grupo Atresmedia. Estos resultados quedaron plasmados en la matriz de materialidad.



Entendimiento de las prioridades de los grupos de interés_

Gracias al proceso de doble materialidad, Atresmedia puede comprender mejor los intereses, preocupaciones y opiniones de sus grupos de interés, así como la visión que estos tienen sobre su modelo de negocio. Además, gracias a la metodología utilizada para la evaluación, segmentada por grupos de interés, Atresmedia tiene una visión específica de los asuntos más relevantes para cada una de las partes interesadas y una visión general de los asuntos más relevantes para todos ellos. Esta última, junto a la visión interna de la Compañía, ha servido para identificar los asuntos más relevantes para el Grupo Atresmedia.

Este proceso, unido a otros métodos y actuaciones que el Grupo tiene en marcha para colaborar de forma específica con diferentes grupos de interés y que se encuentran descritos en el presente Informe, permiten a Atresmedia atender a las sugerencias, preocupaciones y propuestas de sus partes interesadas.



Consideración de la perspectiva de los grupos de interés_

Identificados los asuntos más relevantes para Atresmedia, y los impactos, riesgos y oportunidades asociados a cada uno de ellos, el Grupo ha analizado cómo da respuesta a cada una de las cuestiones planteadas, y seguirá trabajando para cubrir las cuestiones que, con sus políticas, compromisos, actuaciones y objetivos, no queden totalmente cubiertas.

Este compromiso nace de la importancia que el Grupo Atresmedia da a la consideración de los intereses, opiniones e inquietudes de sus grupos de interés y la comprensión de cómo estos pueden influir en su estrategia y modelo de negocio.

Las actuaciones detalladas en el presente Informe están orientadas a satisfacer las necesidades e inquietudes de los grupos de interés de Atresmedia, especialmente, de sus asalariados (NEIS S1), anunciantes y audiencias (NEIS S4), así como a generar valor para los accionistas y riqueza

⁷ No se ha involucrado a los Reguladores por su condición de organismo público.

⁸ Representantes de la audiencia como asociaciones y representantes de la sociedad como asociaciones, ONGs y fundaciones representantes de comunidades locales.

para el Grupo y la sociedad en su conjunto. Con sus políticas, mecanismos y actuaciones el Grupo busca generar impactos positivos en la sociedad y en el entorno, mitigar posibles impactos negativos que puedan derivarse de su actividad, minimizar la aparición de posibles riesgos que puedan afectar a su negocio y aprovechar las oportunidades que se presentan.

Gracias a este proceso que se realiza periódicamente y al resto de procesos de colaboración con los grupos de interés, el Grupo puede atender de manera eficaz a sus necesidades, considerándolas cuando resulta oportuno en la estrategia de Atresmedia.



Proceso de información a los órganos administrativos, de gestión y de supervisión

Tal y como se menciona anteriormente, Atresmedia, a través de las diferentes direcciones corporativas eleva a los órganos de administración, dirección y supervisión las cuestiones relevantes que puedan afectar a la estrategia y el modelo de negocio, incluyendo los aspectos relacionados con la sostenibilidad. En 2024, la Directora General Corporativa presentó a la Comisión de Auditoría y Control el proceso seguido para elaborar el primer estudio de doble materialidad del Grupo, así como los principales asuntos materiales relacionados con los impactos, riesgos y oportunidades tratados en el análisis, resultado de la evaluación de los diferentes grupos de interés.

SBM-3 Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio

Atresmedia busca ofrecer una visión clara y estructurada de los impactos, riesgos y oportunidades materiales identificados en su análisis de doble materialidad y sobre cómo estos afectan a su estrategia y modelo de negocio.

Con el objetivo de entender las cuestiones que debían considerarse en la evaluación de doble materialidad, previo al plan de involucración de los grupos de interés descrito en el apartado anterior (SBM- 2), el Grupo llevó a cabo un trabajo de entendimiento del negocio, sus grupos de interés y su cadena de valor, que sirvió de base para la posterior identificación, evaluación y determinación de IROs y asuntos materiales.

De este modo el proceso completo de análisis de materialidad quedó estructurado en 4 etapas fundamentales:



En la fase de identificación, como se ha mencionado anteriormente, Atresmedia vinculó los impactos, riesgos y oportunidades a evaluar a una serie de temáticas propias definidas en base a las particularidades del sector de los medios de comunicación con el objetivo de que reflejasen las especificidades de su negocio.

La selección de estas temáticas se ha realizado considerando los siguientes aspectos:

- El propio conocimiento que Atresmedia tiene de su modelo de negocio y del entorno en el que se desenvuelve.
- Los análisis de materialidad llevados a cabo por el Grupo en años anteriores, en los que se constató la relevancia de algunos temas intrínsecos a un medio de comunicación.
- Los inputs recibidos en grupos de trabajo especializados en medios y sostenibilidad en el panorama internacional como el Responsible Media Forum y los informes elaborados por él, tales como el *Media Materiality Report 2022*.

Con el objetivo de responder a los requerimientos de las NEIS (concretamente al AR 16 de la NEIS 1), Atresmedia vinculó estas temáticas propias a las temáticas y sub-(sub-)temáticas propias de la norma, de modo que existiera una correlación total entre ambas, y que todos los IROs identificados quedaran cubiertos por los estándares de las NEIS. Concretamente, las temáticas propias de Atresmedia se vincularon a 9 de las 10 NEIS temáticas, quedando excluida del proceso la NEIS S3, Colectivos afectados. Ésta, junto con una serie de sub- (sub-)temáticas de otras NEIS quedaron excluidas del proceso de análisis por no tener una vinculación directa con el negocio de Atresmedia, ni con su cadena de valor (véase el apartado IRO-2 para conocer el detalle).

A continuación, se detalla la relación entre las temáticas propias de Atresmedia, plasmadas en la matriz de doble materialidad y las temáticas y sub-(sub-)temáticas, contempladas en el AR16:

Temáticas Atresmedia	Temática NEIS asociada	Sub-(sub-)temática NEIS asociada
6 Accesibilidad de los contenidos	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 No discriminación S4 Acceso a la información (de calidad)
7 Alfabetización mediática e informacional y digital	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Acceso a la información (de calidad) S4 No discriminación
14 Altavoz social y por el clima	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Prácticas de marketing responsable S4 Acceso a la información (de calidad) S1 Conciliación laboral S1 Salud y seguridad
8 Bienestar, salud y seguridad de los empleados	S1 Personal propio	S1 Empleo Seguro S1 Diálogo social, negociación colectiva y libertad de asociación S1 Diversidad S1 Salarios adecuados S1 Formación y desarrollo
23 Biodiversidad	E4 Biodiversidad y ecosistemas	E4 Otros G1 Cultura Corporativa G1 Protección de denunciantes G1 Prevención y detección, incluida la formación G1 Gestión de las relaciones con los proveedores G1 Compromiso Político
9 Buen gobierno y ética empresarial	G1 Conducta empresarial S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Libertad de expresión E1 Cambio climático E5 Uso de recursos y economía circular G1 Conducta empresarial
20 Cadena de suministro responsable	E1 Cambio climático G1 Conducta empresarial	E1 Energía E5 Entrada de recursos G1 Gestión de las relaciones con proveedores E1 Adaptación al cambio climático E1 Mitigación del cambio climático E1 Energía
18 Cambio climático	E1 Cambio climático	S1 Privacidad S1 Formación y desarrollo S4 Privacidad G1 Cultura Corporativa
1 Ciberseguridad	S1 Personal propio S4 Consumidores y usuarios finales G1 Conducta empresarial	E2 Contaminación del aire E2 Contaminación del agua E2 Sustancias preocupantes S4 Acceso a la información (de calidad) S4 Libertad de expresión S4 Prácticas de marketing responsable
24 Contaminación	E2 Contaminación	S4 Salud y seguridad G1 Cultura corporativa S4 Salud y seguridad
3 Contenido responsable, veraz y de calidad	S4 Consumidores y usuarios finales	
5 Cumplimiento normativo	G1 Conducta empresarial S4 Consumidores y usuarios finales	

Temáticas Atresmedia	Temática NEIS asociada	Sub-(sub-)temática NEIS asociada
17 Derechos humanos y laborales	S1 Personal propio	S1 todas las temáticas ⁹
	S2 Trabajadores de la cadena de valor	S2 todas las temáticas ¹⁰
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Prácticas de marketing responsable S4 Libertad de expresión G1 Cultura corporativa G1 Protección de denunciantes G1 Compromiso político S1 Diversidad S1 Medidas contra la violencia y el acoso
	G1 Conducta empresarial	S1 Empleo e inclusión de las personas con discapacidad S1 Igualdad de género e igualdad de remuneración S4 No discriminación E3 Consumo de agua E3 Vertidos de agua G1 Cultura Corporativa S4 Acceso a la información (de calidad) S4 Libertad de expresión
13 Diversidad, equidad e inclusión	S1 Personal propio	E3 Recursos hídricos y marinos
	S4 Consumidores y usuarios finales	E1 Cambio climático S1 Personal propio S4 Consumidores y usuarios finales
22 Gestión del agua	E3 Recursos hídricos y marinos	E1 Cambio climático S1 Personal propio S4 Consumidores y usuarios finales
10 Inversión sostenible	G1 Conducta empresarial	E1 Mitigación al cambio climático S1 Formación y desarrollo S4 Privacidad
4 Lucha contra las fake news y la desinformación	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Prácticas de marketing responsable S4 Salud y Seguridad S4 Acceso a la información (de calidad)
11 Producciones sostenibles	E1 Cambio climático	S4 Protección de los niños S4 No discriminación S4 Prácticas de marketing responsable
16 Protección de datos y privacidad	S1 Personal propio	S4 Acceso a la información de calidad S4 No discriminación S4 Salud y seguridad S4 Acceso a productos y servicios
	S4 Consumidores y usuarios finales	S1 Empleo e inclusión de personas con discapacidad S1 Formación y desarrollo S2 Empleo e inclusión de personas con discapacidad
2 Publicidad responsable	S4 Consumidores y usuarios finales	S1 Empleo seguro S1 Salud y seguridad S4 Acceso a productos y servicios S4 Privacidad
12 Relación e impacto en la comunidad	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Entrada de recursos S4 Salida de recursos ES Residuos
	S1 Personal propio	S4 Acceso a la información de calidad
	S2 Trabajadores de la cadena de valor	S4 No discriminación S4 Salud y seguridad S4 Acceso a productos y servicios
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Privacidad
21 Trabajadores no asalariados	S1 Personal propio	S4 Entrada de recursos S4 Salida de recursos ES Residuos
15 Transformación digital e inteligencia artificial	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Acceso a la información de calidad
19 Uso de los recursos y economía circular	E5 Uso de los recursos y economía circular	S4 Privacidad

⁹ "SI todas las temáticas" recoge la totalidad de las sub-temáticas y sub-sub-temáticas del estándar SI Personal Propio (condiciones de trabajo, igualdad de trato y oportunidades para todos y otros derechos laborales, incluyendo todas las sub-sub-temáticas relacionadas).

¹⁰ "S2 todas las temáticas" recoge la totalidad de las sub-temáticas y sub-sub-temáticas del estándar S2 Trabajadores de la cadena de valor (condiciones de trabajo, igualdad de trato y oportunidades para todos y otros derechos laborales, incluyendo todas las sub-sub-temáticas relacionadas).

Resultados de la fase de identificación: durante la fase de identificación, se detectaron un total de 252 IROs (129 impactos, 38 oportunidades y 85 riesgos) que podrían influir directa o indirectamente en las operaciones del Grupo y en diversas etapas de su cadena de valor y que posteriormente serían evaluados por los grupos de interés.

Resultado de la fase de evaluación y determinación: como resultado de la evaluación, Atresmedia determinó que 18 de sus temáticas propias eran materiales, al superar el umbral definido (para más detalles sobre el criterio utilizado, consulte el requisito de divulgación IRO-1). Estas temáticas fueron consideradas materiales por su relevancia desde la perspectiva de impacto,

financiera o ambas. Este enfoque dual garantizó que los temas no solo fueran significativos para los grupos de interés, sino también esenciales para el desempeño financiero y la sostenibilidad a largo plazo de la organización. **Traducido a las NEIS, esto significó que 6 de las 10 temáticas NEIS eran materiales para el Grupo Atresmedia.** En este proceso, se identificaron, además, un total de 218 IROS materiales, siendo 104 impactos, 35 oportunidades y 79 riesgos.

A continuación, se detallan las temáticas NEIS correspondientes al listado preliminar de impactos, riesgos y oportunidades identificados, así como los temas que resultaron materiales resaltados en naranja y con la identificación (M).

Temáticas	Sub-temática	Sub-temática
E1 Cambio climático (M)	<ul style="list-style-type: none"> · Adaptación al cambio climático (M) · Mitigación del cambio climático (M) · Energía (M) 	
E2 Contaminación	<ul style="list-style-type: none"> · Contaminación del aire · Contaminación del agua · Sustancias preocupantes 	
E3 Recursos hídricos y marinos	<ul style="list-style-type: none"> · Agua 	<ul style="list-style-type: none"> · Consumo de agua · Vertidos de agua
E4 Biodiversidad y ecosistemas	<ul style="list-style-type: none"> · Factores de incidencia directa sobre la pérdida de biodiversidad 	<ul style="list-style-type: none"> · Otros
E5 Uso de recursos y economía circular	<ul style="list-style-type: none"> · Entradas de recursos, incluida la utilización de los recursos · Salidas de recursos relacionadas con productos y servicios · Residuos 	
S1 Personal Propio (M)	<ul style="list-style-type: none"> · Condiciones de trabajo (M) · Igualdad de trato y oportunidades para todos (M) · Otros derechos laborales (M) 	<ul style="list-style-type: none"> · Todas las sub-sub-temáticas
S2 Trabajadores de la cadena de valor (M)	<ul style="list-style-type: none"> · Condiciones de trabajo (M) · Igualdad de trato y oportunidades para todos (M) · Otros derechos laborales (M) 	<ul style="list-style-type: none"> · Todas las sub-sub-temáticas
S4 Consumidores y usuarios finales (M)	<ul style="list-style-type: none"> · Incidencias relacionadas con la información para los consumidores o usuarios finales (M) · Seguridad personal de los consumidores o usuarios finales (M) · Inclusión social de los consumidores o usuarios finales (M) 	<ul style="list-style-type: none"> · Privacidad, libertad de expresión, acceso a la información (de calidad) · Salud y seguridad, protección de los niños · No discriminación, acceso a productos y servicios, prácticas de marketing responsables
G1 Conducta empresarial (M)	<ul style="list-style-type: none"> · Cultura corporativa (M) · Protección de los denunciantes(M) · Compromiso político y actividades de los grupos de presión (M) · Gestión de las relaciones con los proveedores, incluidas las prácticas de pago (M) · Corrupción y soborno (M) 	<ul style="list-style-type: none"> · Prevención y detección, incluida la formación

Las temáticas NEIS E2 (Contaminación), E3 (Recursos hídricos y marinos), E4 (Biodiversidad y ecosistemas) y E5 (Uso de recursos y economía circular) no fueron consideradas materiales, ya que los impactos, riesgos y oportunidades asociados no superaron el umbral de materialidad establecido.

Los impactos, riesgos y oportunidades materiales se representaron en la matriz anterior compuesta por dos ejes principales: el eje X, que representa la materialidad financiera, y el eje Y, que representa la materialidad de impacto. En ella, se representan todas las temáticas identificadas y evaluadas, tanto las considerados materiales como las no materiales, reflejando así uno de los valores esenciales del Grupo: la transparencia.

Adicionalmente, dichas temáticas se clasificaron según su enfoque ambiental, social y de gobernanza. Finalmente, las temáticas materiales se agruparon en cuatro categorías en función de su grado de importancia: crítico, alto, medio y bajo.

Con respecto a los impactos, riesgos y oportunidades materiales cabe destacar que el Grupo proporcionará la información descriptiva sobre los mismos en cada NEIS temática correspondiente, teniendo en consideración los elementos detallados a continuación:

- una breve descripción de los impactos, riesgos y oportunidades materiales resultantes de la evaluación y en qué parte de la cadena de valor se encuentran;
- los horizontes temporales;
- en relación con los impactos, cómo afectan los impactos negativos y positivos reales (o, en el caso de impactos potenciales, cómo se espera que afecten) a las personas o al medio ambiente y si el Grupo está implicado en los impactos a través de sus actividades o debido a sus relaciones de negocio, describiendo la naturaleza de las actividades o relaciones de negocio en cuestión.

Adicionalmente, cabe destacar que todos los impactos, riesgos y oportunidades se originan o están relacionados con la estrategia y el modelo de negocio del Grupo Atresmedia dado que el entendimiento de la Compañía y del sector fue la principal base del análisis.

El Grupo Atresmedia no ha identificado efectos financieros significativos adicionales a los identificados por el Grupo con anterioridad a la realización del análisis de doble materialidad. No obstante, incorpora los riesgos de sostenibilidad en su mapa de riesgos corporativo con el objetivo de hacer un seguimiento de la evolución de estos.

Las áreas que tratan cuestiones críticas de la actividad de Atresmedia y significativas para el plan estratégico del Grupo cuentan con mecanismos de análisis para determinar el alcance de los riesgos (impacto y probabilidad) que les permita protegerse del acaecimiento de los mismos, realizando pruebas y evaluaciones de estos con el objetivo de prevenir posibles impactos que amenacen la consecución de los objetivos estratégicos del Grupo.

