

Resultados enero-septiembre 2023

19/10/23

ATRESMEDIA consolida su liderazgo, crece en Ingresos Netos y logra un Resultado de Explotación de 96,8 millones de euros en los nueve primeros meses de 2023.

- El Grupo alcanza unos Ingresos Netos de 666,4 millones de euros en el periodo, un Resultado de Explotación de 96,8 millones de euros y un Beneficio Neto de 71,5 millones de euros.
- Atresmedia Televisión lidera en audiencias¹ con una considerable ventaja sobre su competidor. Antena 3 (13,4%) es la cadena más vista en los primeros nueve meses del año y la de mejor perfil comercial en Prime Time.
- Audiovisual: Los ingresos de publicidad en Contenido Audiovisual han crecido un 0,6% y los relacionados con la Producción y Distribución de Contenidos han experimentado un crecimiento del 16,8%.
- Radio: Crecen sus ingresos un 4,9%.

Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en los nueve primeros meses de 2023 unos ingresos netos de 666,4 millones de euros lo que supone un incremento del 1,8% respecto al año anterior. El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) es de 110,3 millones de euros, frente a los 116,6 millones de euros de 2022.

Millones de euros

Grupo Atresmedia	Ene-Sep 2023	Ene-Sep 2022	Evolución
Ingresos Netos	666,4	654,4	1,8%
Resultado Bruto de Explotación	110,3	116,6	(5,4%)
Resultado de Explotación	96,8	103,5	(6,5%)
Beneficio del ejercicio	71,5	74,8	(4,4%)

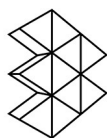
La inversión publicitaria total² aumenta un 2,4%. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión decrece un 2,6%, mientras que los medios radio y digital crecen un 4,9% y un 3,8% respectivamente.

¹ Kantar Media

² Estimaciones internas

³ EGM 2ª Ola (media móvil)

⁴ Comscore



Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2023	Ene-Sep 2022
Audiencia TV ¹	26,8%	27,5%
Oyentes Radio (millones) ³	2,8	2,9

Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 618,9 millones de euros frente a los 609,3 millones de euros obtenidos en 2022, lo que supone un incremento del 1,6%.

Millones de euros	Ene-Sep 2023	Ene-Sep 2022	Evolución
Audiovisual			
Publicidad en Contenido Audiovisual	533,2	530,0	0,6%
Producción y Distribución de Contenidos	58,8	50,3	16,8%
Otros Ingresos	27,5	29,4	(6,5%)
Eliminaciones	(0,5)	(0,5)	
Ingresos Netos	618,9	609,3	1,6%

Los ingresos netos de publicidad en Contenido Audiovisual crecen un 0,6%, aprovechando el liderazgo en audiencia y la nueva estrategia de comercialización de contenidos, alcanzando en el periodo los 533,2 millones de euros. Estos ingresos incluyen todos los ingresos publicitarios por comercialización de espacios en los soportes en 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, en los nueve primeros meses de 2023 ha sido de 3 horas y 1 minuto.

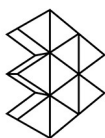
Atresmedia Televisión alcanza en los nueve primeros meses de 2023 un 26,8% de cuota de audiencia, 1,1 puntos más que su competidor Mediaset a pesar de tener un canal menos. Se mantiene como grupo televisivo más visto en España por cuarto trimestre consecutivo.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Además, continúa siendo líder también en prime time con un 27,1% en lo que va de año, +2,5 puntos respecto a Mediaset. Es primera opción por octavo trimestre consecutivo con un 26,7% en este último trimestre.

Antena 3 sigue siendo la cadena más vista: alcanza un 13,4% en el periodo enero-septiembre, 2,8 puntos por encima de Telecinco. Lidera por octavo trimestre consecutivo (12,6%) y culmina en septiembre 23 meses seguidos como opción más vista. Consolida además su liderazgo en prime time (14,7%) a 5,3 puntos de Telecinco, que queda como tercera opción tras La1. Es también la cadena más vista en el target comercial en prime time (12,6%) en el año.

Cuenta con los informativos, el entretenimiento y las series más vistas de la televisión. Tiene los contenidos más vistos a diario con A3 Noticias 1 (21,0% y 2,1 millones de espectadores), El hormiguero (16,5% y 2,3 millones), Antena 3 Noticias 2 (19,3% y 2,2 millones) y Pasapalabra (21,7% y 2,1 millones).

laSexta crece y sigue siendo la tercera cadena privada más vista, alcanzando un 6,2% de cuota. Vuelve a superar a Cuatro (5,1%), a la que se impone los últimos 27 meses de forma consecutiva. También lidera sobre Cuatro en Target Comercial (7,2%).

Sus espacios más veteranos como Al rojo vivo (11,8% y 483 mil espectadores) y El intermedio (7,6% y 955 mil) registran en septiembre su mejor comienzo de temporada en tres años y laSexta Noticias 14H (10,3% y 940 mil) sigue creciendo y se coloca entre lo más visto de la cadena.

Las temáticas suman 7,2% en lo que va de año y suben al 7,5% en el tercer trimestre, máximo trimestral en tres años.

Neox alcanza su mejor dato trimestral en más de tres años (2,1%) y Atreseries registra el mejor trimestre de su historia (1,8%). Mega se mantiene como canal masculino de referencia con su mejor resultado trimestral en tres años (1,6%) y Nova mantiene la referencia del 2%.

En el negocio Digital, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet⁴. Hasta el mes de agosto, último dato publicado, logra una media de 25,9 millones de visitantes únicos, y alcanza el séptimo puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

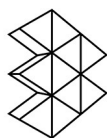
Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 58,8 millones de euros frente a los 50,3 millones de euros del acumulado a septiembre del año anterior, un incremento del 16,8% explicado principalmente por las ventas internacionales de contenidos, los ingresos B2C y B2B de la plataforma SVOD Atresplayer y el negocio del Cine.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante los primeros nueve meses del año representan el 33% de la recaudación del Cine Español, posicionándose cinco de ellas entre las diez películas españolas más taquilleras 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. Estrena series de gran éxito como “Cristo y Rey”, “Cardo Temporada 2”, “Nacho”, “Upa Next”, “Las noches de Tefía”, “Zorras”, “Honor”, “Entre tierras” y “Déjate ver”.

En el ámbito internacional, los canales de Atresmedia registran 60 millones de abonados.

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias, derechos editoriales y ventas de la plataforma de viajes Waynabox (incorporada al Grupo en marzo de este año), alcanzan los 27,5 millones de euros frente a los 29,4 millones de euros de 2022.

Radio

El negocio Radio alcanza en los nueve primeros meses de 2023 unos ingresos netos de 54,3 millones de euros, frente a los 51,8 millones de euros obtenidos en el año anterior, lo que supone un crecimiento del 4,9%, similar a la subida del mercado.

Millones de euros	Ene-Sep 2023	Ene-Sep 2022	Evolución
Radio			
Ingresos Netos	54,3	51,8	4,9%

Atresmedia Radio tiene una audiencia³ media de 2,8 millones de oyentes. Onda Cero consolida su posición con 1,9 millones de oyentes y se mantiene como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. Con respecto a las radios temáticas, Europa FM registra 0,9 millones de oyentes, con un crecimiento notable con respecto a las Olas EGM anteriores, y Melodía FM 83 mil.

Posición financiera y hechos significativos

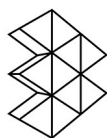
La posición financiera neta del Grupo es positiva por 20,1 millones de euros, mejorando en 43,9 millones respecto al cierre de diciembre de 2022.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



En el mes de junio se procedió al reparto de un dividendo complementario correspondiente a la distribución de los resultados del ejercicio 2022, a razón de 0,22 euros por acción en términos brutos, en total 49,5 millones de euros.

ASG

Como parte de la Estrategia Cero Neto de la Compañía y para dar cumplimiento a sus objetivos de reducción que han sido validados y aprobados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), Atresmedia está ampliando el porcentaje de energía renovable que utiliza en sus operaciones, que actualmente se sitúa en el 92,4%, e impulsando la sostenibilidad de sus producciones propias y delegadas. Adicionalmente, Atresmedia ha obtenido, por tercer año consecutivo, una calificación B en el informe de referencia en cambio climático, CDP y ha entrado por primera vez en el ranking Europe's Climate Leaders publicado por Financial Times.

A lo largo del año 2023, el Grupo ha colaborado nuevamente con el Comité de Emergencia, compuesto por 6 ONG de cooperación internacional, que se ha activado como consecuencia de los terremotos en Siria y Turquía en febrero, y del terremoto en Marruecos en septiembre. En ambas ocasiones, Atresmedia ha difundido en sus canales de televisión, radio y digital campañas de sensibilización, así como menciones en sus programas informativos y de entretenimiento para captar fondos. Con el apoyo del Grupo el Comité de Emergencia ha recaudado más de 1,4 millones de euros para enviar ayuda humanitaria urgente a las personas afectadas.

Como parte de su compromiso con la diversidad y la inclusión, Atresmedia ha continuado con su programa de Becas Capaz, con el que se han formado más de 150 jóvenes con discapacidad para facilitar su acceso al mercado laboral. Adicionalmente, el Grupo está trabajando en una Política de Diversidad, Equidad e Inclusión, está formando a sus empleados en esta materia y ha entrado, por primera vez, en el Ibex Gender Equality Index que mide la presencia de mujeres en los puestos directivos de las empresas españolas.

En cumplimiento de Ley 11/2018 de 28 de diciembre, Atresmedia ha publicado su Estado de Información no Financiera (EINF). Actualmente, el Grupo está trabajando en un análisis de doble materialidad y un procedimiento de diligencia debida en derechos humanos para dar respuesta paulatina a los requerimientos de la nueva Directiva Europea de Información de Sostenibilidad, el Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea y las recomendaciones de la CNMV.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Perspectivas futuras

Las perspectivas de crecimiento macroeconómico para 2023, según FUNCAS, siguen mejorando a medida que avanzan los meses. Si en el mes de abril este organismo esperaba que, en 2023, el PIB creciera un 1,5%, su última previsión de julio espera un repunte hasta el 2,2%.

En este contexto, estimamos que el mercado de publicidad del total de medios para este año finalizará con un comportamiento en línea con el crecimiento económico. Por medios publicitarios, prevemos que la evolución de los mercados de radio y digital terminarán el ejercicio por encima de la del mercado total. Por su parte, la evolución de la publicidad en televisión, que a medida que avanzan los meses va mejorando las expectativas iniciales, podría situarse en niveles muy cercanos a los del año pasado.

En este entorno, Atresmedia, con base en su posición de liderazgo en audiencias tanto en el ámbito televisivo como en el digital, su innovadora estrategia comercial y una demostrada eficiente gestión de costes, reitera su objetivo de mantener márgenes operativos similares a los de los últimos ejercicios.

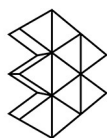
Respecto a la posición financiera, seguimos considerando razonable una estimación de deuda financiera neta a cierre del ejercicio 2023 por debajo de 50 millones de euros, considerando el pago realizado del dividendo complementario del ejercicio 2022 y el previsible pago de un dividendo a cuenta a cargo del ejercicio actual en el próximo mes de diciembre.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª 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 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore