

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE
2015**

31 de diciembre de 2015



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: Televisión y Radio.



1.	ASPECTOS DESTACADOS	3
1.1	Hitos del periodo 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 periodo	10
2.1.6	Otros aspectos destacables	11
2.2	Balance consolidado.....	12
2.3	Cash Flow consolidado	14
2.4	Evolución de la acción	15
2.4.1	La acción de Atresmedia	15
2.4.2	Recomendaciones de analistas.....	16
2.5	Responsabilidad corporativa	16
3.	ATRESMEDIA TELEVISION.....	18
3.1	Mercado Publicitario.....	18
3.2	Evolución Audiencia y Contenidos.....	19
3.3	Cuenta de Resultados	25
3.3.1	Ingresos Netos	25
3.3.2	Gastos de Explotación.....	26
3.3.3	Resultados de Explotación y márgenes	26
4.	ATRESMEDIA RADIO	28
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	28
4.2	Cuenta de Resultados	29
5.	OTROS NEGOCIOS	31
5.1	Atresmedia Cine.....	31
5.2	Atresmedia Digital	32
5.3	Cuenta de Resultados	34



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del periodo y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Audiencia total TV	26,8%	27,7%
Cuota de mercado TV	42,1%	41,5%
Oyentes Radio (miles) (3ª Ola EGM)	4.552	4.981
Nº de empleados total	1.800	1.736

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Ingresos Netos	970.206	883.226
Resultado Bruto de Explotación	165.698	127.669
Beneficio del Ejercicio	99.234	46.730
Deuda Financiera Neta	158.464	134.257

Atresmedia ha obtenido en el año 2015 un Resultado Bruto de Explotación de 165,7 millones de euros, 38,0 millones de euros más que en el año 2014, y un Beneficio Consolidado de 99,2 millones de euros, 52,5 millones de euros superior al del año anterior.

Atresmedia Televisión alcanza en el periodo una cuota de **audiencia** del 26,8%, siendo la audiencia obtenida en el prime time, en el target comercial, del 31,4%. Gracias al buen perfil comercial de los canales del Grupo se ha alcanzado en el año, según Infoadex, una **cuota de mercado** del 42,1%, 0,6 puntos superior a la obtenida en el ejercicio anterior.

El canal Antena 3 alcanza una cuota de audiencia en el período del 13,4%, liderando con un 14,9% la audiencia en el prime time en el target comercial, superando en 1,1 puntos a su principal competidor.

El canal laSexta, con una audiencia media del 7,4%, alcanza su máximo histórico, siendo la cuota en el prime time en el target comercial del 9,4%, 1,4 puntos mayor que la de su principal competidor.



A lo largo del año se incorporan a la familia de canales del grupo Atresmedia los canales Mega y Atreseries. Mega, dirigido a un target masculino y adulto, inicia sus emisiones el día 1 de julio de 2015 y alcanza en el segundo semestre una audiencia media del 2,0%. Atreseries, canal en alta definición dedicado a la ficción, inicia sus emisiones el día 22 de diciembre de 2015.

El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 6,0% en el acumulado a diciembre de 2015.

Atresmedia Radio consigue un incremento del 24,2% en el Resultado Bruto de Explotación respecto al año anterior, alcanzando los 21,8 millones de euros.

Los **Otros Negocios** del Grupo, donde están incluidos el cine español y el negocio digital, tienen un excelente comportamiento en el año con un incremento de ingresos del 37,5%.

1.2 Entorno económico y de mercado

El año 2015 ha sido el año de consolidación del crecimiento. Según el avance del Instituto Nacional de Estadística, el Producto Interior Bruto ha aumentado un 3,2% con respecto a 2014. Un crecimiento fuerte impulsado principalmente por la demanda nacional.

Para 2016, el consenso publicado por Funcas en el mes de enero prevé que el crecimiento del PIB sea del 2,7%, también impulsado principalmente por la demanda interna. Se espera un ritmo de crecimiento trimestral estable, en torno al 0,6% durante todo el ejercicio.

Esta cifra de crecimiento del PIB está algo por debajo de la previsión del Gobierno (3,0%) y en línea con la del FMI (2,5%) y la del Banco de España (2,7%).

El consumo de los hogares sigue también creciendo. El consenso espera que aumente un 3,0% en 2016, impulsado por el crecimiento de la renta disponible de las familias (por la bajada del precio del petróleo y la rebaja de impuestos).

En cuanto a la tasa de desempleo, en 2016 seguirá bajando y se espera que la tasa de desempleados sobre el total de población activa baje del 22,1% en 2015 hasta el 20,4% en 2016.



Según Infoadex, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a diciembre de 2015 ha crecido un 7,5% respecto al mismo período de 2014, con incrementos en todos los medios. El medio televisión, con un crecimiento en el año de un 6,4%, supone el 40,1% de la inversión publicitaria del mercado de medios convencionales. Por su parte, el mercado de la radio, con un incremento de un 8,1%, representa el 9,1%.

Mercado Publicitario por medios	12M15 vs 12M14
Televisión	6,4%
Radio	8,1%
Internet	16,1%
Diarios	0,4%
Revistas	0,4%
Exterior	4,0%
Dominicales	0,2%
Cine	35,5%
TOTAL MEDIOS	7,5%

Fuente: Infoadex

En el cuarto trimestre de 2015, la inversión publicitaria en el medio televisión ha aumentado un 2,8%, y en el medio radio un 9,8%.



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
Importe neto de la cifra de negocios	924.569	849.891	8,8%
Otros ingresos	45.637	33.335	36,9%
INGRESOS NETOS	970.206	883.226	9,8%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	804.508	755.557	6,5%
Resultado bruto de explotación	165.698	127.669	29,8%
Amortización del inmovilizado	17.431	16.402	6,3%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	3.691	35	n/a
Beneficio de explotación	144.576	111.232	30,0%
Resultado financiero	(12.033)	(12.282)	2,0%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	(997)	(3.623)	72,5%
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	131.547	95.327	38,0%
Impuesto sobre sociedades	32.340	48.675	(33,6%)
Beneficio del ejercicio	99.207	46.652	112,7%
Resultado atribuido a socios externos	27	78	(65,4%)
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante (*)	99.234	46.730	112,4%

(*) La variación del Resultado del ejercicio de 2015 frente al Beneficio Neto Ajustado de 2014 (eliminando el impacto de la reducción de la tarifa del impuesto sobre los activos por impuesto diferido) es de 18,0 millones de euros.



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a diciembre de 2015 alcanzan los 970,2 millones de euros, frente a los 883,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 9,8%.

Ingresos Netos (Miles de euros)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
Atresmedia Televisión	857.410	785.331	9,2%
Atresmedia Radio	89.868	81.225	10,6%
Otros negocios	22.928	16.670	37,5%
ATRESMEDIA	970.206	883.226	9,8%

El mercado publicitario de medios convencionales ha tenido un comportamiento positivo todos los trimestres del año 2015, especialmente en los medios de televisión, radio e internet, en los que opera el Grupo Atresmedia.

En el cuarto trimestre de 2015, los ingresos netos consolidados de Atresmedia, crecen un 6,0% frente a los del cuarto trimestre del año anterior.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación acumulados a diciembre de 2015 aumentan un 6,5% respecto del mismo periodo de 2014.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
Atresmedia Televisión	723.886	681.930	6,2%
Atresmedia Radio	68.041	63.647	6,9%
Otros negocios	12.582	9.980	26,1%
ATRESMEDIA	804.508	755.557	6,5%



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
Consumo de programas y Otros	467.121	448.120	4,2%
Gastos de Personal	122.115	119.347	2,3%
Otros gastos de explotación	215.272	188.090	14,5%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	804.508	755.557	6,5%

A lo largo del año se ha reforzado la parrilla de programación y se han incorporado al Grupo, en el segundo semestre, dos nuevos canales así como la retransmisión de la UEFA Champions League, lo que si bien ha supuesto crecer en costes de programación, ha permitido mejorar la posición competitiva en términos de audiencia y aprovechar la tendencia al alza del mercado de la publicidad.

El incremento de otros gastos de explotación es consecuencia principalmente de mayores costes variables ligados a ventas y otros no recurrentes.

Durante el cuarto trimestre de 2015 los gastos aumentan un 5,8% respecto del cuarto trimestre del año anterior.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2015 alcanza los 165,7 millones de euros, lo que supone un incremento del 29,8% respecto al Resultado Bruto de Explotación del año 2014. El margen sobre ingresos netos de 2015 crece, situándose en un 17,1%, mejorando en todas las líneas de negocio del Grupo Atresmedia.

En el cuarto trimestre de 2015 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 46,2 millones de euros, un 6,6% por encima del obtenido en el mismo periodo de 2014.



RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Atresmedia Televisión	133.524	103.401
Margen/Ingresos Netos	15,6%	13,2%
Atresmedia Radio	21.827	17.578
Margen/Ingresos Netos	24,3%	21,6%
Otros negocios	10.346	6.690
Margen/Ingresos Netos	45,1%	40,1%
TOTAL ATRESMEDIA	165.698	127.669
Margen/Ingresos Netos	17,1%	14,5%

El Resultado de Explotación (EBIT) en el año 2015 es de 144,6 millones de euros, un 30% por encima del Resultado de Explotación del año anterior.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Atresmedia Televisión	118.749	89.584
Margen/Ingresos Netos	13,8%	11,4%
Atresmedia Radio	19.966	15.784
Margen/Ingresos Netos	22,2%	19,4%
Otros negocios	5.861	5.864
Margen/Ingresos Netos	25,6%	35,2%
TOTAL ATRESMEDIA	144.576	111.232
Margen/Ingresos Netos	14,9%	12,6%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

En el mes de mayo de 2015 se firmó una nueva financiación sindicada cancelando la anterior y en unas condiciones sustancialmente mejores. Por esta razón se dieron de baja contable las comisiones pendientes de la operación anterior así como el valor razonable negativo de la permuta a tipo de interés fijo ligada a la misma.



El Resultado antes de impuestos del acumulado a diciembre de 2015 ha ascendido a 131,5 millones de euros frente a los 95,3 millones de euros alcanzados en el año 2014.

2.1.5 Resultado Consolidado del periodo

El Beneficio Consolidado del ejercicio 2015 es de 99,2 millones de euros, 52,5 millones de euros superior al obtenido el año anterior.

La variación del Beneficio Consolidado del ejercicio 2015 frente al Beneficio Neto Ajustado de 2014 (eliminando el impacto de la reducción de la tarifa del impuesto sobre los activos por impuesto diferido) es de 18,0 millones de euros.



2.1.6 Otros aspectos destacables

En abril de 2015 el Ministerio de Industria convocó un concurso público para la adjudicación de seis licencias para la explotación de sendos canales de televisión en abierto de los que tres serán de calidad estándar y tres en alta definición.

Según resolución del Consejo de Ministros del día 16 de octubre Atresmedia ha sido adjudicatario de un canal en alta definición. Cumpliendo el plazo legal de seis meses para la puesta en emisión, Atresmedia lanzó el nuevo canal Atreseries el día 22 de diciembre. También han sido adjudicatarios con canales de alta definición Mediaset España y Real Madrid TV. El resto de canales, en calidad estándar, han sido adjudicados a Radio Blanca, Grupo Secuoya y 13TV.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	31 Diciembre 2015	31 Diciembre 2014
ACTIVO		
Fondo de comercio	150.012	153.193
Otros activos intangibles	140.298	134.957
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	61.201	59.325
Activos por impuesto diferido	289.328	301.966
ACTIVOS NO CORRIENTES	640.839	649.441
Derechos de programas y existencias	352.050	289.358
Deudores comerciales y otros deudores	234.586	221.488
Otros activos corrientes	20.540	20.524
Activo por impuesto corriente	6.793	2.215
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	1.017	31.081
ACTIVOS CORRIENTES	614.986	564.666
TOTAL ACTIVO	1.255.825	1.214.107
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas indisponibles	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	279.923	223.537
Acciones propias	(8.666)	(7.202)
Dividendos a cuenta	(40.490)	(22.341)
Otros instrumentos de patrimonio	2.129	3.088
Ajustes por cambios de valor y otros	2.607	2.124
PATRIMONIO NETO	485.582	449.285
Deudas con entidades de crédito	127.437	126.331
Otros pasivos no corrientes	49.714	51.515
Pasivos por impuestos diferidos	26.180	26.097
PASIVOS NO CORRIENTES	203.331	203.943
Deudas con entidades de crédito	32.044	39.007
Acreedores comerciales y otros acreedores	436.304	428.526
Otros pasivos corrientes	98.564	93.346
PASIVOS CORRIENTES	566.912	560.879
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.255.825	1.214.107



La deuda financiera neta del Grupo es de 158,5 millones de euros frente a los 134,3 millones de euros a diciembre de 2014.

En junio se procedió al reparto de un dividendo complementario correspondiente a la distribución de los resultados del ejercicio 2014. Se entregó una parte a razón de 0,10 euros por acción y otra parte, correspondiente a acciones entregadas a los antiguos accionistas de La Sexta, a razón de 0,07 euros por acción. En total se desembolsaron 22,4 millones de euros.

Durante el tercer trimestre la actividad de Nubeox, filial de videoclub online, se incorporó a la matriz, dando lugar al deterioro de su fondo de comercio por 3,2 millones de euros.

En ese mismo trimestre se compraron acciones propias por 7,2 millones de euros para mantener cubierta la parte viva del "earn-out" ligado a la operación de fusión con La Sexta, a favor de Gala Desarrollos Comerciales. Con esto el número de acciones propias es de 789.738 títulos que representa la totalidad de la obligación que vence en el 2016.

En el mes de diciembre se ha procedido al reparto del dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio 2015, a razón de 0,18 euros por acción, en total 40,5 millones de euros.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de diciembre de 2015 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 94,0 millones de euros, una generación de caja 12,0 millones de euros superior a la del año anterior.

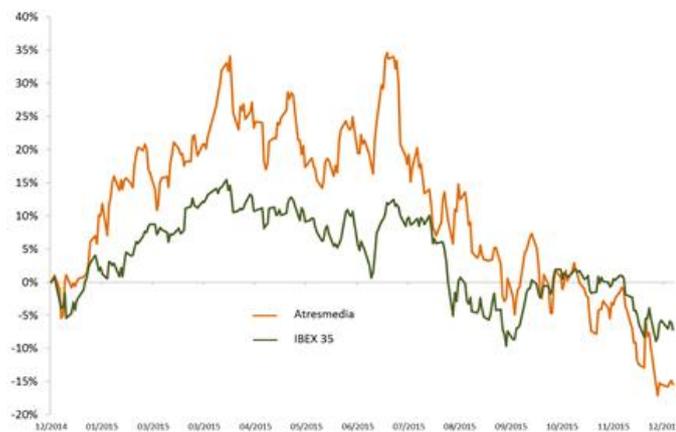
Miles de euros	31 Diciembre 2015	31 Diciembre 2014
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	131.547	95.327
Ajustes del resultado:	42.285	38.874
- Amortizaciones	17.431	16.402
- Provisiones y otros	12.822	10.190
- Resultados Financieros	12.033	12.282
Cambios en el capital circulante	(57.275)	(33.333)
Efectivo generado por las operaciones	116.557	100.868
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(22.531)	(18.873)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	94.026	81.995
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(41.310)	(48.565)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(9.447)	(13.995)
Activos fijos materiales e inmateriales	(20.936)	(13.820)
Inversión en Cine Español	(10.927)	(20.750)
Desinversiones	3.472	0
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	3.472	0
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(37.838)	(48.565)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Gastos financieros pagados	(9.984)	(16.506)
Dividendos cobrados	43	0
Dividendos pagados	(62.913)	(46.916)
Venta/(Compra) de acciones propias	(7.215)	79.680
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(326)	(33.546)
Aportaciones de capital		37
Financiación bancaria	(5.857)	(41.380)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(86.252)	(58.631)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	(30.064)	(25.201)
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	31.081	56.282
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	1.017	31.081



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el ejercicio 2015 en 9,84 €/acción, lo que supone un descenso del 15,5% respecto al cierre de 2014. El Ibex, por su parte, sufrió una caída del 7,2%, cerrando en 9.544,2 puntos.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el año 2015 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Dic 2015
Cotización a 31/12/2015 (€)	9,84
Máximo (€)	15,67
Mínimo (€)	9,65
Precio Medio Ponderado (€)	13,11
Volumen medio diario (accs.)	899.610
Volumen medio diario (miles de €)	11.793
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Fininfo



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre del período, contamos con la opinión y recomendación de 27 analistas. De éstos, el 37% recomiendan **Comprar** acciones de Atresmedia, un 37% recomiendan **Mantener**, mientras que un 26% mantienen su recomendación de **Vender**. El precio objetivo a 31 de diciembre es de 14,04 €/acción.

Durante el año 2015, el departamento de Relación con Inversores participó en 31 conferencias y road shows por distintas ciudades de Europa y Estados Unidos. Ha contactado de manera presencial con cerca de 450 analistas e inversores, y ha mantenido más de 300 conference calls con la comunidad financiera.

2.5 Responsabilidad corporativa

En 2015, Atresmedia ha publicado su octavo Informe de Responsabilidad Corporativa. Verificado externamente por AENOR, el informe sigue los criterios de la guía G.4 del Global Reporting Initiative. Adicionalmente el Grupo renovó su presencia en el índice de sostenibilidad FTSE 4 Good Ibex, en el que se mantiene desde 2009 y que incorpora a empresas socialmente responsables, obteniendo una puntuación de 4.3/5. La compañía fue reconocida como la empresa de comunicación más atractiva para trabajar según los Randstad Awards 2015 y la sexta a nivel nacional.

Por lo que se refiere a las campañas de divulgación y sensibilización del Grupo, merece la pena destacar los siguientes hitos:

- “Ponle Freno”, entregó los VII Premios Ponle Freno, puso en marcha una nueva iniciativa para solicitar que la Educación Vial sea una asignatura obligatoria en los colegios y celebró su carrera popular Ponle Freno en Madrid, Vitoria y Tenerife.
- “Objetivo Bienestar Junior” celebró la 3ª edición de sus Premios Coles Activos, que reconocen la labor de los colegios en la promoción de hábitos de vida saludables entre sus alumnos.
- Por su parte “Constantes y Vitales” consiguió la creación de la Agencia Estatal de Investigación, donó 100.000 euros al CNIO y ha entregado sus primeros premios para reconocer la labor investigadora de los científicos españoles.



- Como novedad, Atresmedia se ha adherido a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género con el fin de sensibilizar interna y externamente sobre esta lacra social.

- Finalmente, "Crea Cultura" comenzó sus trabajos para llevar la formación sobre propiedad intelectual a los colegios, y organizó nuevos foros de debate para defender y poner en valor la propiedad intelectual. Esta labor ha sido premiada por la Federación para la Protección de la Propiedad Intelectual.

En línea con la política medioambiental de la Compañía, Atresmedia se unió a la iniciativa internacional de WWF-ADENA "la Hora del Planeta" y a través de la iniciativa "Hazte Eco" renovó sus convenios de colaboración con Ecoembes, para impulsar el reciclaje en España y con WWF y Greenpeace para prevenir los incendios forestales y sensibilizar sobre el cambio climático. Atresmedia fue premiada con el galardón "Best Improver" CDP 2015, por su avance en el compromiso con el cambio climático obteniendo una calificación de 93C.

Por lo que se refiere al voluntariado corporativo, Atresmedia ha participado como media partner en la V Semana Internacional de Voluntariado "Give and Gain Day" de Forética y ha coorganizado la IX Edición del "Día Solidario de las Empresas". En 2015, Atresmedia ha ofrecido a sus empleados 16 actividades de voluntariado, que han ayudado a 13 entidades sociales diferentes y en las que han participado 99 voluntarios que han donado 2.102 horas de su tiempo.

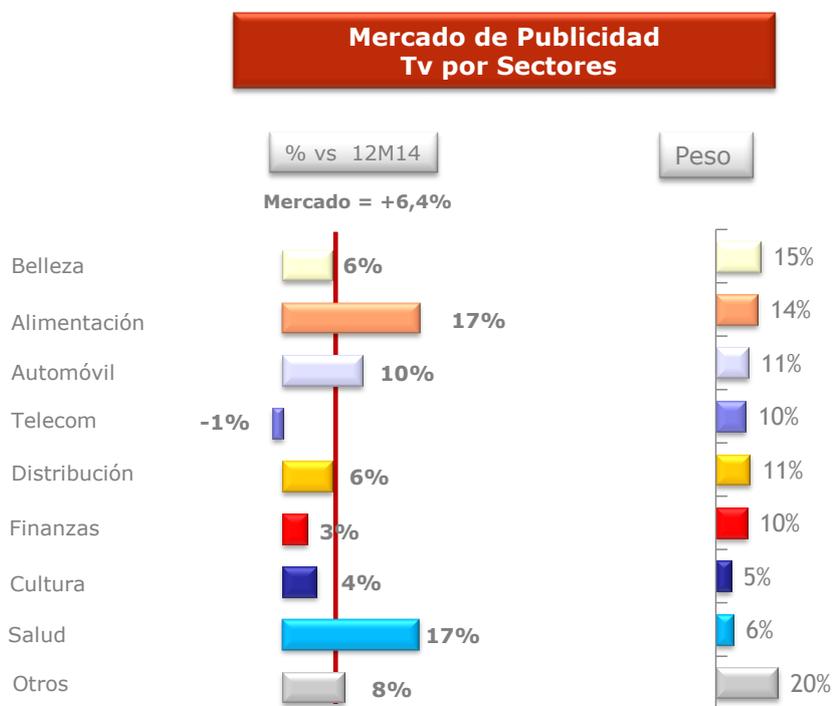
Por su parte, la Fundación Atresmedia elaboró un nuevo plan estratégico 2015-2017 y dedicó sus esfuerzos a la humanización de los hospitales, la normalización de la discapacidad y la mejora de la educación. Por este motivo, entre otras actividades, celebró una nueva edición de su evento "Grande Profes" lanzó junto a la Fundación MAPFRE el proyecto "Descubre la FP" para fomentar la Formación Profesional en España, instauró el Día del Niño Hospitalizado, y elaboró el "Informe sobre la situación laboral de los jóvenes con discapacidad".

La Fundación Atresmedia vuelve a liderar, por quinto año consecutivo, el ranking de transparencia de las fundaciones empresariales, y se sitúa en cabeza en el sector de medios de comunicación. Así se desprende de la 7ª edición del informe "Construir confianza 2015", informe de transparencia y buen gobierno en la web de las fundaciones españolas, elaborado por la Fundación Compromiso y Transparencia.

3. ATRESMEDIA TELEVISION

3.1 Mercado Publicitario

Según Infoadex, el mercado de publicidad de televisión ha crecido un 6,4% en el año. A excepción del sector de "Telecomunicaciones", mejoran todos los sectores, especialmente "Alimentación", "Salud" y "Automóvil".

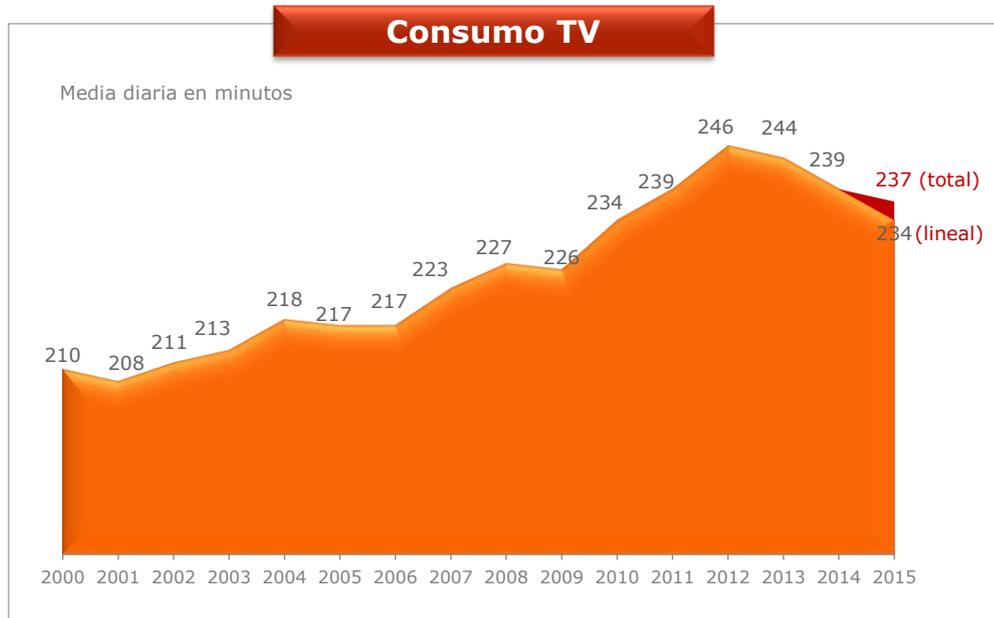


Fuentes: Infoadex / Sectores: Estimaciones internas



3.2 Evolución Audiencia y Contenidos

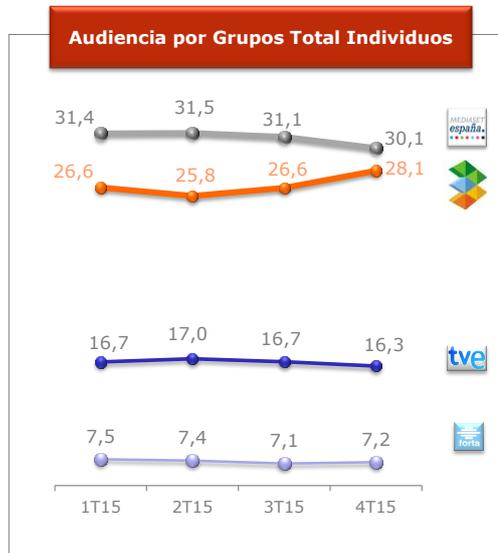
El consumo televisivo por persona y día en el año 2015 es de 234 minutos (3 horas y 54 minutos), cinco minutos menos que en el mismo periodo del año pasado. A esta cifra de consumo de "televisión lineal" debe añadirse 3 minutos de "visionado en diferido", que ha comenzado a medir Kantar Media, y que se refiere a los consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional. No mide los consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets.



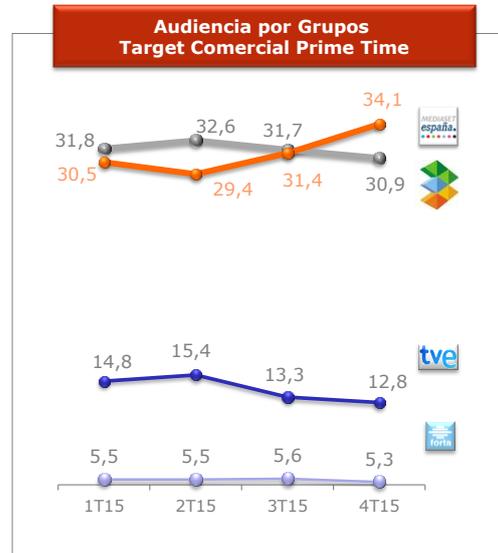
Fuente: Kantar Media

El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el año 2015 una cuota de audiencia del 26,8%, dato que se eleva al 29,1% en target comercial y hasta el 31,4% en la franja del prime time en target comercial. A la familia de canales de Atresmedia Televisión se han sumado a lo largo del año Mega, desde el 1 de julio, y Atreseries, desde el 22 de diciembre.

Desde el segundo trimestre del año, la audiencia del Grupo ha ido creciendo trimestre a trimestre hasta alcanzar en el cuarto trimestre una cuota del 28,1% en total individuos, y del 34,1% en el target comercial en la franja prime time, 3,2 puntos superior a la de Mediaset España.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



Fuente Kantar Media. Prime Time (20:30-24:00)
Target Comercial: 16-54 años, >10.000 habitantes.

El canal Antena 3 alcanza una audiencia media, en total individuos (total día), del 13,4%, siendo líder en el target comercial en el prime time (14,9%). En el cuarto trimestre de 2015 Antena 3 ha conseguido un 13,9% de audiencia media, llegando hasta el 16,2% en el target comercial en el prime time.

La tasa de éxitos en sus estrenos ha experimentado un récord del 91%.

La ficción propia sigue siendo la apuesta de la cadena, el contenido líder que cosecha los mejores registros.

“Allí abajo”, es la serie de más éxito de la cadena en este año. Su estreno se convirtió en el más visto de una serie en 10 años, con más de 6,3 millones de seguidores y un 32,4% en su emisión simultánea en Antena 3, laSexta, Neox y Nova. La serie fue líder en todos los capítulos y concluyó sus emisiones con una media de más de 4,2 millones de seguidores y un 22,4% de share.

“Bajo sospecha” es otro de los títulos de éxito estrenado este ejercicio. Arrancó en febrero ante más de 4,2 millones de espectadores en su estreno, y alcanzó una media de 3,7 millones de seguidores y un 19,7% de share en su primera temporada.



“Mar de plástico” debutó en septiembre como otro de los estrenos de ficción más vistos de los últimos años, alcanzando en su primera emisión más de 4,9 millones de espectadores y un 29,1% de cuota de pantalla en su estreno multicanal. Concluye la temporada como líder absoluta de audiencia con un 21,4% y más de 3,7 millones de espectadores.

Por su parte, “Vis a vis” que reunió en su estreno a más de 4,3 millones de espectadores alcanzando un 22,4% de cuota de audiencia, despide su primera temporada con una audiencia media del 19,9% y 3,5 millones espectadores, y se hace con el Premio Ondas a su elenco femenino.

En cuanto a programas de entretenimiento, “Tu cara me suena” volvió a Antena 3 en septiembre como líder absoluto, en esta su cuarta temporada: alcanzó el mejor registro en su estreno (21,9%) y es el programa líder de los viernes con una media del 21,8% y más de 3,1 millones de espectadores. Además, ha sido ganador este año del Premio Ondas al mejor programa de entretenimiento.

Por su parte “Top Chef” repitió resultados positivos en su tercera temporada y concluyó como líder de la oferta privada de los miércoles con un 14,1% de share y más de 2,1 millones de espectadores.

“El hormiguero 3.0” marcó un nuevo máximo al lograr de nuevo el mejor año de su historia y alzarse como líder absoluto de su franja con una media de 14,4% y más de 2,7 millones de espectadores.

Otro de los géneros estrella en Antena 3 ha sido el cine. “El pelicolón” y el “Multicine” se confirman como dos de las marcas de cine más consolidadas del mercado. “El pelicolón” (15,4% y 2,4 millones de espectadores) y “Multicine” (14,9% y 1,8 millones de espectadores) se mantienen un año más como líderes absolutos de su franja. Seis de las diez películas más vistas en la televisión en 2015 se han emitido en Antena 3.

La apuesta por el deporte ha sido de nuevo un éxito. En la temporada 2015-16 llega al grupo la UEFA Champions League, que alcanza una cuota media del 26,9% y más de 5 millones de espectadores en la fase de grupos.

La Fórmula 1 cerró su ciclo en Atresmedia con un 19,7% de share y casi 2 millones de espectadores en 2015.



En el panorama informativo, Antena 3 también confirma su fuerte posición. "Antena 3 Noticias 1" fue la edición líder de la sobremesa tanto de lunes a viernes (14,5%) como de los fines de semana (15,0%). "Antena 3 Noticias 2", de lunes a viernes, creció 0,6 puntos respecto a 2014 con un 12% de cuota y casi 1,7 millones de seguidores. Además hace historia y revoluciona la forma de hacer debates en televisión con el debate a cuatro del 7D. Se convierte en el debate electoral más visto en un grupo de televisión con un 48,2% de cuota y 9,2 millones de espectadores, y se alza como lo más visto del año.

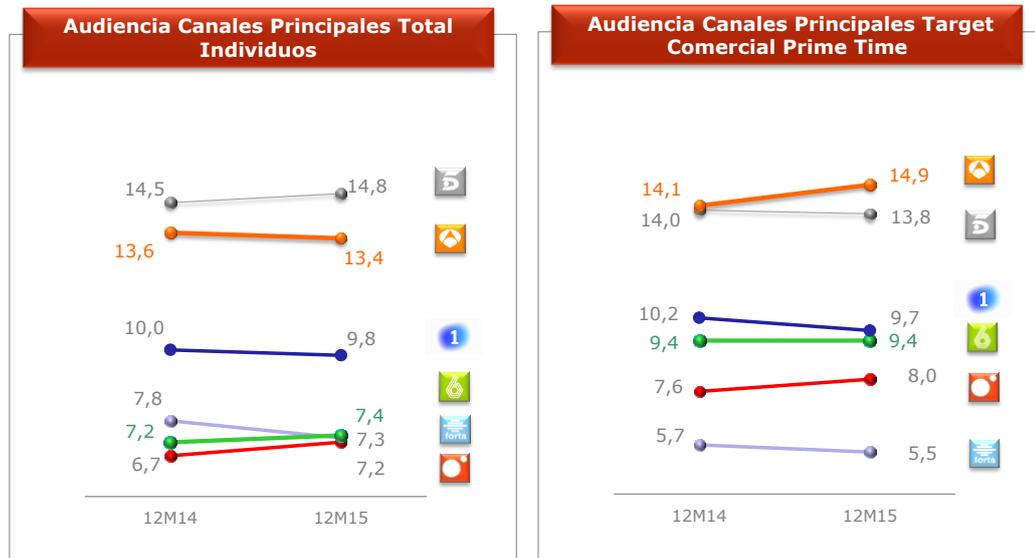
El canal laSexta con una subida de 0,2 puntos porcentuales respecto el año anterior, ha registrado su máximo histórico con una audiencia media en el año, en total individuos (total día), de un 7,4%, posicionándose por encima de su principal competidor. Destaca el comportamiento de laSexta en la franja prime time, tanto en total individuos (8,5%), como en el target comercial (9,4%).

De los formatos de entretenimiento destacan en 2015 "Pesadilla en la cocina", que promedió un 11% y cerca de 2 millones de espectadores, "El Jefe Infiltrado", con una media anual del 10,2% y cerca de 1,9 millones de seguidores y la nueva entrega de "El Club de la comedia", con un 7,3% y más de un millón de seguidores.

A ellos se suma este año, en el apartado del entretenimiento, el estreno de "Constructor a la fuga", con una media del 9,7% y más de 1,8 millones de seguidores tras protagonizar el tercer mejor estreno de entretenimiento en la historia de laSexta (2,5 millones espectadores y 13,1%).

En prime time, "El Intermedio" alcanza su máximo anual histórico: 12,4% de cuota y más de 2,3 millones de seguidores.

Los programas de información son también referencia en laSexta. "Al Rojo Vivo" obtiene una cuota media del 11,7% en el trimestre, y "El Objetivo", con más de 1,7 millones de espectadores, se sitúa en el 9,2% de share.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

Fuente Kantar Media. Prime Time (20:30-24:00)
Target Comercial:16-54 años, >10.000 habitantes.

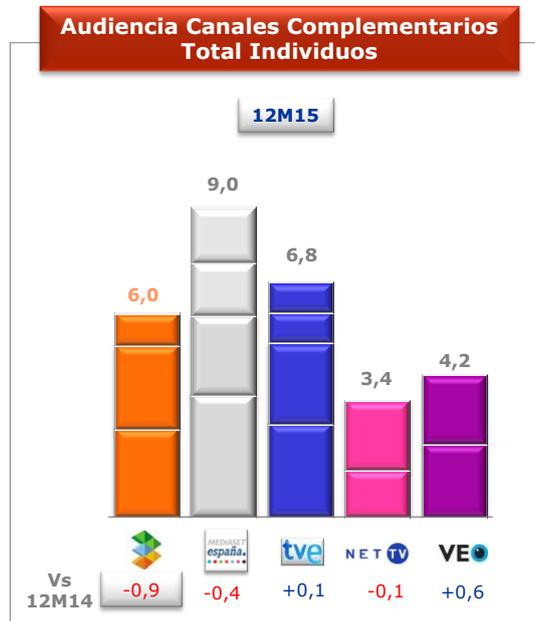
La suma de los canales complementarios del Grupo consigue aportar en el acumulado a diciembre de 2015 un share conjunto, en total individuos (total día), del 6,0%.

El canal Neox, finaliza el año con una audiencia en total individuos del 2,6%. En el target comercial sigue creciendo alcanzando su mejor año, con un 3,8% de cuota.

El canal Nova, temática femenina líder, registró una audiencia de 2,4% tanto en total individuos como en target comercial.

El canal Mega, comenzó sus emisiones el día 1 de julio con gran éxito, registrando una audiencia media en el segundo semestre del 2,0%, y aportando a la media anual un share del 0,9%. El canal, dirigido a un target masculino y adulto, supera en el cuarto trimestre a su principal competidor, Energy, en cuatro décimas.

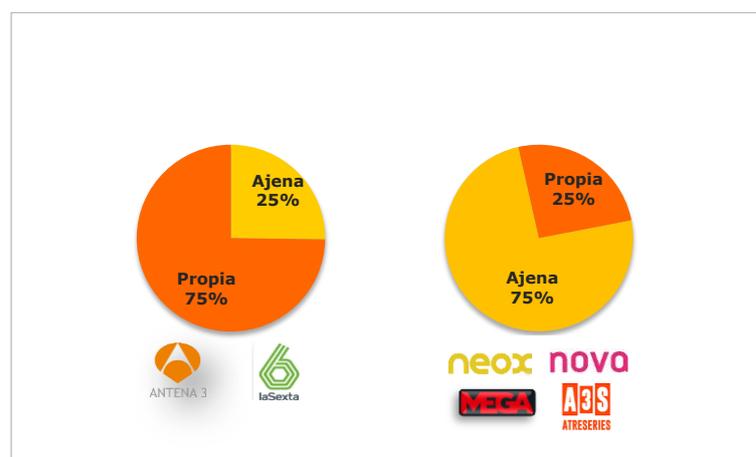
El canal Atreseries, canal en alta definición (HD) dedicado a la ficción, inició sus emisiones el día 22 de diciembre.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

En los canales principales predominan los contenidos de producción propia (75%) mientras que en los complementarios predomina la producción ajena (75%).

Producción propia vs ajena en franja comercial (%horas emitidas)





3.3 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
INGRESOS NETOS	857.410	785.331	9,2%
GASTOS DE EXPLOTACION	723.886	681.930	6,2%
Resultado bruto de explotación	133.524	103.401	29,1%
Amortizaciones	14.776	13.817	6,9%
Resultado de explotación	118.749	89.584	32,6%

3.3.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a diciembre de 2015 ascienden a 857,4 millones de euros frente a los 785,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 9,2%.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha crecido en el año un 6,4%, siendo la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado del 42,1%, lo que supone, gracias a la eficacia comercial mantenida durante todo el año, una mejora de 0,6 puntos respecto al periodo anterior.



3.3.2 Gastos de Explotación

	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
Miles de Euros			
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	452.085	432.025	4,6%
Gastos de personal	68.031	68.461	(0,6%)
Otros gastos de explotación	203.769	181.444	12,3%
GASTOS DE EXPLOTACION	723.886	681.930	6,2%

Los gastos de explotación del acumulado a diciembre de 2015 han sido de 723,9 millones de euros frente a los 681,9 millones de euros registrados en el acumulado a diciembre de 2014, lo que supone un incremento del 6,2%.

La inversión en programación, incluyendo la incorporación en el segundo semestre de la retransmisión de la UEFA Champions League y de dos nuevos canales (Mega y Atreseries), si bien ha supuesto crecer en costes de programación, ha permitido mejorar la posición competitiva del Grupo en términos de audiencia y aprovechar el crecimiento del mercado de la publicidad.

Los otros gastos de explotación crecen en el año como consecuencia, principalmente, de mayores costes variables ligados a ventas y de otros no recurrentes.

En el cuarto trimestre de 2015, los gastos de explotación han crecido un 4,7% respecto del mismo periodo de 2014.

3.3.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el año 2015 crece un 29,1% respecto al Resultado Bruto de Explotación del año 2014, alcanzando los 133,5 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 15,6%.

En el cuarto trimestre de 2015, el Resultado Bruto de Explotación es de 33,4 millones de euros.



RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Atresmedia Televisión	133.524	103.401
Margen/Ingresos Netos	15,6%	13,2%

El Resultado de Explotación (EBIT) crece 29,2 millones de euros respecto al obtenido en el ejercicio 2014, alcanzando los 118,7 millones de euros.

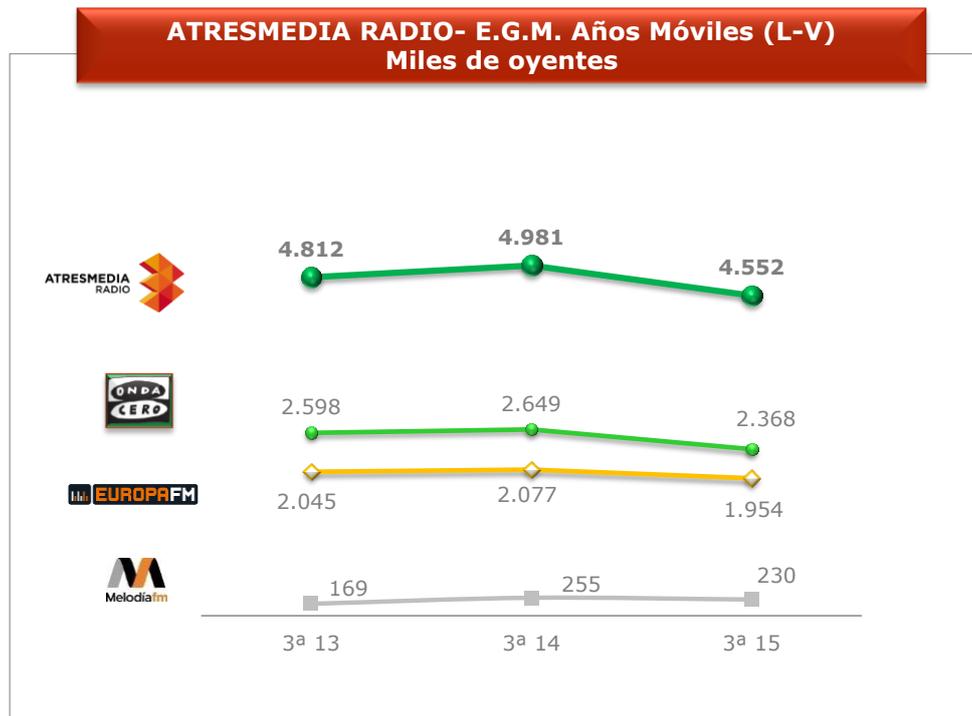
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Atresmedia Televisión	118.749	89.584
Margen/Ingresos Netos	13,8%	11,4%

4. ATRESMEDIA RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el 2015 un 8,1%.

En el último Estudio General de Medios (3ª ola de 2015) Atresmedia Radio alcanza una audiencia media de 4,6 millones de oyentes. Onda Cero, con una media de 2,4 millones de oyentes, es la segunda cadena en el ranking de las cadenas generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM, con 2,0 millones de oyentes, continúa posicionada como tercera cadena, y Melodía FM alcanza los 230 mil oyentes.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
INGRESOS NETOS	89.868	81.225	10,6%
Gastos de personal	25.173	23.463	7,3%
Otros gastos de explotación	42.868	40.183	6,7%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	68.041	63.647	6,9%
Resultado bruto de explotación	21.827	17.578	24,2%
Amortizaciones	1.861	1.794	3,7%
Resultados de explotación	19.966	15.784	26,5%

La cuota de mercado de Atresmedia Radio se ha mantenido en torno al 20% en ambos años.

Los ingresos netos de enero a diciembre de 2015 alcanzan los 89,9 millones de euros, frente a los 81,2 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014.





Los gastos de explotación, a 31 de diciembre de 2015, han sido de 68,0 millones de euros, frente a los 63,6 millones de euros en el año 2014.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a diciembre de 2015 es de 21,8 millones de euros, lo que supone un margen del 24,3%, y un crecimiento de 4,2 millones de euros respecto al resultado obtenido en el mismo periodo de 2014.

En el cuarto trimestre de 2015, el Resultado Bruto de Explotación es de 7,4 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 29,8%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Atresmedia Radio	21.827	17.578
Margen/Ingresos Netos	24,3%	21,6%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014
Atresmedia Radio	19.966	15.784
Margen/Ingresos Netos	22,2%	19,4%

5. OTROS NEGOCIOS

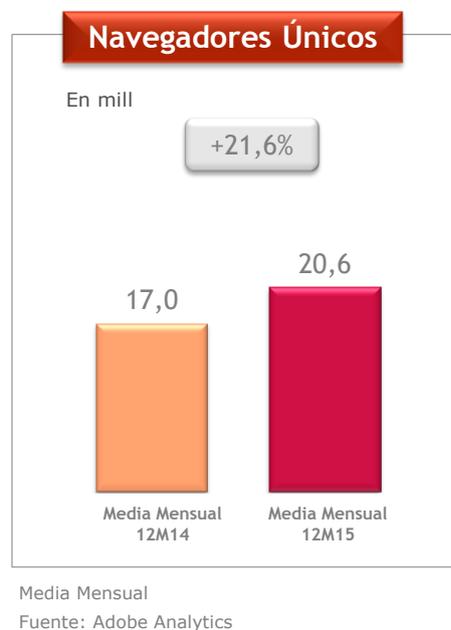
5.1 Atresmedia Cine

Atresmedia Cine ha estrenado seis largometrajes durante el 2015: "Perdiendo el norte", "Como sobrevivir a una despedida", "Ahora o nunca", "El Desconocido", "En el corazón del mar" y "Palmeras en la nieve". Además ha mantenido en explotación películas como "La isla mínima", "El club de los incomprendidos" y "Éxodus: Dioses y Reyes". En conjunto representan un 29,5% de la recaudación del Cine Español en el año. En los últimos Premios Goya (2016) las películas de Atresmedia Cine recibieron el reconocimiento de la crítica con la obtención de 4 galardones.

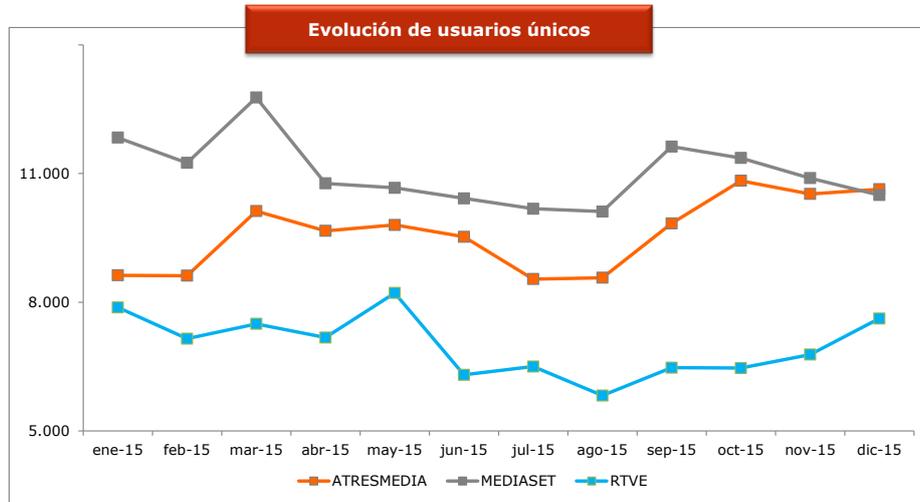


5.2 Atresmedia Digital

Atresmedia Digital alcanza, a 31 de diciembre de 2015, una media mensual de 20,6 millones de navegadores únicos, con un crecimiento del 21,6% respecto a la media mensual acumulada a diciembre de 2014. Continúa el buen comportamiento de las webs y la generación de contenidos verticales temáticos ("Liopardo", "Centímetros cúbicos" "Cienciaexplora", "Tecnoexplora", "Cocinatis", "Celebrities", "Correr y Fitness", "Objetivo Bienestar", "Viajestic", etc).

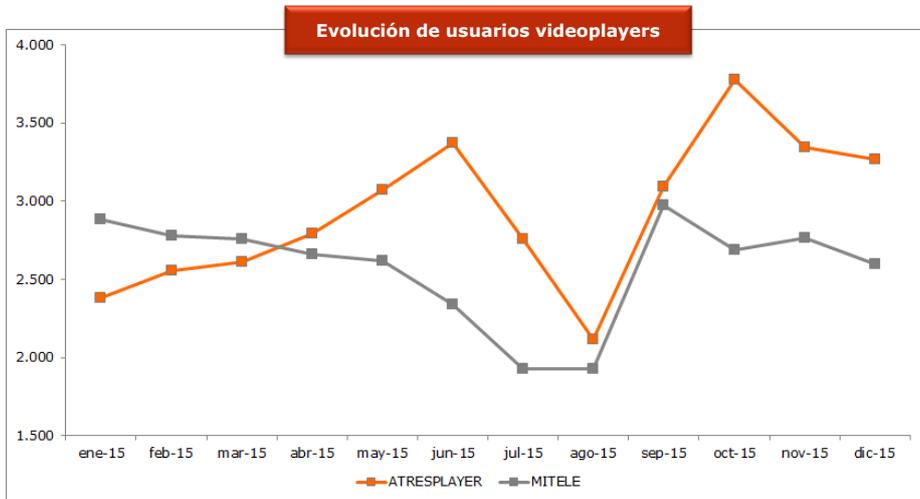


Según los datos publicados por comScore, durante el año 2015 las webs del Grupo Atresmedia han ido consolidando su posición en el medio internet, superando a las webs del Grupo Mediaset España en diciembre de 2015.



Fuente comScore

La plataforma de vídeo y audio Atresplayer alcanza casi los 7,0 millones de descargas de la aplicación y los 3,3 millones de usuarios registrados.



Fuente comScore

A mediados del mes de noviembre de 2015 se lanza al mercado la nueva plataforma de vídeo corto Flooxer, un nuevo escaparate al talento digital caracterizada por la variedad de formatos, la calidad de los contenidos y la apuesta tecnológica. En su primer mes completo, diciembre de 2015, Flooxer alcanza los 800 mil usuarios únicos.



5.3 Cuenta de Resultados

El grado de contribución de las otras actividades realizadas por el grupo ha evolucionado de la siguiente forma:

Miles de Euros	Ene-Dic 2015	Ene-Dic 2014	Evolución
INGRESOS NETOS % sobre Ingresos Atresmedia	22.928 2,4%	16.670 1,9%	37,5%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN (*) % sobre Gastos Atresmedia	12.582 1,6%	9.980 1,3%	26,1%
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN % sobre el Resultado Bruto de Explotación Atresmedia	10.346 6,2%	6.690 5,2%	54,6%

(*) Incluyen amortizaciones de producciones cinematográficas.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) de otros negocios en el año 2015 alcanza los 10,3 millones de euros frente a los 6,7 millones de euros del año anterior, principalmente por el buen comportamiento de Atresmedia Cine.