

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE
2015**

30 de septiembre 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	9
2.1.6	Otros aspectos destacables	10
2.2	Balance consolidado	11
2.3	Cash Flow consolidado	13
2.4	Evolución de la acción	14
2.4.1	La acción de Atresmedia	14
2.4.2	Recomendaciones de analistas	15
2.5	Responsabilidad corporativa	15
3.	ATRESMEDIA TELEVISION	17
3.1	Mercado Publicitario	17
3.2	Evolución Audiencia y Contenidos	18
3.3	Cuenta de Resultados	22
3.3.1	Ingresos Netos	22
3.3.2	Gastos de Explotación	23
3.3.3	Resultados de Explotación y márgenes	23
4.	ATRESMEDIA RADIO	25
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	25
4.2	Cuenta de Resultados	26
5.	OTROS NEGOCIOS	28
5.1	Atresmedia Cine	28
5.2	Atresmedia Digital	28
5.3	Cuenta de Resultados	29



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del periodo y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Audiencia total TV	26,4%	28,0%
Cuota de mercado TV (Infoadex)	42,5%	41,8%
Oyentes Radio (miles) (2ª Ola EGM)	4.837	4.834
Nº de empleados total	1.783	1.738

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Ingresos Netos	697.920	626.254
Resultado Bruto de Explotación	119.504	84.321
Beneficio del Ejercicio	69.324	47.126
Deuda Financiera Neta	135.602	99.537

Atresmedia alcanza en el acumulado a septiembre del año 2015 un Resultado Bruto de Explotación de 119,5 millones de euros, 35,2 millones de euros más que en el mismo periodo de 2014, y un Beneficio Consolidado de 69,3 millones de euros, multiplicando por 1,5 veces el obtenido en el acumulado a septiembre del año anterior.

Atresmedia Televisión alcanza en el periodo una cuota de **audiencia** del 26,4%, siendo la audiencia obtenida en el prime time, en el target comercial, del 30,4%. Gracias al buen perfil comercial de los canales del Grupo (y a pesar de contar con menos canales que el año anterior) se ha alcanzado en el periodo, según Infoadex, una **cuota de mercado** del 42,5%, 0,7 puntos superior a la obtenida en el mismo periodo del ejercicio anterior.

El canal Antena 3 alcanza una cuota de audiencia en el período del 13,3%, liderando con un 14,4% la audiencia en el prime time en el target comercial, a 0,7 puntos de su principal competidor.



El canal laSexta crece 0,4 puntos respecto al mismo periodo del año anterior y consigue una audiencia media del 7,3%, siendo la cuota en el prime time en el target comercial del 9,3%.

Desde el 1 de julio de 2015 se suma a **Neox** y **Nova** el canal **Mega**, siendo la cuota de audiencia del conjunto de canales complementarios del Grupo de un 5,7% en el acumulado a septiembre de 2015. El nuevo canal, dirigido a un target masculino y adulto, alcanza en el trimestre una audiencia media del 2,1%.

Atresmedia Radio alcanza un Resultado Bruto de Explotación de 14,4 millones de euros, multiplicando por 1,6 el obtenido en el acumulado a septiembre de 2014. Con un crecimiento en las ventas de publicidad del 9,1%, se comporta mejor que el mercado de publicidad de la radio, que ha crecido, según Infoadex, un 7,0%.

1.2 Entorno económico y de mercado

La economía en su conjunto sigue creciendo a buen ritmo gracias al fuerte tirón de la demanda interna. Por otra parte, diversas fuentes pronostican una desaceleración de este crecimiento, derivada del menor crecimiento de otras economías (como la china o la alemana), y de la inestabilidad política de nuestro país. Para 2015, el último panel de expertos publicado por Funcas, en el mes de septiembre, prevé que el crecimiento del PIB sea del 3,2%. La estimación de crecimiento para 2016 se queda en el 2,8%. No obstante en ambos años el crecimiento vendría dado por la demanda interna.

Esta cifra de crecimiento del PIB está en línea con la del Gobierno (3,3% en 2015 y 3,0% en 2016), y algo por encima de la del FMI (3,1% para este ejercicio y 2,5% para el próximo).

El consumo de los hogares aún sigue dando muestras de crecimiento. Se espera un incremento que llega ya al 3,4% para 2015, impulsado por el crecimiento de la renta disponible de las familias (por la bajada del precio del petróleo y la rebaja de impuestos).

Al mismo tiempo, las expectativas de la tasa de desempleo también mejoran, esperándose una reducción de hasta el 22,3% en 2015 y el 20,5% en 2016.



Según Infoadex, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a septiembre de 2015 ha crecido un 6,4% respecto al mismo período de 2014, con incrementos en todos los medios. El peso del medio televisión ha crecido, una vez más, durante este periodo.

Mercado Publicitario por medios	9M15 vs 9M14
Televisión	8,0%
Radio	7,0%
Internet	11,3%
Diarios	0,8%
Revistas	1,1%
Exterior	4,5%
Dominicales	1,2%
Cine	51,8%
TOTAL MEDIOS	6,4%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014	Evolución
Importe neto de la cifra de negocios	663.363	598.564	10,8%
Otros ingresos	34.557	27.690	24,8%
INGRESOS NETOS	697.920	626.254	11,4%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	578.416	541.933	6,7%
Resultado bruto de explotación	119.504	84.321	41,7%
Amortización del inmovilizado	12.862	12.267	4,9%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	3.544	39	n/a
Beneficio de explotación	103.098	72.015	43,2%
Resultado financiero	(11.555)	(11.567)	0,1%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	(436)	(1.565)	72,1%
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	91.107	58.883	54,7%
Impuesto sobre sociedades	21.802	11.777	85,1%
Beneficio del ejercicio	69.305	47.106	47,1%
Resultado atribuido a socios externos	19	20	(5,0%)
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	69.324	47.126	47,1%

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a septiembre de 2015 alcanzan los 697,9 millones de euros, frente a los 626,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 11,4%. En el tercer trimestre de 2015, los ingresos netos consolidados de Atresmedia, crecen un 9,1% frente a los del tercer trimestre de 2014.

Ingresos Netos (Miles de euros)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014	Evolución
Atresmedia Televisión	617.506	554.540	11,4%
Atresmedia Radio	64.953	59.573	9,0%
Otros negocios	15.461	12.140	27,4%
ATRESMEDIA	697.920	626.254	11,4%

Continúa el comportamiento positivo del mercado publicitario de medios convencionales, especialmente en los medios de televisión, radio e internet. En este contexto favorable, los negocios del grupo Atresmedia crecen por encima del mercado.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación han crecido un 6,7% en el acumulado a septiembre respecto a los del mismo periodo de 2014.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014	Evolución
Atresmedia Televisión	517.360	484.611	6,8%
Atresmedia Radio	50.557	50.546	0,0%
Otros negocios	10.498	6.776	54,9%
ATRESMEDIA	578.416	541.933	6,7%



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014	Evolución
Consumo de programas y Otros	342.035	318.224	7,5%
Gastos de Personal	89.789	87.958	2,1%
Otros gastos de explotación	146.592	135.751	8,0%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	578.416	541.933	6,7%

En el tercer trimestre los gastos de explotación han crecido un 8,9%, principalmente por mayores costes en programación, especialmente con la incorporación del nuevo canal Mega y la retransmisión de la UEFA Champions League, lo que ha permitido mejorar la posición competitiva en el trimestre y aprovechar el crecimiento del mercado publicitario.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a septiembre de 2015 alcanza los 119,5 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos que ya alcanza el 17,1% y una mejora del 41,7% respecto al Resultado Bruto de Explotación del mismo periodo de 2014.

En el tercer trimestre de 2015 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 26,6 millones de euros frente a un Resultado Bruto de Explotación de 24,1 millones de euros en el mismo periodo de 2014.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Atresmedia Televisión	100.145	69.930
Margen/Ingresos Netos	16,2%	12,6%
Atresmedia Radio	14.396	9.028
Margen/Ingresos Netos	22,2%	15,2%
Otros negocios	4.963	5.364
Margen/Ingresos Netos	32,1%	44,2%
TOTAL ATRESMEDIA	119.504	84.321
Margen/Ingresos Netos	17,1%	13,5%



En este tercer trimestre la actividad de Nubeox, filial de videoclub online, se incorpora a la matriz, dando lugar al deterioro de su fondo de comercio por 3,2 millones de euros, de manera que el Resultado de Explotación (EBIT) de Atresmedia acumulado a septiembre de 2015 queda como sigue:

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Atresmedia Televisión	89.288	59.620
Margen/Ingresos Netos	14,5%	10,8%
Atresmedia Radio	13.025	7.653
Margen/Ingresos Netos	20,1%	12,8%
Otros negocios	785	4.742
Margen/Ingresos Netos	5,1%	39,1%
TOTAL ATRESMEDIA	103.098	72.015
Margen/Ingresos Netos	14,8%	11,5%

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 septiembre de 2015 ha ascendido a 91,1 millones de euros frente a los 58,9 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del periodo

El Beneficio Consolidado del acumulado a septiembre de 2015 es de 69,3 millones de euros, frente a los 47,1 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014.



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 que será puesto en emisión antes del plazo legal de seis meses. También ha sido adjudicatario de un canal en alta definición Mediaset España. El resto de canales han sido adjudicados a Real Madrid TV, Radio Blanca, Grupo Secuoya y 13TV.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	30 Septiembre 2015	31 Diciembre 2014
ACTIVO		
Fondo de comercio	150.012	153.193
Otros activos intangibles	141.833	134.957
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	61.760	59.325
Activos por impuesto diferido	302.142	301.966
ACTIVOS NO CORRIENTES	655.747	649.441
Derechos de programas y existencias	344.199	289.358
Deudores comerciales y otros deudores	182.463	221.488
Otros activos corrientes	20.771	20.524
Activo por impuesto corriente	6.938	2.215
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	28.777	31.081
ACTIVOS CORRIENTES	583.148	564.666
TOTAL ACTIVO	1.238.895	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	249.894	223.537
Acciones propias	(8.666)	(7.202)
Dividendos a cuenta	0	(22.341)
Otros instrumentos de patrimonio	2.129	3.088
Ajustes por cambios de valor y otros	1.858	2.124
PATRIMONIO NETO	495.294	449.285
Deudas con entidades de crédito	162.317	126.331
Otros pasivos no corrientes	51.535	51.515
Pasivos por impuestos diferidos	26.036	26.097
PASIVOS NO CORRIENTES	239.888	203.943
Deudas con entidades de crédito	2.062	39.007
Acreedores comerciales y otros acreedores	407.268	428.526
Otros pasivos corrientes	71.102	93.346
Pasivos por impuesto corriente	23.281	0
PASIVOS CORRIENTES	503.713	560.879
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.238.895	1.214.107

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas



La deuda financiera neta del Grupo es de 135,6 millones de euros frente a los 134,3 millones de euros de 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.

En el tercer trimestre se han comprado 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.



2.3 Cash Flow consolidado

El flujo neto de actividades de explotación es, a 30 de septiembre de 2015, positivo por importe de 70,0 millones de euros.

Miles de euros	30 Septiembre 2015	30 Septiembre 2014
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	91.107	58.883
Ajustes del resultado:	33.570	30.376
- Amortizaciones	12.862	12.267
- Provisiones y otros	9.153	6.543
- Resultados Financieros	11.555	11.567
Cambios en el capital circulante	(51.274)	(19.444)
Efectivo generado por las operaciones	73.403	69.815
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(3.371)	(53)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	70.032	69.762
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(36.205)	(25.681)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(7.565)	(8.058)
Activos fijos materiales e inmateriales	(18.730)	(9.533)
Inversión en Cine Español	(9.912)	(8.090)
Desinversiones	3.126	0
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	3.126	0
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(33.081)	(25.681)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Gastos financieros pagados	(8.420)	(14.665)
Dividendos pagados	(22.423)	(24.575)
Venta/(Compra) de acciones propias	(7.215)	79.680
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(239)	(33.621)
Financiación bancaria	(959)	(42.378)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(39.256)	(35.559)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	(2.304)	8.521
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	31.081	56.282
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	28.777	64.803

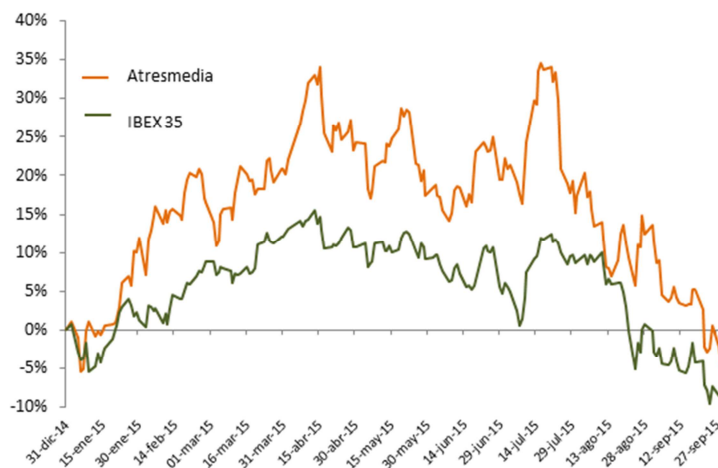
Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el período en 11,37 €/acción, lo que supone un descenso del 2,3% respecto al cierre de 2014. El Ibex, por su parte, ha sufrido una caída del 7%, cerrando el 30 de septiembre en 9.559,9 puntos.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el periodo enero a septiembre de 2015 vs. Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Sep 2015
Cotización a 30/09/2015 (€)	11,37
Máximo (€)	15,67
Mínimo (€)	11,01
Precio Medio Ponderado (€)	13,50
Volumen medio diario (accs.)	952.935
Volumen medio diario (miles de €)	12.868
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Fininfo



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre del período contamos con la opinión y recomendación de 26 analistas. De éstos, el 46% recomiendan **Comprar** acciones de Atresmedia, un 38% recomiendan **Mantener**, mientras que un 15% mantienen su recomendación de **Vender**. El Precio Objetivo medio a cierre de los primeros nueve meses es de 14,78 €/acción.

Durante todo el ejercicio, el departamento de Relación con Inversores ha tenido una intensa actividad, participando en 25 conferencias y Road Shows en distintas ciudades de Europa y Estados Unidos.

2.5 Responsabilidad corporativa

En estos primeros nueve meses de 2015, Atresmedia ha desarrollado numerosas actividades relacionadas con la Responsabilidad Corporativa.

Merece la pena destacar la publicación de su octavo Informe de Responsabilidad Corporativa. Verificado externamente por AENOR, el informe sigue un año más los criterios de la guía G.4 del Global Reporting Initiative. Adicionalmente el Grupo ha renovado 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.

Por lo que se refiere a las campañas de divulgación y sensibilización del Grupo, "Ponle Freno" ha entregado en el Senado los VII Premios Ponle Freno y ha puesto en marcha sus tradicionales campañas de Operación Salida en Semana Santa y Verano y una nueva iniciativa para solicitar que la educación vial sea una asignatura obligatoria en los colegios. "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" ha recogido más de 75.000 firmas para pedir la creación de la Agencia Estatal de Investigación y ha lanzado sus primeros premios para reconocer la labor investigadora de los científicos españoles. Así mismo, la campaña "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. Finalmente y como novedad en el tercer trimestre, 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.



En línea con la política medioambiental de la Compañía, Atresmedia se ha unido a la iniciativa internacional de WWF-ADENA "la Hora del Planeta" y ha participado por cuarto año consecutivo en el Informe sobre cambio climático Carbon Disclosure Project. A través de la iniciativa "Hazte Eco" ha renovado su convenio de colaboración con Ecoembes, para impulsar el reciclaje en España y ha lanzado la cuarta edición de la campaña de prevención de incendios forestales junto a WWF-ADENA.

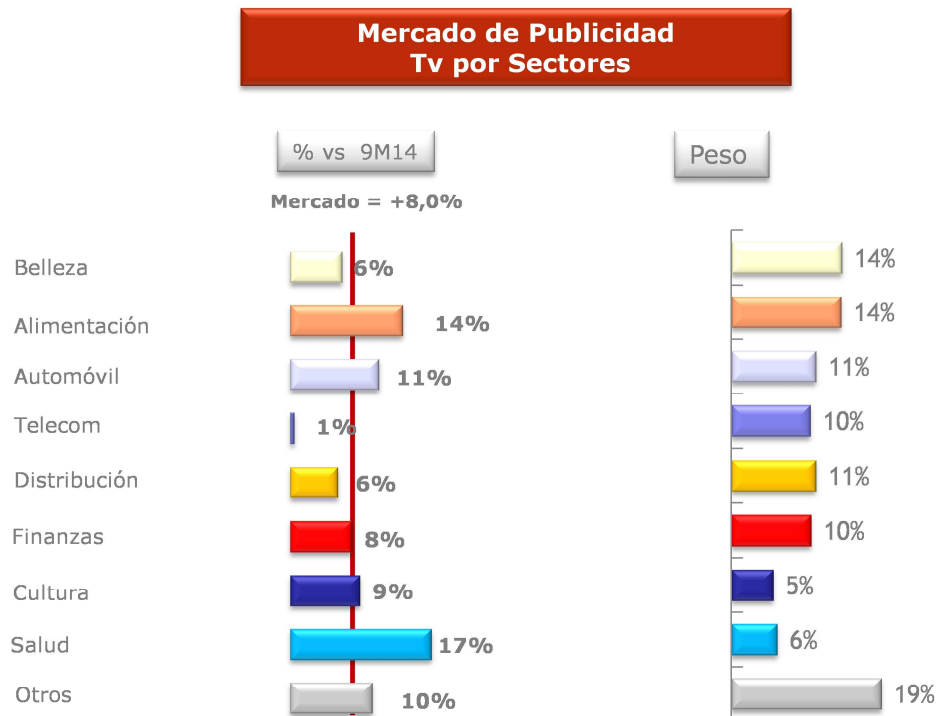
Por lo que se refiere al voluntariado corporativo, Atresmedia ha participado como media partner en la V Semana Internacional de Voluntariado "Give and Gain Day" y empleados del grupo han colaborado como voluntarios en diferentes actividades como comedores sociales, eventos deportivos solidarios, campamentos con niños en riesgo de exclusión, talleres de formación o el proyecto de cooperación internacional con la Fundación CESAL en Perú.

Por su parte, la Fundación Atresmedia continúa dedicando sus esfuerzos durante 2015 a la educación. Por este motivo, ha celebrado una nueva edición de su evento "Grande Profes" y ha lanzado junto a la Fundación MAPFRE el proyecto "Descubre la FP" para fomentar la formación profesional en España. Además, enmarcado dentro de su proyecto de Asistencia Hospitalaria, la Fundación ha creado telanzounbeso.com, una web que recauda fondos para el Día del Niño Hospitalizado.

3. ATRESMEDIA TELEVISION

3.1 Mercado Publicitario

Según Infoadex, el mercado de publicidad de televisión ha crecido en los nueve primeros meses del año un 8,0%. Mejoran todos los sectores, especialmente "Salud", "Alimentación" y "Automóvil".

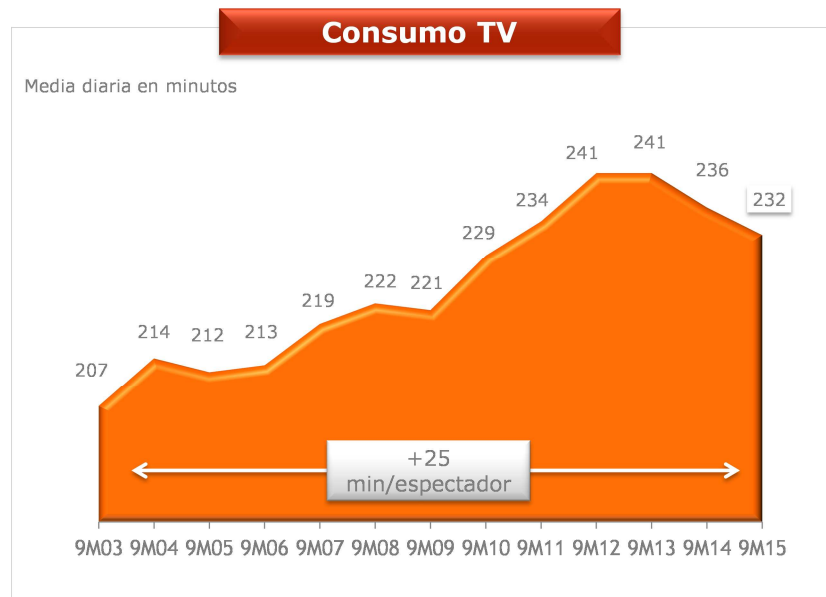


Fuentes: Infoadex/Sectores: Estimaciones internas



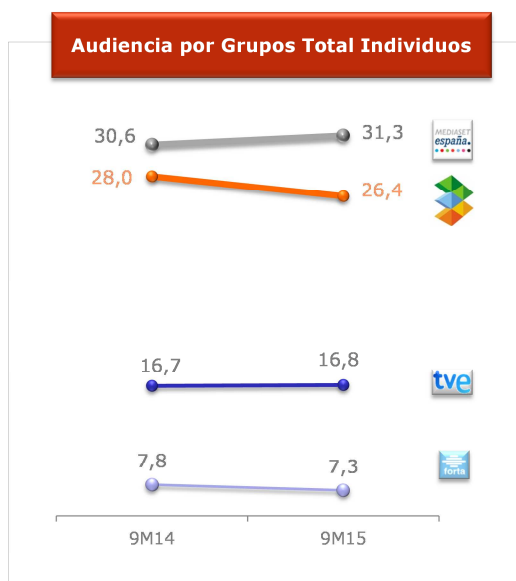
3.2 Evolución Audiencia y Contenidos

El consumo televisivo en los primeros nueve meses del año 2015 es de 232 minutos por persona y día, cuatro minutos menos que en el mismo periodo del año pasado.

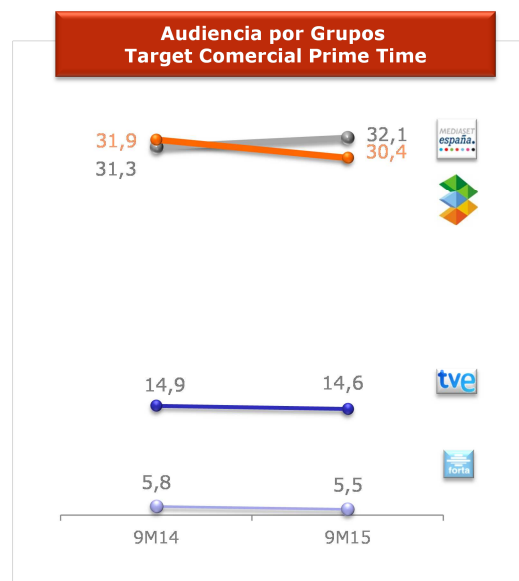


Fuente: Kantar Media

El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el acumulado a septiembre de 2015 una cuota de audiencia del 26,4%, lo que supone 1,7 puntos menos que en el mismo período de 2014 donde contaba con más canales. En todo caso, la audiencia obtenida en el prime time, en el target comercial, es del 30,4%.



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 13,3%, siendo líder en el target comercial en el prime time (14,4%).

La ficción propia sigue siendo la apuesta de la cadena, el contenido líder que cosecha los mejores registros. A lo largo de estos nueve meses, se han estrenado series de ficción, que dada su buena acogida por parte del público, renuevan edición temporada tras temporada. Cada trimestre, al menos dos series ocupan el prime time de la cadena de lunes a viernes.

A los éxitos del primer y segundo trimestre como "Bajo Sospecha" con una audiencia media del 19,7% y 3.758.000 espectadores, "Velvet" con una audiencia media de 24,7% en su segunda temporada y "Allí Abajo", el mejor estreno de ficción de la cadena en 20 años, hay que sumarle los éxitos del tercer trimestre de la mano de "Vis a Vis" que despide su primera temporada con una audiencia media del 19,9% y 3.529.000 espectadores, "Sin identidad", 14,4% de audiencia media (2.482.000 televidentes), la tercera temporada de "Velvet" que es líder de su franja los jueves, y alcanza el 18,3% de cuota de audiencia y "Mar de Plástico" que se estrenó con una media de 23,8% de audiencia y 4.036.000 espectadores.

Las series de tira diaria siguen fuertes en su franja: "Amar es para siempre" obtiene en el tercer trimestre una cuota de pantalla media del 14,0%. Por su parte, "El secreto de Puente Viejo", logra un 17,6% de cuota media de pantalla (1.745.000 espectadores).

En cuanto a programas de entretenimiento, "Tu cara me suena" vuelve a Antena 3 en septiembre, y llega como líder absoluto en su cuarta temporada: alcanza 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.

Otro de los géneros estrella en Antena 3 ha sido el cine. La película con mayor audiencia del trimestre ha sido "Tres Bodas de más", coproducida por Atresmedia Cine, y emitida dentro del contenedor de "El Peliculón". El largometraje alcanzó un 20,8% de cuota de audiencia, y congregó a 3.403.000 espectadores.

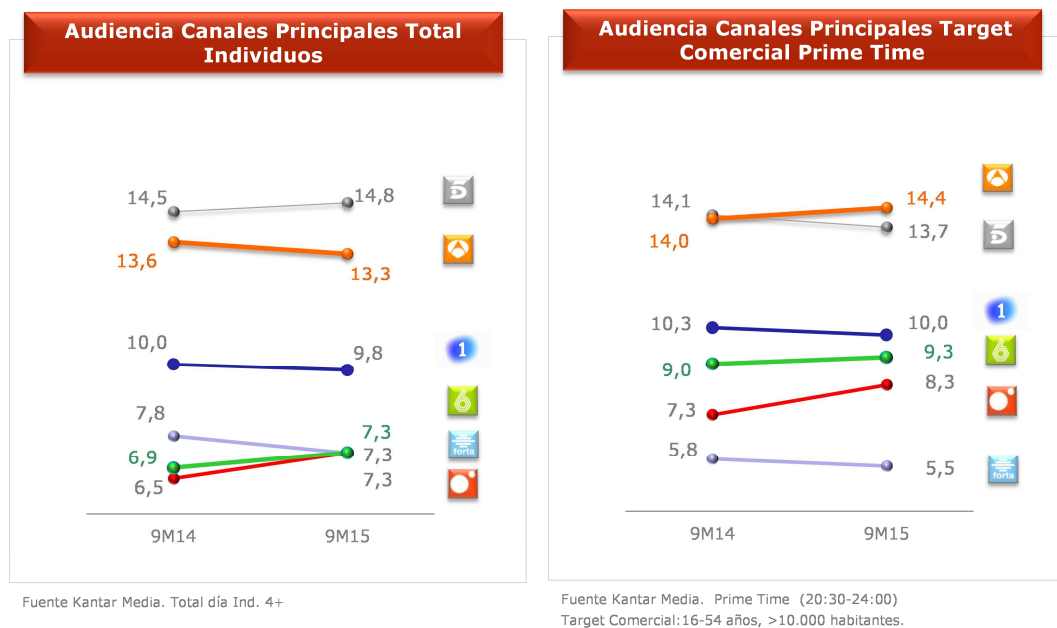
La apuesta por el deporte ha sido de nuevo un éxito. La Fórmula 1 ha sido el contenido deportivo de la cadena en las últimas tres temporadas. Y a partir del mes de agosto, le ha pasado el testigo a la UEFA Champions League, que ha arrancado con fuerza esta temporada. Los partidos emitidos en el trimestre, alcanzan una media de 24,5% de audiencia y 3.518.000 telespectadores.



El canal laSexta ha conseguido en el acumulado a septiembre 2015 una audiencia media, en total individuos (total día), de un 7,3%, lo que supone un crecimiento de 0,4 puntos respecto al mismo periodo del año anterior. Destaca el comportamiento de laSexta en la franja prime time, tanto en total individuos (8,4%), como en el target comercial (9,3%).

A los estrenos del primer semestre, como "Pesadilla en la Cocina" y "Salvados", se añaden los estrenos del tercer trimestre: "El Jefe Infiltrado" vuelve con una nueva temporada, y alcanza una cuota media del 9,8% y cerca de 1,6 millones de seguidores. "Policías en Acción" mejora su arranque respecto al año pasado, hasta el 7,3% de cuota y más de 1,3 millones de espectadores.

Los programas de información son también referencia en laSexta: "Al Rojo Vivo" obtiene una cuota media del 10,2% en el trimestre, y "El Objetivo de Ana Pastor", con más de 1,5 millones de espectadores, se acerca al 10% de share (9,6%).



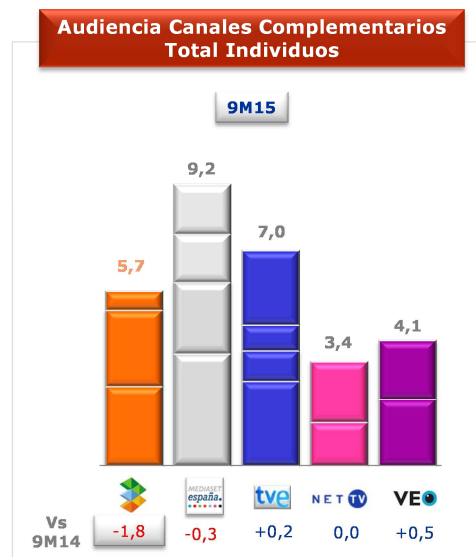
La suma de los canales complementarios del Grupo consigue aportar en el acumulado a septiembre de 2015 un share conjunto, en total individuos (total día), del 5,7%, lo que supone una reducción de 1,8 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del ejercicio anterior como consecuencia del cierre de los canales Nitro, Xplora y laSexta3 en mayo de 2014.



El canal Neox, alcanza en el periodo una audiencia en total individuos del 2,6%, porcentaje que aumenta al 3,8% en el target comercial.

El canal Nova, temática femenina líder, registró una audiencia de 2,5% tanto en total individuos como en target comercial.

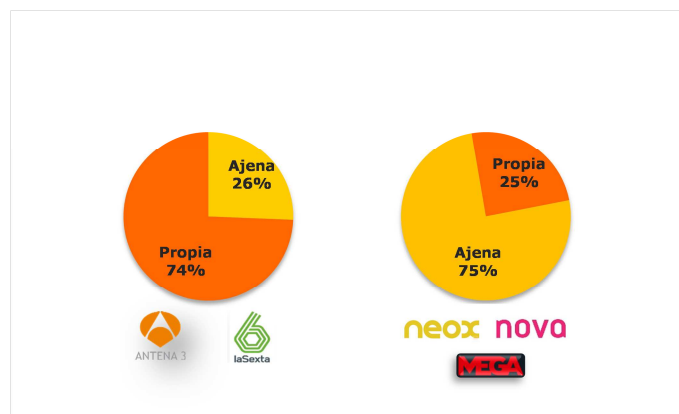
El canal Mega, que inició sus emisiones el día 1 de julio, registró una audiencia media en el trimestre del 2,1%, aportando en el periodo enero a septiembre un share del 0,6%. El canal, dirigido a un target masculino y adulto, supera en el trimestre a su principal competidor, Energy, en cuatro décimas.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

En los canales principales predominan los contenidos de producción propia (74%) 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-Sep 2015	Ene-Sep 2014	Evolución
INGRESOS NETOS	617.506	554.540	11,4%
GASTOS DE EXPLOTACION	517.360	484.611	6,8%
Resultado bruto de explotación	100.145	69.930	43,2%
Amortizaciones	10.857	10.310	5,3%
Resultado de explotación	89.288	59.620	49,8%

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas

3.3.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a septiembre de 2015 ascienden a 617,5 millones de euros frente a los 554,5 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 11,4%.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha crecido en el periodo un 8,0%. Gracias a la eficacia comercial, la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado se sitúa en el 42,5%, 0,7 puntos por encima de la del mismo periodo del 2014.

En el tercer trimestre de 2015 la cuota de mercado de Atresmedia Televisión se sitúa en el 41,6%, incrementándose 1,6 puntos respecto a la del tercer trimestre de 2014.



3.3.2 Gastos de Explotación

	Ene-Sep	Ene-Sep	Evolución
Miles de Euros	2015	2014	
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	329.649	307.516	7,2%
Gastos de personal	50.449	49.828	1,2%
Otros gastos de explotación	137.262	127.267	7,9%
GASTOS DE EXPLOTACION	517.360	484.611	6,8%

Los gastos de explotación del acumulado a septiembre de 2015 han sido de 517,4 millones de euros frente a los 484,6 millones de euros registrados en el acumulado a septiembre de 2014, lo que supone un incremento del 6,8%.

En el tercer trimestre de 2015, los gastos de explotación han crecido un 12% respecto al tercer trimestre de 2014. Dicho crecimiento es debido, principalmente, a la inversión realizada en programación con el fin de mantener la posición competitiva, especialmente con la incorporación del nuevo canal Mega y la retransmisión de la UEFA Champions League.

3.3.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) del acumulado a septiembre del 2015 multiplica por 1,4 el obtenido en el mismo periodo de 2014, alcanzando los 100,1 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 16,2%.

En el tercer trimestre de 2015, el Resultado Bruto de Explotación es de 21,0 millones de euros.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Atresmedia Televisión	100.145	69.930
Margen/Ingresos Netos	16,2%	12,6%



El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a septiembre de 2015 es de 89,3 millones de euros, creciendo 29,7 millones de euros respecto al obtenido en el mismo periodo del ejercicio 2014.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Atresmedia Televisión	89.288	59.620
Margen/Ingresos Netos	14,5%	10,8%

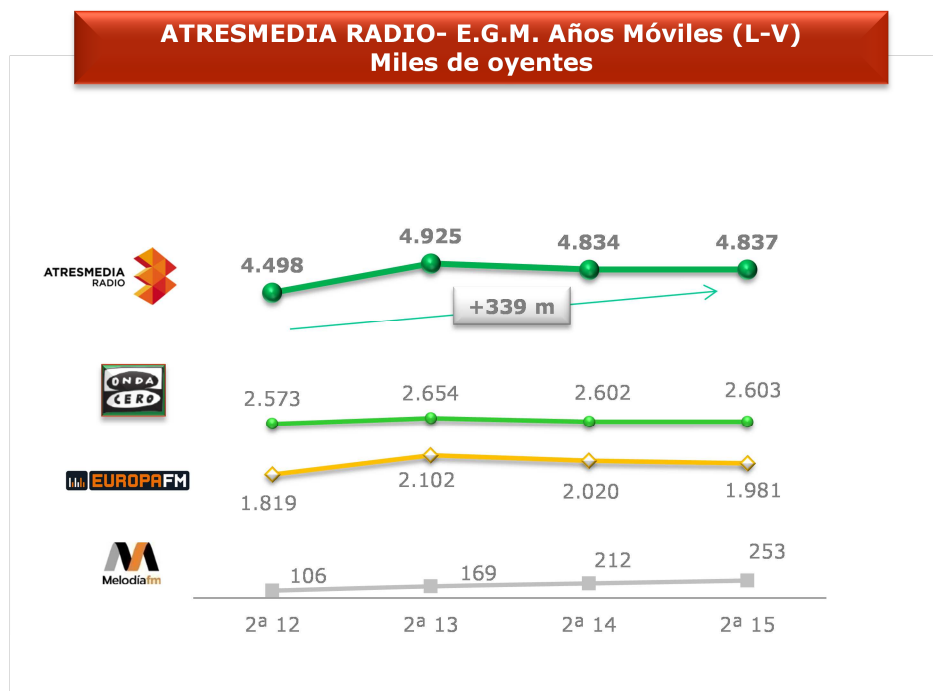


4. ATRESMEDIA RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el periodo enero a septiembre un 7,0%.

En el último Estudio General de Medios (2ª ola de 2015) Atresmedia Radio alcanza una audiencia media de 4,8 millones de oyentes. Onda Cero, con una media de 2,6 millones de oyentes, es con diferencia la segunda cadena en el ranking de las cadenas generalistas. En el ámbito de las radio temáticas, Europa FM, con 2,0 millones de oyentes, continúa posicionada como tercera cadena, y Melodía FM alcanza los 253 mil oyentes, sumando 41 mil oyentes más que en la misma ola del año anterior.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

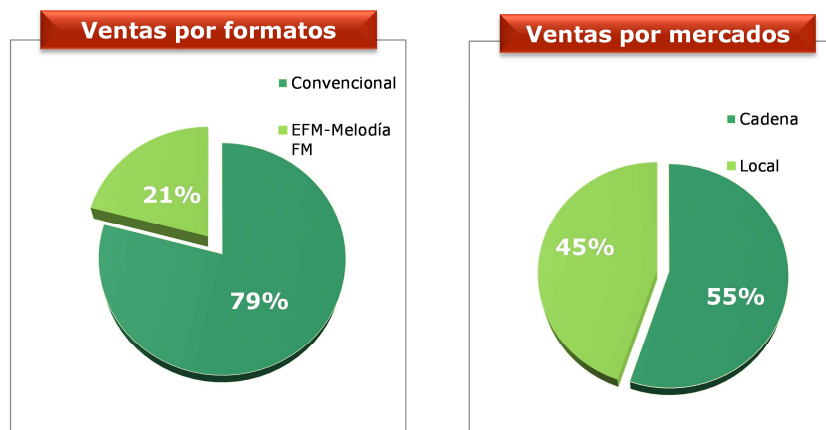


4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014	Evolución
INGRESOS NETOS	64.953	59.573	9,0%
Gastos de personal	18.199	17.532	3,8%
Otros gastos de explotación	32.358	33.014	(2,0%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	50.557	50.546	0,0%
Resultado bruto de explotación	14.396	9.028	59,5%
Amortizaciones	1.371	1.375	(0,3%)
Resultados de explotación	13.025	7.653	70,2%

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas

Las ventas de publicidad de enero a septiembre de 2015 de Atresmedia Radio se comportan sustancialmente mejor que el mercado, alcanzando los 64,4 millones de euros, frente a los 59,1 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2014, lo que supone un incremento del 9,1%.





Los gastos de explotación, a 30 de septiembre de 2015, han sido de 50,6 millones de euros, en línea con los del acumulado a septiembre de 2014.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a septiembre de 2015 es de 14,4 millones de euros, lo que supone un margen del 22,2%, y un crecimiento de 5,4 millones de euros respecto al resultado obtenido en el mismo periodo de 2014.

En el tercer trimestre de 2015, el Resultado Bruto de Explotación es de 2,3 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 13,7%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Atresmedia Radio	14.396	9.028
Margen/Ingresos Netos	22,2%	15,2%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	Ene-Sep 2015	Ene-Sep 2014
Atresmedia Radio	13.025	7.653
Margen/Ingresos Netos	20,1%	12,8%



5. OTROS NEGOCIOS

5.1 Atresmedia Cine

Atresmedia Cine ha estrenado hasta el mes de septiembre los largometrajes "Perdiendo el norte" (película española más taquillera del periodo enero a septiembre de 2015), "Ahora o nunca" (mejor taquilla del cine español en su estreno en los nueve primeros meses del año), "Como sobrevivir a una despedida" y "El Desconocido" (estrenado durante la última semana de septiembre). Estas cuatro películas representan el 41,6% de la recaudación del Cine Español en el periodo enero a septiembre de 2015.

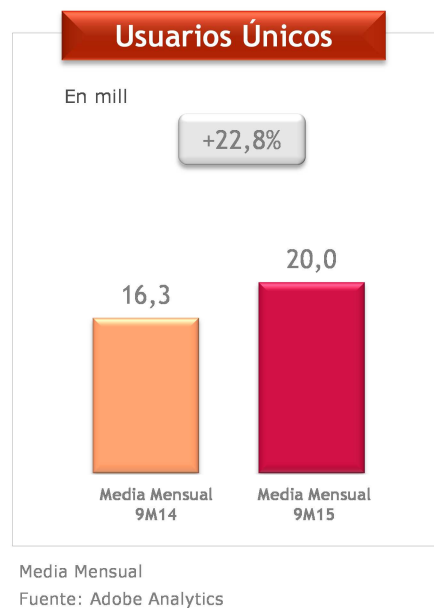
Junto a ellas, "La isla mínima", "El club de los incomprensidos" y "Éxodus: Dioses y Reyes", estrenados el año pasado, se posicionan entre los títulos más taquilleros de producción española durante los primeros nueve meses del año.



5.2 Atresmedia Digital

Atresmedia Digital alcanza, a 30 de septiembre de 2015, una media mensual de 20,0 millones de usuarios únicos, con un crecimiento del 22,8% respecto a la media mensual acumulada a septiembre de 2014.

Continúa el buen comportamiento de las webs y la generación de contenidos verticales temáticos ("Liopardo", "Celebrities", "Se estrena", "Cienciaexplora", "Objetivo Tv", "Tecnoexplora", "Cocinatis", "Viajestic", "Correr y Fitness", "Neoxkidz" etc). La plataforma de vídeo y audio Atresplayer alcanza casi los 6,5 millones de descargas de la aplicación y 3,0 millones de usuarios registrados.



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-Sep 2015	Ene-Sep 2014	Evolución
INGRESOS NETOS	15.461	12.140	27,4%
% sobre Ingresos Atresmedia	2,2%	1,9%	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN (*)	10.498	6.776	54,9%
% sobre Gastos Atresmedia	1,8%	1,3%	
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	4.963	5.364	(7,5%)
% sobre el Resultado Bruto de Explotación Atresmedia	4,2%	6,4%	

(*) Incluyen amortizaciones de producciones cinematográficas.

Nota: Cifras acumuladas a Septiembre no auditadas

Los ingresos crecen por mayor recaudación cinematográfica y mayores ventas en el negocio de Internet; por el contrario se reducen los ingresos editoriales. Los gastos de explotación crecen principalmente por mayores amortizaciones del cine español.