

ATRESMEDIA



RESULTADOS ENERO-JUNIO 2019

30 de junio de 2019



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: Audiovisual y Radio.



1.	ASPECTOS DESTACADOS	3
1.1	Hitos del período 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 período	9
2.2	Balance consolidado.....	10
2.3	Cash Flow consolidado	12
2.4	Evolución de la acción	13
2.4.1	La acción de Atresmedia	13
2.4.2	Recomendaciones de analistas.....	14
2.5	Responsabilidad corporativa	14
3.	AUDIOVISUAL	16
3.1	Cuenta de Resultados	16
3.1.1	Ingresos Netos	16
3.1.2	Gastos de Explotación.....	19
3.1.3	Resultados de Explotación y márgenes	20
3.2	Audiencia	21
3.2.1	Consumo de Televisión	21
3.2.2	Audiencias de Televisión	22
3.2.3	Audiencias de Digital	27
4.	RADIO	30
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	30
4.2	Cuenta de Resultados	31



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Audiencia total TV	26,9%	26,7%
Cuota de mercado TV	41,7%	41,6%
Oyentes Radio (miles) (2ªOla EGM. Media móvil)	3.470	3.875
Nº de empleados total	2.440	2.028

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Ingresos Netos	539.905	550.623
Resultado Bruto de Explotación	103.770	101.252
Beneficio del Ejercicio	69.586	69.268
Deuda Financiera Neta	218.179	238.686

Atresmedia ha obtenido en el primer semestre de 2019 un Resultado Bruto de Explotación de 103,8 millones de euros, un 2,5% superior al del primer semestre del año 2018, y un Beneficio Consolidado de 69,6 millones de euros.

Atresmedia Televisión ha alcanzado en el periodo, según Infoadex, una **cuota de mercado** del 41,7%.

En términos de **audiencia** registra una cuota del 26,9%, siendo líder de audiencia en el prime time en el target comercial con una audiencia del 29,6%, superando en 1 punto a Mediaset España.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 12,4% y lidera en el prime time en el target comercial con una audiencia del 13,7%, 0,2 puntos más que su principal competidor.

El canal laSexta, con una audiencia media del 7,2% se sitúa 2,0 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial en la franja prime time una audiencia del 7,8%.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,4% en el acumulado a junio de 2019, siendo en el target comercial de un 8,8%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a junio, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet con 24,0 millones de usuarios únicos, posicionado en el puesto nueve en el ranking de los sitios más visitados de España.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante el primer semestre del año representan el 22% de la recaudación del Cine Español.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia alcanzan los 57 millones de abonados, 4 millones más que a junio del año anterior, un incremento del 7%.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,5 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (2ª ola de 2019).

1.2 Entorno económico y de mercado

En su previsión de julio, Funcas estima un aumento del PIB del 2,3% en el ejercicio completo 2019; esta estimación es una décima mejor que la publicada en los paneles anteriores. La aportación de la demanda nacional será de 2,3 puntos porcentuales, mientras que la aportación del sector exterior será nula.

Este incremento de la economía del 2,3% está en línea con lo esperado por la Comisión Europea, por debajo de lo esperado por el Banco de España (2,4%) y ligeramente por encima de lo que estima el Gobierno, la OCDE y el FMI.

La previsión de crecimiento para 2020 se mantiene sin variación respecto al panel anterior, en el 1,9%.

En cuanto a la creación de empleo, se espera un crecimiento del 2,2% para 2019, mientras que para 2020 se ralentiza hasta el 1,7%. La tasa de desempleo (EPA) pasará del 13,7% en 2019 hasta el 12,7% en 2020.

En cuanto al consumo de los hogares se estima un incremento del 1,8% en 2019, y de una décima menos en 2020 (1,7%).



Respecto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria en los medios convencionales de enero a junio de 2019 ha disminuido un 2,2% respecto al mismo período de 2018. El medio televisión ha decrecido un 5,6%, mientras que los medios radio y digital han crecido un 2,9% y un 9,9% respectivamente.

Mercado Publicitario por medios	1S19 VS 1S18
Televisión	-5,6%
Radio	2,9%
Digital	9,9%
Diarios	-7,8%
Revistas	-11,0%
Exterior	2,5%
Dominicales	-6,9%
Cine	10,4%
TOTAL MEDIOS	-2,2%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
INGRESOS NETOS	539.905	550.623	(1,9%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	436.135	449.371	(2,9%)
Resultado bruto de explotación	103.770	101.252	2,5%
Amortización del inmovilizado	9.823	9.507	3,3%
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(35)	75	n/a
Beneficio de explotación	93.982	91.669	2,5%
Resultado financiero	(3.742)	(1.890)	(98,0%)
Resultado neto de participaciones en otras entidades	176	(282)	n/a
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	90.416	89.497	1,0%
Impuesto sobre sociedades	20.876	20.229	3,2%
Beneficio del ejercicio	69.540	69.268	0,4%
Resultado atribuido a socios externos	46	0	n/a
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	69.586	69.268	0,5%



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a junio de 2019 alcanzan los 539,9 millones de euros, frente a los 550,6 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
Audiovisual	501.701	513.773	(2,3%)
Radio	43.290	42.220	2,5%
Eliminaciones	(5.086)	(5.370)	
ATRESMEDIA	539.905	550.623	(1,9%)

El mercado publicitario de medios convencionales ha decrecido durante el primer semestre de 2019 un 2,2%, según Infoadex.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación disminuyen en el acumulado a junio de 2019 un 2,9% respecto del mismo periodo de 2018.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
Audiovisual	406.819	421.604	(3,5%)
Radio	34.402	33.137	3,8%
Eliminaciones	(5.086)	(5.370)	
ATRESMEDIA	436.135	449.371	(2,9%)



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
Consumo de programas y Otros	206.871	242.140	(14,6%)
Gastos de Personal	80.454	68.022	18,3%
Otros gastos de explotación	77.212	76.185	1,3%
Costes variables ligados a ventas	76.684	68.394	12,1%
Eliminaciones	(5.086)	(5.370)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	436.135	449.371	(2,9%)

El consumo de programas se ha reducido en el primer semestre del año al no continuar las retransmisiones de la Champions League. Este impacto positivo en gastos no ha afectado a la audiencia, que ha crecido 0,2 puntos en el periodo.

Además, se ha incorporado al Grupo parte del personal encargado de la producción de laSexta que estaba subcontratado, así como el personal responsable de las actividades de IT. Estos movimientos suponen un incremento en los gastos personal y un decremento, mayoritariamente, en consumo de programas.

Los costes variables ligados a ventas aumentan principalmente por la mayor actividad de producción y distribución de contenidos.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2019 ha sido 2,5 millones de euros superior al obtenido en el mismo periodo de 2018, alcanzando los 103,8 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 19,2% frente al 18,4% en el primer semestre del año pasado.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Audiovisual	94.882	92.169
Margen/Ingresos Netos	18,9%	17,9%
Radio	8.888	9.083
Margen/Ingresos Netos	20,5%	21,5%
TOTAL ATRESMEDIA	103.770	101.252
Margen/Ingresos Netos	19,2%	18,4%



En el segundo trimestre de 2019 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 58,7 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 20,8%.

El Resultado de Explotación (EBIT) ha sido de 94,0 millones de euros frente a los 91,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018, lo que supone un incremento del 2,5%.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Audiovisual	86.491	83.687
Margen/Ingresos Netos	17,2%	16,3%
Radio	7.491	7.983
Margen/Ingresos Netos	17,3%	18,9%
TOTAL ATRESMEDIA	93.982	91.669
Margen/Ingresos Netos	17,4%	16,6%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a junio de 2019 es negativo por importe de 3,7 millones de euros frente a los 1,9 millones de euros negativos del acumulado a junio del año anterior. Esta variación es debida a una mayor deuda financiera bruta.

El Resultado antes de impuestos en el acumulado a junio de 2019 ha sido de 90,4 millones de euros frente a los 89,5 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado en el primer semestre de 2019 es de 69,6 millones de euros, un 0,5% superior al obtenido en el primer semestre del año anterior.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	30 Junio 2019	31 Diciembre 2018
ACTIVO		
Fondo de comercio	163.223	163.223
Otros activos intangibles	149.500	147.322
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	88.657	81.197
Activos por impuesto diferido	217.130	216.709
ACTIVOS NO CORRIENTES	618.510	608.451
Derechos de programas y existencias	312.007	352.376
Deudores comerciales y otros deudores	265.941	275.099
Otros activos corrientes	32.255	31.439
Activo por impuesto corriente	13.060	5.628
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	52.628	85.626
ACTIVOS CORRIENTES	675.891	750.168
TOTAL ACTIVO	1.294.401	1.358.619
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	188.172	221.073
Acciones propias	(7.489)	(8.810)
Dividendos a cuenta	0	(44.988)
Otros instrumentos de patrimonio	1.005	2.254
Ajustes por cambios de valor y otros	431	922
PATRIMONIO NETO	432.198	420.530
Obligaciones y bonos	175.746	170.770
Deudas con entidades de crédito	103.212	137.907
Otros pasivos no corrientes	45.958	5.775
Pasivos por impuestos diferidos	30.149	30.276
PASIVOS NO CORRIENTES	355.065	344.728
Obligaciones y bonos	3.947	3.924
Deudas con entidades de crédito	958	11.982
Acreedores comerciales y otros acreedores	386.560	430.923
Otros pasivos corrientes	95.104	146.532
Pasivos por impuesto corriente	20.569	0
PASIVOS CORRIENTES	507.138	593.361
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.294.401	1.358.619



En el mes de junio se procedió al reparto de un dividendo extraordinario con cargo a reservas de libre disposición a razón de 0,25 € por acción en términos brutos, en total 56,3 millones de euros.

La deuda financiera neta del Grupo es de 218,2 millones de euros frente a los 230,9 millones de euros a diciembre de 2018, lo que supone una reducción de 12,7 millones de euros.



2.3 Cash Flow consolidado

A 30 de junio de 2019 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 85,0 millones de euros.

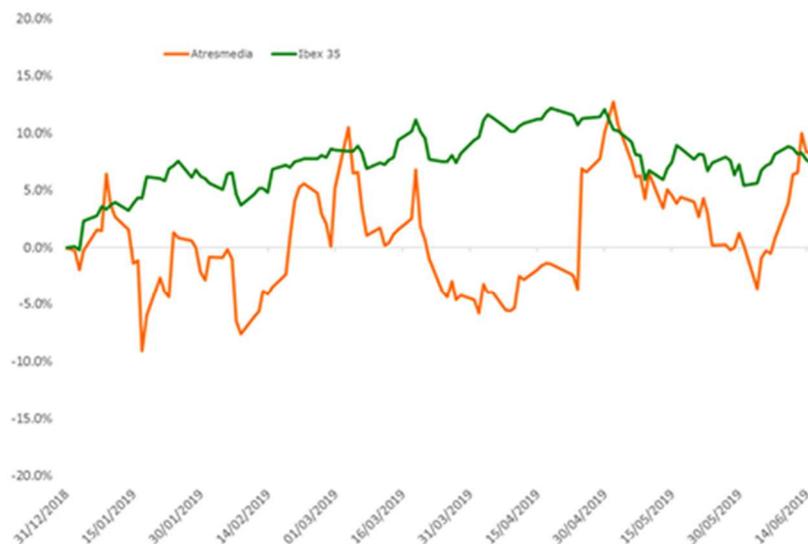
Miles de euros	30 Junio 2019	30 Junio 2018
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	90.416	89.497
Ajustes del resultado:	16.563	18.469
- Amortizaciones	9.823	9.507
- Provisiones y otros	2.998	7.072
- Resultados Financieros	3.742	1.890
Cambios en el capital circulante	(14.583)	(8.921)
Efectivo generado por las operaciones	92.396	99.045
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(7.360)	(5.555)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	85.036	93.490
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(19.604)	(32.276)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(2.396)	(8.003)
Activos fijos materiales e intangibles	(5.252)	(7.180)
Inversión en Cine Español	(11.955)	(17.093)
Desinversiones y anticipos por ventas de activos	8.031	11.033
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(11.573)	(21.243)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Pagos por arrendamientos	(607)	
Gastos financieros pagados	(4.141)	(2.090)
Dividendos pagados	(56.265)	(67.482)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(5)	(1.803)
Deuda financiera	(45.729)	(22.861)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	(106.747)	(94.236)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	(33.284)	(21.989)
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	85.626	25.026
Variaciones por cambio de perímetro	286	0
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	85.912	25.026
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	52.628	3.037



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el primer semestre de 2019 en 4,308 €/acción, un 1,2% por debajo del valor de cierre del año 2018, que fue 4,362 €/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el periodo en 9.198,80 puntos, lo que supone una subida del 7,7% respecto al cierre.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el año 2019 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Jun 2019
Cotización a 28/06/2019 (€)	4,308
Máximo (€)	4,918
Mínimo (€)	3,966
Precio Medio Ponderado (€)	4,398
Volumen medio diario (accs.)	543.558
Volumen medio diario (miles de €)	2.391
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Next Station



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de semestre, contamos con la opinión y recomendación de 22 analistas. De éstos, el 50% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 27% recomiendan Mantener, mientras que un 23% mantienen su recomendación de Vender. El precio objetivo medio a cierre del periodo es de 5,26 €/acción.

Durante el primer semestre de 2019 el departamento de Relación con Inversores participó en 20 conferencias y roadshows en diferentes plazas financieras como Londres, París, Nueva York, Frankfurt, Milán, Lugano, Viena, Barcelona, Madrid y Bilbao.

El total de contactos presenciales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y roadshows y reuniones en nuestras oficinas), fue de cerca de 140. Adicionalmente, se han mantenido unas 150 conference calls con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

2.5 Responsabilidad corporativa

El primer semestre de 2019 ha estado marcado por la incorporación en el Informe de Gestión de la Compañía de un estado de información no financiera. Además, el Grupo aprobó en marzo un Informe Integrado, en el que se ofrece información adicional sobre la dimensión social, medioambiental y de buen gobierno vinculada a la estrategia del Grupo.

Por otro lado, en 2019 continúa la implantación del Plan Director que marca los compromisos en responsabilidad corporativa 2018-2020. Como parte del mismo, en febrero se presentó el propósito corporativo de la Compañía, quedando definido de la siguiente manera: "Creemos en el poder de la reflexión y la emoción". En Atresmedia estamos convencidos que la reflexión, a través de los contenidos informativos que difundimos, y la emoción, a través de la ficción y el entretenimiento, son las palancas que impulsan a las personas a provocar cambios e impactos positivos en la sociedad.

Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas dentro de "Compromiso Atresmedia":

- "Ponle Freno" convocó y falló sus XI Premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial.
- "Objetivo Bienestar" entregó sus séptimos premios dirigidos a los centros escolares que promuevan iniciativas saludables entre sus alumnos.



- “Constantes y Vitales” retomó la iniciativa de solicitud de instalación de desfibriladores en lugares públicos que, desde el inicio de 2019, ha conseguido sumar la incorporación de 3 nuevas comunidades autónomas cardio protegidas (Navarra, Aragón y Extremadura).
- “Levanta la Cabeza” ha lanzado su plataforma online para convertirse en referente divulgativo sobre el uso responsable de las nuevas tecnologías.
- “Tolerancia Cero” celebró también sus primeras jornadas divulgativas. La iniciativa impulsada por Antena 3 Noticias y la Fundación Mutua Madrileña fue elegida por ONU Mujeres como ejemplo de colaboración entre empresas y medios de comunicación.

Adicionalmente Atresmedia ha sensibilizado sobre la importancia de reflejar la diversidad de la sociedad lanzando la campaña de concienciación “Mi persona favorita eres tú” y los informativos de Antena 3 y laSexta se han situado como líderes en credibilidad y confianza según el Informe Digital News Report 2019 elaborado por el Reuters Institute de la Universidad de Oxford.

En la dimensión social, Atresmedia está comprometida también con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (OSD) y la agenda 2030, por ello, por segundo año consecutivo el Grupo colabora en la difusión en todas sus plataformas de “Companies4SDGS”.

Respecto al programa de voluntariado corporativo, empleados de Atresmedia han participado en las diversas actividades ofrecidas por la Compañía que han beneficiado a 5 ONGs diferentes.

La Fundación Atresmedia sigue trabajando por la mejora educativa y por ello un año más consiguió un éxito de participación de su evento “Grandes Profes”. Además, la Fundación celebró en 200 hospitales “El día del niño Hospitalizado” y la iniciativa “Fundación Atresmedia y tú, juntos por la educación”, fue galardonada en la primera edición de los premios CEAPA por su labor de defensa y compromiso con la educación y la escuela.

En cuanto a la dimensión medioambiental Atresmedia se adhirió a la 'Declaración de los medios de comunicación frente al cambio climático', un documento, impulsado por Ecodes (Ecología y Desarrollo). Además, a través de la iniciativa Hazte Eco, apoyó la campaña de WWF “La Hora del Planeta” e impulsó internamente una campaña de reducción del uso de plástico entre los empleados. Europa FM lanzó la #AlertaEcoEuropaFM, una acción que busca la complicidad de los oyentes para localizar los puntos negros medioambientales de España.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
INGRESOS NETOS	501.701	513.773	(2,3%)
GASTOS DE EXPLOTACION	406.819	421.604	(3,5%)
Resultado bruto de explotación	94.882	92.169	2,9%
Amortizaciones y deterioros	8.391	8.482	(1,1%)
Resultado de explotación	86.491	83.687	3,4%

3.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a junio de 2019 ascienden a 501,7 millones de euros frente a los 513,8 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Miles de Euros	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
Publicidad Televisión	416.924	443.377	(6,0%)
Publicidad Digital	22.045	21.508	2,5%
Producción y Distribución de Contenidos	40.042	31.699	26,3%
Otros Ingresos	22.690	17.189	32,0%
INGRESOS NETOS	501.701	513.773	(2,3%)

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 416,9 millones de euros frente a los 443,4 millones obtenidos en el mismo periodo de 2018.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha decrecido en el periodo un 5,6%, siendo la cuota de participación de Atresmedia Televisión en dicho mercado del 41,7%.

Dentro del mercado publicitario de televisión caen todos los sectores a excepción de "Telecomunicaciones" y "Distribución".



(*) Cultura, energía, deportes, ocio, turismo etc

Fuentes: Infoadex/ Sectores:Estimaciones internas

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 22,0 millones de euros frente a los 21,5 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2018 lo que supone un incremento del 2,5%.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad digital ha crecido en el periodo un 9,9%.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 40,0 millones de euros frente a los 31,7 millones de euros del acumulado a junio del año anterior, lo que supone un crecimiento del 26,3%.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de series (Atresmedia Studios), la distribución de contenidos en plataformas de pago en mercados de Europa y América, así como la actividad cinematográfica del Grupo (Atresmedia Cine).



Atresmedia Cine ha estrenado durante el primer semestre del año cinco largometrajes: "Gente que viene y bah", "Perdiendo el este", "Taxi a Gibraltar", "Los hermanos Sisters" y "Los Japón". Además ha mantenido en explotación películas como "Tiempo después" y "El Reino". En conjunto representan el 22% de la recaudación del Cine Español en el periodo.



Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 22,7 millones de euros frente a los 17,2 millones de euros del primer semestre de 2018, un crecimiento del 32,0%.



3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de Euros	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
Consumo de programas y otros aprovisionamientos	206.871	242.140	(14,6%)
Gastos de personal	67.417	55.378	21,7%
Otros gastos de explotación	55.847	55.692	0,3%
Costes variables ligados a ventas	76.684	68.394	12,1%
GASTOS DE EXPLOTACION	406.819	421.604	(3,5%)

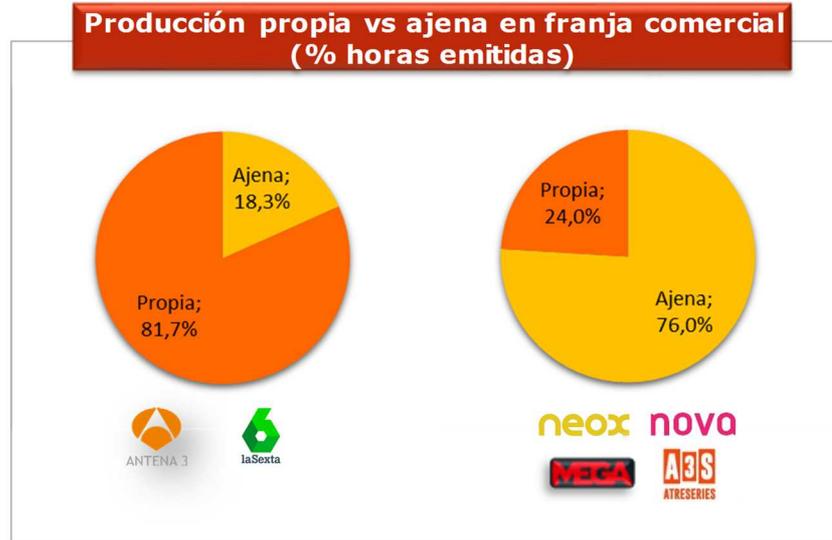
Los gastos de explotación en el acumulado a junio de 2019 han sido de 406,8 millones de euros, lo que supone una reducción del 3,5% respecto a los gastos registrados en el acumulado a junio de 2018. De abril a junio de 2019 los gastos de explotación han disminuido un 3,7%.

Durante el primer semestre los costes en consumo de programas se han reducido al no haber continuado las retransmisiones de la Champions League. Este impacto positivo en gastos no ha afectado a la audiencia, que ha crecido 0,2 puntos en el periodo.

Además, se ha incorporado al Grupo parte del personal encargado de la producción de laSexta que estaba subcontratado, así como el personal responsable de las actividades de IT. Estos movimientos suponen un incremento en los gastos personal y un decremento, mayoritariamente, en el consumo de programas.

Los costes variables ligados a ventas crecen principalmente por la mayor actividad de producción y distribución de contenidos.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, han predominado los contenidos de producción propia (81,7%), mientras que en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (76,0%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2019 es de 94,9 millones de euros, 2,7 millones de euros superior al alcanzado en el primer semestre del año anterior, con un margen sobre ingresos netos del 18,9%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLORACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Audiovisual	94.882	92.169
Margen/Ingresos Netos	18,9%	17,9%

En el segundo trimestre de 2019 el Resultado Bruto de Explotación es de 53,0 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 20,3%.

El Resultado de Explotación (EBIT) acumulado a junio de 2019 alcanza los 86,5 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 17,2%.

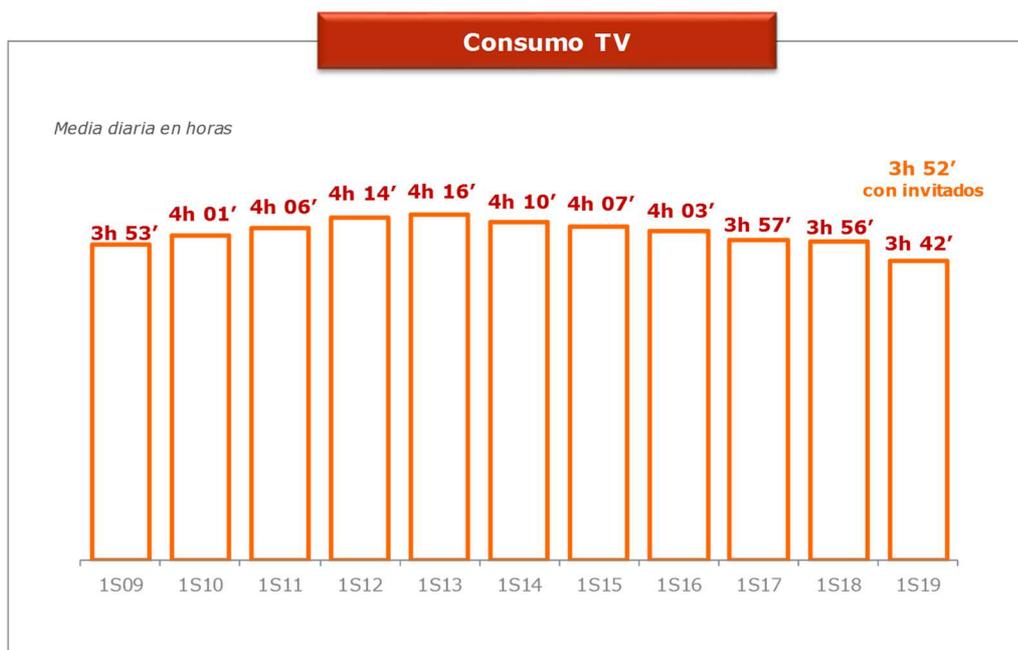
RESULTADO DE EXPLORACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Audiovisual	86.491	83.687
Margen/Ingresos Netos	17,2%	16,3%

3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el primer semestre del año es de 3 horas y 42 minutos, catorce minutos menos que en el mismo periodo del año pasado. Este dato incluye tanto el consumo "lineal" como el "visionado en diferido" (consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional. No contempla consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets).

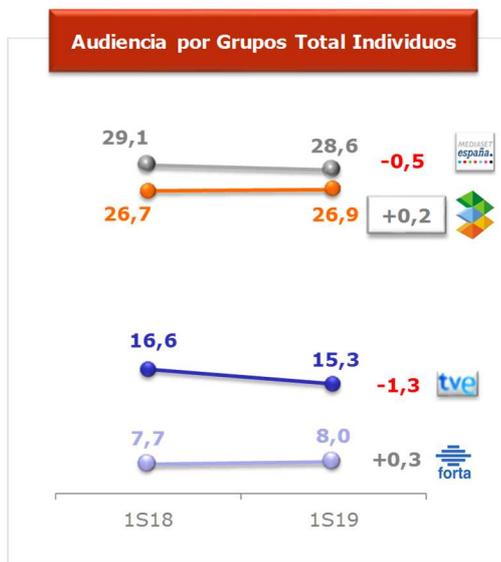
De modo adicional y sin estar incluido en los datos anteriores, el consumo de invitados (espectadores no residentes en el hogar del visionado) es de 10 minutos de media en el primer semestre de 2019.



Fuente: Kantar Media . Las mediciones del visionado en diferido comienzan a partir de febrero de 2015.

3.2.2 Audiencias de Televisión

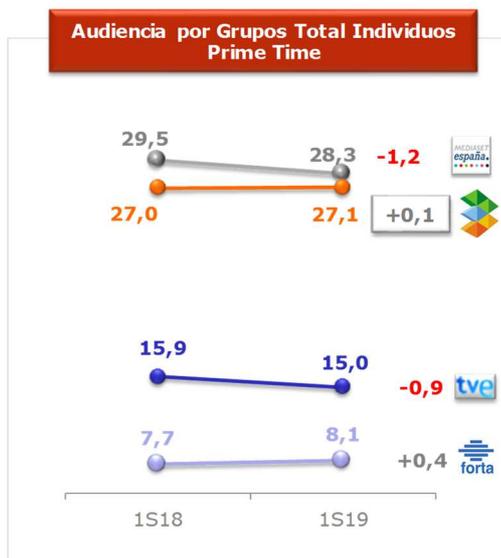
El grupo de canales de Atresmedia Televisión alcanza en el primer semestre de 2019 una cuota de audiencia del 26,9%, mejorando en 0,2 puntos respecto al mismo periodo del año anterior. Este dato se eleva al 28,5% en el target comercial, target más atractivo para los anunciantes, y hasta el 29,6% en la franja del prime time (horario de máxima audiencia) en target comercial, superando en 1 punto a la de su principal competidor, grupo que cuenta con un canal más.



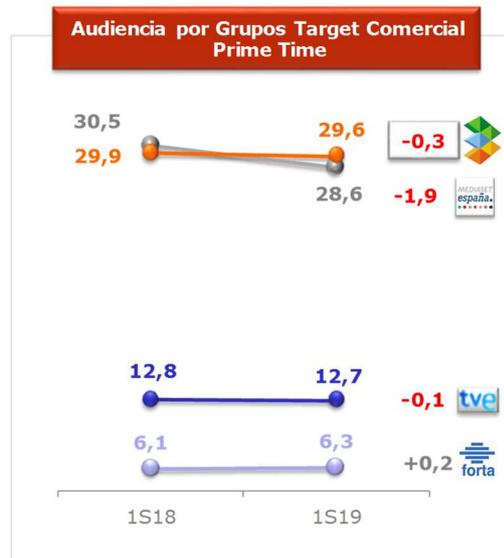
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes



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



Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes Prime Time (20:30-24:00)



El canal **Antena 3** mejora en 0,1 puntos respecto al mismo periodo del año anterior y alcanza una audiencia media en total individuos (total día) del 12,4%, liderando el target comercial en el prime time con un 13,7%, 0,2 puntos más que su principal competidor.

En ficción, "Allí abajo" estrenó con éxito su quinta temporada en marzo y regresó como la serie más vista de ese mes. Los 10 capítulos emitidos en el periodo alcanzaron una audiencia media del 12,5% (1,9 millones de espectadores).

Las series de tira diaria registraron en el semestre magníficos datos en la sobremesa: "Amar es para siempre" (1,4 millones de seguidores y el 12,3% de la audiencia) y en la tarde: "El secreto de Puente Viejo" (1,3 millones de espectadores y el 12,9% de audiencia).

En programas de entretenimiento, mayo fue el estreno de "La Voz Senior", programa de entretenimiento que alcanzó una cuota media de pantalla del 14,5% en sus 8 programas, llegando a 2,0 millones de espectadores como promedio.

A diario, los concursos fueron, una vez más, referente de la programación: "¡Ahora caigo!" cerró con una media de más de 1,4 millones de seguidores (14,6%) y "¡Boom!" registró un espectacular 17,7% (2,2 millones de espectadores).

"El hormiguero 3.0" se sitúa como el entretenimiento diario más visto de la televisión, y líder indiscutible de su franja, con una media de 14,3% de cuota de pantalla y más de 2,6 millones de espectadores.

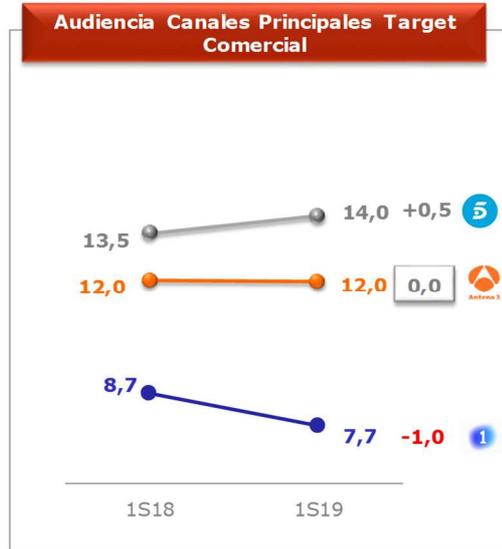
En noticias, hay que resaltar el buen comportamiento de los informativos. Antena 3 lidera el semestre tanto en el global de informativos como en las ediciones de lunes a viernes a las 15.00h (con una cuota del 18,4%, y 2,3 millones de espectadores) y de fin de semana (13,2% y 1,7 millones).

En abril se emitió en Antena 3 y en laSexta "El debate decisivo". Fue el contenido más visto del mes y el programa más visto en tres años, con 9,4 millones de espectadores y una cuota de audiencia del 48,7%.

El cine sigue siendo una apuesta constante en Antena 3. En el prime time del fin de semana, "El Peliculón" fue una de las ofertas más seguidas: las películas que obtuvieron mayor cuota fueron "Objetivo: Londres" (16,8%) y "Villaviciosa de Al Lado" (19,0%).



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes



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



Fuente Kantar Media. Target Comercial: 25-59 años, >10.000 habitantes Prime Time (20:30-24:00)

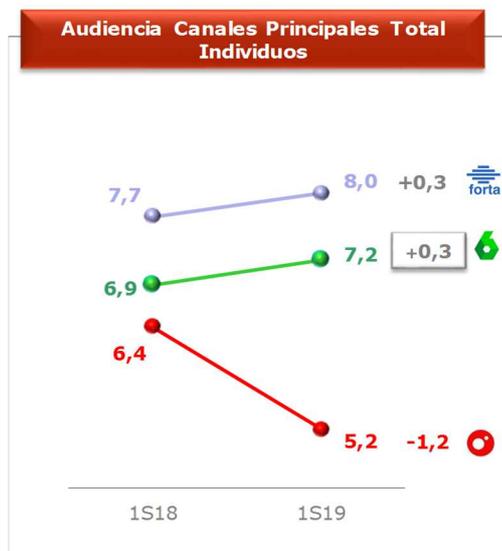
El canal **laSexta** mejora en 0,3 puntos respecto al primer semestre de 2018 registrando una audiencia media en el periodo, en total individuos (total día), de un 7,2% lo que le sitúa 2 puntos por encima de su principal competidor. En el target comercial alcanza un 7,7%, y en el target comercial en la franja prime time, su audiencia media es del 7,8%.

“El Intermedio” se situó un trimestre más como el programa diario más visto de laSexta, alcanzando en el semestre más de 1,6 millones de espectadores (9,3%).

“Al Rojo Vivo” se colocó como el programa de información política líder en su franja, cerrando el semestre con una cuota media de pantalla del 15,5% (922 mil espectadores).

“Salvados”, en la franja estelar de los domingos, captó la atención de 2,3 millones de personas de media, lo que supuso una cuota de pantalla del 12,4%.

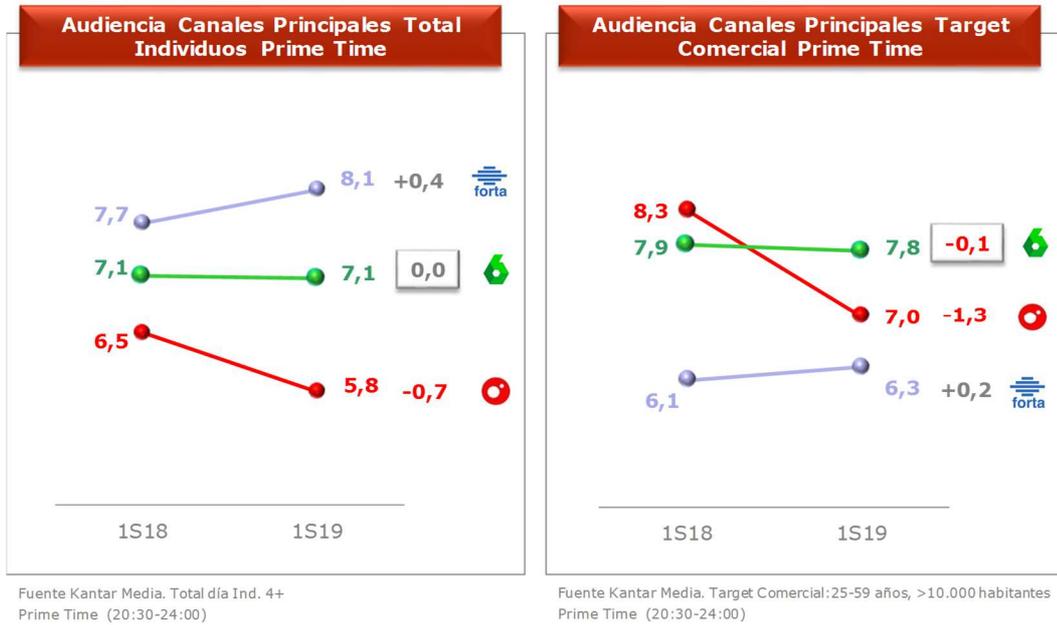
“Arusitys”, programa matinal de la cadena, captó la atención del 10,1% de la audiencia como promedio del semestre.



Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



Fuente Kantar Media. Target Comercial:25-59 años, >10.000 habitantes



La suma de los canales complementarios del Grupo aporta en el primer semestre del año un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,4% llegando hasta el 8,8% en el target comercial.

El canal **Neox** alcanza en el periodo una audiencia en total individuos del 2,5%, porcentaje que aumenta al 3,4% en el target comercial.

El canal **Nova**, cadena temática del grupo con un perfil femenino, registra una audiencia del 2,1% en total individuos siendo del 1,9% en el target comercial.

El canal **Mega**, canal con perfil adulto masculino, alcanza una audiencia media del 1,5%, dato que llega al 2,0% en el target comercial.

El canal **Atreseries** obtiene en el periodo un 1,3% de audiencia en total individuos y un 1,5% en el target comercial.



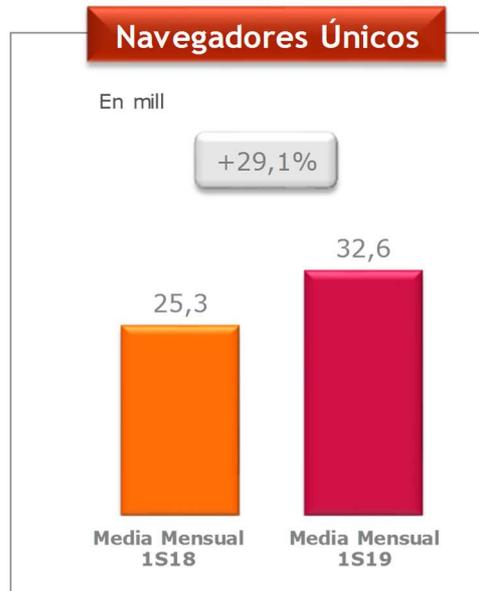
**Audiencia Canales Complementarios
Total Individuos**

		<u>1S19</u>	<u>1S18</u>	<u>Var</u>
	neox nova MEGA ABS ATRESERIES	7,4	7,5	-0,1
	EDP d. E. BE MALD BOING	8,7	8,5	+0,2
	2 clan tdp 24h	5,9	5,9	0,0
Net TV		2,9	2,8	+0,1
Vevo TV		2,8	2,6	+0,2
13TV		2,0	2,0	0,0
Kiss TV		0,8	0,8	0,0
Secuoya		0,4	0,3	+0,1
Real Madrid TV		0,3	0,3	0,0

Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+

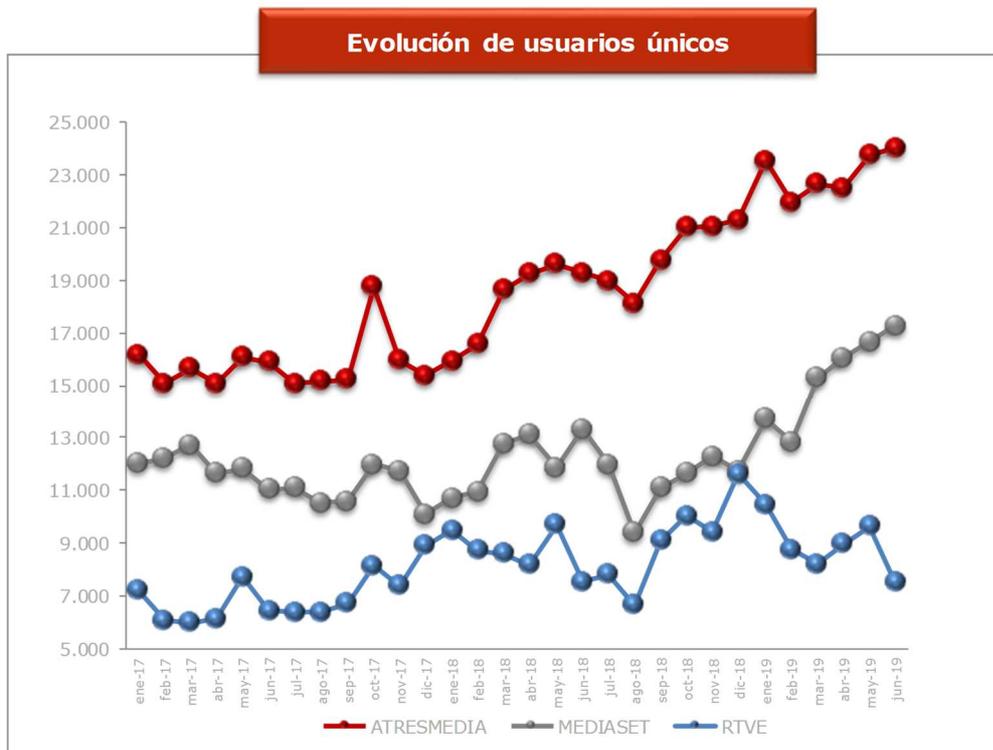
3.2.3 Audiencias de Digital

La audiencia de las páginas webs de Atresmedia (incluido Atresplayer) alcanza, a 30 de junio de 2019, una media mensual de 32,6 millones de navegadores únicos, con un crecimiento del 29,1% respecto a la media mensual a junio de 2018. Destaca especialmente el buen comportamiento de las webs de televisión así como de los contenidos nativos (verticales temáticos).



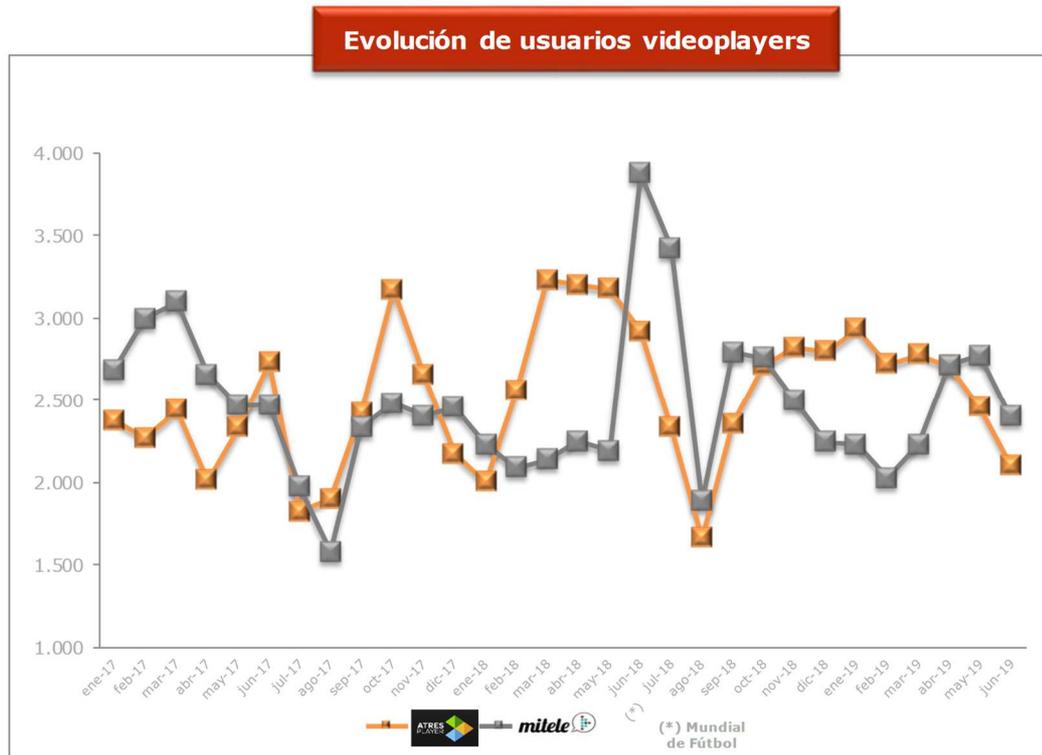
Media Mensual
Fuente: Adobe Analytics

Según los datos publicados por comScore a junio de 2019, Atresmedia se mantiene en el puesto 9 del top 10 de sites más visitados, encadenando diez meses consecutivos entre los diez mejores. Alcanza récord histórico con 24,0 millones de usuarios únicos, y mantiene su liderazgo en el sector audiovisual en internet, con 6,7 millones de usuarios más que Mediaset.



Fuente: comScore

Atresplayer, la plataforma de vídeo online del Grupo, consigue a junio 2,1 millones de usuarios únicos, según comScore, siendo la media del año de 2,6 millones de usuarios. Además, alcanza a junio de 2019 los 6,8 millones de usuarios registrados.



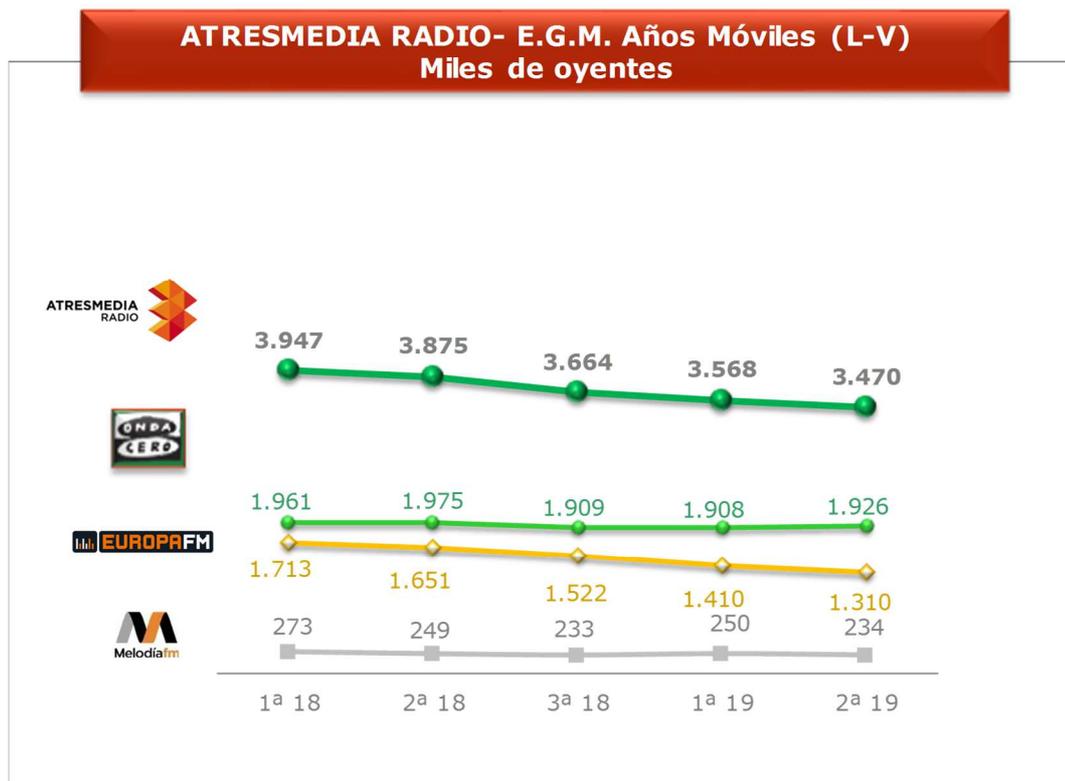
Fuente: comScore

4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha crecido en el primer semestre del año un 2,9%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 2ª ola de 2019) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,5 millones de oyentes. Onda Cero crece un 0,9% respecto a la 1ª ola de 2019 manteniéndose como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. En el ámbito de las radios temáticas, Europa FM registra 1,3 millones de oyentes y Melodía FM 234 mil.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018	Evolución
INGRESOS NETOS	43.290	42.220	2,5%
Gastos de personal	13.037	12.644	3,1%
Otros gastos de explotación	21.365	20.493	4,3%
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	34.402	33.137	3,8%
Resultado bruto de explotación	8.888	9.083	(2,1%)
Amortizaciones y deterioros	1.397	1.100	27,0%
Resultado de explotación	7.491	7.983	(6,2%)

Atresmedia Radio ha alcanzado en el primer semestre del año 2019 unos ingresos netos de 43,3 millones de euros, frente a los 42,2 millones de euros obtenidos en el primer semestre de 2018.





Los gastos de explotación, a 30 de junio de 2019, han sido de 34,4 millones de euros, frente a los 33,1 millones de euros en el acumulado a junio de 2018.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a junio de 2019 es de 8,9 millones de euros, lo que supone un margen sobre ingresos netos del 20,5%.

En el segundo trimestre de 2019 el Resultado Bruto de Explotación es de 5,7 millones de euros, con un margen sobre ingresos netos del 24,2%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Radio	8.888	9.083
Margen/Ingresos Netos	20,5%	21,5%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Jun 2019	Ene-Jun 2018
Radio	7.491	7.983
Margen/Ingresos Netos	17,3%	18,9%