

ATRESMEDIA



RESULTADOS ENERO-MARZO 2020

31 de marzo de 2020



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	22
3.2.1	Consumo de Televisión	22
3.2.2	Audiencias de Televisión	23
3.2.3	Audiencias de Digital	29
4.	RADIO	30
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	30
4.2	Cuenta de Resultados	31
5.	MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO	33



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Audiencia total TV	26,2%	27,7%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	42,2%	42,3%
Oyentes Radio (miles) (1ªOla EGM. Media móvil)	3.345	3.568
Nº de empleados total	2.583	2.378

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Ingresos Netos	223.427	257.519
Resultado Bruto de Explotación	35.926	45.119
Beneficio del Ejercicio	21.703	28.705
Deuda Financiera Neta	177.359	170.939

Atresmedia ha obtenido en el primer trimestre de 2020 un Resultado Bruto de Explotación de 35,9 millones de euros y un Beneficio Consolidado de 21,7 millones de euros.

Atresmedia Televisión ha alcanzado en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 42,2%. En términos de **audiencia** ha registrado una cuota del 26,2%, llegando al 28,1% el prime time en el target comercial, similar a la de su principal competidor.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 11,7% alcanzando en el prime time en el target comercial una audiencia del 13,0%.

El canal laSexta, con una audiencia media del 7,4% se sitúa 1,7 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 7,2% en el acumulado a marzo de 2020, siendo en el target comercial de un 8,1%.



En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a marzo, Atresmedia logra su mejor dato histórico con 29 millones de usuarios únicos, manteniéndose como grupo audiovisual líder en internet, y posicionado en el puesto siete en el ranking de los sitios más visitados de España.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante los tres primeros meses del año representan el 25% de la recaudación del Cine Español.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia superan los 59 millones de abonados, lo que supone 2 millones más que el año anterior, y un incremento del 3,5%.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,3 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (1ª ola de 2020).

1.2 Entorno económico y de mercado

Nos enfrentamos a un año 2020 en el que, por efecto del COVID-19 **la economía global entrará en recesión y destruirá un 3% de su PIB**, según el último informe publicado por el FMI, en abril, con las previsiones de 2020. Eso sí, en 2021 estima un rebote cercano al 6%.

Por regiones, el FMI prevé que la economía de USA se contraerá un 5,9% (+4,7% en 2021), la Eurozona perderá un 7,5% (+4,7% en 2021) y Japón retrocederá un 5,2% (+3% el año que viene).

En el caso de **España, el PIB en 2020 caerá un 8%** pero este organismo estima que la recuperación será más débil que la del resto de países de la zona. En 2021, la economía española, según el FMI, crecerá un 4,3%.

Según el Banco de España, la economía podría caer en torno a un 13% en el peor de los escenarios que contempla: 12 semanas de confinamiento y una recuperación muy gradual a final de año. En este caso, el año 2021 subiría un 8,5%.

Por su parte, el mercado laboral sufrirá de manera directa las consecuencias de la contracción de la economía. El Informe del FMI afirma que, en España, el paro repuntará del 14,1% al 20,8%, bajando al 17,5% en 2021. La caída de la demanda y de la renta de los hogares llevará al IPC a terreno negativo, con un -0,3% este año y un repunte del 0,7% el próximo ejercicio.



El Banco de España estima una tasa de paro del 21,7% y un déficit público del 11% en este ejercicio.

Respecto a la evolución del mercado publicitario, la inversión publicitaria en los medios controlados por Infoadex de enero a marzo de 2020 ha disminuido un 13,2% respecto al mismo período de 2019, afectando a todos los medios. En los mercados en los que opera el Grupo Atresmedia, el medio televisión ha decrecido en un 11,7%, el medio radio en un 17,7% y el medio digital en un 4,3%. La inversión publicitaria se ha visto especialmente perjudicada en el mes de marzo por la crisis del COVID-19, con una caída del 27,8% en el total de medios controlados.

Mercado Publicitario por medios	1T20 vs 1T19	Marzo20 vs Marzo19
Televisión	-11,7%	-23,2%
Radio	-17,7%	-34,6%
Digital	-4,3%	-14,5%
Diarios	-26,3%	-48,2%
Revistas	-13,4%	-15,8%
Exterior	-18,6%	-52,1%
Dominicales	-16,7%	-43,5%
Cine	-26,3%	-76,0%
TOTAL MEDIOS	-13,2%	-27,8%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	223.427	257.519	(13,2%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	187.501	212.399	(11,7%)
Resultado bruto de explotación	35.926	45.119	(20,4%)
Amortización del inmovilizado	4.710	4.892	(3,7%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(1)	(36)	(96,5%)
Beneficio de explotación	31.217	40.263	(22,5%)
Resultado financiero	(1.742)	(1.821)	4,3%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	431	(554)	n/a
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	29.906	37.888	(21,1%)
Impuesto sobre sociedades	8.232	9.219	(10,7%)
Beneficio del ejercicio	21.674	28.669	(24,4%)
Resultado atribuido a socios externos	29	36	(19,8%)
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	21.703	28.705	(24,4%)

Nota: Cifras acumuladas a marzo no auditadas



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a marzo de 2020 alcanzan los 223,4 millones de euros, frente a los 257,5 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
Audiovisual	210.380	240.526	(12,5%)
Radio	15.916	19.970	(20,3%)
Eliminaciones	(2.868)	(2.978)	
ATRESMEDIA	223.427	257.519	(13,2%)

El mercado publicitario de medios controlados por Infoadex ha decrecido en el periodo enero a marzo de 2020 un 13,2%, siendo la caída en el mes de marzo de un 27,8%.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a marzo de 2020 disminuyen un 11,7% respecto al acumulado a marzo del año anterior.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
Audiovisual	174.618	198.641	(12,1%)
Radio	15.752	16.737	(5,9%)
Eliminaciones	(2.868)	(2.978)	
ATRESMEDIA	187.501	212.399	(11,7%)



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
Consumo de programas	86.764	103.406	(16,1%)
Gastos de Personal	41.599	38.656	7,6%
Otros gastos operativos	36.004	40.759	(11,7%)
Costes variables ligados a ventas	26.003	32.557	(20,1%)
Eliminaciones	(2.868)	(2.978)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	187.501	212.399	(11,7%)

Durante el primer trimestre del ejercicio se ha establecido un plan de ahorro, tanto en consumo de programas como en otros gastos operativos, de cara a minimizar la caída del mercado publicitario, especialmente acentuada en el mes de marzo con la crisis global del COVID-19, sin que esto haya afectado a la posición competitiva del Grupo.

El incremento en gastos de personal se debe en parte a la incorporación al Grupo, desde el segundo trimestre de 2019, del personal responsable de las actividades de IT, lo cual supone un decremento en otros gastos operativos, y en parte, a un incremento de contrataciones relacionadas con una mayor producción de contenidos para terceros a través de Atresmedia Studios.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a marzo de 2020 ha sido de 35,9 millones de euros lo que supone un margen sobre ingresos netos del 16,1%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Audiovisual	35.762	41.886
Margen/Ingresos Netos	17,0%	17,4%
Radio	164	3.234
Margen/Ingresos Netos	1,0%	16,2%
TOTAL ATRESMEDIA	35.926	45.119
Margen/Ingresos Netos	16,1%	17,5%



El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a marzo de 2020 ha sido de 31,2 millones de euros frente a los 40,3 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Audiovisual	31.736	37.730
Margen/Ingresos Netos	15,1%	15,7%
Radio	(519)	2.534
Margen/Ingresos Netos	(3,3%)	12,7%
TOTAL ATRESMEDIA	31.217	40.263
Margen/Ingresos Netos	14,0%	15,6%

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a marzo de 2020 es negativo por importe de 1,7 millones de euros, mejorando con respecto al acumulado a marzo de 2019 por una menor deuda media.

El Resultado antes de impuestos en el primer trimestre del año ha sido de 29,9 millones de euros frente a los 37,9 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado del acumulado a marzo de 2020 es de 21,7 millones de euros.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	31 Marzo 2020	31 Diciembre 2019
ACTIVO		
Fondo de comercio	163.223	163.223
Otros activos intangibles	118.301	119.970
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	108.880	98.221
Activos por impuesto diferido	199.901	201.527
ACTIVOS NO CORRIENTES	590.305	582.942
Derechos de programas y existencias	318.774	321.082
Deudores comerciales y otros deudores	221.474	245.124
Otros activos corrientes	25.832	28.585
Activo por impuesto corriente	15.550	18.884
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	172.700	85.831
ACTIVOS CORRIENTES	754.330	699.506
TOTAL ACTIVO	1.344.636	1.282.448
PASIVO		
Capital social	169.300	169.300
Prima de emisión	38.304	38.304
Reservas legal y estatutaria	42.475	42.475
Ganancias acumuladas	258.540	237.047
Acciones propias	(6.168)	(7.489)
Dividendos a cuenta	(45.012)	(45.012)
Otros instrumentos de patrimonio	0	1.355
Ajustes por cambios de valor y otros	7.754	2.180
PATRIMONIO NETO	465.194	438.160
Obligaciones y bonos	182.548	178.030
Deudas con entidades de crédito	86.156	103.516
Otros pasivos no corrientes	44.091	44.272
Pasivos por impuestos diferidos	31.978	32.183
PASIVOS NO CORRIENTES	344.772	358.001
Obligaciones y bonos	1.936	4.046
Deudas con entidades de crédito	98.247	8.676
Acreedores comerciales y otros acreedores	341.750	381.773
Otros pasivos corrientes	83.941	91.791
Pasivos por impuesto corriente	8.796	0
PASIVOS CORRIENTES	534.669	486.287
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.344.636	1.282.448

Nota: Cifras acumuladas a marzo no auditadas



La deuda financiera neta del Grupo es de 177,4 millones de euros frente a los 193,0 millones de euros a diciembre de 2019, lo que supone una reducción de 15,6 millones de euros. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses) es del 1,01.

En noviembre de 2019 la CNMC resolvió un expediente contra Atresmedia y Mediaset España, obligando al cese de determinadas prácticas comerciales consideradas anticompetitivas. Además impuso sanciones económicas que en el caso de Atresmedia ascendieron a 38,2 millones de euros. Dicha resolución fue impugnada y el recurso fue admitido a trámite. Adicionalmente, se solicitó su suspensión cautelar. Ambos recursos están pendientes de resolución. Se considera que es probable obtener una resolución favorable a los intereses de Atresmedia.

El Consejo de Administración celebrado el 23 de abril de 2020, aplicando criterios de prudencia, decidió retirar la propuesta de aplicación del resultado del orden del día de la Junta General Ordinaria de Accionistas del día 29 de abril con base en el deterioro del mercado de la publicidad en todos los soportes que la crisis sanitaria del COVID-19 ha producido. Esta propuesta contenía la convalidación de dividendo a cuenta de 20 céntimos de euro por acción pagado en diciembre y la distribución de un dividendo complementario de 25 céntimos de euro por acción. Dentro de los plazos legalmente previstos se convocará una nueva Junta General para aprobar la aplicación de resultado del ejercicio 2019.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de marzo de 2020 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 22,1 millones de euros.

Miles de euros	31 Marzo 2020	31 Marzo 2019
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	29.906	37.888
Ajustes del resultado:	9.661	6.442
- Amortizaciones	4.710	4.892
- Provisiones y otros	3.209	(271)
- Resultados Financieros	1.742	1.821
Cambios en el capital circulante	(20.887)	24.397
Efectivo generado por las operaciones	18.680	68.727
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	3.405	2
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	22.085	68.729
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(5.989)	(9.076)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(553)	(1.676)
Activos fijos materiales e intangibles	(3.349)	(2.867)
Inversión en Cine Español	(2.086)	(4.534)
Desinversiones y anticipos por ventas de activos	2.785	3.395
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(3.204)	(5.681)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Pagos por arrendamientos	(385)	
Resultados financieros cobrados (pagados)	(2.718)	(3.074)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	(126)	(0)
Deuda financiera	71.218	(11.397)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	67.989	(14.471)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	86.869	48.575
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	85.831	85.626
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	172.700	134.201

Nota: Cifras acumuladas a marzo no auditadas



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el primer trimestre de 2020 en 2,50 €/acción, un 28,2% por debajo del valor de cierre del año 2019, que fue 3,482 €/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el trimestre en 6.785,40 puntos, lo que supone una caída del 28,9% respecto al cierre del ejercicio anterior.



Evolución de la cotización de Atresmedia en el primer trimestre de 2020 y su comparación con el Ibex 35.

Variables Bursátiles	Ene-Mar 2020
Cotización a 31/03/2020 (€)	2,500
Máximo (€)	3,51
Mínimo (€)	2,492
Precio Medio Ponderado (€)	3,059
Volumen medio diario (accs.)	647.734
Volumen medio diario (miles de €)	1.981
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Net Station



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de trimestre, contamos con la opinión y recomendación de 21 analistas. De éstos, el 24% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 38% recomiendan Mantener, mientras que un 38% mantienen su recomendación de Vender. El Precio Objetivo medio a cierre del periodo es de 3,38 €/acción.

Durante el primer trimestre de 2020, el departamento de Relación con Inversores participó en 3 conferencias y roadshows: dos de ellas en Madrid y una en Lyon.

El total de contactos presenciales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y reuniones en nuestras oficinas), fue de alrededor de 25. Adicionalmente, el departamento de RI mantuvo unas 37 conference calls con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios. La actividad del departamento, en este trimestre, ha sido menor de lo habitual, por la crisis del COVID-19; muchos de los eventos previstos fueron cancelados por esta causa.

2.5 Responsabilidad corporativa

El primer trimestre de 2020 ha estado marcado en el ámbito corporativo por la elaboración del Estado de Información no Financiera (EINF) integrado en el Informe de Gestión Consolidado de la Compañía, que recoge todos los avances sociales, medioambientales y de buen gobierno, así como los relativos a empleados y derechos humanos, llevados a cabo en 2019 por el Grupo.

Por lo que se refiere a la gestión de los recursos humanos, y como respuesta interna a la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, Atresmedia ha seguido todas las indicaciones de las autoridades sanitarias, implantando las medidas necesarias para garantizar la seguridad laboral de sus empleados y apostando por la modalidad de teletrabajo para un 75% de la plantilla.

En la dimensión social, y como respuesta externa a la pandemia provocada por el COVID-19, Atresmedia está apoyando la iniciativa "Cruz Roja Responde", un plan integral puesto en marcha por Cruz Roja Española para atender las necesidades sanitarias, sociales, educativas o de empleabilidad de más de un millón de personas afectadas.

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



- “Ponle Freno” convocó la edición 2020 de sus premios para reconocer entidades y personas que trabajan por la mejora de la Seguridad Vial.
- “Objetivo Bienestar” convocó sus octavos premios dirigidos a los centros escolares que promuevan iniciativas saludables entre sus alumnos.
- “Constantes y Vitales” lanzó una nueva campaña para reconocer la labor de los científicos españoles y dar a conocer sus logros.
- “Levanta la Cabeza” ha comenzado en centros escolares el proyecto “sin verificar, no compartas”, para transmitir a los jóvenes la necesidad de cuestionar la información y enseñarles a usar herramientas para comprobar su veracidad, a través de talleres prácticos.
- Finalmente, Antena 3 Noticias ha renovado su compromiso para seguir combatiendo la violencia de género a través de la iniciativa “Contra el maltrato: Tolerancia Cero”.

Respecto al programa de voluntariado corporativo, para dar respuesta a las necesidades sociales generadas por el COVID-19, el Grupo ha puesto en marcha el proyecto de voluntariado online “Aislados, pero no solos” para acompañar telefónicamente a personas mayores y a personas con discapacidad, y para escribir cartas de ánimo a personas hospitalizadas.

La Fundación Atresmedia sigue trabajando por la mejora educativa y por ello un año más celebró con éxito de participación su evento “Grandes Profes”. Además, lanzó la séptima edición de sus premios “Grandes Iniciativas” dirigidos a impulsar la calidad educativa mediante la difusión y el reconocimiento de iniciativas inspiradoras, innovadoras y de gran impacto, llevadas a cabo por profesores o centros educativos.

En cuanto a la dimensión medioambiental, Atresmedia está poniendo en marcha las acciones definidas en la estrategia medioambiental 2019. El Grupo ha iniciado la contratación del 100% de energía de fuentes renovables y el estudio del establecimiento de objetivos de reducción de emisiones para 2030. Además, a través de la iniciativa “Hazte Eco”, un año más apoyó la campaña de WWF “La Hora del Planeta”.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	210.380	240.526	(12,5%)
GASTOS DE EXPLOTACION	174.618	198.641	(12,1%)
Resultado bruto de explotación	35.762	41.886	(14,6%)
Amortizaciones y deterioros	4.026	4.156	(3,1%)
Resultado de explotación	31.736	37.730	(15,9%)

3.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a marzo de 2020 ascienden a 210,4 millones de euros frente a los 240,5 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Miles de Euros	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
Publicidad Televisión	180.103	201.884	(10,8%)
Publicidad Digital	9.544	9.377	1,8%
Producción y Distribución de Contenidos	14.209	21.731	(34,6%)
Otros Ingresos	6.524	7.535	(13,4%)
INGRESOS NETOS	210.380	240.526	(12,5%)

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 180,1 millones de euros frente a los 201,9 millones obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha decrecido en el periodo un 11,7%.

Se ha producido una caída generalizada de todos los sectores. En el mes de marzo la inversión publicitaria en este medio ha disminuido un 23,2%.



Fuentes: Infoadex / Sectores: Estimaciones internas

Debe recordarse que, de acuerdo con la resolución de la CNMC de noviembre de 2019, Atresmedia no tiene permitido aplicar descuentos por volumen a sus clientes de publicidad. Este cambio no tiene impacto en la evolución de los ingresos netos reportados pero sí que afecta a la comparación interanual de las ventas brutas de publicidad publicadas por fuentes terceras.

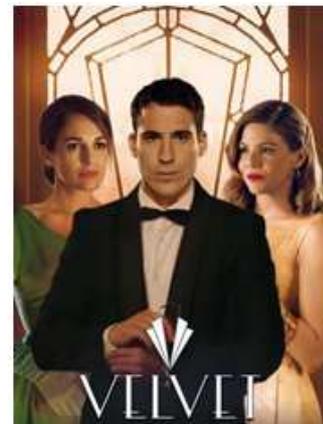
Según estimaciones internas, la cuota de participación de Atresmedia Televisión en el trimestre es de un 42,2% frente al 42,3% del año anterior.



Los ingresos de publicidad digital ascienden a 9,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 1,8% frente a los obtenidos en el acumulado a marzo de 2019. Según Infoadex, el mercado de la publicidad digital ha decrecido en el periodo un 4,3%, siendo en el mes de marzo dicha caída del 14,5%.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 14,2 millones de euros frente a los 21,7 millones de euros del acumulado a marzo del año anterior. Esta diferencia se debe al distinto calendario de ventas a terceros de Atresmedia Studios.

Estos ingresos incluyen, entre otros, la producción y venta nacional e internacional de series (Atresmedia Studios), los derivados de nuestra oferta de vídeo bajo demanda de pago (Atresplayer Premium), la producción y distribución de canales para plataformas de pago en mercados de Europa y América (Atresmedia Internacional), así como la actividad cinematográfica del Grupo (Atresmedia Cine).



Atresmedia Cine ha estrenado durante el primer trimestre del año dos largometrajes: "Malasaña 32" y "Hasta que la boda nos separe", ambas posicionadas dentro de las películas españolas más taquilleras en lo que va de año. Además ha mantenido en explotación películas como "Legado en los huesos". En conjunto representan el 25% de la recaudación del Cine Español en el periodo.



Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 6,5 millones de euros frente a los 7,5 millones de euros del acumulado a marzo de 2019.

3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de Euros	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
Consumo de programas	86.764	103.406	(16,1%)
Gastos de personal	35.185	32.178	9,3%
Otros gastos operativos	26.665	30.500	(12,6%)
Costes variables ligados a ventas	26.003	32.557	(20,1%)
GASTOS DE EXPLOTACION	174.618	198.641	(12,1%)

Los gastos de explotación en el acumulado a marzo de 2020 han sido de 174,6 millones de euros, lo que supone una reducción de 12,1% respecto a los gastos registrados en el acumulado a marzo de 2019.

Para adaptarse a la caída del mercado publicitario, particularmente afectada en marzo, con la crisis del COVID-19, se ha puesto en marcha un plan de ahorro tanto en consumo de programas como en otros gastos operativos, sin que esto haya afectado a la posición competitiva del Grupo.



El incremento en gastos de personal se debe en parte a la incorporación al Grupo, desde el segundo trimestre de 2019, del personal responsable de las actividades de IT, lo cual supone un decremento en otros gastos operativos, y en parte, a un incremento de contrataciones relacionado con una mayor producción de contenidos para terceros a través de Atresmedia Studios.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, ha predominado la producción propia (83,2%), mientras que en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (79,6%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a marzo de 2020 es de 35,8 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 17,0%.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Audiovisual	35.762	41.886
Margen/Ingresos Netos	17,0%	17,4%



El Resultado de Explotación (EBIT) acumulado a marzo de 2020 alcanza los 31,7 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 15,1%.

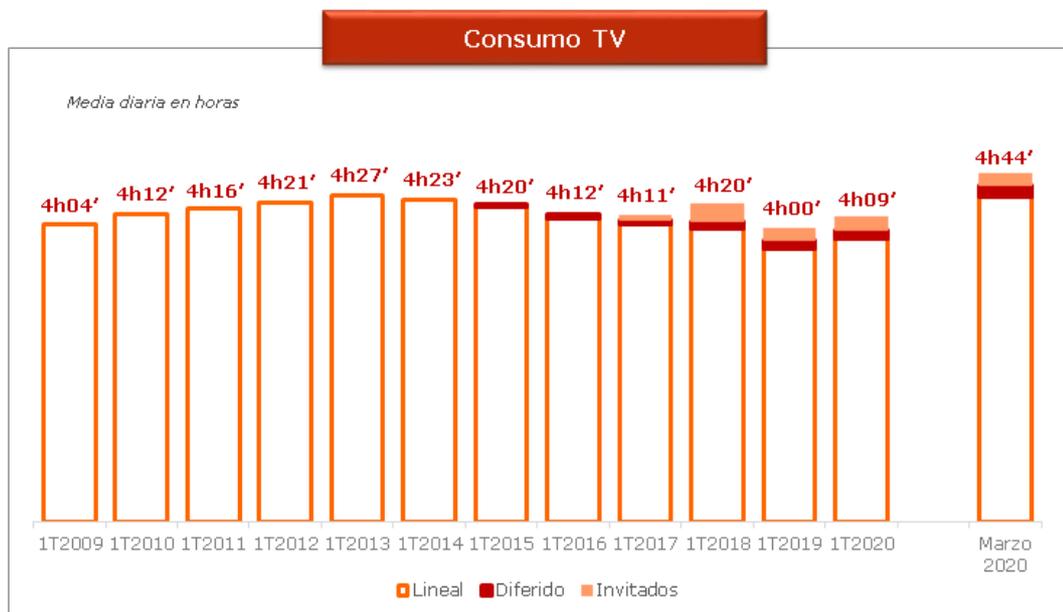
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Audiovisual	31.736	37.730
Margen/Ingresos Netos	15,1%	15,7%



3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el primer trimestre de 2020 es de 4 horas y 9 minutos, nueve minutos más que en el mismo periodo del año pasado. Este dato incluye el consumo lineal, el visionado en diferido y el consumo de invitados.



Fuente: Kantar Media

Diferido: consumos realizados en televisores conectados durante los siete días siguientes a la emisión convencional, sin incluir consumos en otro tipo de dispositivos como ordenadores o tablets.

Invitados: espectadores no residentes en el hogar del visionado.

El mes de marzo de este año, como consecuencia del inicio del estado de alarma por la epidemia COVID-19, ha sido el de mayor consumo de televisión de la historia, con 4 horas y 44 minutos de media diaria, un crecimiento del 21,9% respecto marzo de 2019. En este mes de marzo de 2020 33,4 millones de personas contactaron diariamente con el medio televisivo.

En este contexto de crecimiento de consumo, Atresmedia Televisión se alza como el grupo informativo de referencia ya que tanto A3 Noticias como La Sexta Noticias marcaron récords en el mes consiguiendo los mejores datos mensuales de los últimos once años.



3.2.2 Audiencias de Televisión

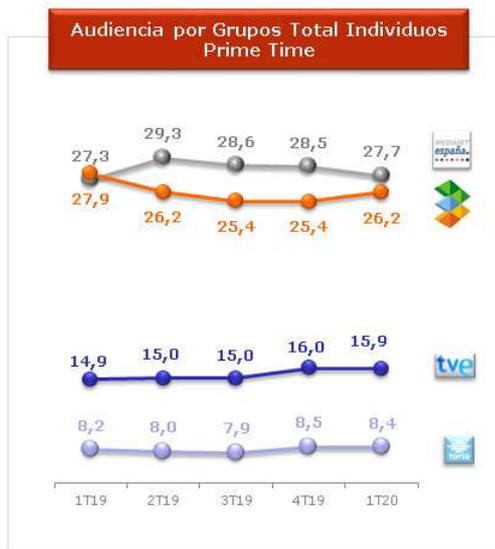
El grupo de canales de Atresmedia Televisión registra una cuota de audiencia del 26,2% en el primer trimestre de 2020. Este dato se eleva al 27,6% en el target comercial, el más atractivo para los anunciantes, y hasta el 28,1% en este target en la franja del prime time (horario de máxima audiencia), compartiendo liderazgo con Mediaset España.



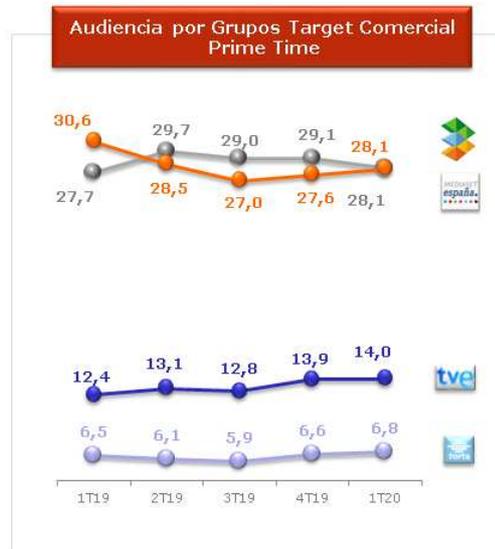
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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** alcanzó una audiencia media en total individuos (total día) del 11,7%, cifra que subió en el prime time en el target comercial hasta el 13,0%.

En programas de entretenimiento, **"Tu cara me suena"** ha sido el programa estrella de los viernes. La cuota de audiencia media del trimestre subió hasta el 20,2% y rozó los 2,7 millones de espectadores.

Los especiales 30 aniversario de **"¿Quién quiere ser millonario?"** lideraron su franja los miércoles con casi 2 millones de espectadores y un 16,2%.

A diario, los concursos fueron, un trimestre más, referente de la programación: **"¡Ahora caigo!"** cerró con una media de casi de 1,4 millones de seguidores (12,0%) y **"¡Boom!"** más de 2 millones y un 14,4%.

"El hormiguero 3.0" se sitúa como el entretenimiento diario más visto de la televisión, y líder de su franja, con una media de 14,5% de cuota de pantalla y casi 2,6 millones de espectadores.

En informativos, Antena 3 Noticias se mantiene como los informativos líderes con una media en sus ediciones de cerca de 2,3 millones de espectadores y el 15,3% de cuota. **Antena 3 Noticias 1** en la edición de lunes a viernes, con un 18,1% y más de 2,4 millones de espectadores, es el informativo líder de la sobremesa durante 26 meses consecutivos, además de ser la edición de mayor cuota de la televisión.

En cuanto a ficción, las series de tira diaria registraron, un trimestre más, magníficos datos en la sobremesa: **"Amar es para siempre"** (1,3 millones de seguidores y el 11,1% de la audiencia) y en la tarde **"El secreto de Puente Viejo"** (1 millón de espectadores y el 9,5% de audiencia).

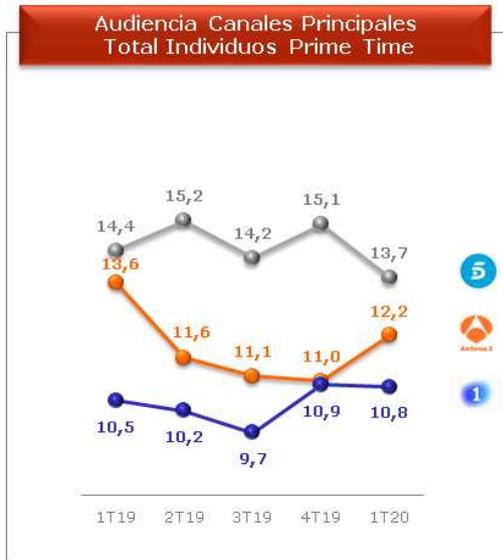
El cine sigue siendo una apuesta constante en Antena 3. En el prime time del fin de semana, "El Peliculón" fue una de las ofertas más seguidas siendo **"El mejor verano de tu vida"** (3,0 millones de espectadores y 18,3%) la película más vista.



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 0,1 puntos respecto al primer trimestre de 2019 registrando una audiencia media en el periodo, en total individuos (total día), de un 7,4% lo que le sitúa 1,7 puntos por encima de su principal competidor. En el target comercial, en el prime time, su audiencia es del 7,8%.

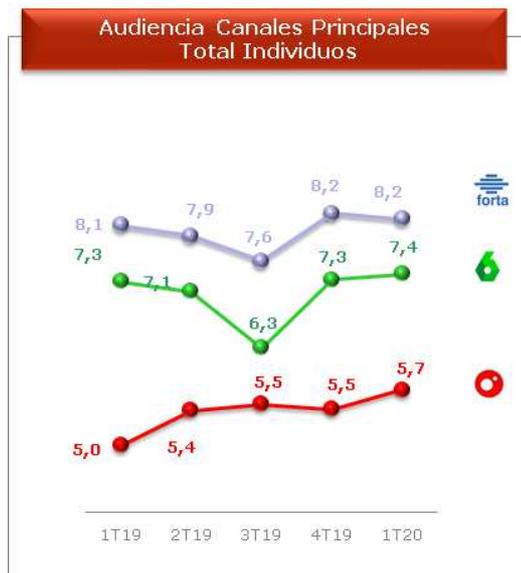
“El Intermedio” se situó un trimestre más como el programa diario más visto de laSexta con casi 1,5 millones de espectadores (8,5%).

“La Sexta Noticias”, en la media de todas sus ediciones asciende al 11,3% y más de 1,4 millones de telespectadores, sus mejores datos históricos. Destaca la edición de sobremesa de lunes a viernes, con más de 1,6 millones y el 13,3% de cuota, como la edición con más audiencia de la cadena.

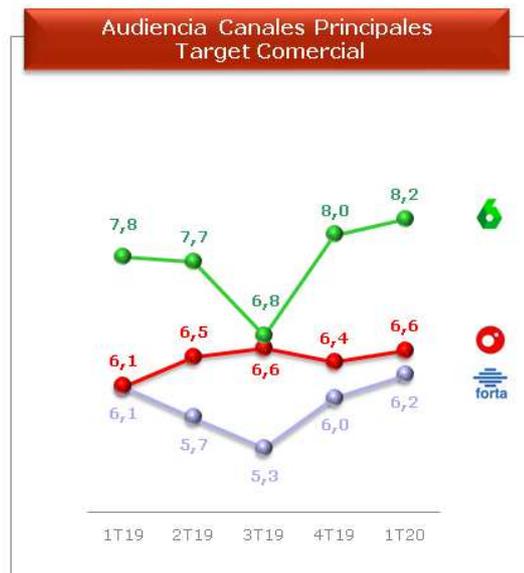
“Al Rojo Vivo” cierra con una cuota media de pantalla del 15,4% y por primera vez más de 1 millón de espectadores, en el trimestre más visto de su historia.

“Más vale tarde”, con un 8,1% y 0,9 millones de espectadores es el programa vespertino de actualidad más visto.

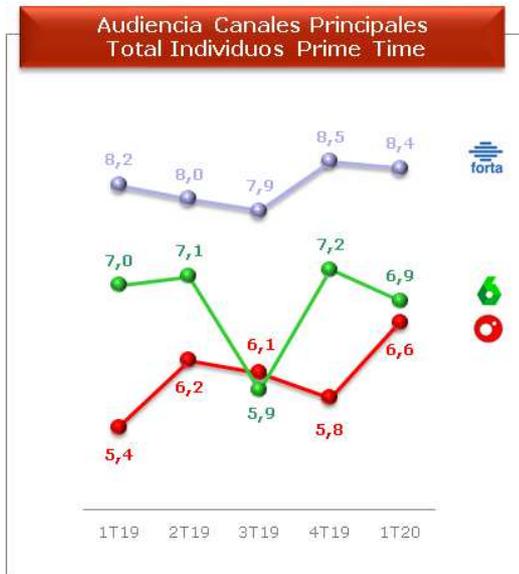
El estreno de **“Lo de Évole”**, en la franja estelar de los domingos, captó la atención de 1,8 millones de personas de media, lo que supuso una cuota de pantalla del 9,8%. Es el contenido más visto de la cadena este trimestre.



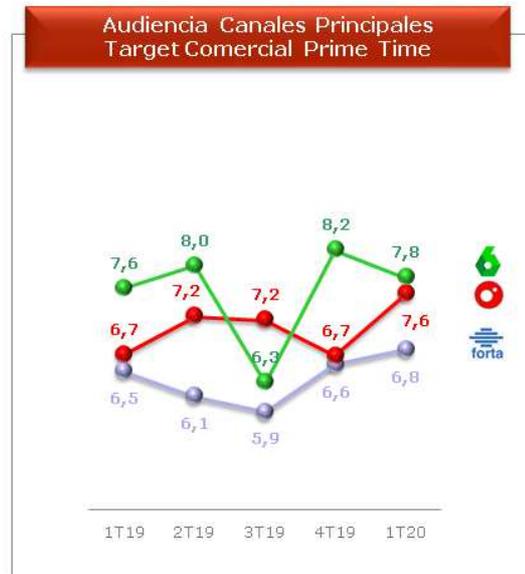
Fuente Kantar Media: Total día Ind. 4+



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)

La suma de los canales complementarios del Grupo aporta en el año un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,2% llegando hasta el 8,1% en el target comercial.

El canal **Neox** alcanza en el periodo una audiencia en total individuos del 2,0%, porcentaje que aumenta al 2,7% en el target comercial.

El canal **Nova** registra una audiencia del 2,2% en total individuos, situándose líder como cadena temática con perfil femenino.

El canal **Mega**, canal con perfil adulto masculino, alcanza una audiencia media del 1,5%, dato que llega al 1,8% en el target comercial.

El canal **Atreseries** obtiene en el periodo un 1,5% de audiencia en total individuos y un 1,7% en el target comercial.



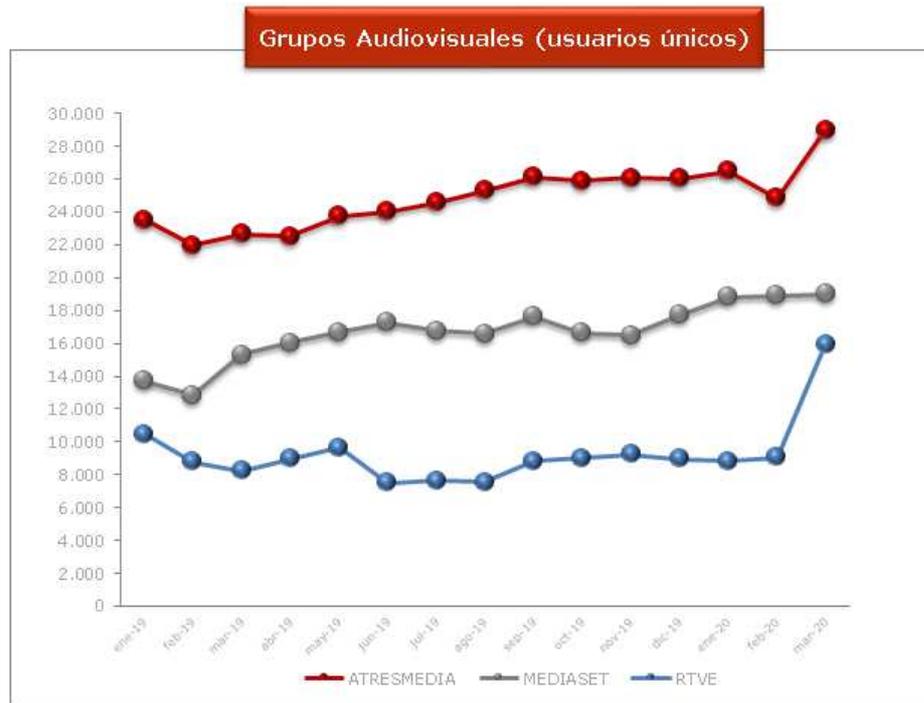
Audiencia Canales Complementarios
Total Individuos

		<u>1T20</u>	<u>1T19</u>	<u>Var</u>
	neox nova MEGA A3S ATRESERIES	7,2	7,3	-0,1
	FDF d. E. BE MADRID Boing	8,2	8,5	-0,3
	2 clan tdp 24h	6,2	5,8	0,4
Net TV		2,6	2,8	-0,2
Vevo TV		2,5	2,7	-0,2
13TV		2,2	2,0	0,2
Kiss TV		0,9	0,8	0,1
Secuoya		0,4	0,4	0,0
Real Madrid TV		0,3	0,3	0,0

Fuente Kantar Media, Total día Ind. 4+

3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore a marzo de 2020, Atresmedia logra el mejor dato de su historia con 29 millones de usuarios únicos manteniéndose como grupo audiovisual líder en internet, con 10 millones de usuarios más que Mediaset. En el ranking general se posiciona en el puesto 7 del top 10 de sites más visitados.



Fuente: comScore

La plataforma de vídeo online del Grupo, Atresplayer, ha conseguido, según comScore, 3,3 millones de usuarios únicos, imponiéndose a la plataforma de su principal competidor. Alcanza, además, a 31 de marzo de 2020, los 7,8 millones de usuarios registrados.

La plataforma de pago Atresplayer Premium registra, a 31 de marzo de 2020, un total de 235 mil suscriptores.

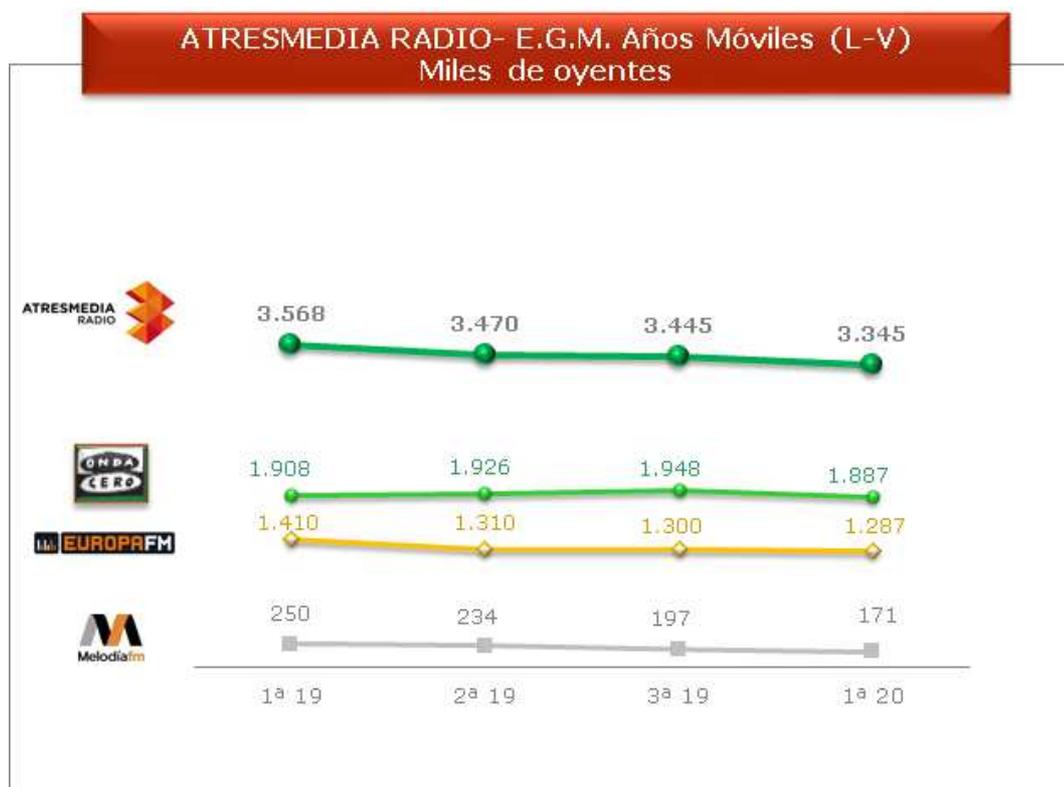


4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha decrecido en el primer trimestre del año un 17,7%, siendo la caída en el mes de marzo de un 34,6%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 1ª ola de 2020) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,3 millones de oyentes. Onda Cero con 1,9 millones de oyentes se mantiene 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 171 mil.

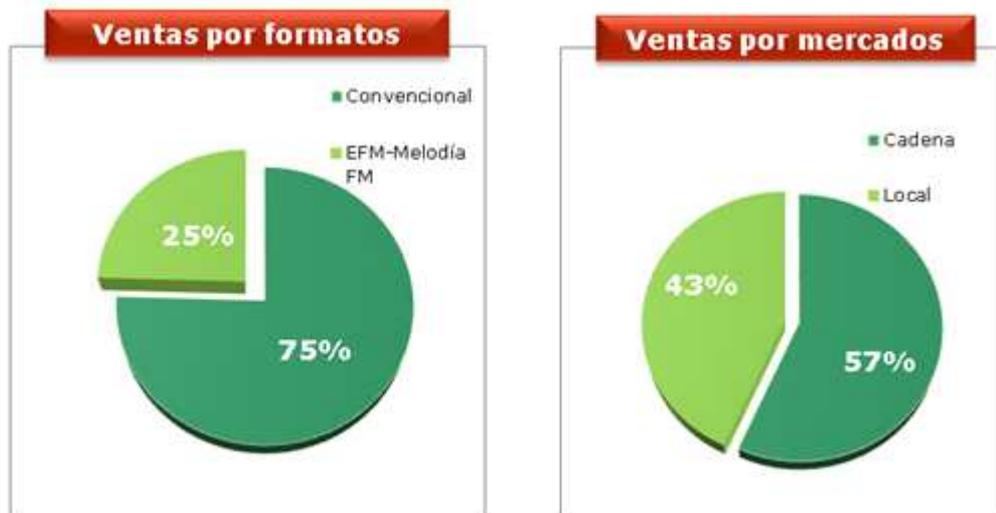


Fuente: EGM , Años Móviles, Lunes a Viernes.

4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	15.916	19.970	(20,3%)
Gastos de personal	6.414	6.478	(1,0%)
Otros gastos operativos	9.338	10.259	(9,0%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	15.752	16.737	(5,9%)
Resultado bruto de explotación	164	3.234	(94,9%)
Amortizaciones y deterioros	683	700	(2,4%)
Resultado de explotación	(519)	2.534	n/a

Atresmedia Radio ha alcanzado en el primer trimestre del año 2020 unos ingresos netos de 15,9 millones de euros, frente a los 20,0 millones de euros obtenidos en el primer trimestre de 2019.





Los gastos de explotación, a 31 de marzo de 2020, han sido de 15,8 millones de euros, frente a los 16,7 millones de euros en el acumulado a marzo de 2020, lo que supone un descenso del 5,9%.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en el acumulado a marzo de 2020 es de 0,2 millones de euros.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Radio	164	3.234
Margen/Ingresos Netos	1,0%	16,2%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Mar 2020	Ene-Mar 2019
Radio	(519)	2.534
Margen/Ingresos Netos	-3,3%	12,7%



5. MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO

Para cumplir con las Directrices del ESMA (European Securities Market Authority) sobre Medidas Alternativas de Rendimiento (en lo sucesivo, "MARs"), el Grupo presenta esta información adicional con el fin de favorecer la comparabilidad, fiabilidad y comprensión de su información financiera.

El Grupo presenta sus resultados de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable (NIIF-UE), no obstante, los Administradores consideran que ciertas MARs proporcionan información financiera adicional útil que debería ser considerada a la hora de evaluar su rendimiento. Los Administradores y la Dirección pueden utilizar adicionalmente estas MARs en la toma de decisiones financieras, operativas y de planificación, así como para evaluar el rendimiento del Grupo. El Grupo proporciona aquellas MARs consideradas apropiadas y útiles para la toma de decisiones de los usuarios.

Ingresos netos: Se calcula como la suma del Importe neto de la cifra de negocios y de Otros ingresos de explotación.

Miles de euros	1T20	1T19
Importe neto de la cifra de negocios	207.889	238.955
Otros ingresos de explotación	15.538	18.564
Ingresos netos	223.427	257.519

Gastos de explotación: Se calcula como la suma de los Consumos de programas y otros aprovisionamientos, Gastos de personal y Otros gastos de explotación.

Miles de euros	1T20	1T19
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	91.900	115.750
Gastos de personal	41.599	38.656
Otros gastos de explotación	54.003	57.994
Gastos de explotación	187.501	212.399



Resultado bruto de explotación (EBITDA): (“Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization”) es el Resultado de explotación más las Amortizaciones de inmovilizado y los Deterioros y enajenaciones de inmovilizado.

Miles de euros	1T20	1T19
Resultado de explotación	31.217	40.263
Amortización del inmovilizado	4.710	4.892
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	(1)	(36)
EBITDA	35.926	45.119

Resultado Financiero: representa la cifra neta resultante de sumar los gastos e ingresos financieros (Resultado financiero) más el Resultado neto por variaciones de valor de instrumentos financieros a valor razonable más las Diferencias de cambio.

Resultado neto de participaciones en otras entidades: representa la cifra neta resultante del Resultado de entidades valoradas por el método de la participación más el Deterioro y enajenaciones de activos financieros

Deuda Financiera Bruta: es la suma de las partidas de Balance obligaciones y bonos (corriente y no corriente) más deudas con entidades de crédito (corriente y no corriente), corregidas por el saldo de instrumentos derivados netos.

Deuda Financiera Neta: es el principal indicador que utiliza la Dirección para medir el nivel de endeudamiento del Grupo. Se corresponde con la Deuda financiera bruta menos el Efectivo y otros medios líquidos equivalentes.

Miles de euros	1T20	1T19
Deuda financiera bruta	350.058	305.140
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(172.700)	(134.201)
Deuda financiera neta	177.359	170.939

Ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA: La compañía utiliza este ratio para medir el grado de apalancamiento y se calcula como la división de la Deuda Financiera Neta entre EBITDA de los últimos 12 meses.

Cualquier cociente entre MARs mencionadas anteriormente pueden ser considerado como una medida alternativa de rendimiento.