

ATRESMEDIA



**RESULTADOS ENERO-DICIEMBRE
2020**

31 de diciembre 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	10
2.1.5	Resultado Consolidado del período	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.	AUDIOVISUAL	18
3.1	Cuenta de Resultados	18
3.1.1	Ingresos Netos	18
3.1.2	Gastos de Explotación.....	22
3.1.3	Resultados de Explotación y márgenes	23
3.2	Audiencia	24
3.2.1	Consumo de Televisión	24
3.2.2	Audiencias de Televisión	25
3.2.3	Audiencias de Digital	29
4.	RADIO	31
4.1	Mercado Publicitario y Evolución Audiencia	31
4.2	Cuenta de Resultados	32
5.	MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO	34



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

Variables operativas destacadas	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Audiencia total TV	26,3%	26,2%
Cuota de mercado TV (estimaciones internas)	41,1%	40,9%
Oyentes Radio (miles) (3ªOla EGM. Media móvil)	3.165	3.445
Nº de empleados total	2.571	2.464

Variables financieras destacadas (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Ingresos Netos	866.300	1.039.406
Resultado Bruto de Explotación	74.262	183.945
Beneficio del Ejercicio	23.853	118.025
Deuda Financiera Neta	116.792	193.010

El año 2020 ha estado marcado por la crisis global de la COVID-19. En este contexto, Atresmedia ha obtenido en el año un Resultado Bruto de Explotación de 74,3 millones de euros y un Beneficio Consolidado de 23,9 millones de euros.

Durante el ejercicio el Grupo llevó a cabo un **plan de bajas incentivadas** voluntario para los empleados del Grupo. Sin el impacto de la correspondiente provisión el **Resultado Bruto de Explotación** alcanzaría los **110,8 millones de euros**.

Atresmedia Televisión ha alcanzado en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 41,1%. En términos de **audiencia** ha registrado una cuota del 26,3%, siendo el único grupo televisivo que crece en el año, frente al descenso de sus competidores, y llegando al 27,9% en el prime time en el target comercial.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 11,8% alcanzando en el prime time en el target comercial una audiencia del 13,2%.



El canal laSexta, con una audiencia media del 7,0% se sitúa 1,6 puntos por encima de su principal competidor y alcanza en el target comercial en la franja prime time una audiencia del 7,2%.

El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega y Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,5% en el acumulado a diciembre de 2020, siendo en el target comercial de un 8,3%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a diciembre, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet por cuarto año consecutivo, alcanza los 28,2 millones de usuarios únicos, y se posiciona en el puesto siete en el ranking de los sitios más visitados de España. La plataforma de pago Atresplayer Premium registra a 31 de diciembre de 2020 un total de 452 mil suscriptores, multiplicando por 3,6 los que tenía a finales de 2019.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante el año representan el 52% de la recaudación del Cine Español. La película "Padre no hay más que uno 2" es la película española más taquillera del año.

En el ámbito **internacional**, los canales de Atresmedia suman más de 54 millones de abonados.

Atresmedia Radio, con sus cadenas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, mantiene su posición con 3,2 millones de oyentes según el último Estudio General de Medios (3ª ola de 2020).

1.2 Entorno económico y de mercado

La economía mundial se ha visto afectada de manera radical por la crisis de la COVID-19. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, el **PIB** de España **cayó un 11% en 2020** respecto al año anterior.

En el año **2021**, las diversas fuentes esperan un crecimiento de la economía, aunque más suave de lo inicialmente estimado. El panel de estimaciones que publica Funcas prevé que la **recuperación** sea **del 6,3%**, dos décimas menos de la estimación de noviembre, y nueve décimas por debajo de lo previsto en el panel de julio. El Gobierno de España espera que la economía se recupere algo más, entre un 7,2% y un 9,8% en 2021. El Banco de España, por su parte estima la subida del PIB este año entre el 4,2% y el 8,6%, en línea con lo publicado por el Fondo Monetario Internacional: +7,2% en 2021.



Por otro lado, el mercado laboral sufrirá de manera directa las consecuencias de la contracción de la economía. En el cuarto trimestre de 2020, la tasa de paro fue del 16,6%. Funcas prevé un repunte en 2021 de este indicador, alcanzando, según sus cálculos, el 17,2% en 2021.

El Banco de España estima una tasa de paro en 2021 de entre 17,1% y 20,5%. El Gobierno, por su parte espera que el paro en 2021 se sitúe entre el 16,3% y el 16,9%.

El debilitamiento de la demanda y de la renta de los hogares, la caída del consumo y el desplome del precio de algunas materias primas llevaron al IPC a terreno negativo en 2020 (-0,5%). La estimación para 2021 es de un incremento del 0,8%.

En cuanto a la estimación de déficit público, la previsión de consenso apunta a que éste se situará en el 12,3% del PIB en 2020 y en el 7,4% en 2021.

Respecto a la evolución del mercado publicitario, la inversión publicitaria en los medios controlados por Infoadex de enero a diciembre de 2020 ha disminuido un 18,1% 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 18,4%, el medio radio en un 22,9% y el medio digital en un 5,3%. La inversión publicitaria se ha visto especialmente perjudicada en los meses de marzo a junio por la crisis de la COVID-19. Sólo ese periodo explica aproximadamente el 80% de la caída total del año.

Mercado Publicitario por medios	12M20 VS 12M19
Televisión	-18,4%
Radio	-22,9%
Internet	-5,3%
Diarios	-30,8%
Revistas	-43,3%
Exterior	-47,7%
Dominicales	-53,7%
Cine	-73,3%
TOTAL MEDIOS	-18,1%

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

Miles de Euros	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	866.300	1.039.406	(16,7%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	792.038	855.461	(7,4%)
Resultado bruto de explotación	74.262	183.945	(59,6%)
Amortización del inmovilizado	19.028	19.587	(2,9%)
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	15.101	(48)	n/a
Beneficio de explotación	40.133	164.406	(75,6%)
Resultado financiero	(5.992)	(6.788)	11,7%
Resultado neto de participaciones en otras entidades	(366)	(824)	55,6%
Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas	33.776	156.794	(78,5%)
Impuesto sobre sociedades	9.994	38.848	(74,3%)
Beneficio del ejercicio	23.782	117.946	(79,8%)
Resultado atribuido a socios externos	71	79	(9,8%)
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	23.853	118.025	(79,8%)



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a diciembre de 2020 alcanzan los 866,3 millones de euros, frente a los 1.039,4 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Ingresos Netos por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
Audiovisual	807.925	965.082	(16,3%)
Radio	67.023	83.135	(19,4%)
Eliminaciones	(8.648)	(8.811)	
ATRESMEDIA	866.300	1.039.406	(16,7%)

El mercado publicitario de medios controlados por Infoadex ha decrecido en el periodo enero a diciembre de 2020 un 18,1%.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a diciembre de 2020 disminuyen un 7,4% respecto al acumulado a diciembre del año anterior.

Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
Audiovisual	736.058	798.379	(7,8%)
Radio	64.628	65.893	(1,9%)
Eliminaciones	(8.648)	(8.811)	
ATRESMEDIA	792.038	855.461	(7,4%)



Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
Consumo de programas	348.864	391.829	(11,0%)
Gastos de Personal	161.037	161.741	(0,4%)
Provisión plan de bajas incentivadas	36.541		n/a
Otros gastos operativos	135.908	146.324	(7,1%)
Costes variables ligados a ventas	118.337	164.378	(28,0%)
Eliminaciones	(8.648)	(8.811)	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	792.038	855.461	(7,4%)

A lo largo del año se ha ejecutado 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 desde el mes de marzo con la crisis global de la COVID-19, sin que esto haya afectado a la posición competitiva del Grupo.

Los costes variables ligados a ventas disminuyen tanto por la caída de los ingresos publicitarios como del resto de ingresos.

Durante el ejercicio 2020 se emprendió un plan de bajas incentivadas voluntario para los empleados fijos mayores de 57 años y con una antigüedad de más de 15 años al que se han acogido 110 empleados. Sin tener en cuenta el impacto de la correspondiente provisión, los gastos de explotación suman **755,5 millones de euros, un ahorro de 100 millones de euros frente al año anterior (-11,7%)**, en línea con el guidance de la compañía.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2020 ha sido de 74,3 millones de euros lo que supone un margen sobre ingresos netos del 8,6%.

Sin el efecto de la provisión del plan de bajas incentivadas, el **Resultado Bruto de Explotación (EBITDA)** sería de **110,8 millones de euros** con un margen sobre ingresos netos del 12,8%.

En el **cuarto trimestre de 2020 el Resultado Bruto de Explotación** ha sido de 1,1 millones de euros. Quitando el impacto de la provisión del plan de bajas incentivadas sería de **37,7 millones de euros**.



RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Audiovisual	71.867	166.703
Margen/Ingresos Netos	8,9%	17,3%
Radio	2.395	17.242
Margen/Ingresos Netos	3,6%	20,7%
TOTAL ATRESMEDIA	74.262	183.945
Margen/Ingresos Netos	8,6%	17,7%

El Resultado de Explotación (EBIT) en el acumulado a diciembre ha sido de 40,1 millones de euros frente a los 164,4 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

A cierre del ejercicio 2020 se realiza un ajuste negativo en el balance consolidado de 15,1 millones de euros del fondo de comercio de Uniprex (Radio) registrado como un deterioro del inmovilizado.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Negocio Audiovisual	55.480	149.968
Margen/Ingresos Netos	6,9%	15,5%
Negocio Radio	(197)	14.438
Margen/Ingresos Netos	n/a	17,4%
Deterioro Fondo de Comercio Radio	(15.150)	
TOTAL ATRESMEDIA	40.133	164.406
Margen/Ingresos Netos	4,6%	15,8%

Excluyendo el efecto de la provisión del plan de bajas incentivadas y del deterioro del fondo de comercio el **Resultado de Explotación** habría sido de **91,8 millones de euros**.



2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a diciembre de 2020 es negativo por importe de 6,0 millones de euros frente a los 6,8 millones de euros negativos del acumulado a diciembre del año anterior.

El Resultado antes de impuestos en el acumulado a diciembre de 2020 ha sido de 33,8 millones de euros frente a los 156,8 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado en el año 2020 ha sido de 23,9 millones de euros.



2.2 Balance consolidado

Miles de Euros	31 Diciembre 2020	31 Diciembre 2019
ACTIVO		
Fondo de comercio	157.544	163.223
Otros activos intangibles	115.661	119.970
Inmovilizado material y otros activos no corrientes	79.043	98.221
Activos por impuesto diferido	204.311	201.527
ACTIVOS NO CORRIENTES	556.559	582.942
Derechos de programas y existencias	291.165	321.082
Deudores comerciales y otros deudores	251.750	245.124
Otros activos corrientes	19.782	28.585
Activo por impuesto corriente	26.897	18.884
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	172.792	85.831
ACTIVOS CORRIENTES	762.387	699.506
TOTAL ACTIVO	1.318.946	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	216.716	237.047
Acciones propias	(6.168)	(7.489)
Dividendos a cuenta	0	(45.012)
Otros instrumentos de patrimonio	0	1.355
Ajustes por cambios de valor y otros	5.658	2.180
PATRIMONIO NETO	466.286	438.160
Obligaciones y bonos	162.986	178.030
Deudas con entidades de crédito	69.463	103.516
Otros pasivos no corrientes	90.097	44.272
Pasivos por impuestos diferidos	34.618	32.183
PASIVOS NO CORRIENTES	357.165	358.001
Obligaciones y bonos	3.771	4.046
Deudas con entidades de crédito	36.240	8.676
Acreedores comerciales y otros acreedores	391.650	381.773
Otros pasivos corrientes	63.834	91.791
PASIVOS CORRIENTES	495.495	486.287
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1.318.946	1.282.448



La deuda financiera neta del Grupo es de 116,8 millones de euros frente a los 193,0 millones de euros a diciembre de 2019, lo que supone una reducción de 76,2 millones de euros, alcanzando la cifra de endeudamiento más baja, a cierre de ejercicio, desde 2011.

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.

Con fecha 26 de junio de 2020, se constituyen las sociedades Buendía Producción, S.L. y Buendía Estudios, S.L. participadas en un porcentaje del 50% entre Telefónica y Atresmedia con el objetivo de crear y producir contenidos audiovisuales en español en todo el mundo.

Con fecha 30 de julio se adquiere la sociedad Human to Human S.L., agencia especializada en influencer marketing en España.

Dada la importancia del impacto de la pandemia en la actividad económica y en los resultados del año, el Grupo ha llevado a cabo una revisión general de los potenciales efectos sobre los resultados futuros, los flujos de caja previstos y la valoración de los activos en balance. A raíz de dicho análisis se ha procedido a corregir el valor del fondo de comercio de Uniprex en el balance consolidado sin que haya sido necesario hacer ningún otro ajuste en el valor de los activos. De modo general, se ha concluido que los negocios no han visto sustancialmente alteradas las expectativas a largo plazo que existían antes de esta crisis, de modo que se mantienen la orientación estratégica y los objetivos en ese horizonte temporal.



2.3 Cash Flow consolidado

A 31 de diciembre de 2020 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 104,6 millones de euros.

Miles de euros	31 Diciembre 2020	31 Diciembre 2019
1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	33.776	156.794
Ajustes del resultado:	83.856	25.478
- Amortizaciones	19.028	19.587
- Provisiones y otros	58.836	(897)
- Resultados Financieros	5.992	6.788
Cambios en el capital circulante	(1.284)	29.366
Efectivo generado por las operaciones	116.348	211.638
Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos	(11.704)	(27.341)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación	104.644	184.297
2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Inversiones	(31.790)	(46.665)
Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(17.134)	(14.631)
Activos fijos materiales e intangibles	(11.319)	(11.935)
Inversión en Cine Español	(3.337)	(20.099)
Desinversiones y anticipos por ventas de activos	9.515	9.784
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(22.275)	(36.881)
3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Pagos por arrendamientos	(1.186)	(1.477)
Resultados financieros cobrados (pagados)	(6.741)	(6.838)
Dividendos cobrados	542	0
Dividendos pagados	0	(101.277)
Financiación empresas asociadas y vinculadas	1.219	(209)
Deuda financiera	10.393	(37.696)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiación	4.227	(147.497)
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	86.596	(81)
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	85.831	85.626
Variaciones por cambio de perímetro	365	286
Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio	86.196	85.912
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	172.792	85.831



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia tuvo un comportamiento negativo en 2020 debido principalmente a la crisis sanitaria de la COVID-19. La acción cerró el año 2020 en **2,88 €/acción**, un 17,3% por debajo del cierre de 2019 (3,48 €/acción). El Ibex, por su parte, finalizó el año en 8.073,70 puntos, lo que supuso una caída del 15,5% respecto a 2019 y, al igual que en el caso de Atresmedia, recuperando también en el cuarto trimestre parte de lo perdido desde el inicio de la pandemia.



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

Variables Bursátiles	Ene-Dic 2020
Cotización a 31/12/2020 (€)	2,880
Máximo (€)	3,51
Mínimo (€)	2,13
Precio Medio Ponderado (€)	2,63
Volumen medio diario (accs.)	510.589
Volumen medio diario (miles de €)	1.344
No. Acciones (mill)	225,7

Fuente: Euroland



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de ejercicio, contamos con la opinión y recomendación de 19 analistas. De éstos, el 32% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 42% recomiendan Mantener, mientras que un 26% mantienen su recomendación de Vender. El **Precio Objetivo** medio a cierre del periodo es de **2,95 €/acción**.

Durante el año 2020, el departamento de Relación con Inversores participó en 14 conferencias y roadshows.

El total de contactos presenciales y virtuales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y reuniones en nuestras oficinas), fue de alrededor de 80. Adicionalmente, el departamento mantuvo unas 150 conference calls con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

La actividad del departamento cayó de manera acusada en los meses de marzo y abril por la crisis de la COVID-19: los eventos previstos para estos dos meses fueron cancelados. Sin embargo, a partir del mes de mayo se fueron retomando las conferencias previstas y la mayor parte de ellas se celebraron, eso sí, de manera virtual.

2.5 Responsabilidad corporativa

a. Dimensión corporativa

2020 ha estado marcado en el ámbito corporativo por la elaboración del Estado de Información no Financiera integrado en el Informe de Gestión Consolidado de la Compañía.

Atresmedia incorporó en 2020 su modelo de riesgos ASG (Ambiental, Social y de Buen Gobierno), dentro del Sistema de Gestión de Riesgos Corporativos. El desempeño ASG de Atresmedia, ha sido reconocido con la permanencia de la Compañía en el índice de sostenibilidad FTSE4GoodIbex, (del que forma parte desde 2010) y su compromiso con la transparencia en la comunicación a grupos de interés ha sido valorado en el informe "Transparencia, Credibilidad y Buen Gobierno" obteniendo la mejor posición del ranking.



Como respuesta interna a la crisis sanitaria provocada por la COVID-19, Atresmedia, en su gestión de los RRHH, ha seguido todas las indicaciones de las autoridades sanitarias, implantando las medidas necesarias para garantizar la seguridad de todo su personal; apostando por la modalidad de teletrabajo y poniendo en marcha protocolos de salud e higiene para todos sus empleados, así como para colaboradores, proveedores y productoras.

b. Dimensión social

Para aliviar los efectos de la pandemia, Atresmedia ha apoyado la iniciativa 'Cruz Roja Responde', un plan integral para atender las necesidades de más de 1,3 millones de personas afectadas por la Covid-19. Gracias a esta colaboración se recaudaron más de 11 millones de euros. Adicionalmente, Atresmedia se sumó al "gran reto solidario" del Comité de Emergencia, consiguiendo más de 200.000 euros.

Por lo que se refiere a las iniciativas sociales enmarcadas en "Compromiso Atresmedia", entre sus numerosas acciones, destacan las siguientes:

- "Ponle Freno" organizó dos carreras solidarias virtuales con las que recaudó más de 147.000 € destinados a proyectos de seguridad vial.
- Por su parte, "Objetivo Bienestar" renovó el convenio con el Ministerio de Sanidad para combatir la obesidad infantil.
- "Constantes y Vitales" lanzó la campaña Objetivo 2% que recogió cerca de un millón de firmas para aumentar la inversión en ciencia en España en un 2% del PIB.
- "Levanta la Cabeza" desarrolló "sin verificar, no compartas", para que los jóvenes aprendan a comprobar la veracidad de la información.
- Antena 3 Noticias renovó su compromiso con la Fundación Mutua Madrileña, para combatir la violencia de género a través de "Contra el maltrato: Tolerancia Cero".
- "Crea Cultura" se unió a la iniciativa #TodoEmpiezaEnUnaLibrería para incentivar la visita a las librerías durante la desescalada.

El Grupo ha apoyado también la labor social de diferentes ONG, mediante la cesión de espacios publicitarios en televisión, radio e internet por un valor superior a los 18 millones de euros.



Respecto al programa de voluntariado corporativo, el grupo ha puesto en marcha el proyecto online "Aislados, pero no solos" para atender a los colectivos más afectados por la pandemia. 360 voluntarios han donado 4.309 horas para colaborar con 13 entidades sociales diferentes.

La Fundación Atresmedia, cumplió 15 años y siguió trabajando por la mejora educativa a través de su evento "Grandes Profes" y lanzó la séptima edición de sus Premios "Grandes Iniciativas" dirigidos a impulsar la calidad educativa.

c. Dimensión medioambiental

En cuanto a la gestión medioambiental, en 2020 el grupo ha calculado su huella de carbono completa, incluyendo la totalidad de categorías de Alcance 3, y ha iniciado su reducción mediante la contratación del 100% de la energía consumida en la sede de la compañía procedente de fuentes renovables. Atresmedia se compromete a reducir un 81% de sus emisiones de alcance 1 y 2 para 2025 (en 2020 se han reducido en un 76% respecto a 2019). El desempeño medioambiental de la compañía se reportó en el Informe de cambio climático CDP 2020, en el que Atresmedia ha mejorado su calificación respecto al año anterior obteniendo una calificación de B.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	807.925	965.082	(16,3%)
GASTOS DE EXPLOTACION	736.058	798.379	(7,8%)
Resultado bruto de explotación	71.867	166.703	(56,9%)
Amortizaciones y deterioros	16.387	16.735	(2,1%)
Resultado de explotación	55.480	149.968	(63,0%)

3.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a diciembre de 2020 ascienden a 807,9 millones de euros frente a los 965,1 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Miles de Euros	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
Publicidad Televisión	660.317	781.503	(15,5%)
Publicidad Digital	51.229	47.856	7,0%
Producción y Distribución de Contenidos	75.041	96.412	(22,2%)
Otros Ingresos	21.338	39.311	(45,7%)
INGRESOS NETOS	807.925	965.082	(16,3%)

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 660,3 millones de euros frente a los 781,5 millones obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha decrecido en el periodo un 18,4%.

Se ha producido una caída generalizada de todos los sectores del mercado publicitario de televisión como consecuencia de la COVID-19.



(*) Limpieza, ocio y deportes, energía,...

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.

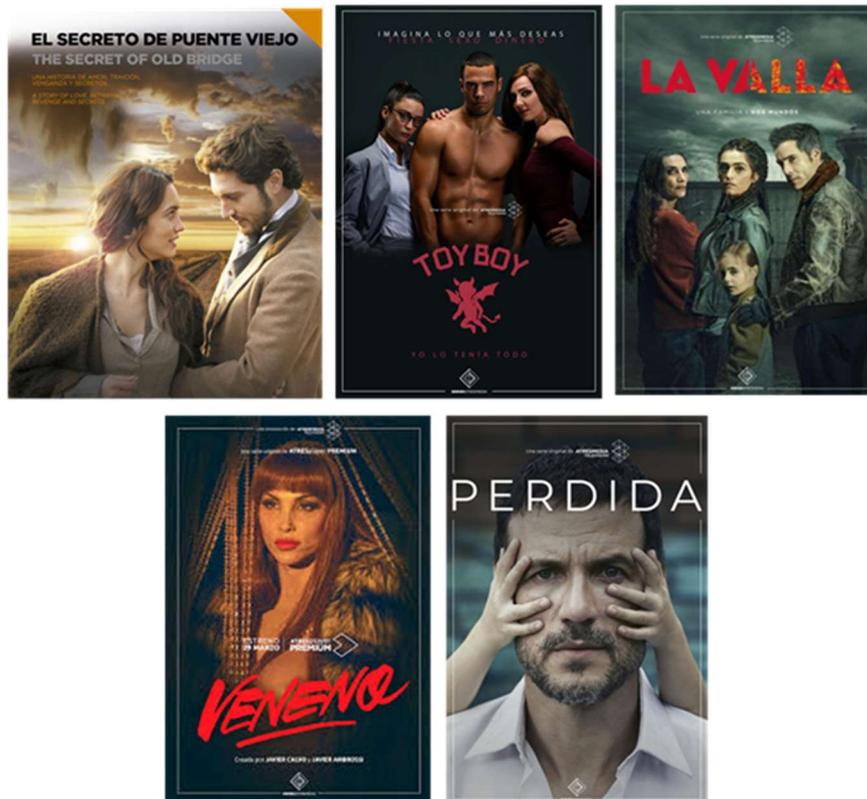
Conforme a lo comentado en el párrafo anterior, la cuota de participación de Atresmedia Televisión, según estimaciones internas basadas en mercados comparables, sería en el acumulado a diciembre de un 41,1%, incrementándose en 0,2 puntos respecto a la cuota del año anterior.

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 51,2 millones de euros frente a los 47,9 millones de euros obtenidos en el acumulado a diciembre de 2019 lo que supone un crecimiento del 7,0%. Según Infoadex, el mercado de la publicidad digital ha decrecido en el periodo un 5,3%.



Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 75,0 millones de euros frente a los 96,4 millones de euros del acumulado a diciembre del año anterior. El descenso se debe exclusivamente a menores ingresos cinematográficos.

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 Studios ha entregado este año varias producciones como la serie "La Templanza", producida para Amazon Prime Video, mientras que Atresmedia Cine ha estrenado en cines durante el año 2020 cinco largometrajes: "Malasaña 32", "Hasta que la boda nos separe", "Superagente Makey", "Padre no hay más que uno 2", película española más taquillera del año, y "El verano que vivimos". Además ha mantenido en explotación películas como "Legado en los huesos". En conjunto representan el 52% de la recaudación del Cine Español en el periodo.



Por otro lado, como consecuencia de la crisis sanitaria, se ha estrenado en Netflix la tercera película de la Trilogía del Baztán "Ofrenda a la tormenta".

Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 21,3 millones de euros frente a los 39,3 millones de euros del acumulado a diciembre de 2019. La división de eventos se ha visto especialmente perjudicada por las restricciones de movilidad.



3.1.2 Gastos de Explotación

Miles de Euros	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
Consumo de programas	348.864	391.829	(11,0%)
Gastos de personal	135.607	135.596	0,0%
Provisión plan de bajas incentivadas	31.596		n/a
Otros gastos operativos	101.655	106.575	(4,6%)
Costes variables ligados a ventas	118.337	164.378	(28,0%)
GASTOS DE EXPLOTACION	736.058	798.379	(7,8%)

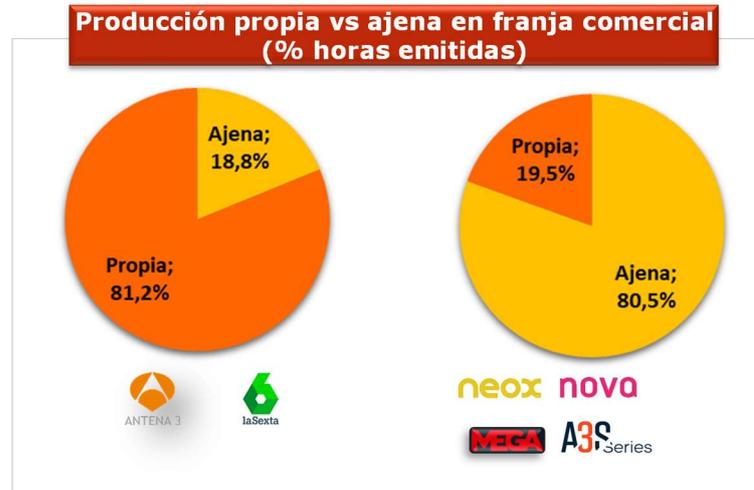
Los gastos de explotación en el acumulado a diciembre de 2020 han sido de 736,1 millones de euros, lo que supone una reducción del 7,8% respecto a los gastos registrados en el acumulado a diciembre de 2019.

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

Los costes variables ligados a ventas disminuyen tanto por la caída de los ingresos publicitarios como del resto de ingresos.

Sin tener en cuenta el impacto de la provisión del plan de bajas incentivadas, los gastos de explotación suman **704,5 millones de euros**, un ahorro de **94 millones de euros** frente al año anterior **(-11,8%)**.

Con respecto a los contenidos de televisión, en los canales principales de Atresmedia, Antena3 y laSexta, ha predominado la producción propia (81,2%), mientras en los canales complementarios, Neox, Nova, Mega y Atreseries, ha predominado la producción ajena (80,5%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a diciembre de 2020 es de 71,9 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 8,9%.

Sin el efecto de la provisión del plan de bajas incentivadas, el **Resultado Bruto de Explotación (EBITDA)** sería de **103,5 millones de euros**.

En el **cuarto trimestre de 2020** el Resultado Bruto de Explotación ha sido negativo en 0,2 millones de euros. Quitando el impacto de la provisión del plan de bajas incentivadas sería positivo alcanzando los **31,4 millones de euros**.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Audiovisual	71.867	166.703
Margen/Ingresos Netos	8,9%	17,3%



El Resultado de Explotación (EBIT) acumulado a diciembre de 2020 alcanza los 55,5 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 6,9%.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Audiovisual	55.480	149.968
Margen/Ingresos Netos	6,9%	15,5%

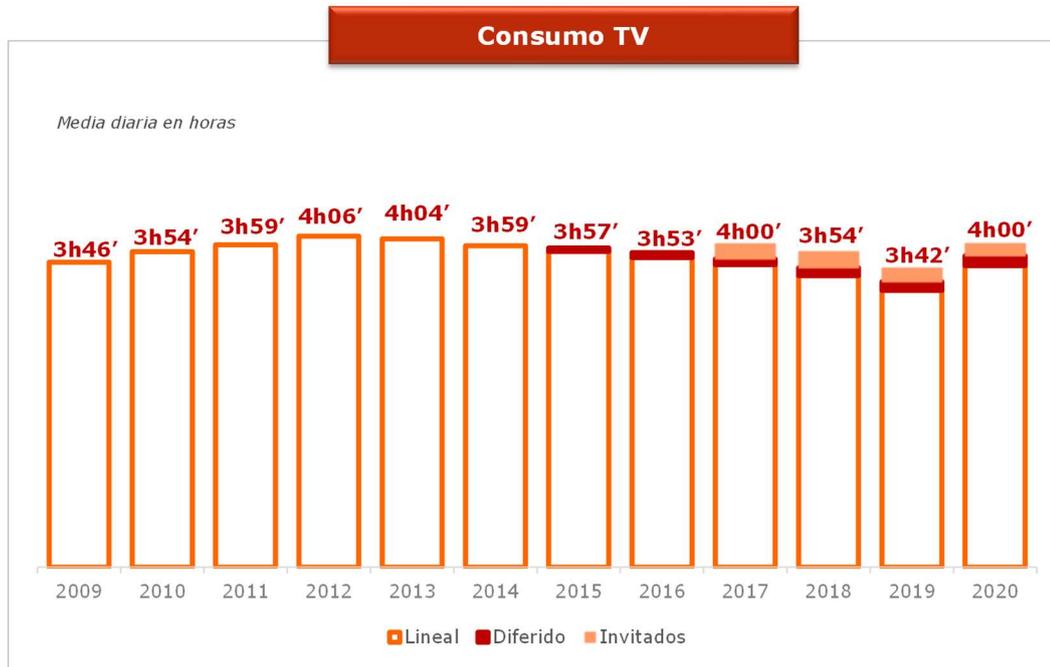
3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

En un año marcado por la pandemia y el confinamiento, la televisión en abierto vio reforzado su papel esencial como agente de entretenimiento e información y, ello a pesar de que durante una parte de éste estuvo afectada por limitaciones en la producción de contenidos.

El consumo televisivo por persona y día en 2020 fue de 4 horas, dieciocho 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. Además, desde este año Kantar Media ha incorporado la medición en segundas residencias.

En abril se registró el mes de mayor consumo de televisión en España (5 horas y 3 minutos de media diaria). En ese mes, más de 33 millones de españoles contactaron con la televisión diariamente.



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.

3.2.2 Audiencias de Televisión

El grupo de canales de Atresmedia Televisión ha registrado en 2020 una cuota de audiencia del 26,3% siendo el único grupo televisivo que vio incrementada su audiencia respecto a 2019. En el target comercial, el más atractivo para los anunciantes, subió al 27,8%, y en este target en la franja del prime time (horario de máxima audiencia) alcanzó el 27,9%. Además, el grupo ha arrancado 2021 como líder con un 27,4% de cuota en el mes de enero.

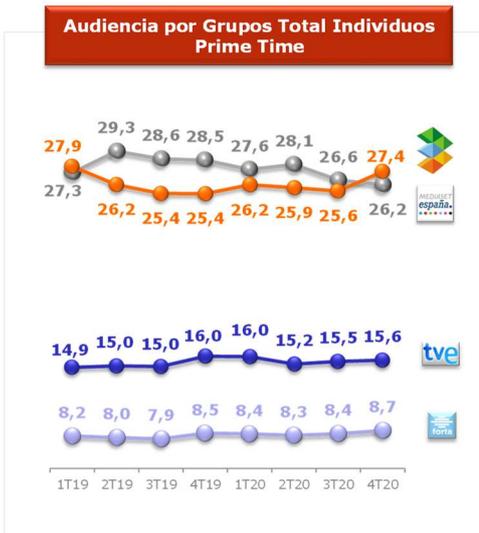
Atresmedia Televisión volvió a ser, en 2020, el grupo con el que más gente contacta cada día (más de 22 millones de personas), consolidando su posición de líder en informativos, así como en las principales citas con la actualidad y con una acogida creciente de sus ofertas de entretenimiento y ficción.



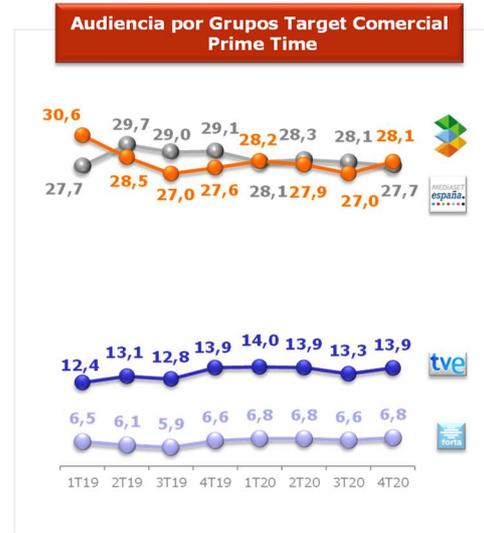
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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)

Antena 3, canal principal del grupo, creció 0,1 puntos respecto al año anterior, y repitió como cadena por la que más gente pasa cada día (unos 14,5 millones). Tuvo una audiencia media del 11,8%, cifra que subió en el prime time en el target comercial hasta el 13,2%.

Sus informativos fueron, de nuevo, los más vistos y líderes del mercado por tercer año consecutivo con su mayor audiencia en 12 años.



A3 Noticias lideró todos los meses del año con una media de 16,6% y 2,3 millones de espectadores. A3 Noticias 1 L-V fue líder de la sobremesa, con un 18,9% y 2,5 millones de espectadores, sus mejores datos en más de 10 años. 2020 fue también un año histórico para A3 Noticias 2 L-V, en la franja de prime time (15,8% y 2,4 millones), logrando su mejor cuota y audiencia en 12 años. Por su parte, Espejo Público, el magacín matinal de Antena 3 finalizó 2020 con una media del 14,8%.

Entre los contenidos de ficción, destacó especialmente la serie **Mujer**, que se convirtió en el fenómeno televisivo del año promediando una audiencia de 16,1% y 1,8 millones de espectadores en su emisión lineal y superando los 1,9 millones si añadimos el consumo en diferido.

En cuanto a las series diarias, **El Secreto de Puente Viejo** dijo adiós a los espectadores en mayo después de 9 años con un especial de prime time que se convertiría en la emisión de ficción más vista del mes (13% y 1,7 millones de espectadores). Sigue en emisión **Amar es para siempre**, que volvió a colocarse como la serie diaria más vista con una media de cerca de 1,3 millones y un 10,6%.

Por su parte, **Veneno**, producción original de ATRESplayer Premium y que se convirtió en todo un fenómeno en la plataforma, se estrenó en abierto con doble entrega el 25 de octubre. La serie ha dado el salto a EE.UU. a través de HBO Max y ha conquistado al público y la crítica con reseñas muy positivas en medios.

La Valla, que, como Veneno, se estrenó antes en ATRESplayer Premium, ha sido otra de las producciones más destacadas del año, consiguiendo una media de cerca de 1,7 millones de espectadores en su emisión lineal y en diferido.

La cadena sigue teniendo el entretenimiento diario más visto con **El hormiguero 3.0**, que promedió en 2020 en el año un 14,9% y cerca de 2,6 millones de espectadores.

Pasapalabra, el concurso más popular de la televisión, desde su estreno en mayo se ha ido convirtiendo en el líder absoluto de las tardes con una audiencia media del 18,3% y más de 2,1 millones de espectadores.

Otro de los grandes hitos del año fue **Mask Singer, adivina quién canta**. Llegó en noviembre como el mejor estreno de entretenimiento en 8 años y pronto se convirtió en todo un fenómeno viral en las redes y en el programa revelación de 2020. Fue líder todos los miércoles con una media de cerca de 2,8 millones de seguidores y un 23,6% y se colocó como el programa más visto de la cadena en el año.



Además, **Tu cara me suena** sumó un año más como líder de su franja con casi 2,5 millones de seguidores y un 18,5% de cuota, mientras que **La Voz** promedió más de 2,3 millones de seguidores y una audiencia de 18,3%.

El canal **laSexta** cerró 2020 con una audiencia media, en total individuos (total día), de un 7,0% lo que le sitúa 1,6 puntos por encima de su principal competidor. En target comercial, su audiencia se elevó hasta el 8,1%, y en el prime time en el target comercial el dato fue del 7,2%.

En 2020, laSexta siguió fiel a su compromiso con la información y la actualidad, su principal seña de identidad. Sus informativos cerraron el año más visto de su historia con más de 1,2 millones de espectadores. **laSexta Noticias 14H**, fue la edición de mejor resultado con más de 1,4 millones de espectadores, su segundo año más visto, y el 11,4% de cuota. **laSexta Noticias 20H**, continuó por delante del 9,0% de cuota y supera los 1,1 millones de espectadores de media, logrando su año más visto y situándose como tercera opción de su franja.

Aruser@s, en las mañanas de lunes a viernes, alcanzó máximo anual con un 13,2% y más de 400 mil espectadores, superando incluso el 16% de cuota en los últimos meses del año. El análisis de la actualidad continuó con **Al rojo vivo**, uno de los estandartes del canal con un 14,7% y más de un millón de seguidores de media en 2020.

En la sobremesa, **Zapeando** (6,8% y 850 mil) siguió entreteniéndolo a la audiencia con su fórmula de humor, curiosidades y actualidad. Cerró su mejor año desde 2016. **El intermedio**, por su parte, volvió a colocarse como el programa diario más visto del canal por 13º año consecutivo con una media del 8,2% y cerca de 1,4 millones de espectadores.

Además, los programas semanales de laSexta han seguido logrando grandes resultados. **Lo de Évole** se convirtió en el programa más visto del año en la cadena con una media de un 9,7% y 1,8 millones de espectadores. Por su parte, **Salvados** cerró con un 8,1% y 1,5 millones de espectadores.

Los programas de **Pesadilla en la cocina** (6,7%) y **¿Te lo vas a comer?** (8,4%), superaron un año más el millón de espectadores. Mientras que **Liarla Pardo** (7,2% y 965 mil) se ha consolidado como el referente de la actualidad en las tardes dominicales con su año más visto.



La oferta de Atresmedia Televisión se completa con cuatro canales temáticos, cada uno enfocado a un grupo de público específico, y que siguen logrando resultados positivos y ser líderes en sus respectivos públicos o géneros. La suma de esos **canales complementarios** aporta en el año un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,5% llegando hasta el 8,3% en el target comercial.

Nova alcanzó máximo anual con una audiencia del 2,5% y no sólo fue líder entre las mujeres, sino que se colocó como la temática más vista del mercado desde junio a diciembre.

Neox, con un 2,0% de cuota de audiencia en el año, renovó liderazgo entre los jóvenes de 18 a 35 años (5,4%) así como en el público de mayor interés para los anunciantes (2,8%). Neox sigue apostando por acortar las ventanas de emisión y ofrecer las series estadounidenses poco después de su estreno en EE. UU.

Mega volvió a alzarse como el temático masculino de referencia, registrando un 1,5% de audiencia en total individuos y un 1,9% en target comercial. Sigue alcanzando grandes datos en late night con su tertulia deportiva **El chiringuito de jugones** (4,0% y más de 200 mil seguidores).

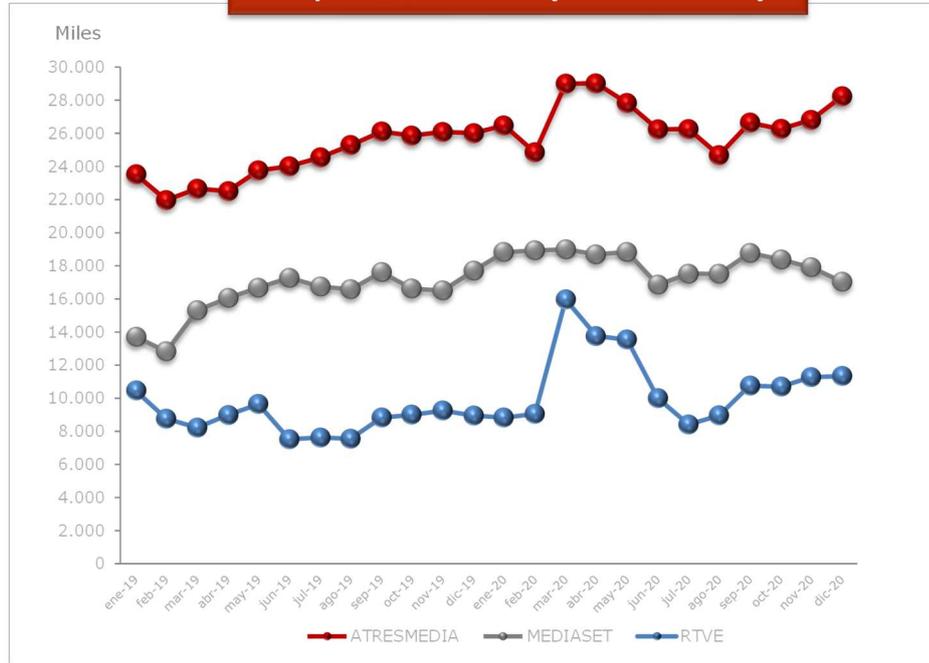
Atreseries, con un 1,5% de cuota de audiencia, continuó imbatible como la temática líder de nueva concesión alcanzando un nuevo máximo anual.

3.2.3 Audiencias de Digital

Según los datos publicados por comScore a diciembre de 2020, Atresmedia alcanza los 28,2 millones de usuarios únicos manteniéndose como grupo audiovisual líder en internet por cuarto año consecutivo, con 11,2 millones de usuarios más que Mediaset. En el ranking general se posiciona en el puesto 7 del top 10 de sites más visitados.



Grupos Audiovisuales (usuarios únicos)



Fuente: comScore.

La plataforma de vídeo online del Grupo, Atresplayer, cierra el año 2020, según datos de comScore, con su mejor dato histórico, 4,2 millones de usuarios únicos. Alcanza, además, a 31 de diciembre, los 9,0 millones de usuarios registrados.

La plataforma de pago Atresplayer Premium registra a 31 de diciembre de 2020 un total de 452 mil suscriptores, multiplicando por 3,6 los que tenía a finales de 2019.



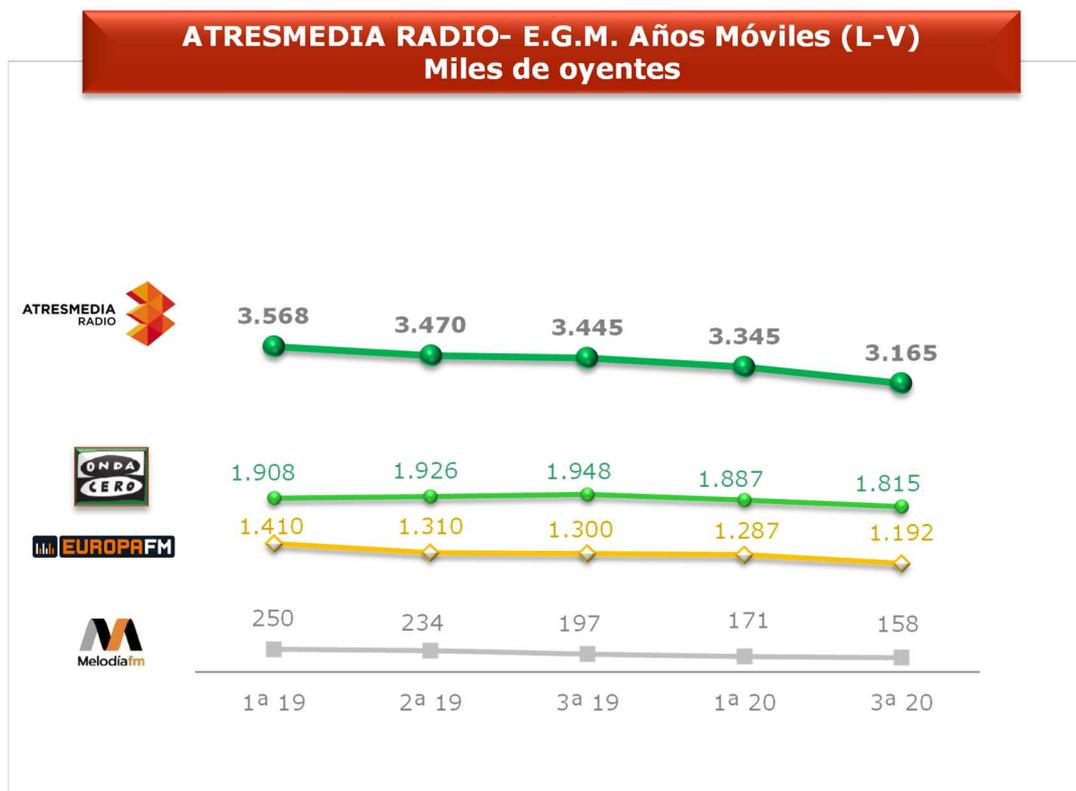


4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha decrecido en el año un 22,9%.

En el último Estudio General de Medios (año móvil terminado en la 3ª ola de 2020) Atresmedia Radio tiene una audiencia media de 3,2 millones de oyentes. Onda Cero con 1,8 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 1,2 millones de oyentes y Melodía FM 158 mil.



Fuente: EGM . Años Móviles. Lunes a Viernes.

4.2 Cuenta de Resultados

Miles de Euros	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019	Evolución
INGRESOS NETOS	67.023	83.135	(19,4%)
Gastos de personal	25.430	26.144	(2,7%)
Provisión plan de bajas incentivadas	4.945		n/a
Otros gastos operativos	34.252	39.749	(13,8%)
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	64.628	65.893	(1,9%)
Resultado bruto de explotación	2.395	17.242	(86,1%)
Amortizaciones y deterioros	2.592	2.804	(7,5%)
Resultado de explotación	(197)	14.438	n/a

Atresmedia Radio ha alcanzado en el año 2020 unos ingresos netos de 67,0 millones de euros, frente a los 83,1 millones de euros obtenidos en el 2019.





Los gastos de explotación, a 31 de diciembre de 2020, han sido de 64,6 millones de euros, frente a los 65,9 millones de euros en el acumulado a diciembre de 2019, lo que supone un descenso del 1,9%. Sin tener en cuenta el impacto del plan de bajas incentivadas el ahorro en gastos de explotación sería del 9,4%.

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) en 2020 es de 2,4 millones de euros.

Sin el efecto de la provisión del plan de bajas incentivadas, el **Resultado Bruto de Explotación (EBITDA)** sería de **7,3 millones de euros**.

En el **cuarto trimestre de 2020** el **Resultado Bruto de Explotación** ha sido de 1,4 millones de euros. Quitando el impacto de la provisión del plan de bajas incentivadas alcanzaría los **6,3 millones de euros**.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Radio	2.395	17.242
Margen/Ingresos Netos	3,6%	20,7%

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros)	Ene-Dic 2020	Ene-Dic 2019
Radio	(197)	14.438
Margen/Ingresos Netos	n/a	17,4%



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	12M20	12M19
Importe neto de la cifra de negocios	799.116	978.693
Otros ingresos de explotación	67.184	60.713
Ingresos netos	866.300	1.039.406

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	12M20	12M19
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	393.801	470.764
Gastos de personal	197.577	161.741
Otros gastos de explotación	200.660	222.956
Gastos de explotación	792.038	855.461



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	12M20	12M19
Resultado de explotación	40.133	164.406
Amortización del inmovilizado	19.028	19.587
Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	15.101	(48)
EBITDA	74.262	183.945

En esta definición no se añade al Resultado de explotación las dotaciones netas para provisiones, que normalmente son de pequeño importe. Sin embargo, en el ejercicio 2020, estas dotaciones incluyen la provisión del coste del plan de bajas incentivadas por importe de 36,5 millones de euros.

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 según se recoge en la nota 14b de la Memoria Consolidada.

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	12M20	12M19
Deuda financiera bruta	289.583	278.840
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(172.792)	(85.831)
Deuda financiera neta	116.792	193.010



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.