

ATRESMEDIA



RESULTADOS ENERO-JUNIO 2020

30 de junio 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 | 17 |
| 3.1 | Cuenta de Resultados | 17 |
| 3.1.1 | Ingresos Netos | 17 |
| 3.1.2 | Gastos de Explotación..... | 20 |
| 3.1.3 | Resultados de Explotación y márgenes | 21 |
| 3.2 | Audiencia | 22 |
| 3.2.1 | Consumo de Televisión | 22 |
| 3.2.2 | Audiencias de Televisión | 23 |
| 3.2.3 | Audiencias de Digital | 27 |
| 4. | RADIO | 28 |
| 4.1 | Mercado Publicitario y Evolución Audiencia | 28 |
| 4.2 | Cuenta de Resultados | 29 |
| 5. | MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO | 31 |



1. ASPECTOS DESTACADOS

1.1 Hitos del período y principales magnitudes

Atresmedia. Principales magnitudes del período

| Variables operativas destacadas | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
|---|--------------|--------------|
| Audiencia total TV | 26,1% | 26,9% |
| Cuota de mercado TV (estimaciones internas) | 41,9% | 41,7% |
| Oyentes Radio (miles) (1ª Ola EGM. Media móvil) | 3.345 | 3.568 |
| Nº de empleados total | 2.588 | 2.440 |

| Variables financieras destacadas (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
|---|--------------|--------------|
| Ingresos Netos | 374.954 | 539.905 |
| Resultado Bruto de Explotación | 42.796 | 103.770 |
| Beneficio del Ejercicio | 22.691 | 69.586 |
| Deuda Financiera Neta | 137.697 | 218.179 |

El primer semestre de 2020 ha estado marcado por la crisis global de la COVID-19. En este contexto, Atresmedia ha obtenido en el primer semestre del año un Resultado Bruto de Explotación de 42,8 millones de euros y un Beneficio Consolidado de 22,7 millones de euros.

Atresmedia Televisión ha alcanzado en el periodo, según estimaciones internas, una **cuota de mercado** del 41,9%. En términos de **audiencia** ha registrado una cuota del 26,1%, llegando al 28,0% el prime time en el target comercial.

El canal Antena 3 obtiene una cuota de audiencia en el periodo del 11,3% alcanzando en el prime time en el target comercial una audiencia del 12,7%.

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 7,7%.



El conjunto de canales complementarios del Grupo (**Neox, Nova, Mega** y **Atreseries**) suma una cuota de audiencia de un 7,3% en el acumulado a junio de 2020, siendo en el target comercial de un 8,2%.

En el negocio **Digital**, según datos facilitados por comScore a junio, Atresmedia se mantiene como grupo audiovisual líder en internet por cuarto año consecutivo, y se posiciona en el puesto seis en el ranking de los sitios más visitados de España.

Las películas de **Atresmedia Cine** en explotación durante los seis primeros meses del año representan el 38% de la recaudación del Cine Español.

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

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

En el primer trimestre de 2020, según datos del INE, la economía española se contrajo un 5,2%, la mayor caída de la serie histórica consecuencia de las medidas de confinamiento y el parón del consumo.

Según el panel de Funcas elaborado en julio de 2020, una vez pasado el estado de alarma, las estimaciones para el año son de una **caída del PIB en el ejercicio del 10,8%** (-9,5% en el panel de mayo). La aportación de la demanda nacional será negativa por 10,1 puntos porcentuales, mientras que la demanda exterior aportará 0,7 puntos porcentuales negativos. En caso de aumentar los rebrotes en otoño, y de darse un confinamiento total o parcial a partir del tercer trimestre, la caída de la economía en 2020 podría llegar al -14,3%. En **2021 estima una recuperación del 7,2%** respecto al año anterior (6,1% en el panel anterior, 5,9% si se confirma el escenario de rebrotes en otoño).

El Gobierno de España, estima la caída de la economía en el 9,2% en 2020 y una recuperación del 6,8% en 2021. El Banco de España, por su parte, espera que la caída esté entre el -9,0% y el -15,1% en 2020, para recuperarse entre el 6,9% y el 7,7% en 2021. El Fondo Monetario Internacional, pronostica que la economía española caerá el -12,8% este año, con una recuperación del 6,3% en 2021.



Por su parte, el mercado laboral sufrirá de manera directa las consecuencias de la contracción de la economía. Según Funcas, el paro repuntará hasta el 19,1% en 2020, y se recuperará ligeramente hasta el 18,0% en 2021. Muy lejos aún del 14% registrado a cierre de 2019. El debilitamiento de la demanda y de la renta de los hogares, así como la caída del precio de algunas materias primas llevarán al IPC a terreno negativo, con un -0,2% este año (-0,4% en el panel anterior por el hundimiento del precio del crudo que empezó a repuntar a partir de mayo) y un aumento del 1,0% el próximo ejercicio.

El Banco de España estima una tasa de paro en 2020 de entre el 18,1% y el 23,6%. En 2021, según sus estimaciones, se mantendrá en niveles similares. El Gobierno, por su parte espera que el paro esté en 2020 en el 19% y se recupere ligeramente, hasta el 17,2% en 2021.

Por su parte, la previsión de consenso apunta a un déficit público del 11,9% del PIB en 2020 (1,1 puntos porcentuales más de déficit que en el anterior Panel) y del 7,4% en 2021 (0,3 puntos más).

Respecto a la evolución del mercado publicitario, según Infoadex, la inversión publicitaria de enero a junio de 2020 ha disminuido un 27,9% 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 31,8%, el medio radio en un 34,3% y el medio digital en un 14,3%. La inversión publicitaria se ha visto especialmente perjudicada en los meses de marzo a junio por la crisis de la COVID-19.

| Mercado Publicitario por medios | 1S20 VS 1S19 |
|--|---------------------|
| Televisión | -31,8% |
| Radio | -34,3% |
| Digital | -14,3% |
| Diarios | -37,7% |
| Revistas | -45,4% |
| Exterior | -55,2% |
| Dominicales | -57,5% |
| Cine | -60,7% |
| TOTAL MEDIOS | -27,9% |

Fuente: Infoadex



2. ATRESMEDIA

2.1 Cuenta de resultados consolidada

| Miles de Euros | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|--|-------------------------|-------------------------|------------------|
| INGRESOS NETOS | 374.954 | 539.905 | (30,6%) |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN | 332.158 | 436.135 | (23,8%) |
| Resultado bruto de explotación | 42.796 | 103.770 | (58,8%) |
| Amortización del inmovilizado | 9.545 | 9.823 | (2,8%) |
| Deterioro y enajenaciones del inmovilizado | (1) | (35) | 96,5% |
| Beneficio de explotación | 33.252 | 93.982 | (64,6%) |
| Resultado financiero | (4.461) | (3.742) | (19,2%) |
| Resultado neto de participaciones en otras entidades | 1.038 | 176 | 488,8% |
| Beneficio antes de impuestos de operaciones continuadas | 29.829 | 90.416 | (67,0%) |
| Impuesto sobre sociedades | 7.190 | 20.876 | (65,6%) |
| Beneficio del ejercicio | 22.639 | 69.540 | (67,4%) |
| Resultado atribuido a socios externos | 51 | 46 | 12,8% |
| Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante | 22.690 | 69.586 | (67,4%) |



2.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos de Atresmedia en el acumulado a junio de 2020 alcanzan los 375,0 millones de euros, frente a los 539,9 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

| Ingresos Netos por negocios (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|--|----------------|----------------|----------------|
| Audiovisual | 350.629 | 501.701 | (30,1%) |
| Radio | 29.586 | 43.290 | (31,7%) |
| Eliminaciones | (5.261) | (5.086) | |
| ATRESMEDIA | 374.954 | 539.905 | (30,6%) |

El mercado publicitario, según Infoadex, ha decrecido en el periodo enero a junio de 2020 un 27,9%, siendo la caída en el segundo trimestre de un 42,9%.

2.1.2 Gastos de Explotación

Los gastos de explotación del acumulado a junio de 2020 disminuyen un 23,8% respecto al acumulado a junio del año anterior.

| Gastos de Explotación por negocios (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Audiovisual | 307.594 | 406.819 | (24,4%) |
| Radio | 29.825 | 34.402 | (13,3%) |
| Eliminaciones | (5.261) | (5.086) | |
| ATRESMEDIA | 332.158 | 436.135 | (23,8%) |



| Gastos de Explotación por naturaleza (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Consumo de programas | 147.617 | 206.871 | (28,6%) |
| Gastos de Personal | 76.158 | 80.454 | (5,3%) |
| Otros gastos operativos | 67.865 | 77.212 | (12,1%) |
| Costes variables ligados a ventas | 45.778 | 76.684 | (40,3%) |
| Eliminaciones | (5.261) | (5.086) | |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN | 332.158 | 436.135 | (23,8%) |

Durante el primer semestre del ejercicio se ha establecido un plan de ahorro, tanto en consumo de programas como en personal y 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 por la menor actividad de producción y distribución de contenidos durante los meses del estado de alarma.

Durante el segundo trimestre de 2020 los gastos de explotación han disminuido un 35,3% respecto al mismo periodo de 2019.

2.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2020 ha sido de 42,8 millones de euros lo que supone un margen sobre ingresos netos del 11,4%.

| RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
|--|---------------|----------------|
| Audiovisual | 43.035 | 94.882 |
| Margen/Ingresos Netos | 12,3% | 18,9% |
| Radio | (239) | 8.888 |
| Margen/Ingresos Netos | n/a | 20,5% |
| TOTAL ATRESMEDIA | 42.796 | 103.770 |
| Margen/Ingresos Netos | 11,4% | 19,2% |



En el segundo trimestre de 2020 el Resultado Bruto de Explotación ha sido de 6,9 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 4,5%.

El Resultado de Explotación (EBIT) en el primer semestre de 2020 ha sido de 33,3 millones de euros frente a los 94,0 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
|---|---------------------|---------------------|
| Audiovisual | 34.819 | 86.491 |
| Margen/Ingresos Netos | 9,9% | 17,2% |
| Radio | (1.567) | 7.491 |
| Margen/Ingresos Netos | n/a | 17,3% |
| TOTAL ATRESMEDIA | 33.252 | 93.982 |
| Margen/Ingresos Netos | 8,9% | 17,4% |

2.1.4 Resultado antes de impuestos

El resultado financiero acumulado a junio de 2020 es negativo por importe de 4,5 millones de euros frente a los 3,7 millones de euros negativos del acumulado a junio del año anterior. Esta variación es debida a una mayor deuda media y a un efecto temporal relacionado con diferencias de cambio.

El Resultado antes de impuestos en el primer semestre del año ha sido de 29,8 millones de euros frente a los 90,4 millones de euros alcanzados en el mismo periodo del año anterior.

2.1.5 Resultado Consolidado del período

El Beneficio Consolidado del acumulado a junio de 2020 es de 22,7 millones de euros.



2.2 Balance consolidado

| Miles de Euros | 30 Junio 2020 | 31 Diciembre 2019 |
|---|---------------------|-------------------------|
| ACTIVO | | |
| Fondo de comercio | 163.223 | 163.223 |
| Otros activos intangibles | 117.970 | 119.970 |
| Inmovilizado material y otros activos no corrientes | 91.904 | 98.221 |
| Activos por impuesto diferido | 201.050 | 201.527 |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | 574.147 | 582.942 |
| Derechos de programas y existencias | 322.857 | 321.082 |
| Deudores comerciales y otros deudores | 167.148 | 245.124 |
| Otros activos corrientes | 21.521 | 28.585 |
| Activo por impuesto corriente | 21.294 | 18.884 |
| Efectivo y otros medios líquidos equivalentes | 237.181 | 85.831 |
| ACTIVOS CORRIENTES | 770.001 | 699.506 |
| TOTAL ACTIVO | 1.344.148 | 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 | 259.730 | 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 | 8.478 | 2.180 |
| PATRIMONIO NETO | 467.107 | 438.160 |
| Obligaciones y bonos | 178.603 | 178.030 |
| Deudas con entidades de crédito | 86.308 | 103.516 |
| Otros pasivos no corrientes | 44.017 | 44.272 |
| Pasivos por impuestos diferidos | 32.487 | 32.183 |
| PASIVOS NO CORRIENTES | 341.415 | 358.001 |
| Obligaciones y bonos | 4.037 | 4.046 |
| Deudas con entidades de crédito | 104.800 | 8.676 |
| Acreedores comerciales y otros acreedores | 355.609 | 381.773 |
| Otros pasivos corrientes | 62.325 | 91.791 |
| Pasivos por impuesto corriente | 8.855 | 0 |
| PASIVOS CORRIENTES | 535.626 | 486.287 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO | 1.344.148 | 1.282.448 |



La deuda financiera neta del Grupo es de 137,7 millones de euros frente a los 193,0 millones de euros a diciembre de 2019, lo que supone una reducción de 55,3 millones de euros. La ratio deuda financiera neta/EBITDA (últimos doce meses) es del 1,12.

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.

Dada la importancia del impacto de la pandemia en la actividad económica y en los resultados en este primer semestre 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. La primera conclusión del análisis es que los distintos negocios de Atresmedia 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 30 de junio de 2020 el flujo neto de actividades de explotación es positivo por importe de 67,5 millones de euros.

| Miles de euros | 30 Junio 2020 | 30 Junio 2019 |
|--|------------------|------------------|
| 1.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN | | |
| Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos | 29.829 | 90.416 |
| Ajustes del resultado: | 17.367 | 16.563 |
| - Amortizaciones | 9.545 | 9.823 |
| - Provisiones y otros | 3.361 | 2.998 |
| - Resultados Financieros | 4.461 | 3.742 |
| Cambios en el capital circulante | 22.523 | (14.583) |
| Efectivo generado por las operaciones | 69.719 | 92.396 |
| Impuestos sobre sociedades (pagados)/devueltos | (2.265) | (7.360) |
| Flujos netos de efectivo de actividades de explotación | 67.454 | 85.036 |
| 2.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN | | |
| Inversiones | (10.607) | (19.604) |
| Entidades del grupo, negocios conjuntos y asociadas | (1.212) | (2.396) |
| Activos fijos materiales e intangibles | (7.588) | (5.252) |
| Inversión en Cine Español | (1.807) | (11.955) |
| Desinversiones y anticipos por ventas de activos | 2.750 | 8.031 |
| Flujos netos de efectivo de actividades de inversión | (7.857) | (11.573) |
| 3.- FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN | | |
| Pagos por arrendamientos | (747) | (607) |
| Resultados financieros cobrados (pagados) | (3.339) | (4.141) |
| Dividendos pagados | 0 | (56.265) |
| Financiación empresas asociadas y vinculadas | (199) | (5) |
| Deuda financiera | 96.038 | (45.729) |
| Flujos netos de efectivo de actividades de financiación | 91.753 | (106.747) |
| AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO | 151.350 | (33.284) |
| Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio | 85.831 | 85.626 |
| Variaciones por cambio de perímetro | 0 | 286 |
| Efectivo o equivalente al comienzo del ejercicio | 85.831 | 85.912 |
| Efectivo o equivalentes al final del ejercicio | 237.181 | 52.628 |



2.4 Evolución de la acción

2.4.1 La acción de Atresmedia

La cotización de Atresmedia cerró el primer semestre de 2020 en 2,33 €/acción, un 33,2% por debajo del valor de cierre del año 2019, que fue 3,482 €/acción. El Ibex, por su parte, finalizó el semestre en 7.231,40 puntos, lo que supone una caída del 24,3% respecto al cierre del ejercicio anterior.



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

| Variables Bursátiles | Ene-Jun 2020 |
|-----------------------------------|--------------|
| Cotización a 30/06/2020 (€) | 2,326 |
| Máximo (€) | 3,51 |
| Mínimo (€) | 2,13 |
| Precio Medio Ponderado (€) | 2,74 |
| Volumen medio diario (accs.) | 558.749 |
| Volumen medio diario (miles de €) | 1.530 |
| No. Acciones (mill) | 225,7 |

Fuente: Net Station



2.4.2 Recomendaciones de analistas

A cierre de semestre, contamos con la opinión y recomendación de 21 analistas. De éstos, el 24% recomiendan Comprar acciones de Atresmedia, un 33% recomiendan Mantener, mientras que un 43% mantienen su recomendación de Vender. El precio objetivo medio a cierre del periodo es de 2,76 €/acción.

Durante el primer semestre de 2020, el departamento de Relación con Inversores participó en 10 conferencias y roadshows, tanto presenciales como virtuales.

El total de contactos presenciales y virtuales con inversores y analistas (reuniones en conferencias y reuniones en nuestras oficinas), fue de alrededor de 50. Adicionalmente, el departamento de RI mantuvo unas 100 conference calls con analistas, inversores institucionales y accionistas minoritarios.

La actividad del departamento en el semestre fue menor de lo habitual, por la crisis del Covid-19 ya que los eventos previstos para los meses de marzo y abril fueron cancelados. El resto de eventos previstos en mayo y junio se mantuvieron, pero todos ellos de manera virtual.

2.5 Responsabilidad corporativa

El primer semestre de 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, 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.

Por otro lado, y con el fin de reforzar el compromiso de Atresmedia con la diversidad y la inclusión, el Grupo ha incrementado la contratación de personas con discapacidad en su plantilla, y específicamente en las divisiones de Atresmedia Televisión y Atresmedia Publicidad.



En la dimensión social, y como respuesta externa a la pandemia provocada por el Covid-19, Atresmedia ha apoyado con todos sus medios de comunicación 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 1,3 millones 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. Además, celebró su primera carrera virtual en la que participaron 22.000 personas.
- "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 dar a conocer los logros y reconocer la labor de los científicos españoles y convocó una nueva edición de sus Premios.
- "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 comprobar su veracidad.
- 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".
- "Crea Cultura" se ha unido a la iniciativa #TodoEmpiezaEnUnaLibrería, impulsada por el sector editorial y librero, para incentivar la visita a las librerías después de la situación generada por el Covid-19.

Respecto al programa de voluntariado corporativo, para dar respuesta a las necesidades sociales generadas por la Covid-19, el Grupo ha puesto en marcha el proyecto de voluntariado online "Aislados, pero no solos".

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, 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 para establecer objetivos de reducción de emisiones. Por otro lado, a través de la iniciativa "Hazte Eco", un año más apoyó la campaña de WWF "La Hora del Planeta" para concienciar sobre el cambio climático.



3. AUDIOVISUAL

3.1 Cuenta de Resultados

| Miles de Euros | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| INGRESOS NETOS | 350.629 | 501.701 | (30,1%) |
| GASTOS DE EXPLOTACION | 307.594 | 406.819 | (24,4%) |
| Resultado bruto de explotación | 43.035 | 94.882 | (54,6%) |
| Amortizaciones y deterioros | 8.216 | 8.391 | (2,1%) |
| Resultado de explotación | 34.819 | 86.491 | (59,7%) |

3.1.1 Ingresos Netos

Los ingresos netos acumulados a junio de 2020 ascienden a 350,6 millones de euros frente a los 501,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo de 2019.

| Miles de Euros | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|---|-----------------|-----------------|----------------|
| Publicidad Televisión | 291.269 | 416.924 | (30,1%) |
| Publicidad Digital | 18.189 | 22.045 | (17,5%) |
| Producción y Distribución de Contenidos | 29.111 | 40.042 | (27,3%) |
| Otros Ingresos | 12.060 | 22.690 | (46,8%) |
| INGRESOS NETOS | 350.629 | 501.701 | (30,1%) |

Los ingresos de publicidad de televisión alcanzan los 291,3 millones de euros frente a los 416,9 millones obtenidos en el mismo periodo de 2019.

Según Infoadex, el mercado de la publicidad en televisión ha decrecido en el periodo un 31,8%.



Se ha producido una caída generalizada de todos los sectores. En el segundo trimestre la inversión publicitaria en este medio ha disminuido un 50,0%.



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 semestre de un 41,9% frente al 41,7% del año anterior.

Los ingresos de publicidad digital ascienden a 18,2 millones de euros frente a los 22,0 millones de euros obtenidos en el acumulado a junio de 2019. Según Infoadex, el mercado de la publicidad digital ha decrecido en el periodo un 14,3%, siendo en el segundo trimestre dicha caída del 24,0%.



Los ingresos de producción y distribución de contenidos alcanzan los 29,1 millones de euros frente a los 40,0 millones de euros del acumulado a junio 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 semestre 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 38% de la recaudación del Cine Español en el periodo. Durante el segundo trimestre del año Atresmedia Cine no ha estrenado películas como consecuencia del estado de alarma.





Los otros ingresos, que incluyen principalmente eventos, licencias y derechos editoriales, alcanzan los 12,1 millones de euros frente a los 22,7 millones de euros del acumulado a junio de 2019.

3.1.2 Gastos de Explotación

| Miles de Euros | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Consumo de programas | 147.617 | 206.871 | (28,6%) |
| Gastos de personal | 63.738 | 67.417 | (5,5%) |
| Otros gastos operativos | 50.461 | 55.847 | (9,6%) |
| Costes variables ligados a ventas | 45.778 | 76.684 | (40,3%) |
| GASTOS DE EXPLOTACION | 307.594 | 406.819 | (24,4%) |

Los gastos de explotación en el acumulado a junio de 2020 han sido de 307,6 millones de euros, lo que supone una reducción de 24,4% respecto a los gastos registrados en el acumulado a junio de 2019.

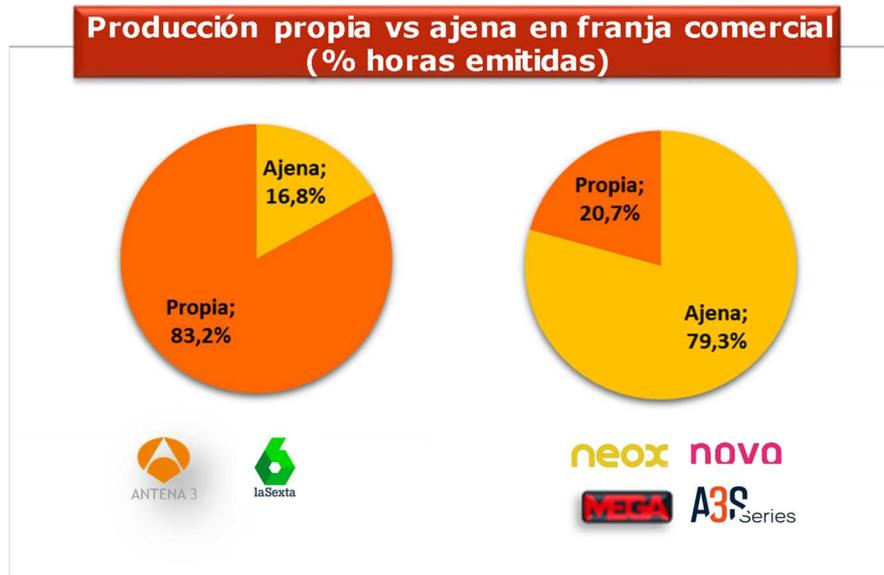
Para adaptarse a la caída del mercado publicitario, particularmente afectada desde el mes de marzo, con la crisis de la COVID-19, se ha puesto en marcha un plan de ahorro que se ve reflejado en todos los conceptos de gasto, sin que esto haya afectado a la posición competitiva del Grupo.

Los costes variables ligados a ventas disminuyen tanto por la caída de los ingresos publicitarios como por la menor actividad de producción y distribución de contenidos durante los meses del estado de alarma.

Durante el segundo trimestre de 2020 los gastos de explotación han disminuido un 36,1% respecto al mismo periodo de 2019.



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 (79,3%).



3.1.3 Resultados de Explotación y márgenes

El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) acumulado a junio de 2020 es de 43,0 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 12,3%.

| RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros) | | |
|---|--------------|--------------|
| | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
| Audiovisual | 43.035 | 94.882 |
| Margen/Ingresos Netos | 12,3% | 18,9% |

En el segundo trimestre de 2020 el Resultado Bruto de Explotación es de 7,3 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 5,2%.

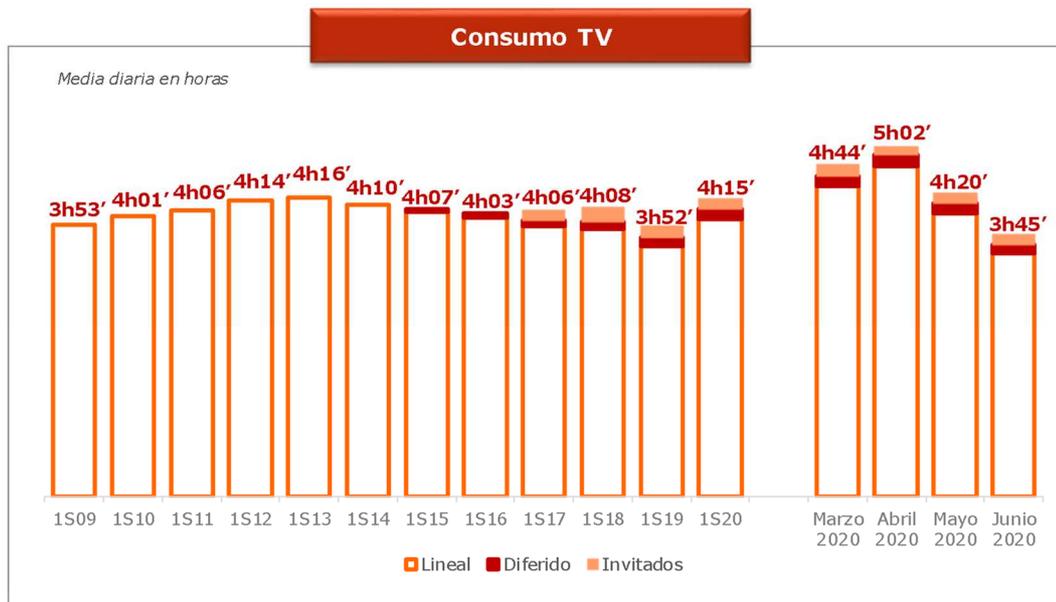
El Resultado de Explotación (EBIT) acumulado a junio de 2020 alcanza los 34,8 millones de euros con un margen sobre ingresos netos del 9,9%.

| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
|---|--------------|--------------|
| Audiovisual | 34.819 | 86.491 |
| Margen/Ingresos Netos | 9,9% | 17,2% |

3.2 Audiencia

3.2.1 Consumo de Televisión

El consumo televisivo por persona y día en el primer semestre de 2020 es de 4 horas y 15 minutos, veintitrés 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.

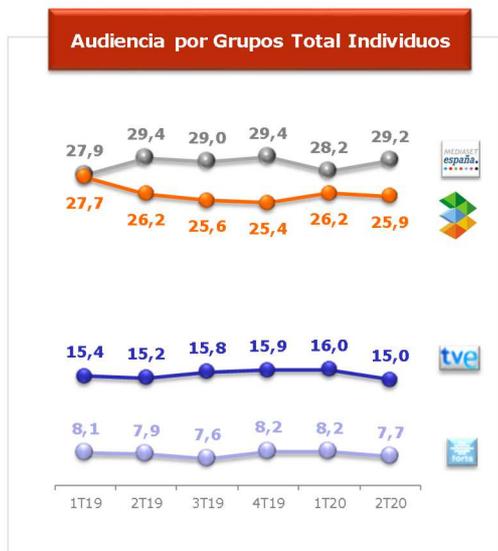
Invitados: espectadores no residentes en el hogar del visionado.

El primer semestre de 2020 estuvo marcado por el confinamiento impuesto desde el 14 de marzo por el decreto de estado de alarma debido a la epidemia por COVID-19. Como consecuencia se ha registrado en abril el mes de mayor consumo de televisión en España (5 horas y 2 minutos de media diaria). En ese mes, cerca de 33,5 millones de españoles contactaron con la televisión diariamente.

Este incremento del consumo de televisión durante el confinamiento evidencia que la televisión en abierto es la gran referencia para toda la población, incluyendo jóvenes, en lo que se refiere a entretenimiento e información. El papel de Atresmedia ha sido especialmente destacado, copando todas las posiciones de liderazgo en lo que a información se refiere y siendo, con gran diferencia, el medio más valorado para seguir la actualidad informativa.

3.2.2 Audiencias de Televisión

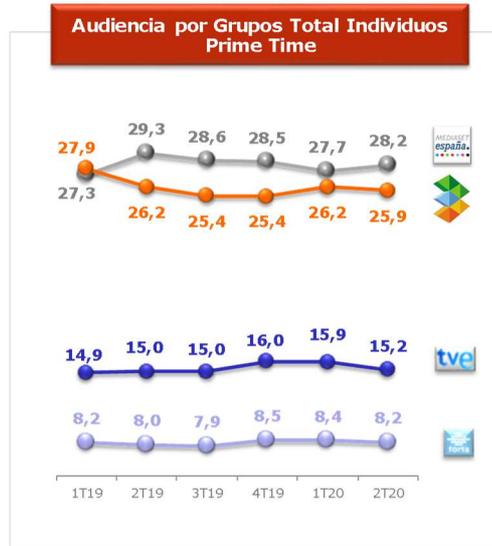
El grupo de canales de Atresmedia Televisión registra una cuota de audiencia del 26,1% en el primer semestre de 2020. Este dato se eleva al 27,5% en el target comercial, el más atractivo para los anunciantes, y hasta el 28,0% en este target en la franja del prime time (horario de máxima audiencia).



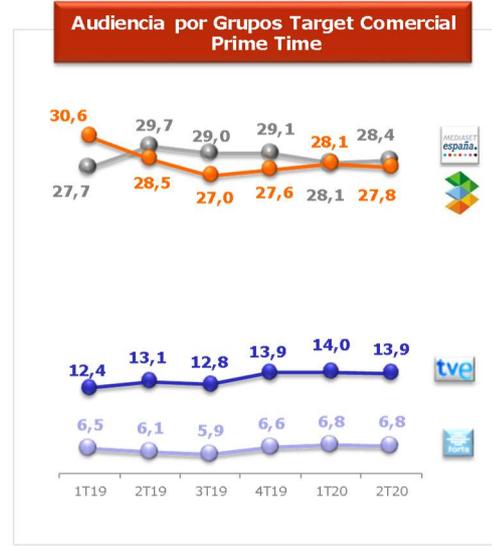
Fuente Kantar Media. Total día Ind. 4+



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 11,3%, cifra que subió en el prime time en el target comercial hasta el 12,7%.

A nivel informativo, el grupo se consolidó como referente. **Antena3 Noticias** siguió sumando seis meses consecutivos de liderazgo, con un 15,7% y 2,3 millones de espectadores de media en el primer semestre del año. En junio logró un 16,9%, su mejor cuota en casi 11 años. Asimismo, la edición de sobremesa de lunes a viernes se convirtió en el informativo más visto de la televisión con 2,6 millones de espectadores (18,4%) de media en el semestre.

En el segundo trimestre, Antena 3 Noticias revalidó su liderazgo con 2,4 millones de espectadores y el 16,1% de cuota.

En programas de entretenimiento, **"Pasapalabra"** regresó a la parrilla de Antena 3 en el segundo trimestre. El concurso se entrenó en prime time con un 19,6% y casi 3,2 millones de espectadores. Se convirtió en el estreno más visto en el último año y medio. En su franja de tarde, promedia un 16,0% y casi 1,7 millones de espectadores.

"El hormiguero 3.0" se situó como el entretenimiento diario más visto de la televisión en el trimestre, con una media de 14,2% de cuota de pantalla y 2,5 millones de espectadores. La mitad del trimestre el programa no faltó a su cita diaria y se adaptó a las circunstancias de la pandemia con la marca "El Hormiguero: quédate en casa", y obtuvo un 14,6% y casi 2,8 millones de espectadores, siendo líder indiscutible de su franja.



En cuanto a ficción, sólidos datos en la sobremesa en esta primera mitad del año. En concreto, en el segundo trimestre, **"Amar es para siempre"** (1,4 millones de espectadores y el 10,7% de la audiencia) se mantuvo como la serie diaria más vista de la televisión tras el fin de **"El secreto de Puente Viejo"** que emitió su último capítulo en el prime time del 20 de mayo y se despidió como líder ante 1,7 millones de espectadores con un 13% de cuota de pantalla. La serie completó así una trayectoria de más de 9 años de emisión ininterrumpida como referencia en la sobremesa con más de 2.300 episodios con una media histórica de 15,4% y un máximo de 22% de cuota de pantalla.

El canal **laSexta** mejora en 0,2 puntos respecto al primer semestre 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 7,7%.

"El Intermedio" regresó a plató en mayo como el programa diario más visto de laSexta con más de 1,3 millones de espectadores (8,5%). En la sobremesa, también volvió **"Zapeando"** con 647 mil espectadores de media en el trimestre, líder frente a su competidor con el 6,0% de cuota.

"La Sexta Noticias" registró uno de sus mejores datos de la historia en media de espectadores. Alcanzó el 10,3% de cuota en el segundo trimestre y más de 1,3 millones de telespectadores. Destaca la edición de sobremesa de lunes a viernes, con casi de 1,6 millones y el 11,2% de share, como la edición con más audiencia de la cadena.

A diario, **"Al Rojo Vivo"** registró una cuota media de pantalla del 15,6% y 1,2 millones de telespectadores, lo que supuso el trimestre más visto de su historia. Además, es líder de su franja de emisión. También es el programa de mayor cuota de pantalla de la cadena. **"Más vale tarde"**, con un 7,8% y 905 mil espectadores, fue el programa vespertino de actualidad más visto mejorando también sus datos en la comparativa con el mismo trimestre de 2019.

"Lo de Évole", en la franja estelar de los domingos, mantuvo durante todo el semestre una audiencia media de más de 1,8 millones de espectadores y el 9,6% de share. Por su parte, **"El objetivo"** obtuvo más de 1,3 millones (7,4%), su trimestre más visto en dos años. De la misma manera, **"La Sexta Noche"** destacó en la noche de los sábados con su mejor trimestre en dos años con un 8,5% de cuota de pantalla y 1 millón de televidentes.



La suma de los **canales complementarios** del Grupo aporta en el año un share conjunto, en total individuos (total día), del 7,3% llegando hasta el 8,2% en el target comercial.

El canal **Neox** alcanza en el periodo una audiencia en total individuos del 2,0%, porcentaje que aumenta al 2,9% en el target comercial, segmento en el que lidera entre las cadenas temáticas de TDT. También es el canal líder entre los jóvenes (18-35 años).

El canal **Nova** registra una audiencia del 2,3% en total individuos, situándose líder como cadena temática con perfil femenino. En junio lidera por primera vez entre las cadenas temáticas TDT con un 2,7% de cuota, su mejor dato mensual en casi seis años.

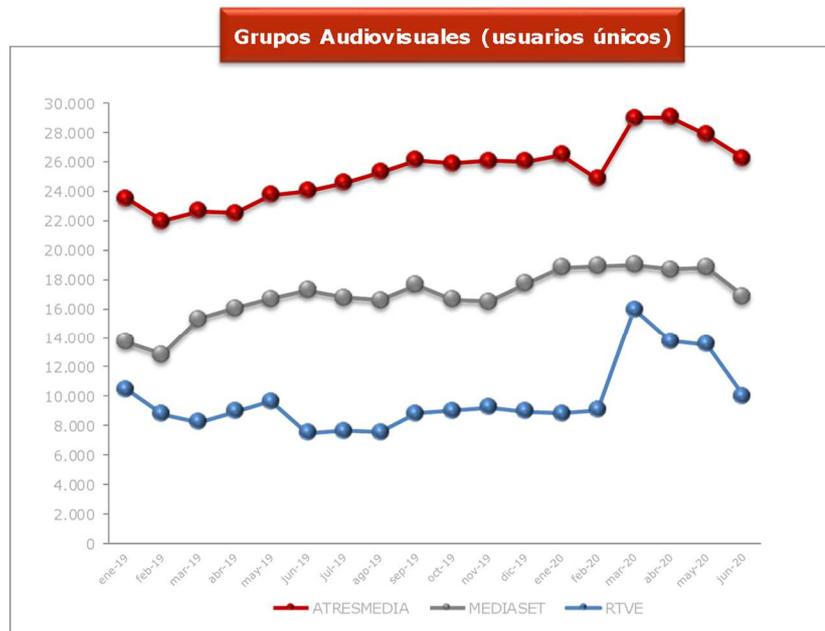
El canal **Mega**, canal con perfil adulto masculino, alcanza una audiencia media del 1,5%, dato que llega al 1,8% en el target comercial.

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



3.2.3 Audiencias de Digital

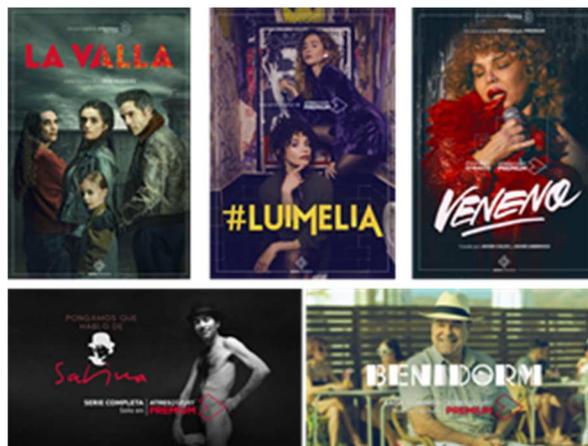
Según los datos publicados por comScore a junio de 2020, Atresmedia alcanza los 26,2 millones de usuarios únicos manteniéndose como grupo audiovisual líder en internet por cuarto año consecutivo, con 9,4 millones de usuarios más que Mediaset. En el ranking general se posiciona en el puesto 6 del top 10 de sites más visitados.



Fuente: comScore

La plataforma de vídeo online del Grupo, Atresplayer, ha conseguido, según comScore, 2,3 millones de usuarios únicos. Alcanza, además, a 30 de junio, los 8,1 millones de usuarios registrados.

La plataforma de pago Atresplayer Premium registra, a 30 de junio de 2020, un total de 253 mil suscriptores.



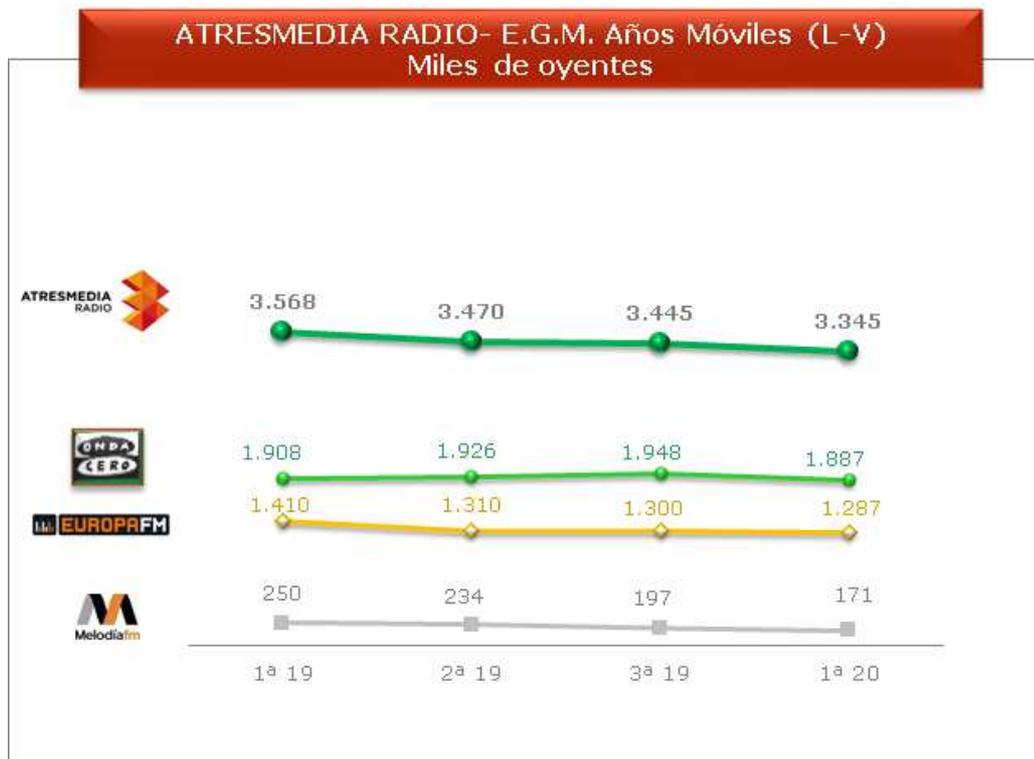
4. RADIO

4.1 Mercado Publicitario y Evolución Audiencia

Según Infoadex, la inversión en el mercado de publicidad de la radio ha decrecido en el primer semestre del año un 34,3%, siendo la caída en el segundo trimestre de un 48,2%.

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.

AIMC suspendió de forma definitiva la segunda ola del EGM de este año ante la imposibilidad de realizar el trabajo de campo con normalidad, a causa del Estado de Alarma.



Fuente: EGM, Años Móviles, Lunes a Viernes.

4.2 Cuenta de Resultados

| Miles de Euros | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 | Evolución |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| INGRESOS NETOS | 29.586 | 43.290 | (31,7%) |
| Gastos de personal | 12.421 | 13.037 | (4,7%) |
| Otros gastos operativos | 17.404 | 21.365 | (18,5%) |
| GASTOS DE EXPLOTACIÓN | 29.825 | 34.402 | (13,3%) |
| Resultado bruto de explotación | (239) | 8.888 | n/a |
| Amortizaciones y deterioros | 1.328 | 1.397 | (5,0%) |
| Resultado de explotación | (1.567) | 7.491 | n/a |

Atresmedia Radio ha alcanzado en el primer semestre del año 2020 unos ingresos netos de 29,6 millones de euros, frente a los 43,3 millones de euros obtenidos en el primer semestre de 2019.





Los gastos de explotación, a 30 de junio de 2020, han sido de 29,8 millones de euros, frente a los 34,4 millones de euros en el acumulado a junio de 2019, lo que supone un descenso del 13,3%.

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

| RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA) (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
|---|---------------------|---------------------|
| Radio | (239) | 8.888 |
| Margen/Ingresos Netos | n/a | 20,5% |

| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT) (Miles de euros) | Ene-Jun 2020 | Ene-Jun 2019 |
|---|---------------------|---------------------|
| Radio | (1.567) | 7.491 |
| Margen/Ingresos Netos | n/a | 17,3% |



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 | 1S20 | 1S19 |
|--------------------------------------|----------------|----------------|
| Importe neto de la cifra de negocios | 344.154 | 506.936 |
| Otros ingresos de explotación | 30.800 | 32.969 |
| Ingresos netos | 374.954 | 539.905 |

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 | 1S20 | 1S19 |
|--|----------------|----------------|
| Consumos de programas y otros aprovisionamientos | 157.928 | 237.145 |
| Gastos de personal | 76.158 | 80.454 |
| Otros gastos de explotación | 98.072 | 118.536 |
| Gastos de explotación | 332.158 | 436.135 |



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 | 1S20 | 1S19 |
|--|---------------|----------------|
| Resultado de explotación | 33.252 | 93.982 |
| Amortización del inmovilizado | 9.545 | 9.823 |
| Deterioro y enajenaciones del inmovilizado | (1) | (35) |
| EBITDA | 42.796 | 103.770 |

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 | 1S20 | 1S19 |
|---|----------------|----------------|
| Deuda financiera bruta | 374.878 | 270.807 |
| Efectivo y otros medios líquidos equivalentes | (237.181) | (52.628) |
| Deuda financiera neta | 137.697 | 218.179 |

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.