



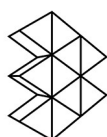
Resultados enero-septiembre 2026

22/10/2026

ATRESMEDIA incrementa un 4% los Ingresos Netos hasta los 724,3 millones de euros, apoyada en el liderazgo en audiencias y el éxito de su estrategia de diversificación.

- El Grupo logra un Resultado Bruto de Explotación Ajustado (*) de 88,2 millones de euros y un Beneficio Neto de 53,8 millones de euros.
- En el negocio Audiovisual destaca la aportación de los ingresos no publicitarios, procedentes principalmente de la Producción y Distribución de contenidos y de los negocios que se han ido incorporando al perímetro del Grupo.
- El negocio de Atresmedia Radio logra unos ingresos en línea con los del año anterior con excelentes resultados de audiencia en Onda Cero.
- En el mes de agosto, Atresmedia adquiere el 100% de AMVIA (antes Clear Channel España) incorporando al Grupo uno de los principales operadores de publicidad exterior en España. Sus resultados se integran en el Grupo desde el 5 de agosto, por lo que las cifras del periodo solo recogen dos meses de su actividad.
- La Posición Financiera Neta positiva alcanza los 233,2 millones de euros a 30 de septiembre de 2026, 175,1 millones más que al cierre de 2025, impulsada por la venta de la participación en Fever Labs (plusvalía neta de 205 millones de euros) y tras acometer la adquisición de AMVIA en agosto y la distribución de dividendos en junio.
- El Consejo de Administración ha propuesto para la aprobación final por parte de la Junta General Extraordinaria prevista el próximo 18 de noviembre el pago en diciembre de un dividendo a cuenta por valor de 0,83€/acción. Este dividendo incluye parte de los resultados de 2026 (0,16€/acción) y del reparto de los beneficios obtenidos por la venta de Fever (0,67€).

() Resultado Bruto de Explotación Ajustado excluye el efecto derivado de la aplicación de la NIIF 16 en el negocio de publicidad exterior (AMVIA) con el objetivo de facilitar la comparabilidad de los resultados y reflejar de forma más adecuada la evolución de los negocios.*



- Atresmedia mantiene su posición de liderazgo en audiencias¹ de Televisión con una notable ventaja sobre su competidor comercial directo (Mediaset), pese al impacto del Mundial de Fútbol en las audiencias. Antena 3 (12,5%) se mantiene como la cadena más vista en el periodo y es la que tiene, dentro de los canales comerciales, mejor perfil comercial tanto en Total Día como en Prime Time.
- Atresmedia continúa siendo el grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde hace 10 años, con una media de 20,9 millones de visitantes únicos² a septiembre de 2026.

Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en los nueve primeros meses de 2026 unos ingresos netos de 724,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,0%, respecto al año anterior. El Resultado Bruto de Explotación Ajustado (*) es de 88,2 millones de euros. El crecimiento de los ingresos se apoya en la estrategia de diversificación: la producción y distribución de contenidos crece un 7,2%, los otros ingresos un 45,7% y AMVIA aporta 12,8 millones de euros en sus dos primeros meses en el Grupo

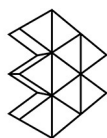
Millones de euros	Ene-Sep 2026	Ene-Sep 2025	Evolución
Grupo Atresmedia			
Ingresos Netos	724,3	696,5	4,0%
Resultado Bruto de Explotación	91,3	90,2	1,2%
<i>Resultado Bruto de Explotación Ajustado (*)</i>	88,2	90,2	(2,3%)
Resultado de Explotación	74,3	77,1	(3,7%)
<i>Resultado de Explotación Ajustado (*)</i>	73,8	77,1	(4,2%)
Beneficio del ejercicio	53,8	63,5	(15,2%)

El beneficio del ejercicio es 9,7 millones menor como consecuencia, principalmente, del registro en 2025 de intereses de demora del crédito frente a la AEAT por la Sentencia de la Audiencia Nacional favorable a la Sociedad en la demanda sobre la compensación de bases impositivas negativas. Además, la sociedad Atresmedia Corporación ha conseguido una plusvalía neta por la venta de Fever Labs de 205 millones de euros que en los estados financieros consolidados, bajo normativa NIIF, ha sido registrada dentro del Patrimonio Neto.

(*) Resultado Bruto de Explotación Ajustado y el Resultado de Explotación Ajustado excluyen el efecto derivado de la aplicación de la NIIF 16 en el negocio de publicidad exterior (AMVIA) con el objetivo de facilitar la comparabilidad de los resultados y reflejar de forma más adecuada la evolución de los negocios.

¹ Fifty5Blue

² Comscore



La inversión publicitaria total¹, que incluye todos los soportes publicitarios, crece en torno al 4% respecto a los nueve primeros meses de 2025.

Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2026	Ene-Sep 2025
Audiencia TV ²	24,9%	26,2%
Oyentes Radio (millones) ³	3,2	2,9

Posición financiera

Atresmedia cierra septiembre con una posición financiera neta positiva de **233,2 millones de euros**, 175,1 millones más que al cierre de 2025, impulsada por la venta de la participación en Fever Labs y después de haber financiado la compra de AMVIA y el reparto de dividendos de junio.

Atresmedia Corporación completó el 4 de agosto de 2026 la adquisición del 100% de AMVIA, culminando así la operación anunciada por la Compañía en septiembre de 2025. Con esta adquisición, Atresmedia incorpora al Grupo uno de los principales operadores de publicidad exterior en España y avanza en su estrategia de diversificación y crecimiento.

Asimismo, el 15 de septiembre de 2026, Atresmedia Corporación formalizó la venta de la totalidad de la participación que mantenía en Fever Labs, Inc. (Fever), superior al 5% de su capital.

El importe de la operación ascendió a aproximadamente 227 millones de euros, generando una plusvalía neta de impuestos de 205 millones de euros. Considerando esta operación junto con las desinversiones realizadas en Fever durante 2023 y 2024, Atresmedia Corporación ha obtenido unos ingresos acumulados de 296 millones de euros y una plusvalía neta de 264 millones de euros.

En junio de 2026, la Compañía distribuyó un dividendo extraordinario con cargo a reservas de libre disposición de 0,21 euros brutos por acción, lo que supuso una retribución total al accionista de 47,3 millones de euros.

¹ Estimaciones internas

² Fifty5Blue

³ EGM 2ª Ola (media móvil)



Audiovisual

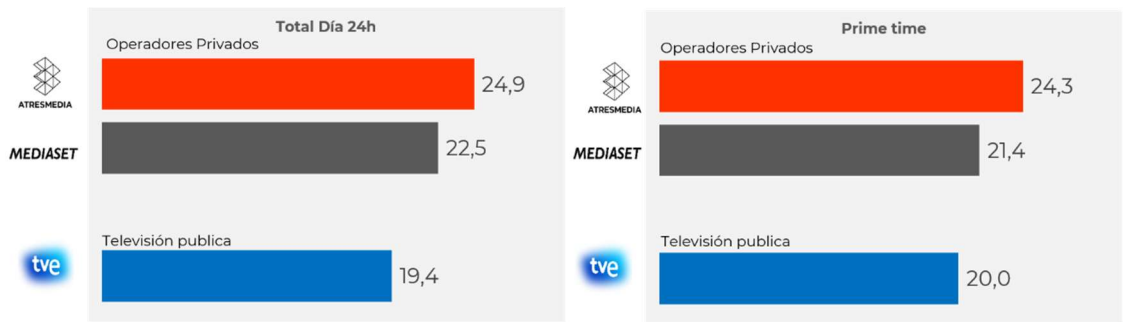
El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 657,5 millones de euros frente a los 643,0 millones de euros obtenidos en 2025, lo que supone un incremento del 2,2%.

Millones de euros	Ene-Sep 2026	Ene-Sep 2025	Evolución
Audiovisual			
Publicidad en Contenido Audiovisual	519,4	529,0	(1,8%)
Producción y Distribución de Contenidos	79,5	74,1	7,2%
Otros Ingresos	59,0	40,5	45,7%
Eliminaciones	(0,5)	(0,6)	
Ingresos Netos	657,5	643,0	2,2%

Los ingresos netos de publicidad en Contenido Audiovisual en el periodo ascienden a 519,4 millones de euros. Estos ingresos incluyen todos los ingresos publicitarios por comercialización de espacios en los soportes en los que interviene el Grupo (TV lineal, TV conectada, atresplayer, canales digitales, influencers marketing, webs propias y soportes editoriales de terceros).

El consumo de televisión tradicional¹ en España, por persona y día, ha sido en el periodo de 2 horas y 38 minutos de media.

Atresmedia revalida su liderazgo como grupo audiovisual en España por 16º trimestre consecutivo y supera a Mediaset y TVE, a pesar del impacto en las audiencias del Mundial del Fútbol, emitido en abierto por la televisión pública. En el acumulado de los nueve primeros meses Atresmedia consigue un 24,9%, 2,4 puntos más que Mediaset y se mantiene 5,5 puntos por delante de TVE. En prime time Atresmedia también lidera con un 24,3%.



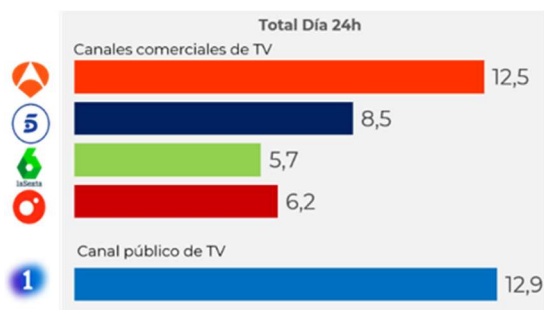
Fuente: Fifty5Blue. Total día Ind. 4+

Fuente: Fifty5Blue. Prime Time (20:30-24:00)

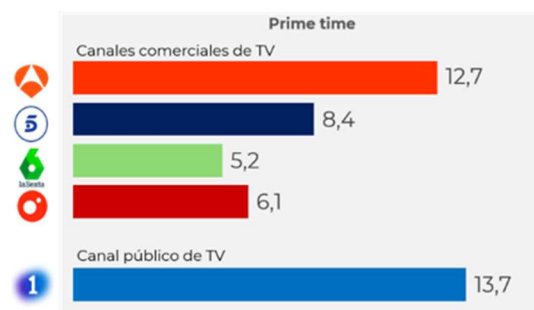
¹ Fifty5Blue



Antena 3 es la TV comercial más vista con un 12,5% de cuota, con una ventaja de 4 puntos sobre T5, que se amplía hasta los 4,3 puntos en prime time.



Fuente: Fifty5Blue. Total día Ind. 4+



Fuente: Fifty5Blue. Prime Time (20:30-24:00)

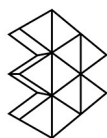
Antena 3 continúa con los contenidos más vistos en la TV. Sus informativos son líderes durante 81 meses consecutivos. En los primeros 9 meses del año, **A3 Noticias 1** (23,1% y 2.128.000 espectadores) es el informativo más visto de la TV. En prime time **A3 Noticias 2** (17,6% y 1.854.000 espectadores) lidera su franja de forma contundente. Y los fines de semana (16,5% y 1.557.000) también líderes absolutos.

En la noche **El hormiguero** (13,7% y 1.678.000 espectadores) se corona como el programa más visto de la televisión. Arranca su temporada 21 en septiembre, de nuevo como el programa líder y más visto de la TV. En la tarde **Pasapalabra** (18,5% y 1.615.000) y a mediodía **La ruleta de la suerte** (21% y 1.531.000) se sitúan como los programas más vistos del último año. **Sueños de libertad** (14,1% y 1.232.000) lleva más de dos años como la serie líder en la tarde y la ficción más vista de la TV.

En prime time **Tu cara me suena** (19,5% y 1.426.000) volvió a cerrar en julio una nueva y exitosa temporada y junto a **El Desafío** (14,3% y 1.276.000) son los programas más vistos de emisión semanal de los últimos nueve meses. **Mask Singer** (13,3% y 877.000) revalida su liderazgo y **La Voz** se estrena liderando (13,8% y 1.076.000).

Antena 3 estrena en septiembre con éxito el programa de actualidad **La mesa** (13,1% y 742.000) en la noche del miércoles y la ficción ajena **El secreto** (11,5% y 945.000) en la noche del domingo.

laSexta se mantiene como un referente en información y actualidad con un 5,7% de cuota en los nueve primeros meses del año.



El intermedio (6,7% y 829.000 9M) regresa en septiembre con sus datos habituales y como el programa más visto de la cadena. En datos similares se sitúa la nueva temporada de **Salvados** (6,8% y 743.000) que toma el relevo de **Anatomía de...** (6,0% y 660.000) que volvió a cerrar con éxito temporada en julio. A estas ofertas se suma la incorporación de Marc Giró con **Cara al show** en la noche del miércoles (5,3% y 402.000 desde su estreno). Sus informativos siguen cosechando buenos resultados: **Noticias 14H** (8,0% y 645.000), **Noticias 20H** (7,0% y 587.000 espectadores) y en el fin de semana destaca **Noticias 14H** (7,9% y 532.000).

En la noche de los viernes **laSexta Columna** (5,7% y 602.000) es referente de los reportajes de actualidad y **Equipo de investigación** (5,5% y 566.000) sigue siendo uno de los referentes de programas de investigación de la TV.

Las cuatro temáticas de Atresmedia (6,7% en los 9 primeros meses) lideran el tercer trimestre con un 6,8%.

Nova (1,9%) sigue como la cadena femenina líder y es la temática más vista del prime time. A la par se sitúan **Neox** (1,8%) con excelentes resultados en la sobremesa, franja que lidera, y **A3S** (1,8%) entre las cadenas más vistas en la noche. **Mega** (1,2%) también es referencia en su segmento.

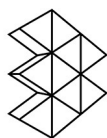
En el negocio Digital, según los datos publicados por Comscore, Atresmedia continúa como el grupo audiovisual líder en consumo digital por 10º año consecutivo. Alcanza una media de 20,9 millones de visitantes únicos en el periodo enero a septiembre y se posiciona en el puesto noveno del top 10 de sites más visitados.

Los ingresos de producción y distribución de contenidos que incluyen principalmente las ventas internacionales de contenidos, los ingresos B2C y B2B de la plataforma SVOD atresplayer y el negocio del Cine, alcanzan los 79,5 millones de euros frente a los 74,1 millones de euros del año anterior, un incremento del 7,2%.

Atresplayer premium se mantiene como la plataforma líder de un grupo audiovisual español manteniendo su apuesta por el contenido original y exclusivo. Este año ha estrenado series como la segunda temporada de 'Entre tierras', 'La nena', final de la aclamada trilogía de Carmen Mola, el thriller de Carles Porta '33 días' y "Agata y Lola", así como la sexta temporada del programa de entretenimiento Drag Race.

Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante el periodo representan el 56% de la recaudación de la taquilla del Cine Español. 'Torrente, presidente' es la película española más taquillera del año y la cuarta película española más taquillera de la historia. La película 'La bola negra' se ha convertido en el segundo mejor estreno del cine español en la última década, solo superada por 'Torrente, presidente'.

En el ámbito internacional, los canales de Atresmedia suman 59,5 millones de abonados creciendo un 3% con respecto al año anterior.



Los otros ingresos, procedentes principalmente de eventos, licencias, derechos editoriales y ventas de la plataforma de viajes Waynabox alcanzan los 59,0 millones de euros, lo que representa un incremento del 45,7% respecto a los 40,5 millones obtenidos en 2025. Este crecimiento se debe principalmente a la incorporación de la sociedad Last Lap dentro del área de eventos del Grupo desde julio de 2025.

Radio

El negocio Radio registra unos ingresos netos de 60,4 millones de euros en los nueve primeros meses de 2026, en línea con los obtenidos en el mismo periodo del año anterior (60,3 millones de euros).

Millones de euros	Ene-Sep	Ene-Sep	
Radio	2026	2025	Evolución
Ingresos Netos	60,4	60,3	0,1%

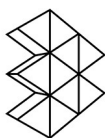
Atresmedia Radio alcanza una audiencia¹ media de 3,2 millones de oyentes. Onda Cero con 2,3 millones de oyentes mantiene su posición como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. Con respecto a las radios temáticas, Europa FM registra 0,8 millones de oyentes, y Melodía FM 63 mil.

Publicidad Exterior

Tras completarse su adquisición el pasado mes de agosto, AMVIA (antes Clear Channel España), uno de los principales operadores de publicidad exterior en España, se incorpora al Grupo Atresmedia aportando unos ingresos netos de 12,8 millones de euros correspondientes a agosto y septiembre.

Millones de euros	Ene-Sep	Ene-Sep	
Negocio Exterior	2026	2025	Evolución
Ingresos Netos	12,8		n/a

¹ EGM 2ª Ola (media móvil)



ASG

Atresmedia ha trabajado en 2026 en la **actualización de su análisis de doble materialidad conforme a los nuevos ESRS**. Los resultados han permitido identificar los impactos, riesgos y oportunidades de sostenibilidad más relevantes para Atresmedia y serán la base para la elaboración del EINF e información de sostenibilidad de los próximos años. Adicionalmente, el Grupo ha aprobado una nueva **Política de Remuneración del Consejo** que incluye **un nuevo objetivo de sostenibilidad**. Este objetivo se compone de cuatro indicadores ASG: dos indicadores sociales, relacionados con la emisión de contenido signado y de campañas gratuitas para ONG; uno de gobernanza, vinculado al cumplimiento de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas y un indicador climático, relacionado con la inclusión de datos primarios de los proveedores del Grupo en el cálculo de sus emisiones de alcance 3. Además, el Grupo ha vuelto a responder al **Global Corporate Sustainability Assessment de Standard & Poor's**, donde se ha mantenido en el top 10 de empresas del sector con mejor desempeño con 58 puntos, 36 más que la media del sector (22 puntos).

En cuanto a la dimensión ambiental, en los primeros meses del año, Atresmedia ha trabajado en el desarrollo de su **plan de descarbonización**, se ha adherido al **Climate Media Pact** y ha reforzado la colaboración con sus proveedores mediante la actualización de las **cláusulas de sostenibilidad** de sus contratos, la incorporación de tres guías de gestión ambiental para proveedores y una **formación práctica sobre cómo calcular la huella de carbono**. Por otro lado, en el tercer trimestre del año, el Grupo ha iniciado la elaboración de su **II plan de movilidad sostenible**, ha comenzado un proyecto para **recalcular su año base y revalidar sus objetivos SBTi** y ha respondido, un año más, al cuestionario climático **CDP** (Carbon Disclosure Project).

En 2026, Atresmedia ha vuelto a ser reconocida en el informe Digital News Report, elaborado por Reuters Institute y la Universidad de Oxford, como el **grupo informativo de mayor confianza en España**. En este año, Fundación AXA y Atresmedia han renovado su histórica alianza uniendo fuerzas hasta 2032; **Ponle freno** ha celebrado la 18ª edición de sus prestigiosos premios y lanzado una nueva edición de su circuito de carreras, y **Constantes y Vitales** ha celebrado la 12ª edición de sus premios para poner en valor la labor científica. Por su parte, **Contra el Maltrato, Tolerancia Cero**, ha reconocido a 35 ayuntamientos por sus proyectos frente a la violencia de género en centros educativos; **Luz Verde** ha celebrado la 2ª edición de sus premios reconociendo iniciativas que ayudan a frenar el cambio climático y **Hablando en Plata** ha lanzado el II Barómetro contra el edadismo.



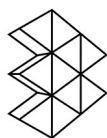
En la primera mitad del año la Asociación Española Contra el Cáncer y los servicios informativos del Grupo han lanzado la iniciativa **“Contra el cáncer, CON TODO”**. Además, Atresmedia ha vuelto a brindar su apoyo al **Comité de Emergencia**, activado tras los terremotos en Venezuela y Colombia, ayudando a recaudar más de 1 millón de euros para las víctimas y ha emitido **27 campañas gratuitas** para visibilizar la labor de diferentes ONG. Por otro lado, ha concedido **26 nuevas becas formativas** para favorecer la inserción laboral de jóvenes con discapacidad y ha continuado consolidando su programa de voluntariado corporativo con más de **367 voluntarios** en 2026. Además, el Grupo ha lanzado las campañas **“Preguntas a quién preguntas”**, que pone a prueba la tecnología para visibilizar la desigualdad hacia la mujer, y **“Contenido Familiar”** que pone en valor la importancia de la diversidad familiar en la representatividad LGBTIQ+.

La **Fundación Atresmedia**, por su parte, ha celebrado la 5ª edición de **“Efecto MIL”** un proyecto que impulsa el uso positivo y responsable de las redes sociales entre los jóvenes, y la 5ª edición de los **premios y encuentro “Mentes AMI”** con el objetivo de reconocer los proyectos educativos más innovadores y, como novedad, en 2026, ha estrenado el podcast **“Amor en tiempos de Wifi”** presentado por Helena Resano y pensado para acompañar a las familias en la educación digital de sus hijos e hijas. Adicionalmente, la Fundación ha lanzado junto a UNICEF España la campaña **“Algoritmo seguro ya”**, para exigir responsabilidad y cambios en el diseño de los algoritmos digitales.

Perspectivas futuras

Las perspectivas económicas para España se mantienen estables y relativamente positivas, pese a las incertidumbres políticas y económicas actuales. El panel de Funcas de septiembre elevó su previsión de crecimiento para 2026 al 2,6% (frente al 2,3% estimado en julio).

En este contexto, la inversión publicitaria acumulada hasta septiembre se mantiene en niveles ligeramente superiores a los de 2025, con diferencias por soporte: la publicidad exterior continúa creciendo a ritmo de medio dígito mientras que la televisión y la radio también crecen, pero algo menos, entre el 1 y el 2%. Todo apunta a que esta tendencia del mercado se mantendrá hasta final de ejercicio.



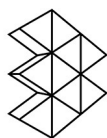
Atresmedia, por su parte, mantiene su liderazgo en los principales soportes en los que opera —televisión, AVOD y SVOD a través de Atresplayer, radio y publicidad exterior—monetizando eficazmente sus audiencias gracias a una política comercial diferenciada, permitiéndole ganar cuota de mercado trimestre tras trimestre. Asimismo, continúa aplicando una gestión rigurosa de costes con el fin de proteger, en la medida de lo posible, los márgenes consolidados. El crecimiento del mercado, aunque ligero, unido a esta contención de costes, nos lleva a estimar un resultado bruto de explotación para 2026 en la línea del año anterior, si consideramos el perímetro comparable de ambos ejercicios.

Entre los hitos de este tercer trimestre, destaca la adquisición de manera efectiva de AMVIA, en el mes de agosto, compañía referente en publicidad exterior y que aportará al Grupo una facturación en un año completo de alrededor de 100 millones de euros y un margen EBITDA cercano al 18%. Esta operación, que se anunció en el mes de septiembre de 2025, supone la entrada de Atresmedia en un nuevo mercado en expansión y refuerza la estrategia de diversificación y crecimiento digital.

Por otro lado, el pasado mes de septiembre Atresmedia culminó la venta de la participación que aún tenía en Fever Labs, Inc (Fever) y que era superior al 5%. Sumando a la presente operación las desinversiones realizadas anteriormente en 2023 y 2024, Atresmedia ha obtenido unos ingresos totales de 296 millones de euros generando unas plusvalías netas de impuestos de alrededor de los 264 millones de euros.

En materia de retribución al accionista, el Consejo de Administración propuso para la aprobación final por la Junta General Extraordinaria prevista el próximo 18 de noviembre el pago en diciembre de un dividendo a cuenta por valor de 0,83€/acción. Este dividendo incluye los resultados de 2026 (0,16€/acción) y por otra, el reparto de los beneficios obtenidos por la venta de Fever (0,67€).

Con todos estos movimientos, estimamos que la deuda neta, incluyendo el cobro pendiente de la AEAT, se acercará a cero. Estos números permiten a la compañía mantenerse en niveles compatibles con una estructura financiera sólida y flexible.



Limitación de responsabilidad

Este documento contiene supuestos sobre el mercado, información de diversas fuentes y proyecciones relativos a la situación financiera, los resultados de las actividades, el negocio, la estrategia y los planes de Atresmedia y sus filiales. Dicha información no constituye garantía alguna de resultados futuros y está sujeta a riesgos e incertidumbres que los pueden hacer diferir sustancialmente de los esperados.

Atresmedia no asume la obligación de hacer públicos los resultados de cualquier modificación que se haga sobre las previsiones contenidas en esta nota. Tampoco se incluyen en la misma hechos o circunstancias posteriores a la fecha de referencia de los resultados e información financiera presentados.

La información suministrada no ha sido auditada, pero es en la medida de lo posible la más actualizada, sin que ello constituya garantía alguna de exactitud. Ni Atresmedia ni ninguna de sus filiales se responsabiliza de si alguna información es incompleta, inadecuada o desfasada o de los perjuicios generados por el uso de esta información, o por su aceptación.

Se recomienda a los analistas e inversores que consulten la información financiera y de otro tipo que la Sociedad registra en la CNMV.