

**Resultados enero-septiembre 2025****23/10/2025**

ATRESMEDIA alcanza unos Ingresos Netos de 696,5 millones de euros gracias a su liderazgo en audiencias y a una exitosa estrategia de diversificación de ingresos.

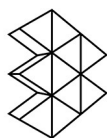
- **En un contexto complejo para el mercado publicitario, marcado por una comparación exigente con el ejercicio anterior, los ingresos netos totales acumulados del Grupo descienden únicamente un 2,3% respecto a septiembre de 2024, gracias a la aportación positiva de otras áreas de negocio (Radio, Producción y Distribución de contenidos y nuevas adquisiciones).**
- El Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) se sitúa en 90,2 millones de euros. Por su parte, el Resultado de Explotación (EBIT) alcanzó los 77,1 millones de euros.
- El Grupo obtuvo un Beneficio neto en los nueve primeros meses de 2025 de 63,5 millones de euros.
- A 30 de septiembre de 2025 la Posición Financiera Neta es positiva alcanzando 70,5 millones de euros.
- **En el área Audiovisual, la contribución creciente de fuentes de ingresos no publicitarias —especialmente la Producción y Distribución de contenidos y la integración de nuevos negocios en el perímetro del Grupo— permite compensar la debilidad del mercado publicitario en televisión.**
- Atresmedia se mantiene como líder en audiencias¹ de Televisión y mantiene una notable ventaja sobre su competidor comercial directo (Mediaset). Antena 3 (12,8%) sigue como la cadena más vista en el periodo y la de mejor perfil comercial en Prime Time.
- Atresmedia continúa siendo el grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde hace más de 9 años, con una media de 22,5 millones de visitantes únicos⁴.
- **El negocio de Atresmedia Radio crece en ingresos un 4,5%, mejorando el comportamiento del mercado que sube un 2,3%.**

¹ Kantar Media

² Estimaciones internas

³ EGM 2ª Ola (media móvil)

⁴ Comscore



Grupo Atresmedia

Atresmedia logra en los nueve primeros meses de 2025 unos ingresos netos de 696,5 millones de euros y un Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) de 90,2 millones de euros.

Millones de euros

Grupo Atresmedia

	Ene-Sep 2025	Ene-Sep 2024	Evolución
Ingresos Netos	696,5	713,2	(2,3%)
Resultado Bruto de Explotación	90,2	116,0	(22,2%)
Resultado de Explotación	77,1	103,1	(25,2%)
Beneficio del ejercicio	63,5	77,4	(18,0%)

La inversión publicitaria total², que incluye todos los soportes publicitarios, se mantiene en niveles del año anterior. El mercado de la publicidad en televisión decrece un 5,1% (en el periodo enero-septiembre de 2024 el crecimiento del mercado fue excepcionalmente alto), mientras que el medio radio crece un 2,3%, en ambos casos incluyendo sus mercados digitales.

Variables operativas destacadas	Ene-Sep 2025	Ene-Sep 2024
Audiencia TV ¹	26,2%	26,4%
Oyentes Radio (millones) ³	2,9	2,9

Posición financiera

La posición financiera neta del Grupo a 30 de septiembre de 2025 es positiva alcanzando 70,5 millones de euros.

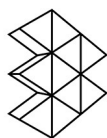
En el mes de junio se procedió al reparto del dividendo complementario correspondiente a los resultados del ejercicio 2024, a razón de 0,47 euros por acción en términos brutos, en total 105,8 millones de euros.

¹ Kantar Media

² Estimaciones internas

³ EGM 2ª Ola (media móvil)

⁴ Comscore



Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 643,0 millones de euros. Destaca la evolución muy favorable de las áreas del Grupo no directamente vinculadas al mercado publicitario, como la Producción y Distribución de contenidos, así como el incremento de Otros Ingresos derivado de la incorporación de nuevas empresas. Estos factores han contribuido a mitigar la debilidad del mercado publicitario en Contenido Audiovisual, condicionada por una comparativa especialmente exigente respecto al ejercicio anterior.

Millones de euros

Audiovisual	Ene-Sep 2025	Ene-Sep 2024	Evolución
Publicidad en Contenido Audiovisual	529,0	560,9	(5,7%)
Producción y Distribución de Contenidos	74,1	67,5	9,8%
Otros Ingresos	40,5	34,5	17,4%
Eliminaciones	(0,6)	(0,6)	
Ingresos Netos	643,0	662,3	(2,9%)

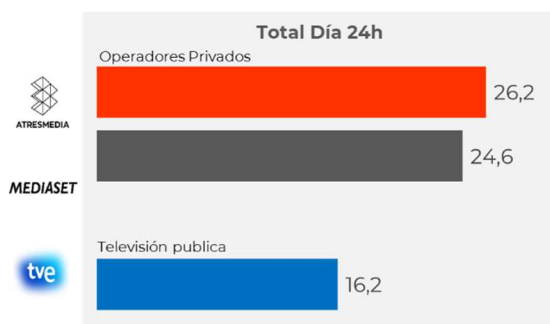
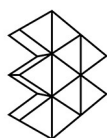
Los ingresos netos de publicidad en Contenido Audiovisual en el periodo ascienden a 529,0 millones de euros. Estos ingresos incluyen todos los ingresos publicitarios por comercialización de espacios en los soportes en los que interviene el Grupo (TV lineal, TV conectada, atresplayer, canales digitales, influencers marketing, webs propias y soportes editoriales de terceros).

El consumo televisivo¹ en España, por persona y día, ha sido en el periodo de 2 horas y 41 minutos.

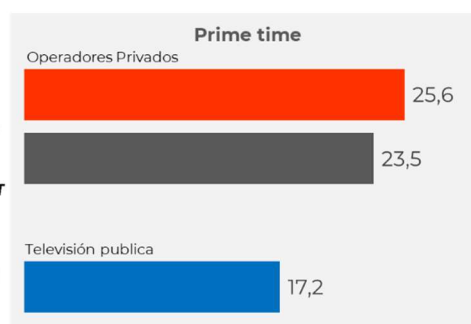
Atresmedia refuerza su posición como referente absoluto del sector audiovisual español y acumula en los nueve primeros meses de 2025 un nuevo liderazgo. Con un 26,2% en total día y un 25,6% en prime time, supera en ambas franjas a Mediaset a pesar de tener una canal menos.

Al cierre de septiembre acumula 12 trimestres consecutivos como líder, con un 25,7% de cuota en el tercer trimestre de 2025. En el horario de máxima audiencia (prime time), alcanza 16 trimestres seguidos de liderazgo, registrando un 25,4% en el mismo periodo.

1 Kantar Media
2 Estimaciones internas
3 EGM 2ª Ola (media móvil)
4 Comscore

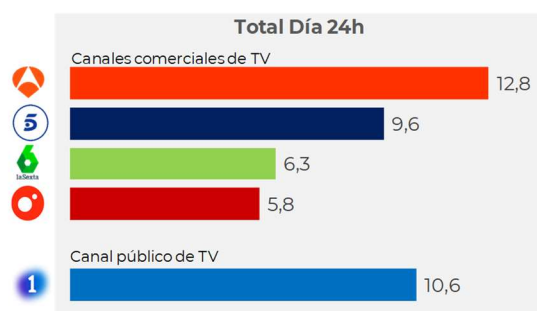


Fuente: Kantar Media. Ind. 4+. Total día.

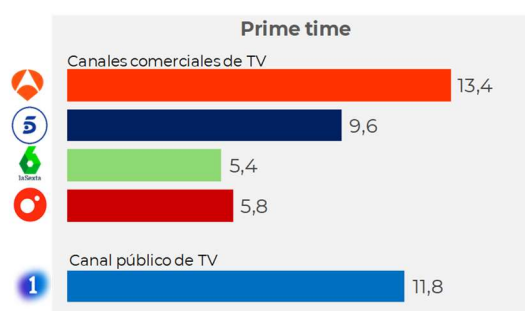


Fuente: Kantar Media. Ind. 4+. Prime Time (20:30-24:00)

Antena 3 sigue dominando el panorama de cadenas de TV con un 12,8% en el acumulado anual y de nuevo es la cadena más vista y la de mayor fortaleza comercial. Antena 3 es la cadena más vista durante 16 trimestres consecutivos. Con respecto a su principal competidor, T5, consigue una diferencia de 3,2 puntos porcentuales en el total día y 3,8 puntos en la franja de prime time.



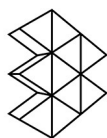
Fuente: Kantar Media. Ind. 4+. Total día.



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

Un año más cuenta con los contenidos de más éxito. Sus informativos son líderes durante 69 meses consecutivos. **A3 Noticias 1** (22,7% y 2.039.000 espectadores) es el informativo más visto de la televisión en el periodo enero-septiembre. En prime time **A3 Noticias 2** (18,2% y 1.887.000 espectadores) lidera en la noche. Y los fines de semana (16,3% y 1.527.000) también líderes absolutos.

En la tarde **Pasapalabra** (19,5% y 1.708.000) y en la noche **El hormiguero** (15,0% y 1.906.000 espectadores) se sitúan como los programas con mayor audiencia. **Sueños de libertad** (13,5% y 1.191.000) continúa liderando la sobremesa desde su estreno en 2024 y es la serie de TV diaria más vista.



En prime time **Tu cara me suena** (21,7% y 1.735.000) es el entretenimiento semanal más seguido y **El desafío** (15,0% y 1.443.000) y **La Voz Kids** (13,2% y 1.021.000) dominan sus franjas.

laSexta (6,3%) reafirma su dominio y sigue imbatible en el podio de las cadenas privadas. Acumula en septiembre 51 meses consecutivos de liderazgo sobre Cuatro (5,8%). En target comercial laSexta (7,1%) también deja claro su dominio sobre Cuatro (6,7%).

Lo de Évole (8,6% y 1.117.000 espectadores) y **El intermedio** (6,5% y 819.000) se sitúan como lo más visto de la cadena. Sus informativos también cosechan excelentes resultados: **Noticias 14H** (8,8% y 712.000) y **Noticias 20H** (7,6% y 734.000 espectadores).

Las temáticas de Atresmedia siguen siendo referentes en su target. Acumulan un 7,1% en el periodo enero-septiembre. A punto de cumplir 20 años, Nova (2,0%) sigue como la cadena femenina líder y Neox (1,8%) es referente en comedia y acción.

Liderazgo en el negocio digital

En el **negocio Digital**, según los datos publicados por Comscore en el mes de septiembre, Atresmedia sigue siendo el grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde abril de 2016. Alcanza una media de 22,5 millones de visitantes únicos en el periodo enero a septiembre de 2025, con 9,5 millones más que Mediaset y alcanza el octavo puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

La plataforma de vídeo online del Grupo, atresplayer, acumula una media de 2,6 millones de visitantes únicos⁴. Alcanza en septiembre de 2025 un consumo de casi 20 millones de horas de vídeo y más de 17 millones de usuarios registrados.

Ingresos récord en el área de producción y distribución de contenidos

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 74,1 millones de euros frente a los 67,5 millones de euros del año anterior, un incremento del 9,8%.

Atresplayer premium se mantiene como la plataforma líder de un grupo audiovisual español reforzando su apuesta por el contenido original y exclusivo. Este año ha estrenado series como **FoQ, la nueva generación, Mariliendre, Perdiendo el juicio, El gran salto** y **Mar afuera**. Además, ha incorporado programas de entretenimiento como **Drag Race temporada 5**.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante el periodo representan el 41% de la recaudación de la taquilla del Cine Español siendo “Padre no hay más que uno 5” la película española más taquillera en lo que va del año.

En el ámbito internacional, los canales de Atresmedia suman 58 millones de abonados creciendo un 7% con respecto al año anterior.

Crecimiento significativo de diversificación y eventos

Los otros ingresos, procedentes principalmente de eventos, licencias, derechos editoriales y ventas de la plataforma de viajes Waynabox alcanzan los 40,5 millones de euros, lo que representa un incremento del 17,4% respecto a los 34,5 millones obtenidos en 2024. Este crecimiento se debe principalmente a la incorporación de la sociedad Last Lap dentro del área de eventos del Grupo.

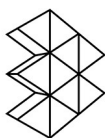
Radio

El negocio Radio alcanza en el periodo enero-septiembre unos ingresos netos de 60,3 millones de euros, frente a los 57,7 millones de euros obtenidos en el mismo periodo del año anterior, lo que supone un crecimiento del 4,5%, mejorando el comportamiento del mercado que sube un 2,3%.

Millones de euros	Ene-Sep 2025	Ene-Sep 2024	Evolución
Radio			
Ingresos Netos	60,3	57,7	4,5%

Atresmedia Radio tiene una audiencia³ media de 2,9 millones de oyentes. Onda Cero con 2,1 millones de oyentes logra su mejor registro de la última década y mantiene su posición como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. Con respecto a las radios temáticas, Europa FM registra 0,7 millones de oyentes, y Melodía FM 78 mil.

1 Kantar Media
2 Estimaciones internas
3 EGM 2ª Ola (media móvil)
4 Comscore



En 2025, Atresmedia actualizó su Política General de Sostenibilidad, que recoge los principales compromisos de la Compañía en materia ASG y establece los principales objetivos y líneas de actuación del Grupo en sostenibilidad. La Política fue aprobada por el Consejo de Administración en el mes de julio y su contenido responde a las nuevas tendencias ASG y al nuevo contexto normativo.

Entre las novedades recogidas en la Política se encuentran, entre otras, la consideración de la **ciberseguridad y el uso responsable de la Inteligencia Artificial** como pilares clave de la cultura corporativa de Atresmedia; novedades relativas al **Sistema de Gobierno Corporativo y al Modelo de Cumplimiento y Prevención de Delitos** que pretenden robustecer las estructuras de gobernanza de la organización o el refuerzo de los compromisos de **gestión sostenible de la cadena de suministro**.

En cuanto a la dimensión ambiental y como parte de la **estrategia Cero Neto** de Atresmedia, el Grupo ha incluido en la Política **compromisos firmes de descarbonización**, tanto en sus operaciones propias como a lo largo de su cadena de valor, poniendo el foco en la colaboración con sus proveedores de bienes, servicios y contenidos. Para ello, durante 2025 ha trabajado en la definición de los **principios de producción audiovisual sostenible de Atresmedia**, con el objetivo de que sean compartidos y aplicados por las productoras con las que colabora. Adicionalmente, el Grupo ha iniciado la elaboración de un nuevo análisis de riesgos climáticos físicos y de transición y ha respondido, un año más, al cuestionario CDP, referente internacional en materia climática para la comunidad inversora.

Respecto a la dimensión social, la actualización de la Política General de Sostenibilidad incorpora de forma explícita **la lucha contra la desinformación como uno de los compromisos centrales del Grupo Atresmedia**. Este compromiso, unido a la defensa de la veracidad y el rigor informativo, ha consolidado una vez más a Atresmedia como referente informativo y de confianza en España, según el prestigioso informe **Digital News Report 2025** de Reuters Institute y la Universidad de Oxford.

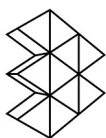
Asimismo, la actualización ha servido para reforzar el compromiso del Grupo con la diversidad, la equidad y la inclusión. En 2025, Atresmedia ha concedido 36 nuevas becas formativas para favorecer la inserción laboral de jóvenes con discapacidad a través de su Programa Becas Capaz y ha renovado su adhesión a la Carta de la Diversidad reafirmando su compromiso con sus 10 principios de diversidad, equidad e inclusión.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



El Grupo ha continuado, además, usando el poder de sus medios de comunicación para impulsar acciones de responsabilidad social que generan un impacto positivo en la sociedad. En este marco, ha emitido gratuitamente en sus canales de televisión, radio y digital campañas publicitarias de sensibilización social para **visibilizar la labor de 24 ONG**. Adicionalmente, la prestigiosa iniciativa por la seguridad vial **Ponle Freno** ha convocado la 17ª edición de su circuito de carreras y **Constantes y Vitales** ha abierto convocatoria para la 11ª edición de sus premios a la investigación, mientras que **Hablando en Plata** ha renovado en 2025 y por segundo año consecutivo el certificado AENOR por su compromiso contra el edadismo.

Por su parte, la **Fundación Atresmedia**, actualmente centrada en impulsar la alfabetización mediática, informacional y digital de niños, niñas, jóvenes, docentes y familias, cumple veinte años acompañando a los más jóvenes hacia un futuro mejor. Durante 2025, la Fundación ha convocado la 4ª edición de los premios “Mentes AMI” que reconocen los proyectos educativos más innovadores en materia de alfabetización mediática e informacional y ha celebrado la 4ª edición de “Efecto MIL”, con récord de participación, para impulsar el uso positivo y responsable de las redes sociales entre los jóvenes. Además, ha continuado ampliando el contenido de AMIBOX-aula y la app de AMIBOX, consolidando estas herramientas como referentes en educación mediática.

Perspectivas futuras

El Grupo estima cerrar el ejercicio con una posición de caja positiva cercana a los 50 millones de euros, incluso tras el previsible pago de un dividendo a cuenta del ejercicio 2025 en este próximo mes de diciembre

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 2025 al 2,6% (frente al 2,4% estimado en julio).

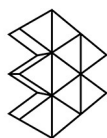
En este contexto, la inversión publicitaria acumulada hasta septiembre se mantiene en niveles similares a los de 2024, con diferencias por soporte: la radio y la publicidad exterior continúan creciendo, mientras que la televisión se sitúa por debajo de los niveles alcanzados el año pasado. Todo apunta a que esta tendencia del mercado se mantendría hasta final de ejercicio.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



Atresmedia, por su parte, mantiene su liderazgo en los principales soportes en los que opera —Televisión, AVOD y SVOD a través de Atresplayer, Radio— monetizando eficazmente sus audiencias gracias a una política comercial diferenciada, permitiéndole ganar cuota de mercado trimestre tras trimestre. Todo ello, aplicando una gestión rigurosa de costes con el fin de proteger, en la medida de lo posible, los márgenes operativos consolidados, sin perder la calidad y el liderazgo de su oferta de contenidos.

El Grupo avanza en su plan estratégico

Asimismo, fiel a su estrategia de diversificación de las fuentes de ingresos continúa incorporando de manera exitosa activos a su cartera.

Entre los hitos de este tercer trimestre hay que destacar los siguientes:

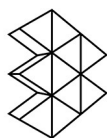
- En julio, Atresmedia **adquirió el 75% del capital** e incorporó a su perímetro, la sociedad **Last Lap S.L.**, referente en la organización y comunicación de eventos, principalmente deportivos, con una facturación superior a 30 millones de euros y un EBITDA de más de 3 millones de euros en 2024.
- En septiembre, Atresmedia anunció la **adquisición del 100% de Clear Channel España**, uno de los principales operadores españoles en el mercado de publicidad exterior. Esta operación, sujeta a la autorización por parte de la CNMC y prevista para principios de 2026, supone la entrada de Atresmedia en un nuevo mercado en expansión y refuerza su diversificación y crecimiento digital.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore



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.

1 Kantar Media

2 Estimaciones internas

3 EGM 2ª Ola (media móvil)

4 Comscore