



GRUPO ANTENA 3

RESULTADOS 2009

Mientras el mercado publicitario en su conjunto cae un 21%, la Compañía amortigua el impacto de la crisis y sus Ingresos Netos (703,9 millones de euros) caen 5 puntos menos que la media

El Grupo Antena 3 obtiene un Beneficio Neto de 60,8 millones de euros en el peor año de la historia de la publicidad

La posición de Antena 3 TV como operador privado líder en 2009 con su familia de canales, el éxito de la comercialización conjunta de publicidad, el año histórico en audiencias de Onda Cero y Europa FM, unido a una estricta política de contención de costes (-7%) sitúan el EBITDA de la Compañía en 81,2 millones de euros

Antena 3 TV aumenta hasta el 26% (+3 puntos) su participación en el mercado de la publicidad, gracias a la pauta única y la posición de liderazgo de su familia de canales

Antena 3 TV ha obtenido un Beneficio Neto de 47,8 millones, su EBITDA se sitúa en 68,8 millones y sus ingresos por publicidad en 583,8 millones, que se reducen un 15,5% frente al 23% de la media del mercado, lo que se traduce en una mejora de 7,5 puntos

Uniprex gana 12,9 millones de euros en 2009 y, como el resto de divisiones, amortigua la crisis de la publicidad en el sector radio: factura en publicidad 92,9 millones de euros (-8,1% Vs. -16,3% de caída media del mercado)

RESULTADOS DEL 4º TRIMESTRE

Antena 3 y Uniprex inician la senda del crecimiento El Grupo aumenta su Beneficio un 112,9%

- La Facturación en Publicidad de Antena 3 Televisión aumenta un 5,7%, en un mercado que decrece un 11%
- El Beneficio Neto de Antena 3 Televisión se eleva un 63,1% mientras el de Onda Cero y Europa FM lo hace en un 35,2%
- El Grupo refuerza la política de contención de gastos, que se redujeron un 10,6% en el último trimestre
- El Resultado Bruto de Explotación del Grupo crece un 66,4% (hasta los 45,6 millones) con respecto al mismo trimestre del pasado año. El Ebitda de Antena 3 TV mejora un 45,7% y el de Uniprex un 15,6%
- El Margen de EBITDA del Grupo se sitúa en el 22% frente al 13% de 2008





GRUPO ANTENA 3

(17/02/2010)

En un año que ha estado marcado por una crisis sin precedentes del mercado de la publicidad y por fuertes pérdidas en el sector de los medios de comunicación, **el Grupo Antena 3 ha obtenido un Beneficio Neto de 60,8 millones**. Como ha venido sucediendo durante todo el ejercicio, la Compañía ha cerrado 2009 amortiguando en su cifra de facturación el impacto de la caída publicitaria al registrar un decremento notablemente inferior a la media del mercado de medios convencionales. El Grupo Antena 3 ha alcanzado un nivel de **Ingresos Netos de 703,9 millones**, lo que supone una reducción del 15,5% frente a la caída promedio del 20,8% del mercado publicitario. Esta mejora sobre la media del mercado (de más de 5 puntos) se debe fundamentalmente a la posición de Antena 3 como operador de TV privado líder en el conjunto de 2009, al buen comportamiento de la pauta única (comercialización y emisión conjunta de publicidad en sus canales: Antena 3, Neox y Nova) y al año histórico en audiencia en Onda Cero y Europa FM.

El Ebitda del Grupo Antena 3 alcanza los 81,2 millones de euros

El Resultado Bruto de Explotación (Ebitda) del Grupo Antena 3 ha ascendido a 81,2 millones de euros, situando el **Margen sobre Ingresos en un 11,5% en 2009**.

Los gastos se sitúan en el nivel más bajo de los últimos cinco años

La Compañía ha mantenido en 2009 la estricta política de contención de costes que viene aplicando desde hace varios ejercicios. De este modo, el Grupo Antena 3 ha reducido sus Gastos de Explotación un 7%, mientras Antena 3 Televisión y Uniprex lo han hecho en un 6,8% y un 4,6%, respectivamente. Esta disciplina presupuestaria sitúa los gastos del Grupo Antena 3 y de Antena 3 Televisión en el nivel más bajo de los últimos cinco años. En el cuarto trimestre, el recorte de costes de la Compañía ha alcanzado el 10,6% con respecto al mismo periodo de 2008.

4º TRIMESTRE

Espectacular aumento del Beneficio del Grupo A3: un 112,9%

El Grupo Antena 3 y sus dos principales Divisiones (TV y Radio) han iniciado la senda del crecimiento en el cuarto trimestre del año

GRUPO ANTENA 3

- El Beneficio Neto crece un 112,9% (41,9 millones de euros)
- El EBITDA aumenta un 66,4% (45,6 millones de euros)
- El Margen de EBITDA sube al 22%, frente al 13% de 2008

ANTENA 3 TV

- El Beneficio Neto se eleva un 63,1% hasta los 40,2 millones de euros
- El EBITDA se incrementa un 45,7% (37,8 millones de euros)
- Los Ingresos de Publicidad crecen un 5,7%, en un mercado que cae un 11%

UNIPREX (Onda Cero y Europa FM)

- El Beneficio Neto aumenta un 35,2% (5,4 millones de euros)
- El EBITDA repunta un 15,6% (7,3 millones)
- El Importe Neto de la Cifra de Negocio crece un 2,1% en un mercado que cae un 14%





Antena 3 Televisión asciende al liderazgo de la TV privada

Antena 3 Televisión ha concluido el año como el grupo privado líder de audiencia de la televisión en España, con un 16,6% de cuota de pantalla, por delante del resto de ofertas comerciales: Grupo Gestevisión Telecinco (16,2%), Grupo Sogecable (8,7%) y del Grupo La Sexta (6,9%).

En un año marcado por la fragmentación, la familia de canales del Grupo Antena 3 ha conseguido, por primera vez desde 2002, el liderazgo en el panorama televisivo privado gracias a una programación estable y de calidad en Antena 3, que cierra 2009 con una audiencia del 14,7%, y la apuesta por sus canales más jóvenes: Neox (1,2%) y Nova (0,7%), que logran duplicar su audiencia respecto a 2008, hasta lograr 1,9 puntos.

De ésta forma, Antena 3 es, de las grandes cadenas generalistas, la televisión privada que mejor ha amortiguado la multiplicidad de ofertas, recortando su distancia con Telecinco en 1,7 puntos y concluyendo 2009 con la menor distancia entre ambas desde 2002: 4 décimas. Así, mientras que Antena 3 ha cedido 1,3 puntos respecto a 2008, Telecinco ha sufrido el mayor descenso: ha perdido 3 puntos en un año.

En 2009, Antena 3 TV ha liderado de forma absoluta en el *target comercial*, el más apreciado por los anunciantes, con un 15,4% de cuota, tras arrebatarse la primera posición a Telecinco (15,3%) y superar asimismo ampliamente a La 1 (13,2%), Cuatro (10,7%) y La Sexta (8,7%), algo que no sucedía desde 1998.

En cuanto a los nuevos canales de Televisión Digital Terrestre, el Grupo Antena 3 también consigue una posición hegemónica con el **liderazgo de Neox en el *target comercial*, con una destacada cuota del 1,44%.**

El liderazgo de Antena 3 en el *target comercial* también se produce entre los grupos privados, donde el Grupo Antena 3, con un 17,6%, se distancia 0,9 puntos de su competidor directo, Gestevisión Telecinco (16,7%), y en más de 6 puntos del tercero, Grupo Sogecable.

Antena 3 Televisión gana 47,8 millones y aumenta en 3 puntos su cuota de mercado

Antena 3 Televisión, en un contexto marcado por las pérdidas, ha obtenido un Beneficio Neto de 47,8 millones de euros. El Resultado Bruto de Explotación se ha elevado a los 68,8 millones de euros y el Margen sobre Ingresos ha quedado situado en el 11,4%.

La División de Televisión del Grupo Antena 3 ha experimentado un decremento de su Facturación muy por debajo de la media del mercado. De este modo, ha registrado Ingresos por Publicidad de 583,8 millones, que se reducen un 15,5% frente al 23% de la media del mercado, **lo que se traduce en una mejora de 7,5 puntos.** Con estos datos, la cuota de participación de Antena 3 Televisión en el mercado de la publicidad se sitúa en el 26%, frente a una cuota del 23% en el mismo periodo de 2008, **lo que supone un crecimiento de 3 puntos.**





GRUPO ANTENA 3

Audiencias históricas para Onda Cero y Europa FM

Uniprex, la División de Radio del Grupo Antena 3 ha vivido un año de audiencias históricas en sus dos principales emisoras: Onda Cero y Europa FM.

Según los datos de la tercera ola de 2009 del EGM, Onda Cero se ha consolidado como la segunda gran radio generalista del mercado (con más de 2.200.000 oyentes), ha aumentado su distancia con el tercer operador (Cadena Cope) y se ha convertido en la emisora que más ha crecido en el año.

Europa FM, por su parte, ha ascendido al cuarto puesto en el ranking de cadenas temáticas, alcanzando su récord histórico de audiencia (1.173.000 oyentes), lo que supone un crecimiento del 12% respecto a la segunda ola de 2009 (+124.000 oyentes) y de un 22% con respecto a la tercera ola de 2008, lo que se traduce en 208.000 oyentes más.

Uniprex obtiene un Beneficio Neto de 12,9 millones

Uniprex ha obtenido un Beneficio Neto de 12,9 millones de euros. Los Ingresos Netos han alcanzado los 88,7 millones de euros y la Facturación en Publicidad los 92,9 millones de euros frente a los 101 millones obtenidos en el mismo periodo de 2008. Durante todos los trimestres del año, la reducción de Ingresos de Onda Cero y Europa FM ha sido notablemente inferior (exactamente la mitad) a la caída del mercado: 8,1% de Uniprex frente al 16,3% del mercado de la publicidad en radio.

El Resultado Bruto de Explotación ha alcanzado los 20,5 millones de euros y el Margen sobre Ingresos Netos se ha situado en el acumulado a diciembre de 2009 en el 23,1%

ANTENA 3 es el primer grupo de comunicación comercial español. La Compañía opera en distintas áreas de actividad a través de las marcas ANTENA 3, ONDA CERO, EUROPA FM, NEOX, NOVA, ATRES ADVERTISING, MOVIERECORD, ANTENA 3 MULTIMEDIA, UNIPUBLIC, I+3, ANTENA 3 FILMS y ANTENA 3 EVENTOS, entre otras.

