

Grupo Prisa

Informe de gestión consolidado correspondiente al
ejercicio 2009

1. EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

Aspectos organizativos

Las actividades del Grupo están organizadas en cuatro agrupaciones: Audiovisual, Educación-Editorial, Radio y Prensa. Esta estructura está soportada por el área Digital, que opera transversalmente en todas las áreas.

Las actividades Audiovisuales agrupan los negocios de Sogecable y Media Capital, integrándose en ésta última los negocios de producción audiovisual en España y Portugal. Durante el ejercicio 2009 el Grupo entra en el mercado hispano de televisión en Norteamérica mediante la adquisición de un 12% de V-me Media Inc.

Educación-Editorial comprende los negocios de Santillana en España, Portugal, Estados Unidos y Latinoamérica.

Las actividades de Radio engloban el negocio de Radio en España y en el exterior (Colombia, México, Estados Unidos, Argentina, Chile, Panamá y Costa Rica) así como los negocios integrados en Gran Vía Musical.

Las actividades de Prensa aglutinan los negocios de El País, As, Cinco Días y Revistas en España y Portugal. Durante el ejercicio 2009, el Grupo canjea sus acciones en el negocio de prensa internacional en Bolivia por la participación del 12% de V-me Media Inc.

Los **hechos más relevantes** en el período enero-diciembre de 2009 han sido:

- Grupo Prisa obtiene un EBITDA de 623,75 millones de euros en 2009. El resultado de explotación (EBIT) fue de 368,98 millones de euros y el beneficio neto ascendió a 50,48 millones de euros.
- Santillana incrementa sus ingresos en un 1,5% hasta alcanzar los 616,89 millones de euros y mejora su EBITDA un 13,2% hasta los 152,12 millones de euros. El margen mejora en casi tres puntos hasta el 24,7%.
- La Radio factura 377,17 millones de euros y contribuye con 100,03 millones de euros al EBITDA. La Radio Internacional incrementa su EBITDA en un 53,5% y mejora su margen en siete puntos hasta alcanzar el 20,3%. La SER concluye el ejercicio 2009 como líder con 4.819.000 oyentes.
- Los ingresos publicitarios representan el 28% del total de los ingresos de explotación y registran un descenso del 15,8%. La evolución de los medios de Prisa ha sido mejor que la del mercado, cuya caída se estima en torno al 21,0%.
- El País reafirma su liderazgo al concluir el ejercicio 2009 con una difusión media diaria de 391.816 ejemplares. Su EBITDA fue de 39,34 millones de euros y tuvo un beneficio neto de 12,05 millones.
- Digital + cierra el período con un EBITDA de 307,18 millones de euros además de mejorar su margen hasta alcanzar el 24,5%. Canal+ Liga contaba a 31 de diciembre de 2009 con casi 700.000 abonados.

- ELPAIS.com crece un 25,4% respecto al ejercicio anterior, AS.com crece un 44,2% y CincoDías.com ha sido la web financiera española que más ha crecido en audiencia.
- Durante el ejercicio 2009 el Grupo ha puesto en marcha una política de contención de gastos logrando disminuir un 15,3% los gastos de explotación, excluyendo amortizaciones y provisiones. Destaca la reducción del Capex de un 32,8%. Los ejecutivos del Grupo aceptaron reducir sus salarios en un 8%, medida que continuará vigente en 2010.
- Los intereses de financiación (173,15 millones de euros) disminuyen en un 37,3%.

Los **acuerdos estratégicos** alcanzados durante el ejercicio 2009 son los siguientes:

- Prisa alcanza un acuerdo con Telefónica y Mediaset para la venta de un 22% de Digital+ a cada sociedad, valorándose los activos (*enterprise value*) en 2.350 millones de euros.
- Prisa y Gestevisión Telecinco, S.A. suscriben un acuerdo para integrar sus negocios de televisión en abierto Cuatro y Telecinco. Prisa participará en la sociedad resultante en un 18,3%.
- Prisa alcanza un acuerdo con la sociedad portuguesa Ongoing Strategy Investments SGPS, S.A., para la venta de una participación de hasta el 35% en el capital social de Grupo Media Capital SGPS, S.A., valorando la compañía (*enterprise value*) en 450 millones de euros.
- Prisa alcanza un acuerdo con DLJ South American Partners LC, para la venta de una participación del 25% del capital social de Grupo Santillana de Ediciones, S.L., valorando la compañía (*enterprise value*) en 1.450 millones de dólares.
- Prisa adquiere un 12% del cuarto operador de televisión del mercado hispano de Norteamérica V-me Media Inc, a cambio de la participación que poseía en el negocio de prensa internacional de Bolivia (Inversiones Grupo Multimedia Comunicaciones, S.A.).
- Prisa y la sociedad estadounidense In-store Broadcasting Network, LLC (IBN) alcanzan un acuerdo exclusivo para desarrollar el negocio de retail media en España y América Latina.

Otros **acontecimientos importantes** durante el ejercicio 2009:

- Sogecable firma con Mediapro un acuerdo para la explotación del fútbol. A través de Digital + y el nuevo canal, Canal+ Liga, los abonados podrán disfrutar de todos los partidos de la Liga y Copa durante las próximas 3 temporadas.
- Prisa firma un acuerdo con Indra para la implantación de un nuevo modelo de prestación de servicios globales de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), con el fin de mejorar la eficacia, la flexibilidad y el control de los costes del Grupo y posibilitar la aplicación de sinergias, economías de escala y mejores prácticas.

- Prisa comienza a implantar una nueva estrategia en sus negocios y un cambio de modelo en su desarrollo orientado al consumidor con el fin de promover el desarrollo digital y potenciar la transversalidad y sinergias existentes en sus áreas de actividad.

2. EVOLUCIÓN PREVISIBLE

El sector de medios de comunicación es un sector sensible a la evolución de las principales variables macroeconómicas, y en especial es sensible al ciclo publicitario, muy directamente relacionado con la evolución del PIB. Sin embargo, la exposición de Grupo Prisa a la evolución del mercado publicitario es limitada, debido a la diversificación de sus fuentes de ingresos, representando los ingresos publicitarios un 28% del total de ingresos en el ejercicio 2009. Adicionalmente, la posición de liderazgo de sus marcas permite siempre mejorar el comportamiento medio del mercado.

Prisa cuenta con negocios sólidos independientes del ciclo económico, como es el caso de Educación- Editorial, que en el ejercicio 2009 ha representado un 19% del total de ingresos del Grupo (frente al 15% en 2008). Por otro lado, los ingresos procedentes del área internacional en el ejercicio 2009 alcanzaron el 23% del total de los ingresos del Grupo (19% en el ejercicio anterior), lo que permite diversificar el riesgo país.

Este modelo de negocio, unido a la consolidación de la política de contención de costes puesta en marcha durante el ejercicio 2009 y la potenciación de las sinergias existentes entre las unidades de negocio, permitirá al Grupo responder de manera flexible y eficiente ante los cambios del entorno, en un momento en el que comienza a haber cierta visibilidad en la recuperación global de la economía.