

Principales datos del estudio económico-financiero de los medios de información “tradicionales”¹

Difusión media de
1,6² millones de ejemplares diarios

- Cobertura de las 78 cabeceras incluidas en el Observatorio de la Prensa Diaria

Principales financieros³

- 1.238 millones de ingresos de explotación
- Incremento del “Resultado Operativo” que mantiene la tendencia positiva de los últimos ejercicios hasta alcanzar los 43 MM € y crecimiento del “Resultado Neto” en todos los subsectores
- Margen sobre Ebitda aumenta hasta alcanzar el 5,7%
- 6.645* empleos directos de media en 2019, con un coste medio 55,1 mil€

Preparados para el “New Digital”

- La publicidad digital sigue ganando relevancia en el mix de ingresos publicitarios alcanzando el 39% sobre el total
- A finales de 2019, la mayor parte de los medios nacionales se prepararon para el lanzamiento de “paywalls”

(*) Con datos de 77 cabeceras de las 78 incluidas en el informe

(1) Diarios con publicación diaria y con edición en papel (2) Observatorio de la Prensa Diaria y elaboración propia (3) Cuentas Anuales (78) cabeceras

La apuesta por el negocio digital y la flexibilización de la estructura de gastos consolidan el “resultado operativo”

Ingresos operativos 2019

Venta Ejemplares	431 MM€	▼	(8)%
Publicidad	534 MM€	▼	(1)%
Otros	83 MM€	▼	(5)%

La difusión media se sitúa en 1,31 MM de ejemplares diarios¹, un 10% menos que en 2018

La prensa de información general es el subsector con mayores tasas de crecimiento de publicidad digital¹ compensando la caída del papel

Gastos operativos 2019

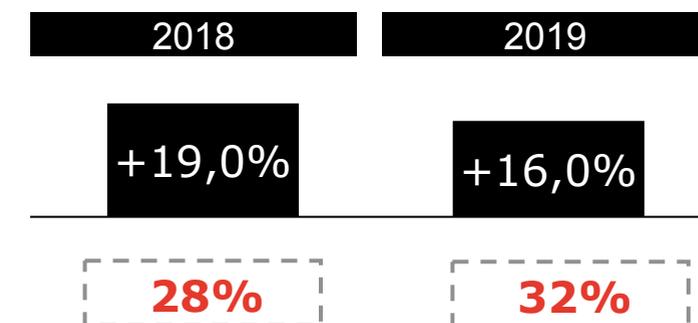
1.021 MM€ ▼ **4%**

Resultado operativo

26 MM€ (+0,251 MM€)

*Incremento anual de
publicidad digital¹*

*Peso de la publicidad
digital¹*



Se consolida el Resultado operativo gracias a la flexibilización la estructura de gastos

Tras cuatro años de crecimiento consecutivo, el resultado neto multiplica x2,5 el de 2016

Ingresos operativos 2019

Venta Ejemplares	61 MM€	▼	(15)%
Publicidad	82 MM€	=	0%
Otros	3 MM€	▲	17%

Se mantiene la caída de venta de ejemplares a dos dígitos, con una difusión media de 269,3 mil ejemplares¹

Único subsector que mantiene la venta de publicidad durante el año a pesar de la caída de publicidad en papel de un 19%

Gastos operativos 2019

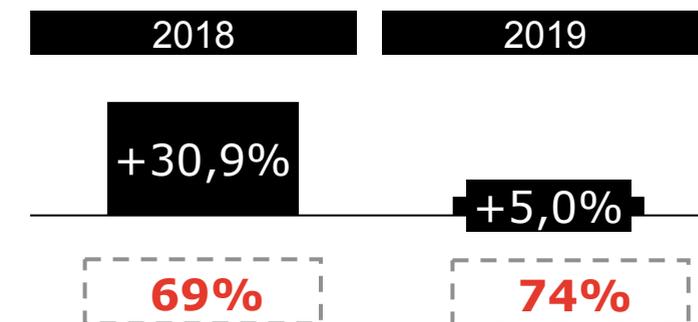
130 MM€ ▼ **(9)%**

Resultado operativo

15,9 MM€ (+2,4 MM€)

*Incremento anual de
publicidad digital¹*

*Peso de la publicidad
digital¹*



El resultado operativo se ha incrementado un 18%, y el resultado neto del ejercicio continua creciendo hasta los 16,7 MM€ lo que supone un aumento de 2,5 veces la cifra de 2016

La progresiva transformación del subsector permite alcanzar el breakeven



**Información
Económica**

Ingresos operativos 2019

Venta Ejemplares	13 MM€	▼ (8)%
Publicidad	26 MM€	▼ (1)%
Otros	5 MM€	▲ 3%

Difusión media de 46 mil ejemplares diarios¹, un 10% menos que en 2018

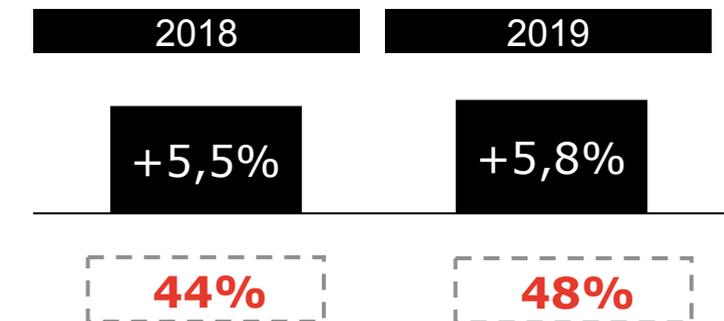
Los ingresos por publicidad digital continúan creciendo y ganando peso en el mix de ingreso, hasta alcanzar el 48%

Gastos operativos 2019

43 MM€ ▼ (5)%

*Incremento anual de
publicidad digital¹*

*Peso de la publicidad
digital¹*



Resultado operativo

0,7 MM€ (+1,1 MM€)

El Resultado operativo mejora un 278% hasta alcanza cifras positivas tras más de 4 años en negativo

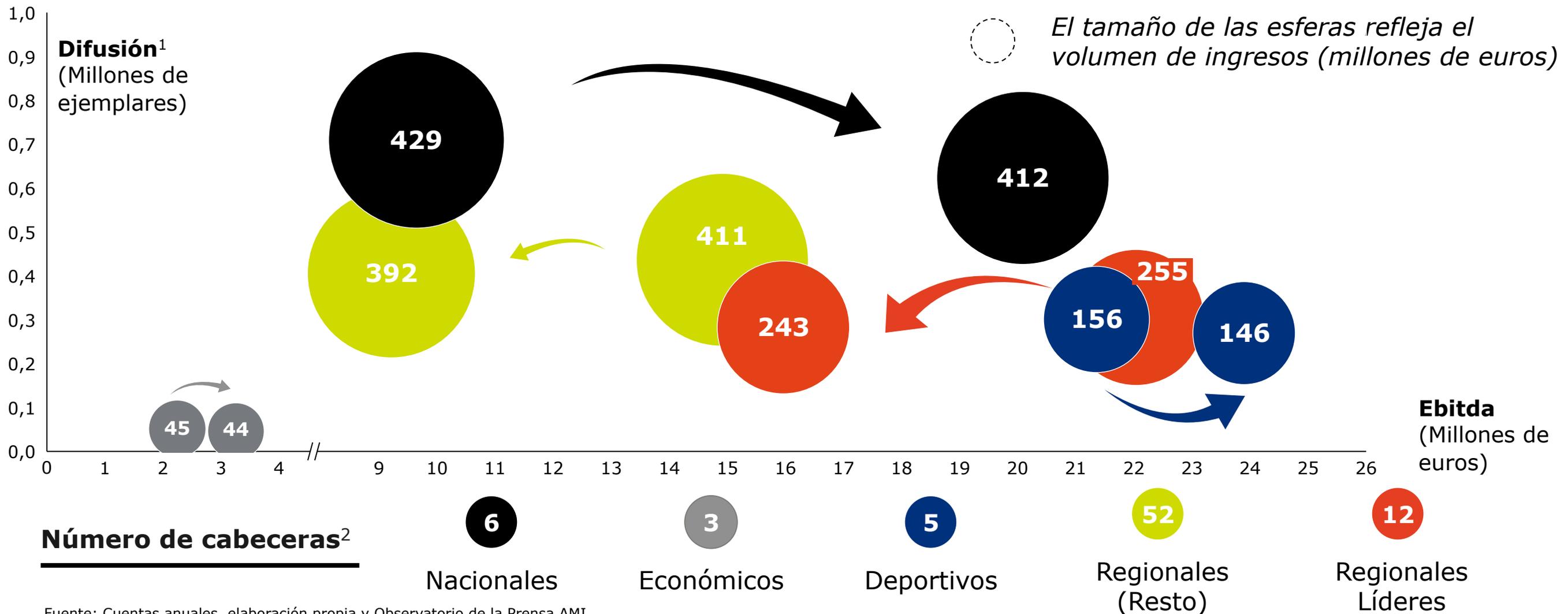
Todos los subsectores mejoran sus ratios de solvencia financiera y de eficiencia operativa

	 Información General		 Información Deportiva		 Información Económica	
	2019	Var%	2019	Var%	2019	Var%
Consumo y aprov./ ingresos	21,4%	(4%)	22,4%	(5%)	12,7%	2%
Coste medio empleado	54,4 mil€	(1%)	59,4 mil€	(4%)	60,9 mil€	(2%)
Margen EBITDA	4,2%	4%	16,4%	19%	7,4%	49%
Deuda neta/ EBITDA	3,6	(27%)	3,7	(14%)	12,7	(40%)

Fuente: Observatorio de la Prensa Diaria

La rentabilidad media de la industria aumenta hasta el 5,7%, impulsada por el crecimiento del negocio digital en el mix de ingresos

Evolución de la Rentabilidad por subsegmento (2018 – 2019)



Fuente: Cuentas anuales, elaboración propia y Observatorio de la Prensa AMI

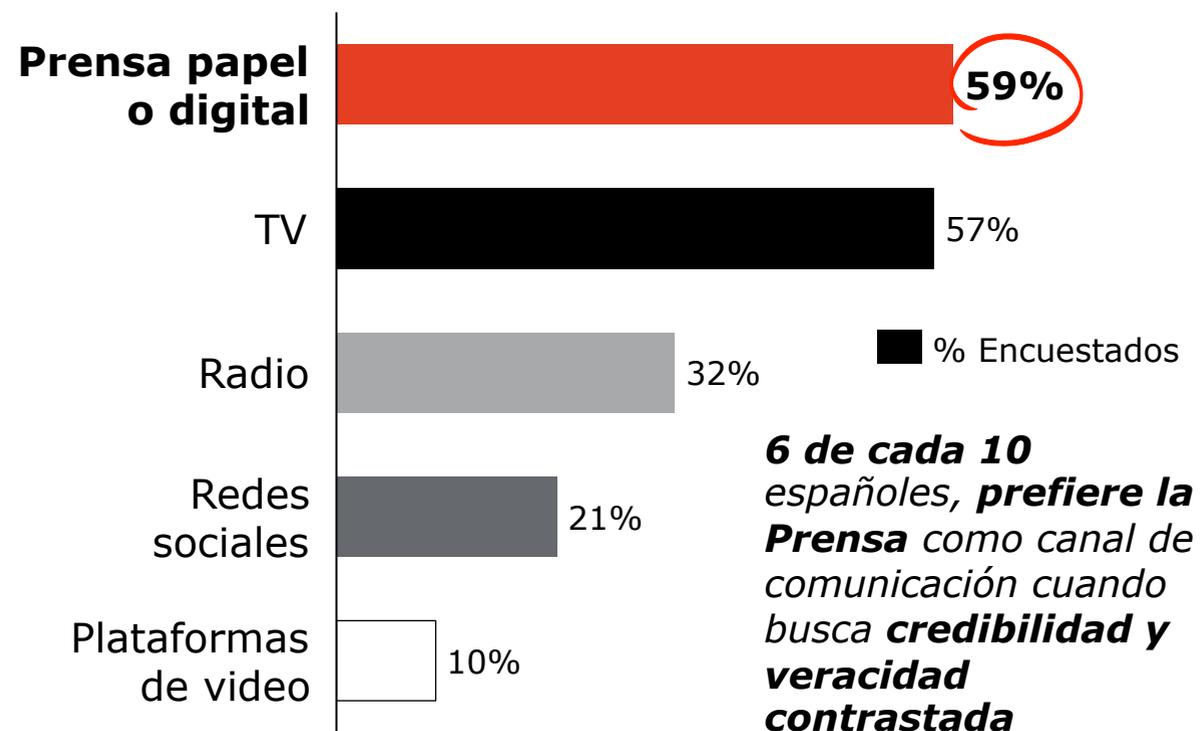
(1) Los datos de difusión incluyen dos cabeceras regionales no líderes no incluidas en el agregado de cuentas anuales

(2) Cuentas Anuales

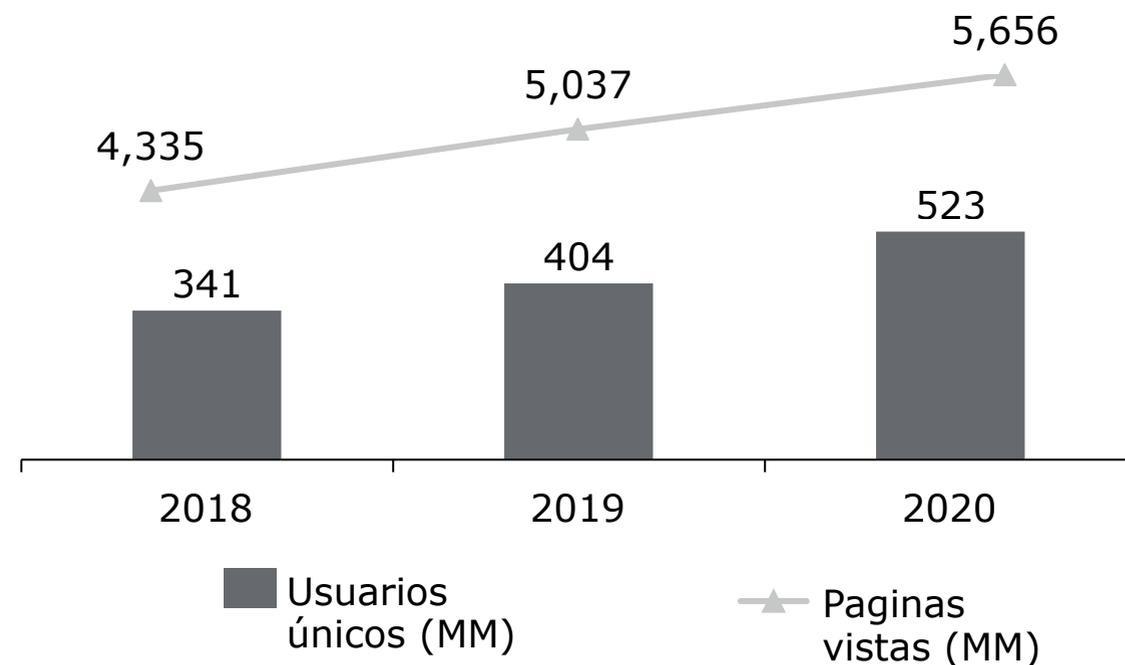
Con estos resultados el sector afrontó la crisis creada por la COVID-19, y se posicionó como el sector con mayor credibilidad, con cifras récord de audiencia...

Credibilidad de medios en España¹

La confianza en noticias de periódicos impresos o digitales ocupa el primer puesto en fiabilidad



Récord de audiencia digital Usuarios y páginas vistas²



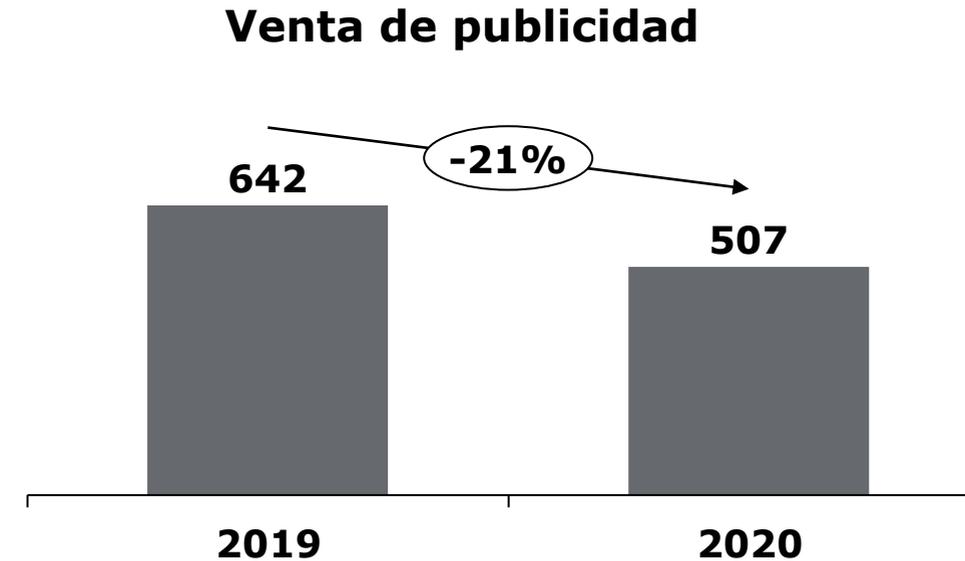
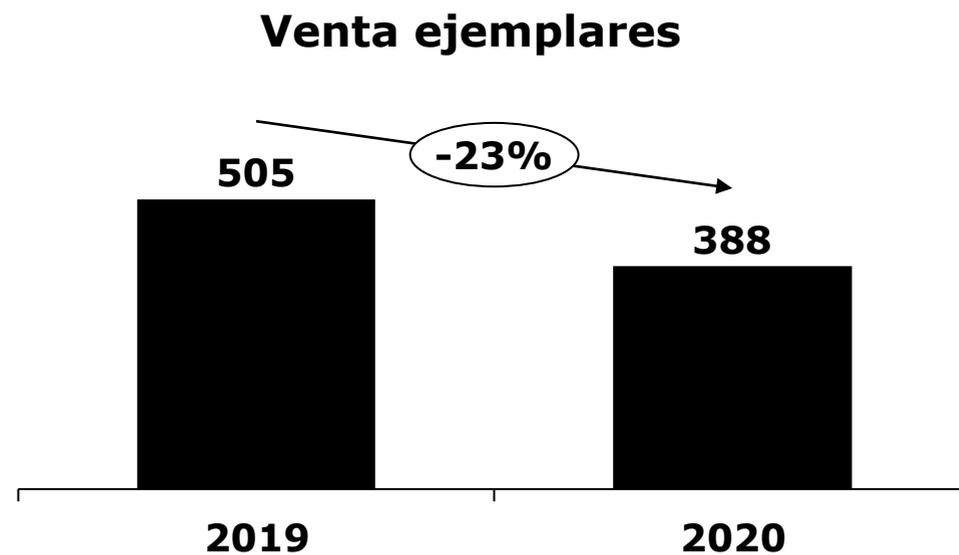
- Casi 523 millones de usuarios únicos multiplataforma, 53% más que dos años atrás
- Las páginas vistas aumentan en un 12,3% respecto al mismo periodo del año anterior

(1) Barómetro sobre la percepción social de la Televisión en Abierto. Segunda Oleada. Noviembre 2020. UTECA, Barlovento y Deloitte

(2) Comscore

...a pesar de lo cual, no se prevé un retorno exitoso en los resultados del 2020

Estimación de cierre 2020 Venta de ejemplares e ingresos publicitarios¹



Gastos operativos 2020¹

968,5 MM€ ▼ (19%)

Resultado operativo¹

(3,4) MM€ (-46,4 MM€)

- La industria continúa avanzando en un “modelo de gestión eficiente”:
 - Flexibilizando los gastos de personal
 - Reduciendo los consumos de la prensa papel ajustándolos a la menor difusión

Pero si permite visualizar una industria preparada para afrontar una nueva etapa

Previsión global de los drivers de la industria

Recuperación a nivel mundial del consumo de prensa escrita² en 2021
(+2% FY21 circulación media diaria)

Aumento de la inversión en publicidad digital hasta alcanzar los 5,9 Bn\$ en 2024
(+ 1.9% CAGR de 2020 a 2024)²

Ligero crecimiento en los próximos años **del mercado global de la prensa** (+0,4 CAGR de 2020 a 2023)¹

Palancas de trabajo a nivel global³

Acelerar la transformación digital, convirtiendo las audiencias en suscriptores a partir de:

- Modelos de paywall adaptados a los lectores
- Pricing adaptado a esos modelos
- Enfoque en un contenido premium
- Nuevos productos y estrategias de Mk aprovechando las nuevas herramientas de BI y AI

"El New York Times ha incrementado sus suscriptores de 600 mil a 5,7M (2020-12) enfocado en el contenido premium y el lanzamiento de nuevos productos"³

Modelo de gestión eficiente que permita la adaptación de la estructura productiva al entorno (externalización, joint ventures, automatización...)

