



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE 2021

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.
26 de Octubre de 2021



10 años Orgullosamente rara. Tavi Gevisson inició hace una década un cambio silencioso. Y Modó nació entonces para liderar su propia revolución. Ahora lo celebramos con ella y con todas.

El amor de los extraños

Aviso legal

La información contenida en esta presentación no ha sido verificada de forma independiente y está, en todo caso, sujeta a negociación, cambios y modificaciones.

Ninguna de las empresas, sus accionistas o cualquiera de sus respectivas filiales será responsable de la exactitud o integridad de la información o las declaraciones incluidas en esta presentación, y en ningún caso su contenido podrá interpretarse como cualquier tipo de representación o garantía explícita o implícita hecha por la empresa, sus accionistas o cualquier otra persona. Asimismo, ni la Sociedad, ni sus accionistas, ni ninguna de sus respectivas filiales serán responsables en ningún caso (ya sea por negligencia o de otro modo) de cualquier pérdida o daño que pueda derivarse del uso de esta presentación o de cualquier contenido de la misma o que surja de otro modo en relación con la información contenida en esta presentación. No está permitido copiar o distribuir esta presentación a ninguna persona.

La empresa no se compromete a publicar posibles modificaciones o revisiones de la información, los datos o las afirmaciones contenidas en ella en caso de que se produzca algún cambio en la estrategia o las intenciones de la empresa, o se produzcan hechos o acontecimientos imprevisibles que afecten a la estrategia o las intenciones de la empresa.

Esta presentación puede contener declaraciones prospectivas con respecto al negocio, las inversiones, la situación financiera, los resultados de las operaciones, los dividendos, la estrategia, los planes y los objetivos de la Compañía. Por su naturaleza, las declaraciones prospectivas implican riesgo e incertidumbre, ya que reflejan las expectativas y suposiciones actuales de la empresa en cuanto a eventos y circunstancias futuras que pueden no resultar precisas. Una serie de factores, entre los que se incluyen los acontecimientos políticos, económicos y normativos en España y la Unión Europea, podrían hacer que los resultados y la evolución reales difirieran materialmente de los expresados o implícitos en las declaraciones prospectivas contenidas en este documento.

La información contenida en esta presentación no constituye una oferta ni una invitación a comprar o suscribir acciones ordinarias, y ni ésta ni ninguna de sus partes debe constituir la base de ningún contrato o compromiso, ni ser invocada en relación con los mismos.



AGENDA

T3 Mensajes claves

Resultados Grupo Prisa

Resultados Prisa Media

Resultados Santillana

Conclusiones & ESG



**Deja
buena
huella.**

GRUPO PRISA – T3 MENSAJES CLAVE

Mejora operativa en el período gracias a la recuperación del negocio de Media

El T3 muestra mejoras en todas las líneas de negocio, con la recuperación de la publicidad en Prisa Media y el aumento de las ventas en Educación por las ventas públicas y el inicio de la campaña Norte.

Impulso continuado de lo digital

Aumento del 15% de alumnos en Modelos de Suscripción, superando el 1,99M alumnos. EL PAÍS alcanzó 162K suscriptores con 121K exclusivos digitales (+77% a/a). Radio sigue aumentando el consumo de horas de streaming (+20%) y las descargas de podcasts (+38%).

Fuerte esfuerzo de reestructuración

Para aflorar eficiencias y mejorar el perfil de generación de caja.
Plan de eficiencia de reducción de costes fijo de 30M€ alcanzado.

Primer trimestre completo con los recientes cambios en la dirección

Equipos renovados con una nueva cultura que se traduce en resultados positivos desde un punto de vista operativo y de gestión.

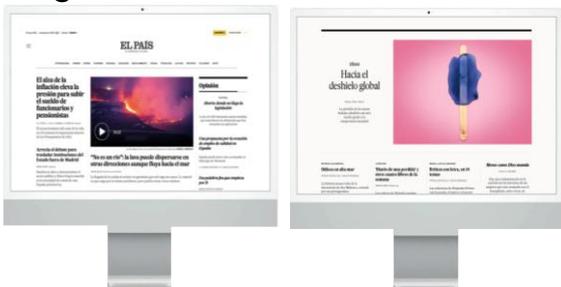


UNIDADES DE NEGOCIO- T3 MENSAJES CLAVE

Prisa Media

EL PAÍS lanza nuevo diseño web

El nuevo diseño forma parte del proceso de transformación para afrontar los retos más inmediatos, tanto en su estrategia editorial como de negocio.



Santillana

Cuota de Mercado del 32% en Venta Publica en Brasil

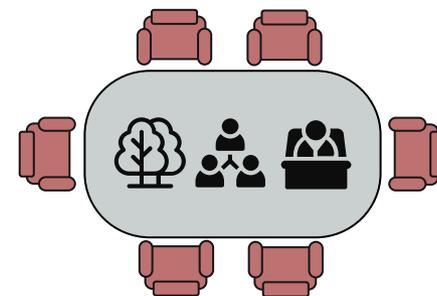
Santillana ha alcanzado una destacada cuota de mercado en las ventas públicas de 2021 en Brasil, un 32%.

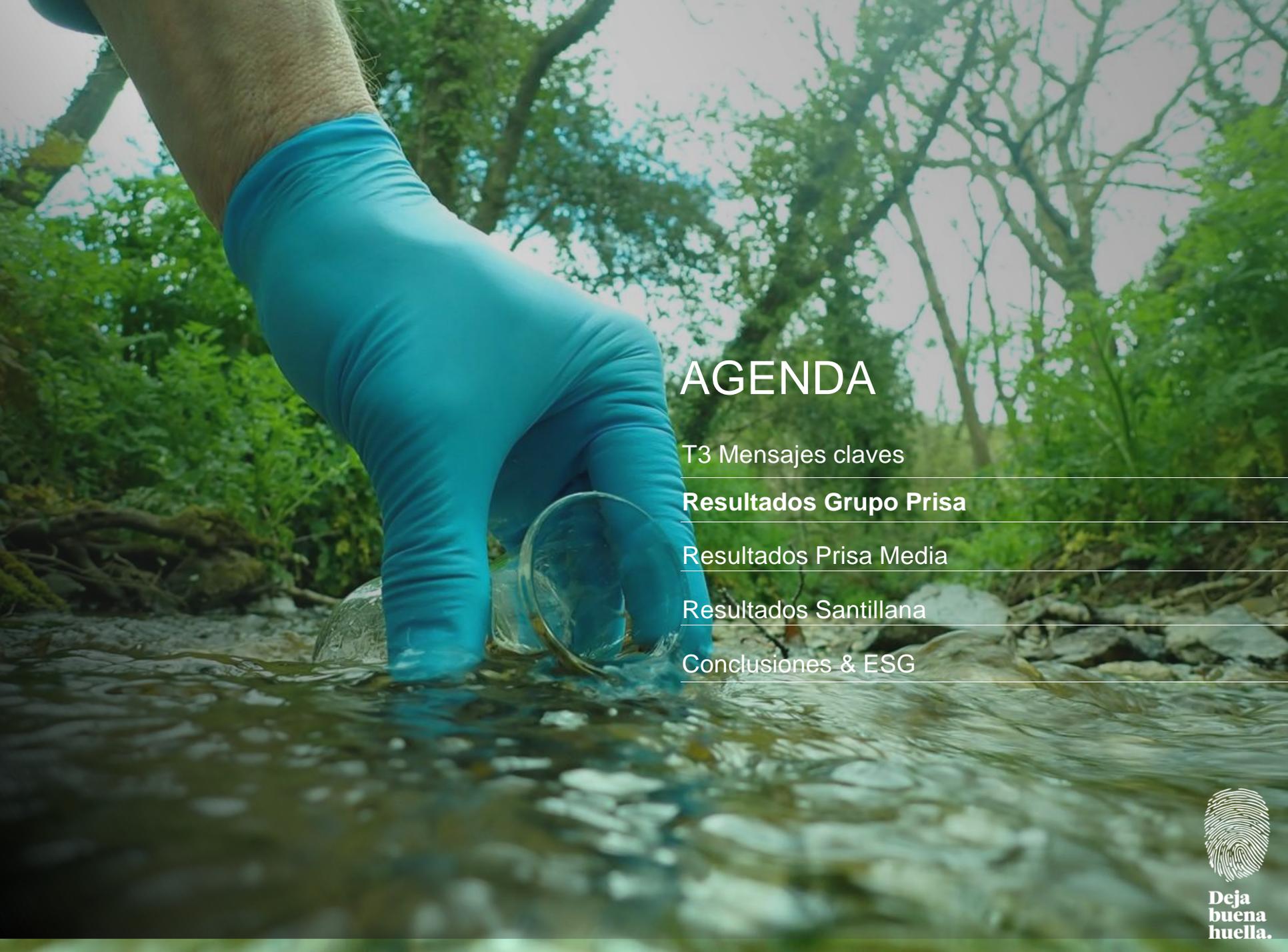


Corporativo

Prisa lanza un comité de Sostenibilidad

El comité se centra en la mejora de la sostenibilidad, la mejora de la información sobre ESG y la definición de los objetivos futuros.





AGENDA

T3 Mensajes claves

Resultados Grupo Prisa

Resultados Prisa Media

Resultados Santillana

Conclusiones & ESG



**Deja
buena
huella.**

GRUPO PRISA- RESULTADOS FINANCIEROS

Mejora del EBITDA operativo excluyendo indemnizaciones

9M: (42M€ vs 28M€) +50% // Q3: (24M€ vs 5M€) +424%

La mejora operativa de Prisa Media compensa el descenso en Educación, que arrastra un mal comportamiento de los resultados del primer trimestre, en el que la campaña del sur se vio afectada por el cierre de escuelas

Mejora de la generación de caja antes de operaciones y M&A en el periodo con 22M€ positivos de generación de caja en T3

Apoyado en la mejora operativa y en la gestión del circulante a pesar del fuerte esfuerzo en la reestructuración.

9M2021 -19M€ vs -25M€ 9M2020.

3T2021 +22M€ vs +14M€ 3T2020.

Generación de caja positiva en el período excluyendo indemnizaciones:

9M2021 +1M€ vs -21M€ 9M2020.

Liquidez

La posición de Caja se sitúa en 210M€.

Líneas de liquidez adicionales no dispuestas por 106M€.

Deuda bancaria se sitúa en 734M€ frente a 679M€ a diciembre de 2020



CIFRAS CLAVE DEL GRUPO PRISA

Los resultados de los 9M muestran una mejora del EBITDA ex-indemnizaciones gracias a la mejora operativa de Prisa Media impulsada por la recuperación publicitaria y el crecimiento digital. Buen 3T en Prisa Media y Santillana.

Destacados 9M 2021

- Ingresos aumentan un 3% en moneda local. Gestión activa de política de coberturas.
- Cumplimiento del plan fijo de reducción de costes de 30M€.
- El EBITDA ajustado crece un 50% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Generación de caja antes de operaciones de M&A y refinanciación ha mejorado en comparación con el año anterior a pesar de los fuertes esfuerzos de reestructuración.
- CAPEX asciende a 30M€ frente a los 35M€ del mismo periodo del año anterior.
- La deuda neta se sitúa en 734M€ frente a los 1.107M€ de septiembre 2020.

	9M'20 (M€)	9M'21 (M€)	Var (%)	Ex FX 3%	3T'20 (M€)	3T'21 (M€)	Var (%)
Ingresos	495	486	-2%		141	180	+27%
Gastos	471	468	-1%		138	164	+19%
EBITDA	23	18	-23%		3	15	+338%
EBITDA ex indem.	28	42	+50%	Ex FX 68%	5	24	+424%
Margen %	5,7%	8,7%	+304 bps		3,3%	13,4%	+1000bps
EBIT	-50	-29	+43%		-12	-1	+96%
Resultado Neto	-209	-82	+61%		3	-26	---
Generación de Caja antes de Operaciones	-25	-19	+25%		14	22	+58%
Capex	-35	-30	-15%		-11	-13	-.18%
Deuda Neta	1.107	734			---	---	---



GRUPO PRISA – RESULTADO NETO

Destacados 9M 2021

- Mejora del resultado financiero respecto al año anterior como consecuencia de la reducción de los intereses de la deuda debido a la amortización de la misma.
- La comparación del beneficio neto se ve afectada por los deterioros de 2020.
- Beneficio neto comparable de -82M€ frente a los -46M€ del año anterior.

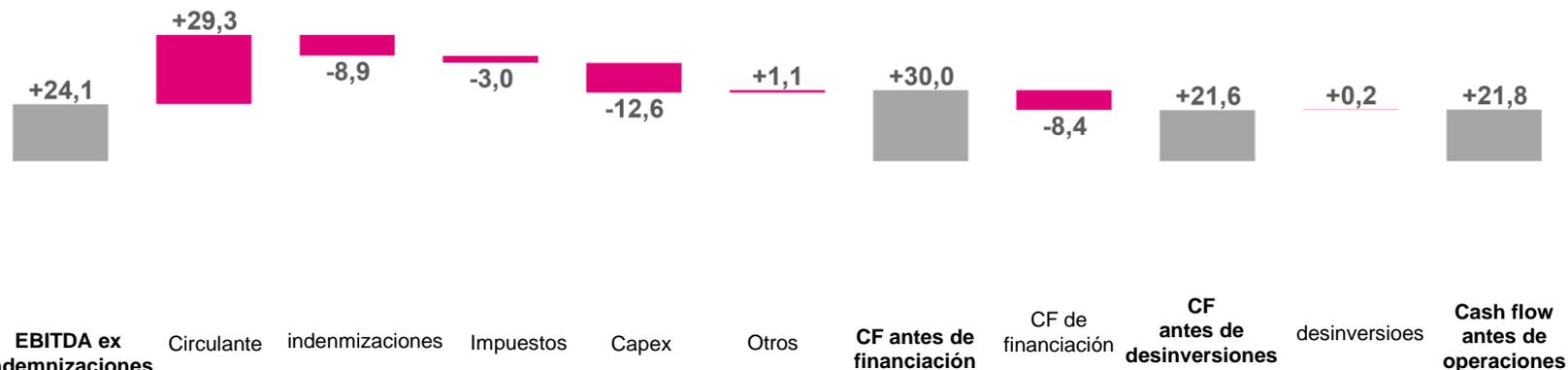
	9M'20 (M€)	9M'21 (M€)	Var (%)	Q3'20 (M€)	Q3'21 (M€)	Var (%)
EBIT	-50	-29	+43%	-12	-1	+96%
Resultado Financiero	-60	-45	+24%	-23	-16	+29%
Resultados puestos en equivalencia	-7	-	+99%	0	0	+88%
Resultado antes de Impuestos	-117	-74	+37%	-35	-16	+53%
Impuestos	64	10	-85%	-4	9	---
Resultados en discontinuación	-43	-	+100%	31	-	-100%
Resultados de socios externos	-14	-2	+86%	-3	-	-100%
Resultado Neto	-209	-82	+61%	3	-26	---
Deterioros	164	-	-100%	-	-	---
Resultado Neto comparable	-46	-82	-79%	3	-26	---



GENERACIÓN DE CAJA

Mejora de la generación de flujo de caja positivo en el tercer trimestre.

El flujo de caja excluye el impacto del tipo de cambio en el saldo de caja



	EBITDA ex indemnizaciones	Circulante	indemnizaciones	Impuestos	Capex	Otros	CF antes de financiación	CF de financiación	CF antes de desinversiones	desinversiones	Cash flow antes de operaciones
T3 20	4,6	23,5	-1,4	-3,6	-10,7	0,5	12,9	-0,3	12,6	1,2	13,8
Var.	19,5	5,8	-7,5	0,6	-1,9	0,6	17,1	-8,1	9,0	-1,0	8,0

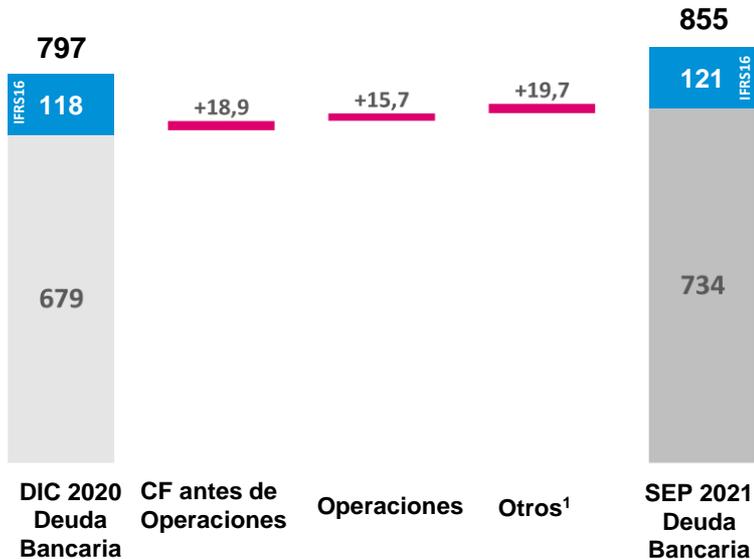
Destacados

- Mejora significativa a pesar del elevado esfuerzo de reestructuración (indemnizaciones) impulsado por:
 - Crecimiento operativo y;
 - Gestión del capital circulante.



EVOLUCIÓN DE LA DEUDA NETA

Evolución deuda Neta (M€)



Perfil de vencimiento de la Deuda Holco (M€)

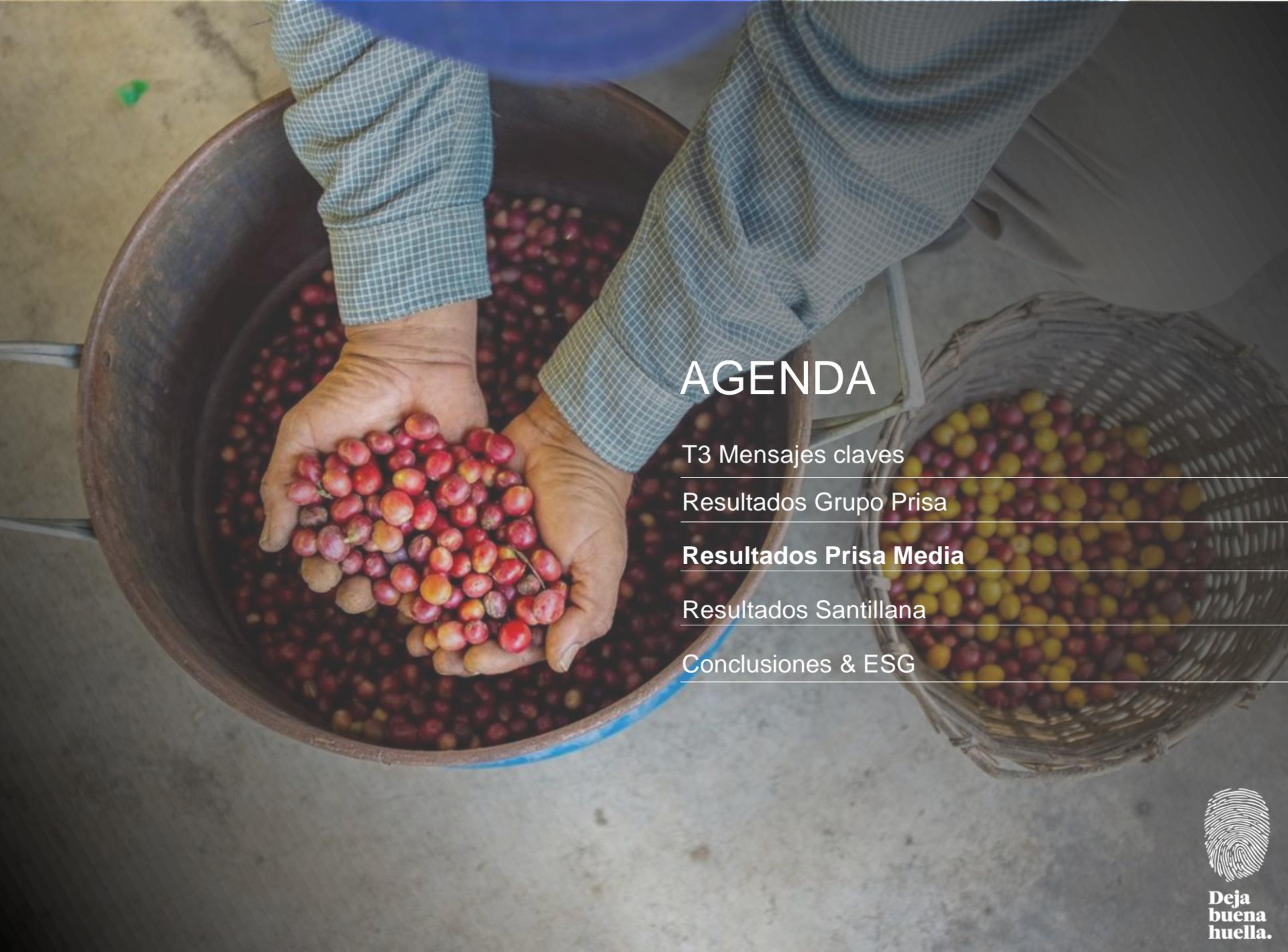


Destacados

- Centrados en la reducción de la deuda.
- Posición de tesorería de **210 millones de euros**.
- Líneas de liquidez adicionales no dispuestas por valor de **106 millones de euros**.

(1) Incluye principalmente el PIK, los intereses devengados no pagados y el impacto del tipo de cambio en la deuda neta





AGENDA

T3 Mensajes claves

Resultados Grupo Prisa

Resultados Prisa Media

Resultados Santillana

Conclusiones & ESG



Deja
buena
huella.

PRISA MEDIA – MENSAJES CLAVE

Muy buenos resultados en el tercer trimestre...

La recuperación (excluyendo indemnizaciones) se apoya en el mejor comportamiento publicitarios versus el mercado, el aumento de nuestra presencia digital y un fuerte esfuerzo en el control de costes.

... mientras mantenemos el impulso en nuestra estrategia digital

Fuerte crecimiento de nuestros KPIs digitales (Operativos y económicos).

Lanzamiento de un nuevo conjunto de productos digitales transversales - nuevo diseño online para El País para potenciar los suscriptores digitales, nuevos podcasts originales en plataformas transversales dentro de Prisa Media.

Implementados los cambios en la gestión para seguir las directrices de un liderazgo unificado para todos los activos de Media.

La nueva organización se ha puesto en marcha en sólo dos meses.

El nuevo modelo impulsará más sinergias y eficiencias de costes, y llevará nuestra cartera de activos a un nivel superior.



PRISA MEDIA

Cambio de rumbo conseguido (ex gastos de indemnizaciones) manteniendo el impulso en nuestra estrategia digital.

Destacados

- **Posición de liderazgo de todas nuestras marcas de radio y prensa en todos nuestros mercados operativos**
- **El impulso digital continúa tanto en la prensa como en la radio**
- **Mix de ingresos digitales crece en +300bp...**
 - ...junto con un fuerte crecimiento de la publicidad off-line (radio y prensa).
- **Buen comportamiento publicitario, superando a todos los mercados donde operamos.**
- **Enfoque en la eficiencia** - base de costes (ex indemnizaciones) en línea 9M21 vs. 9M20 a pesar del crecimiento de los ingresos.

(*) *media mensual*

	9M'20 (M)	9M'21 (M)	Var (%)			
Navegadores Únicos (*)	247	258	+4%			
Total Horas Escuchadas (*)	55,5	66,6	+20%			
Descargas Audio (*)	23,0	31,8	+38%			
Suscriptores (digitales) (k)	68,5	121,1	+77%			
Usuarios Registrados	5,1	6,1	+20%			
	9M'20 (M€)	9M'21 (M€)	Var (%)	3T'20 (M€)	3T'21 (M€)	Var (%)
Ingresos Digitales	47	64	+35%	16	22	+35%
Ingresos No Digitales	177	200	+13%	59	66	+12%
Mix Ingresos Digitales	21%	24%	+15%	22%	25%	+14%
Gastos sin indem.	246	249	+1%	79	82	+3%
EBITDA sin indemniz.	-21	15	---	-4	6	---





AGENDA

T3 Mensajes claves

Resultados Grupo Prisa

Resultados Prisa Media

Resultados Santillana

Conclusiones & ESG



Deja
buena
huella.

EDUCACIÓN – PUNTOS CLAVE

Los Modelos de suscripción muestran su fortaleza alcanzando la meta para 2021

El número total de alumnos aumenta un 15% alcanzando 1.991.000.

Se mantienen las previsiones para 2021 (2 millones de alumnos (+15%) y el ACV crece en Moneda local frente a 2020).

Las cifras de 9M 2021 tienen una comparación desigual

Los resultados del primer trimestre estuvieron afectados por pandemia, especialmente, en el negocio didáctico donde las campañas Sur se vieron afectadas por el cierre de escuelas.

El segundo trimestre mostró mejoras notables en todas las líneas de actividad, siendo un trimestre poco relevante debido a la estacionalidad.

El tercer trimestre ha mostrado mejoras gracias a las ventas públicas y a la campaña Norte.

Q4: Inicio de la campaña Sur 2022, cierre de la campaña Norte y el resto de ventas públicas de Brasil.

El cuarto trimestre será relevante debido al peso de las ventas públicas donde destaca la cuota de mercado alcanzada (32%). La reapertura de los colegios debería mostrar signos positivos para la campaña Sur 2022.



EDUCACIÓN

Resultados afectados por el comportamiento de la venta tradicional, parcialmente compensados por la buena evolución de la Venta Pública y el crecimiento de los modelos de suscripción

Destacados

- Se espera llegar a unos **2 millones de alumnos** en el año **2021. Conseguido.**
- **Crecimiento del ACV** en moneda local.
- **El modelo de suscripción representa el 60% del total de las ventas privadas** y sigue siendo la principal fuente de ingresos.
- La pandemia afecta especialmente al **negocio didáctico del primer trimestre.**
- **El tercer trimestre** muestra un crecimiento tanto en el negocio privado como en el público
- **Gran esfuerzo de control de costes.**
- **Impacto negativo del tipo de cambio :**
 - Ingresos (-21 M€) y EBITDA (-5 M€).

	9M'20 (M€)	9M'21 (M€)	Var (%)
Alumnos Sistemas (en miles)	1.726	1.991	+15%
ACV Moneda Local	135	140	+4%
Venta Sistemas/Privada a TC CTE	52%	60%	+17%

	9M'20 (M€)	9M'21 (M€)	Var (%)	3T'20 (M€)	3T'21 (M€)	Var (%)
	<i>Ex PNL D'19</i>	<i>Ex FX</i>			<i>Ex FX</i>	
Ingresos	245	245	0%	66	90	+37%
Gastos	210	209	0%	57	73	+27%
EBITDA	35	36	+3%	9	18	+99%
EBITDA sin indemn.	37	40	+8%	10	19	+98%



AGENDA

T3 Mensajes claves

Resultados Grupo Prisa

Resultados Prisa Media

Resultados Santillana

Conclusiones & ESG



**Deja
buena
huella.**

CONCLUSIONES

Outlook FY2021

- ❖ **Crecimiento de la publicidad por encima de mercado.**
- ❖ **Recuperación** del negocio de Educación con la **reapertura de colegios.**
- ❖ **Mejora continua** de los KPI digitales del Grupo.
- ❖ Plan de reducción de costes de 30 millones de euros **superado.**
- ❖ **Mejora significativa del consumo de caja** respecto a 2020 excluyendo indemnizaciones.
- ❖ **Equipo renovado con nueva cultura** que seguirá traduciéndose en resultados positivos.

OUTLOOK FY2021 EBITDA SIN INDEMNIZACIONES EN EL RANGO DE
95M€ - 100M€



GRUPO PRISA ESG¹ ASPECTOS DESTACADOS

Contribuyendo al desarrollo de las personas y al progreso de la sociedad en los países en los que PRISA está presente.

© Prisa apoya los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU:

© Prisa se ha sumado a la campaña #apoyamoslosods promovida por el Pacto Mundial de Naciones Unidas España.

© PRISA está comprometida con los objetivos y la agenda de la ONU. En este sentido, la campaña "Deja buena huella" se centra en los cinco² ODS prioritarios para la compañía.

© El PAÍS junto a Capgemini, organiza los Premios RETINA ECO, un compromiso con la sostenibilidad, la innovación y el medio ambiente.



Participante del Pacto Mundial de la ONU desde 2009, Miembro del Comité Ejecutivo Español desde 2016 y miembro de los siguientes índices ESG:



Calendario Financiero:

11 de Noviembre: Participación en las conferencias de JB Capital

Más información disponible en la página web del evento

23/24 de Noviembre: Participación en el evento LATIBEX organizado por BME

Más información disponible en la página web del evento

Enero 2022: Participación en el evento Spain Investors Day

Más información disponible en la página web del evento

Febrero 2022: Participación en el evento Santander Iberian Conference

Más información disponible en la página web del evento

Febrero 2022: Presentación de Resultados 2021

Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento

Primer Semestre 2022: Prisa Investors Day

Más información disponible cuando se acerque la fecha del evento



Relación con Inversores

+34 91 330 1085

ir@prisa.com

www.prisa.com

