

CAPÍTULO V

SOCIEDAD MUSEO NACIONAL
DEL PRADO DIFUSIÓN SAU

La Sociedad Museo Nacional del Prado Difusión facturó en el ejercicio de 2016: 9.284.666 euros, lo que generó un canon al Museo del Prado de 3.405.601 euros. Este ejercicio supone un récord de ingresos y beneficios desde la creación de la misma en 2006, siendo el canon generado un 36% superior al del 2015.

El incremento del 15% de los visitantes del Museo y principalmente el efecto del Bosco en todas las áreas de ingresos son los principales motores de ese crecimiento.

La facturación que supone un 34% más que la del ejercicio anterior proviene en un 85% por la venta de productos y publicaciones en las tiendas del Museo, tienda web y venta directa; el 7% proviene del canon derivado de la explotación del servicio de restauración y catering, 5% de servicios editoriales, y el 3% de la venta de derechos de imagen.

La facturación derivada de la venta en las tiendas del Museo del Prado creció en 2016 un 39% respecto al 2015. Hay que destacar sobre todas las exposiciones la del V Centenario de El Bosco. Esta exposición conllevó una gestión comercial muy compleja con unos ratios de reposición y volumen de mercancía nunca manejados con anterioridad; con el desafío de desarrollar una nueva gama actualizada y respetuosa de la obra del Bosco y en nuevos soportes; la organización de la explotación y la fuerza de ventas en horario extraordinario; y, finalmente, la exploración de nuevos escenarios de producción como el cinematográfico con la coproducción de un documental de circulación y éxito internacional.

La exposición del Bosco cerró con 589.692 visitantes, y las ventas generadas con las publicaciones y productos relacionados ascendieron a 2.237.481 euros.

En cuanto a la actividad en la venta online, las ventas de tiendaprado.com crecen un 121%.

A lo largo del ejercicio la actividad comercial apoyó el programa expositivo del Museo con el refuerzo de superficie comercial incorporando un punto de venta específico en la salida de cada una de las exposiciones temporales.

Las principales exposiciones del año 2016 desde el punto de vista comercial fueron en la primera mitad del año *Ingres* (24/11/2015–27/03/2016) y *Georges de La Tour 1593–1652* (23/02/2016–12/06/2016); y en otoño *El arte de Clara Peeters* (25/10/2016–19/02/2017).

La actividad editorial de la Sociedad además de la publicación de los catálogos de las exposiciones y de la novedad del primer comic del Museo del Prado, inspirado en el Bosco (*El tríptico de los encantados (una pantomima bosquiana)*, de Max) en edición española e inglesa; mantiene en *La Guía del Prado* su mejor venta y publicación de mayor rentabilidad, con una nueva tirada actualizada de 60.000 ejemplares en 10 idiomas. En 2016 se vendieron 63.324 ejemplares con una facturación de 774.617 euros.

En el mes de abril se completa la editorial propia con la apuesta por un nuevo título: *El Libro del Prado*. Primer libro de sobremesa editado por el Museo, profusamente ilustrado con imágenes de gran tamaño y calidad excepcional, narra la colección a través de un recorrido cronológico. Editado en español y en inglés, ha obtenido en sus primeros meses de comercialización una excelente acogida en el mercado anglosajón de

la mano del distribuidor internacional Thames and Hudson, con el que se han cerrado dos acuerdos importantes en número de ejemplares para el territorio anglosajón tanto para este título como para el catálogo del Bosco.

La ampliación de la actividad de producción con la coproducción del documental *El jardín de los sueños* ha acompañado la exposición como herramienta de difusión internacional y en nuevos canales tanto en España como a nivel internacional como el cine, la televisión en abierto y televisión de pago. Con especial éxito en salas de cine en Francia dónde se colocó en segundo lugar de título español en distribución en ese país. Y la producción digital con la evolución de la App Second Canvas Museo del Prado y una versión temática sobre El Bosco que incorpora dos nuevas imágenes Gigapixel realizadas con ese propósito.

En cuanto al Banco de Imágenes del Museo del Prado, la gestión de los derechos de imagen se consolida como una actividad normalizada de la Sociedad tanto por los ingresos derivados de la gestión puramente comercial, la gestión más eficaz de las negociaciones de derechos para los usos internos, como por la necesaria unificación de la interlocución en el mercado. La facturación en 2016 ascendió a 256.920 euros.

El contrato del servicio de restauración vigente durante este año y hasta el mes de enero del 2017 que incorpora el Café Prado y el catering en exclusiva se ha visto beneficiado igualmente por el incremento de visitantes; consiguiendo con ese volumen junto a las mejoras realizadas en los espacios y la novedad de la oferta en el exterior del Museo una facturación adicional que se ha traducido en un canon variable de 160.268 euros. Lo que supone un crecimiento de 36% respecto al canon fijo y de nuevo la cifra más alta ingresada por este concepto.

