

**SOCIEDAD MUSEO NACIONAL
DEL PRADO DIFUSIÓN, SAU**

El 2019 ha sido un año marcado por el programa de celebración del Bicentenario del Museo del Prado con un potente programa expositivo y un incremento de visitantes del 11% respecto al año anterior. Para la Sociedad es un año de éxito a nivel comercial generando una cifra de negocios de ingresos total de 8.136.900 euros que se ha traducido en un canon al Museo de 3.007.862 euros, lo que representa un incremento del 23% respecto al año anterior y un 20% superior al cumplimiento del presupuesto. Este resultado ha sido el segundo año de mayor facturación desde su creación en 2007. El mejor ejercicio de facturación fue el 2016 con 8.605.000 euros y un canon generado al Museo de 3.406.000 euros.

El 79% del total de la facturación se ha generado con la venta de productos y publicaciones, que crece en este ejercicio un 12% respecto al 2018, con 6.391.582 euros. Destacan las ventas ligadas a las exposiciones temporales que suponen un 15% de esa facturación destacando por su resultado comercial “Fra Angélico y los inicios del Renacimiento en Florencia”, “Velázquez, Rembrandt, Vermeer. Miradas afines” ambas con tienda específica a su salida, y en el segundo semestre “Historia de dos pintoras: Sofonisba Anguissola y Lavinia Fontana” y “Goya. Dibujos. Solo la voluntad me sobra”.

La venta se compone de un 60% de productos y un 40% de publicaciones, del cual el 70% del peso es de los catálogos y publicaciones del MNP incluyendo las ventas de las guías oficiales.

La Sociedad coordinó la producción de los siguientes títulos del plan de publicaciones de 2019 del Museo del Prado:

Catálogos:

- *Los fusilamientos de Torijos. Una pintura para una nación*
- *Gabinete de descanso de sus majestades*
- *Alberto Giacometti en el Museo del Prado*
- *Fra Angélico y los inicios del Renacimiento en Florencia* (español e inglés)
- *Velázquez, Rembrandt, Vermeer. Miradas afines*
- Cartillas de dibujo (acuerdo MNP-CEEH)
- Vidas imaginarias
- *Historia de dos pintoras. Sofonisba Anguissola Lavinia Fontana* (español e inglés)
- *Goya. Dibujos “Solo la voluntad me sobra”* (español e inglés)

Libros Serie 1:

- Donación Rudolph Gerstenmaier
- *Fra Angélico y los inicios del Renacimiento en Florencia*
- *La fuente de la Gracia. Una tabla del entorno de van Eyck*

Otras publicaciones:

- Boletín 53
- Cómic del Bicentenario
- Vidas imaginarias

La guía oficial del Museo del Prado, editada en 10 idiomas, sigue liderando el ranking de ventas por producto. Se ha actualizado la edición en este año con un nuevo diseño de portada. Se han vendido 57.773 ejemplares y crece un 4% respecto al año anterior.

Destaca también la guía de obras maestras que también con 10 idiomas y en su segundo año de comercialización ha vendido 9.565 ejemplares.

Se completa la venta de guías con la de pequeño formato, la guía de visita, que en el 2019 ha vendido 26.835 ejemplares.

También se ha mejorado la difusión, con un incremento de títulos en distribución internacional a través de acuerdos con Thames and Hudson, para los catálogos de las exposiciones *Bartolomé Bermejo*, *Goya. Dibujos “Solo la voluntad me sobra”* y *Fra Angélico y los inicios del Renacimiento en Florencia*, que complementan la distribución internacional con los 8 catálogos distribuidos en años anteriores. Y en el mercado nacional se han puesto en circulación 8.800 ejemplares.

Con fecha 14 de noviembre de 2019 se promovió un procedimiento abierto para la contratación del servicio de distribución de publicaciones del Museo Nacional del Prado siendo adjudicatario del mismo la empresa Machado Grupo de Distribución, S.L.

GESTIÓN DE DERECHOS BANCO DE IMÁGENES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La gestión de los derechos del Banco de Imágenes del Museo del Prado facturó en este ejercicio 243.541 euros lo que supone un crecimiento de ventas respecto al 2018 de un 26%.

En el terreno audiovisual con motivo del Bicentenario la Sociedad participó en el documental internacional “Pintores y Reyes del Prado/The Prado Museum, a collection of wonders”, con la participación de Jeremy Irons. Coproducido por Nexo Digital y 3D, estrenado en Italia y en un circuito de cines internacional de más de 50 países. En España se estrenó con la distribuidora A contracorriente Films en más de 200 salas en el mes de diciembre coincidiendo con el broche del Bicentenario. Progresivamente se ha ido desarrollando la distribución en distintas ventanas audiovisuales como Sky Arte/ Italia, o plataformas de VOD Apple TV, Filmin, RakutenTV.

2019 es el año del desarrollo de nuevas licencias que han permitido incrementar el volumen de facturación derivada de la gestión de derechos de las imágenes del MNP y que abren una nueva línea de negocio adicional al mercado tradicional editorial y audiovisual con la oportunidad añadida de provocar acciones de marketing y difusión de la marca a nivel internacional apoyada por las plataformas de comunicación y comercio de las marcas licenciatarías.

OTROS INGRESOS. GESTIÓN DEL CONTRATO DE EXPLOTACIÓN DEL CAFÉ PRADO

En febrero de 2019 se firmó un nuevo contrato con SODEXO empresa adjudicataria del proceso de licitación de la contratación del servicio de restauración para el visitante, café prado, comedor de empleados, y servicio de catering para la cesión de espacios en el Museo Nacional del Prado. Esta gestión ha generado un canon a la sociedad de 732.863 euros frente a los 620.028 del ejercicio anterior.

Como novedad a destacar a raíz de este nuevo contrato, se produce un cambio de layout y de servicio en el Café Prado, actualizando el equipamiento y la instalación de la zona de barra e incorporando un servicio de restauración a la carta desarrollado en colaboración con Cordon Bleu. Como refuerzo de la oferta de espacio en el museo se abre una terraza en el patio de Murillo.

DISEÑO Y PRODUCCIÓN

La Sociedad tiene encomendado el diseño de la imagen del Museo y sus distintas adaptaciones en lo que se refiere a la Colección Permanente como a las exposiciones. Derivándose del programa de actividades del Bicentenario una importante incidencia en el diseño y producción de los elementos de imagen, comunicación, información y educación del Museo.

Para la explotación de la tienda la gama de productos está en constante desarrollo a partir de los contenidos de las exposiciones temporales y nuevas líneas de la Colección permanente con el objetivo de mantener un nivel de calidad de los productos y coherencia en la oferta como vehículo de construcción de la imagen y de mantener los niveles de margen de la producción.