



Nº y fecha de publicación : 120714 - 14/07/2012 **Press Index**  
Difusión : 21574 www.pressindex.com Página : 1  
Periodicidad : Diario Tamaño : 100 %  
EIEconom\_120714\_1\_7.pdf 554 cm2  
VPB : 5644€  
Web Site: <http://www.eleconomista.es/>

**Condiciones a la fusión  
de Antena 3 y La Sexta**

Competencia prohíbe que puedan ven-  
der conjuntamente la publicidad **PAG. 46**



# Competencia pone trabas a la venta de publicidad del grupo A3-La Sexta

Autoriza la fusión, pero impone cuatro condiciones para evitar un duopolio

**África Semprún** MADRID.

La Comisión Nacional de Competencia (CNC) autorizó ayer la fusión por absorción de Antena 3 y la Sexta con una serie de condiciones que limitan la comercialización de la publicidad. El organismo ha endurecido en las últimas semanas las medidas y compromisos que deben adquirir ambas cadenas para evitar que se obstaculice "el mantenimiento efectivo de la competencia en los mercados audiovisuales", sobre todo en lo referente al campo de la publicidad televisiva y la adquisición de contenidos.

Las trabas impuestas a la venta de publicidad buscan poner coto al duopolio televisivo Telecinco-Cuatro y Antena3-La Sexta, que ya controla el 86 por ciento de la cuota del mercado de la publicidad. Competencia explica en la resolución que quiere evitar que Antena 3 y Mediaset se "coordinen tácitamente tras la fusión" para imponer los precios a los anunciantes y limitar el acceso a la publicidad de las demás cadenas que apenas se reparten el 14 por ciento de la tarta.

## Coto a la pauta única

Competencia ha endurecido las condiciones para que el grupo resultante de la fusión no pueda comercializar la publicidad de forma conjunta. Para ello, la CNC reduce del 22 al 18 por ciento la audiencia máxima que pueden acumular las cadenas que están bajo el paraguas de la misma empresa de comercialización de espacios publicitarios. Así, no solo ha impuesto que la cadena que preside José Miguel Contreras y la del grupo Planeta vendan sus espacios a través de sociedades diferentes (Atresadvertising y Publi-seis) sino que pone trabas a la contratación conjunta de publicidad entre las dos familias. No en vano,

## El peso del nuevo grupo en el mercado

Cuota de publicidad (%)

	ANTES DE LA FUSIÓN	DESPUÉS DE LA FUSIÓN
Mediaset	44,00	44,00
Grupo Antena 3	30,20	41,9
Grupo La Sexta	11,70	
Resto Tv nacionales en abierto	2,10	2,10
Forta	9,60	9,60
Total canales de pago	2,40	2,40

Cuota de pantalla grandes grupos (%)

	ANTES DE LA FUSIÓN	DESPUÉS DE LA FUSIÓN
Mediaset	28,1	28,1
RTVE	20	20
Grupo Antena 3	17,8	24,4
Grupo La Sexta	6,6	
Forta	9,9	9,9

Nuevo Grupo Antena3-La Sexta

<b>TV</b> Antena 3 La Sexta3 Neox Explora Nova CoITv** Nitro La Sexta	<b>Radio</b> Onda Cero Europa FM Onda Melodia	<b>Otras divisiones</b> Antena 3 Films Antena3 Multimedia Antena 3 eventos Movierecord
<b>Publicidad</b> Atres Advertising Publi-seis		

Fuente: Antena 3 e Infoadex.

eEconomista

sólo el grupo Antena 3 ya acumula una audiencia del 17,8 por ciento, mientras La Sexta alcanza el 6,6 por ciento del share.

A su vez, Competencia ha puesto coto a la pauta única. Ha prohibido al futuro grupo aplicar la inserción publicitaria simultánea en la familia de canales de La Sexta, tal y como hace el grupo Antena 3. "No podrá ofertar la contratación en simulcast. Esta obligación no afecta al canal Antena 3", reza la resolución de la CNC

Las limitaciones adicionales responden a la quejas presentadas por la Asociación Española de Anunciantes y por Intereconomía, que factura menos de 10 millones al año

de publicidad, ante Competencia para evitar la concentración en el mercado. En este sentido, los anunciantes se reunieron el jueves pasado con el Gobierno y le solicitaron que TVE volviera al mercado para asegurar la libre competencia con la entrada de un nuevo agente.

Por otra parte, el organismo ha interpuesto estas restricciones al mismo tiempo que abría un expediente sancionador a Mediaset. La CNC investiga a la cadena de Fuen-carral por incumplir una serie de condiciones en la comercialización de la publicidad como la separación de Publiespaña y Publimedia y la venta conjunta de espacios. Unas acusaciones que Mediaset niega.

## Los requisitos del organismo

### ■ Limitar la publicidad

Antena 3 no puede vender conjuntamente su publicidad con La Sexta ni usar la pauta única en esa familia de canales. Tampoco puede comercializar la de terceros.

### ■ Coto a crecer

La televisión de Planeta no podrá ampliar su oferta de canales en abierto.

### ■ Contenidos

Limitar a tres años la duración de los contratos de adquisición de contenidos en exclusiva y contratar a diferentes productoras nacionales.

### ■ Control

El nuevo grupo tendrá que aportar información periódicamente para que Competencia pueda controlar la fusión.

Estas medidas, que son más restrictivas que las impuestas en 2010 cuando se aprobó la fusión de Telecinco y Cuatro, ponen en peligro la viabilidad del nuevo grupo. La compañía que dirige Silvio González está estudiando las limitaciones, que tendrán que aprobar las teles para dar luz verde a la fusión.

Pese al endurecimiento de las condiciones y al empeoramiento del mercado, no parece que ninguna de las partes vaya a echarse atrás, por lo que a partir de septiembre ya se empezará a notar la mano de Antena 3 en la parrilla de La Sexta, que en el último año ha perdido un punto de audiencia mientras sus ingresos cayeron un 7,8 por ciento.