



URGEN A MODIFICAR LA LEY

Los anunciantes exigen la vuelta de la publicidad a RTVE

Esgrimen que el sistema de financiación ha “fracasado” y los patrocinios no aportan suficiente solvencia a la pública

Eva Díaz MADRID.

La Ley de Financiación de RTVE que retiró la publicidad de la corporación sigue sumando enemigos. La **Asociación Española de Anunciantes (AEA)** exigió ayer al nuevo Gobierno de Mariano Rajoy que reforme de manera urgente el sistema de financiación de la pública para que “vuelva la publicidad”.

La organización ha dado un paso al frente contra la normativa aprobada en 2009, alentada por las declaraciones que realizó el pasado miércoles el ministro de Educación, Cultura y Deporte, Íñigo Méndez de Vigo, en la cadena *Cope*. “RTVE tiene un serio problema de déficit”, aseveró. Tras una vía procedente del Ejecutivo que cuestiona la solvencia de la corporación, los anunciantes proponen a la Administración un regreso de la publicidad, eso sí, bajo su postura, de una manera “limitada”. La AEA pide un sistema de financiación mixto, proveniente de los presupuestos estatales y los anuncios.

“La Ley de RTVE ha demostrado ser un fracaso”, afirma la asociación en un comunicado. “Los patrocinios culturales y deportivos, única comunicación comercial permitida, no alivian la situación, al tiempo que mantienen limitada la capacidad de expansión del sector publicitario que contribuye a dinamizar la economía”, explica la AEA.

Los enemigos del modelo

La exigencia de la asociación de anunciantes se une a voces que ya han mostrado su rechazo al modelo de financiación. La Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (Sepi), propietaria de un 95,7 por ciento de RTVE, alertó este verano

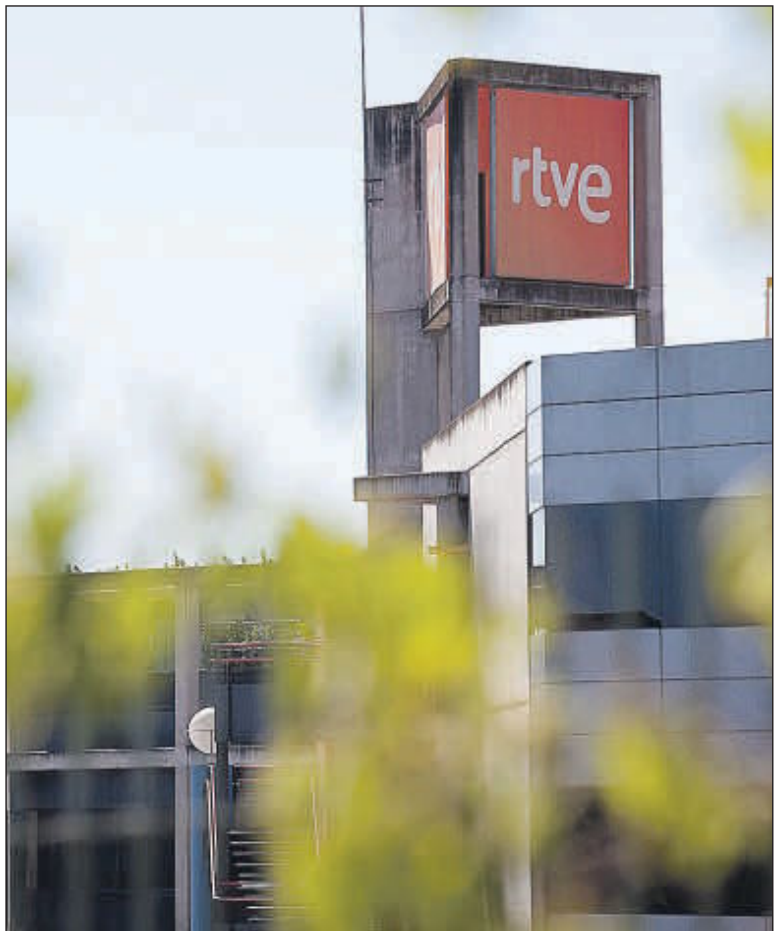


Imagen de los estudios de RTVE en Madrid. NACHO MARTÍN

Proponen un sistema mixto alimentado por los espacios comerciales y la Administración

de que el grupo había llegado a un punto crítico de audiencia, ante la dificultad de competir en la compra de contenidos con los grandes grupos audiovisuales. La Comisión

Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) también pidió este verano cambiar el sistema para garantizar la estabilidad presupuestaria de la corporación.

La retirada de los espacios comerciales en RTVE ha dejado un panorama en el sector monopolizado por Mediaset y Atresmedia. Ambos grupos absorben el 86,4 por ciento de la inversión publicitaria en televisión. Entre los dos, ingresaron 1.515 millones de euros hasta septiembre, según datos de Infoadex.



► 18 Noviembre, 2016

Protagonistas



Pablo Iglesias
SECRETARIO GENERAL PODEMOS

Carles Puigdemont
PRESIDENTE DE LA GENERALITAT

Enrique Tellado
CONSEJERO DELEG. DE EVO BANCO

Lidia Sanz
PDTA. ASOC. ESP. ANUNCIANTES

Jesús Acebillo
PRESIDENTE DE FARMAINDUSTRIA

Falta de altura institucional
No bastó con que Podemos protagonizara ayer un desplante al Rey en el Congreso. Iglesias también llegó a situar su legitimidad por encima de la propia del Monarca. Todo un *show* que muestra su falta de altura política.

Graves perjuicios
La propuesta del Govern catalán de aumentar los impuestos a las bebidas azucaradas hará que éstas suban su precio un 20 por ciento. La medida también romperá la unidad de mercado y perjudicará a las exportaciones.

Repartirá dividendos
Cumplir con los objetivos marcados en su plan estratégico permitió a Evo Banco abandonar los *números rojos* en el primer trimestre del año. De ahí que la entidad proyecte iniciar el reparto de dividendos el próximo año.

Exigencia necesaria
Los anunciantes exigen reformar la Ley de Financiación de RTVE, que retiró la publicidad de la corporación. Su regreso es la única forma de lograr que el ente público cuadre sus números y compita con el resto de cadenas.

Mensaje contundente
La factura en medicamentos no será un problema para el crecimiento ni para cumplir con el déficit. La contundencia del mensaje de la industria farmacéutica ataja las dudas que había respecto al efecto de este gasto.



► 19 Julio, 2016

Mediaset vuelve a batir récord de multas con 1,7 millones en el año

Es el grupo más sancionado en 2016 frente a los 300.000 euros de Atresmedia

Eva Díaz MADRID.

Mediaset es el grupo televisivo que más sanciones ha acumulado en lo que va de año por incumplir la normativa en materia publicitaria. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha impuesto en los seis primeros meses de 2016 cinco multas a la compañía que encabeza Paolo Vasile de las que cuatro de ellas están relacionadas con el incumplimiento de la emisión de la publicidad. La suma total de las sanciones a las que debe hacer frente la cadena de Fuen-carral asciende a los 1,79 millones de euros.

La comparativa con su inmedia-ta competencia, el grupo Atresmedia, hace de Mediaset la compañía con más multas este año y de mayor importe en el marco de la norma publicitaria. La empresa dueña de canales como *Antena 3* y *La Sexta* ha recibido en el primer semestre de 2016 un total de dos multas, de las que sólo una se corresponde con los anuncios televisivos y cuyo importe se eleva a los 300.000 euros. Un 83,15 por ciento menos que la cuantía que debe afrontar el grupo propietario de *Telecinco* y *Cuatro*.



Vista exterior de los estudios de Mediaset. REUTERS

Objeto de las infracciones

Concretamente, el organismo que preside José María Marín Quemada multó por primera vez en el año a Mediaset el pasado mes de marzo con 311.000 euros por haber superado en sus canales *Telecinco* y *Cuatro* los límites de tiempo de emisión dedicados a los mensajes publicitarios y a autopromoción, regulados en la Ley General de Comunicación Audiovisual. La normativa establece un máximo de 12 minutos de publicidad por hora natural.

La segunda sanción llegó tan sólo un mes después, en abril de 2016, por una cuantía de 653.456 euros. En esta caso, Competencia acusó al grupo de emitir comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas de graduación inferior a 20 grados en horario protegido. Las infraccio-

Sanciones por 9,9 millones a las teles en 2015

La CNMC impuso 16 sanciones a los dos grandes grupos de en 2015 por un importe total de 9,9 millones. Mediaset volvió a ganar en número de multas, con 11, y cuantía, por 6,09 millones, mientras que Atresmedia recibió cinco por valor de 3,3 millones. Los dos grupos se vieron afectados especialmente por incumplir los acuerdos de las fusiones '*Telecinco-Cuatro*' y '*Antena 3-La Sexta*'.

nes, de carácter grave, se detectaron en *Telecinco*, *FDF*, *Cuatro*, *Divinity* y *Energy* entre los meses de julio y agosto de 2015. La tercera multa, de 300.000 euros, llegó en mayo de 2015. En este caso la CNMC aseguró que dos canales del grupo emitieron anuncios sin respetar la integridad de los programas en los que se insertan, ni de las unidades que los conforman. Finalmente, la última sanción fue en el pasado mes de junio, por 528.373 euros, por emitir publicidad encubierta en el programa *Sálvame Naranja*.

Por su parte, la sanción que el organismo interpuso a Atresmedia tuvo lugar el pasado 23 de mayo por un importe de 300.000 euros. La CNMC asegura que el grupo de comunicación, al igual que Mediaset, tampoco respetó la integridad

de los programas que emitía a la hora de insertar espacios publicitarios. Este diario se ha puesto en contacto con Mediaset, aunque el grupo no hizo declaraciones.

Vigilancia del regulador

El organismo mantiene la vigilancia sobre las cadenas y hace dos semanas abrió una investigación a los dos grupos por incumplir el tiempo de emisión de anuncios. Ambas compañías suman dos expedientes sancionadores abiertos en materia de publicidad en lo que va de año.

Durante 2015, la CNMC multó a Mediaset en ocho ocasiones con 2,85 millones por incumplir la Ley General de Comunicación Audiovisual, mientras que Atresmedia recibió cuatro sanciones por un total de 565.900 euros.