

Introduzione, dall'anomalia italiana all'anomalia spagnola

Nel 2003, Reportieri Senza Frontiere pubblicò un rapporto sulle conseguenze per la libertà dei media come risultato del conflitto di interessi di Silvio Berlusconi, allora Presidente del Consiglio, proprietario di un impero mediatico e, in quel momento, persona con grande capacità di influenza sulla Rai.

Dieci anni dopo ci troviamo di fronte a uno scenario che potrebbe essere definito come "l'anomalia spagnola" della televisione (Nosty, 2011). Per la prima volta nella storia del mezzo audiovisivo spagnolo ATresMedia e Mediaset España (due dei tre grandi gruppi mediatici di questo settore) controllano il 56,5% dell'audience e l'88% del mercato pubblicitario (Kantamedia 2013 nel bilancio della stagione 2012-2013 di Mediaset España), rispetto al 16,9% dell'audience del terzo gruppo mediatico spagnolo rappresentato da Corporación Radiotelevisión Española (RTVE), società concessionaria in esclusiva del servizio pubblico radiotelevisivo in Spagna.

Figura 1. Audience della televisione spagnola nella stagione 2012-2013



*Percentuale dello share

Fonte: Elaborazione propria a partire dai dati di Kanta Media 2013

Questa concentrazione nelle mani dei grandi gruppi audiovisivi influisce direttamente sul desideratum di pluralismo rappresentato dai mezzi di comunicazione, elemento imprescindibile della cultura democratica di un Paese. Tutto ciò ha allertato non solo le autorità nazionali garanti della concorrenza ma anche quelle europee.

Per la Commissione Europea, il concetto di concentrazione comprende soltanto le transazioni che rappresenteranno una modifica permanente delle

strutture delle società partecipanti. Detto cambiamento strutturale si verifica con la fusione di due o più aziende indipendenti oppure quando una di esse prende il controllo di una parte o della totalità dell'altra (Miguel de Bustos, 1993: 101). La Commissione Europea avverte che le autorità garanti della concorrenza devono vigilare sull'equilibrio del mercato affinché quando due imprese si fondano tra di loro non minaccino la concorrenza o creino una posizione dominante di cui potrebbero abusare.

Inoltre, i mercati molto concentrati tendono alla creazione di cartelli che, nel definire le regole del gioco, limitano l'influenza dell'utente del servizio (Mastrini y Becerra, 2001). In ogni caso, capire i processi di concentrazione significa anche concepirli "come integrali ai processi economici, politici, sociali e culturali di una società" (Mosco, 2009: 111).

Secondo Bustamante, la situazione attuale in cui operano i gruppi mediatici spagnoli è determinata da un contesto che va oltre la concentrazione aziendale e che rappresenta una riorganizzazione del modello comunicativo intorno a un gruppo ridotto di conglomerati, in questo caso di capitale straniero, con interessi simili che trascendono l'economico (Bustamante, 2008). Assumiamo quindi come ipotesi che si fosse prodotto un cambio nel modello audiovisivo in Spagna e che fosse relazionato, oltre che con caratteristiche specifiche come la profonda concentrazione, con una "italianizzazione" dei grandi gruppi mediatici e, per estensione, una "italianizzazione" della propria televisione sia nella forma che nei contenuti.

A sua volta, come conseguenza di dette strategie, vi era il pericolo di sviluppare mercati oligopolistici, dominati da pochi operatori che, come vedremo, saranno in mani straniere e, soprattutto, italiane e tedesche. Tra gli elementi che hanno generato il controllo dei principali gruppi mediatici da parte di azionisti stranieri possiamo evidenziare:

1. L'assenza di un quadro legislativo e, soprattutto, la mancanza di volontà politica per creare un Consiglio dell'Audiovisivo in Spagna.
2. L'enorme debito economico dei grandi gruppi di comunicazione ha creato una situazione di chiara inferiorità finanziaria per quanto riguarda i conglomerati mediatici di capitale straniero¹.

Questo processo si genererà in un contesto di frammentazione dell'audience che, attraverso la presenza di cinque grandi canali nazionali (La 1, La 2, Antena 3, Telecinco e la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA)) prima del 2005, tendeva a creare strategie di integrazione orizzontale che sarebbero diventate formule di concentrazione.

In Spagna questa situazione venne favorita dall'attuale crisi economica che colpì duramente la pubblicità² e i contenuti, e definita da Patricia Marco,

¹Questa debolezza contrasta con altri gruppi impresariali spagnoli come le banche nazionali o il monopolista Telefónica le cui mosse nel campo televisivo in Spagna (come partner di Telecinco e Digital Plus) sono di primaria importanza; lo stesso si può affermare per l'Italia dato che Telefónica ha assunto il ruolo di azionista di controllo in Telecom Italia.

² Il primo trimestre del 2013 ha segnato una diminuzione nel mercato pubblicitario televisivo al 15,7%, secondo Infoadex, che si traduce in € 409.300.000.

responsabile dei contenuti di Mediaset Spagna, come “fare televisione in tempi difficili” (Marco, 2013).

Per tanto risulta prioritaria la riflessione sull’assetto oligopolistico nei media spagnoli in un contesto evolutivo di liberalizzazione e concentrazione in mani italiane e che a medio termine prevede il superamento della modalità tradizionale di attività televisiva ma che presenta il problema del settore spagnolo attuale.

1. Mercato televisivo in Spagna prima del duopolio

La fine del modello televisivo egemonico in Spagna si osserva nel 2009, momento in cui si produce la frammentazione dell’audience, la perdita di importanza delle catene tradizionali (pubbliche e private) e l’emergere della concentrazione dei media³ (Figura 2). Per la prima volta nella storia della televisione spagnola, i tre grandi canali nazionali (TVE, Telecinco e Antena 3) raggiungono complessivamente il loro minimo annuale storico con il 46% dello share quando nel 1992 sommavano tra tutti e tre il 76,5% (Vaca Berdayes, 2010: 21).

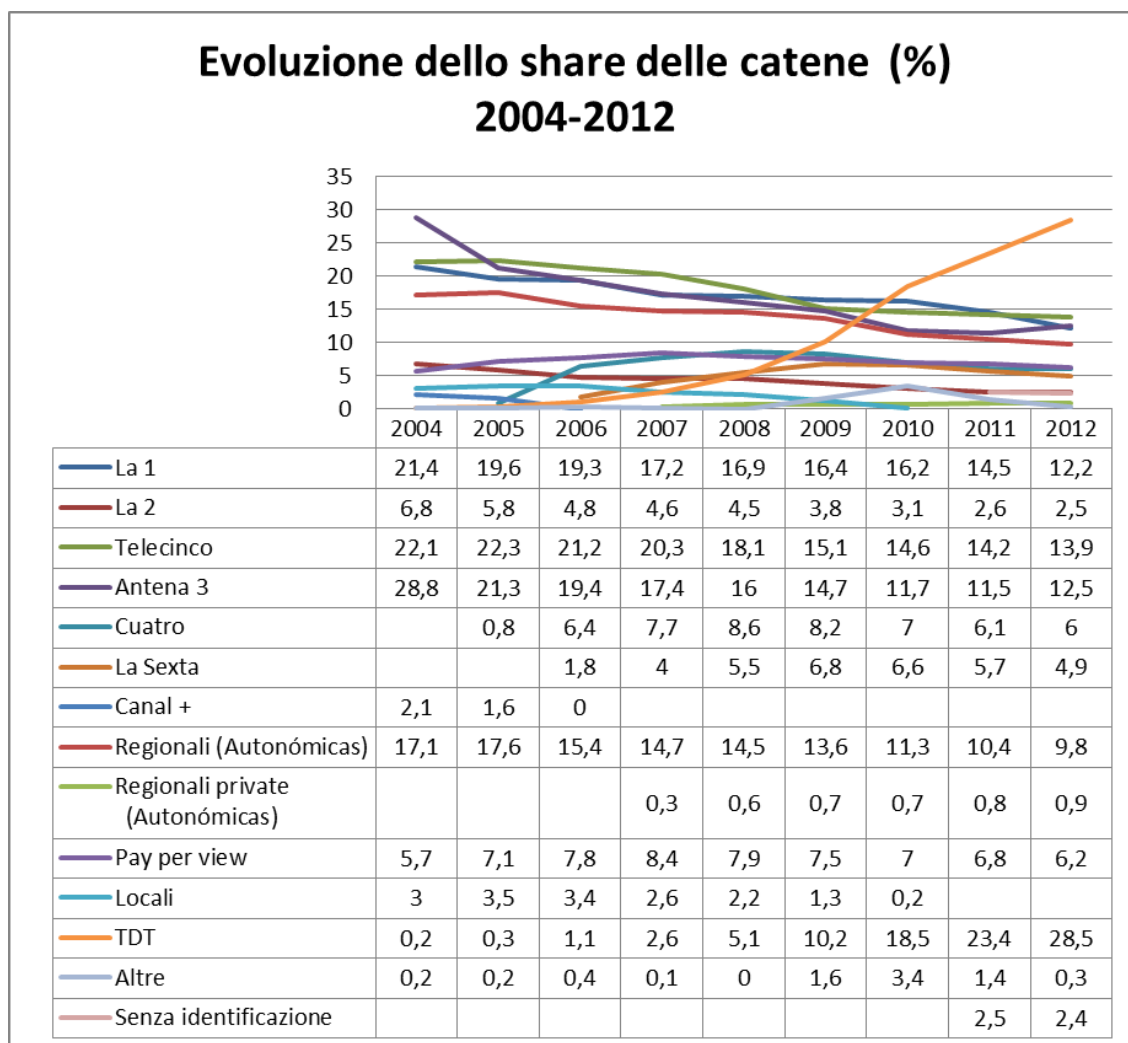
Si chiudeva così un ciclo iniziato nel 1956. La Spagna rappresenta da allora un caso insolito nel quadro europeo siccome il servizio pubblico radioTV, che nacque in quell'anno, si basava soltanto sui finanziamenti della pubblicità e, al contrario che nel resto d’Europa, non prevedeva il versamento di un canone. Questo fenomeno rispondeva alle esigenze della logica di un regime autoritario che alterava il tradizionale rapporto fra servizio pubblico e mercato (Palacio, 2002). TVE aveva esercitato il monopolio televisivo fino alla approvazione della *Ley 46/1983, del Tercer Canal de Televisión*, un primo momento che aprì le porte alle televisioni regionali e, in una seconda fase, la nascita dei canali privati (*Ley 10/1988, de Televisión Privada*) disegnò un nuovo scenario per la progressiva creazione di un’industria audiovisiva di maggiori dimensioni.

Questo processo di concentrazione e di liberalizzazione che dura da circa cinquanta anni è il risultato di politiche pubbliche in materia di comunicazione di diverso colore politico. È fondamentale spiegare la concatenazione di fatti: in un primo momento venne resa possibile l’attività televisiva privata vincolandola alla partecipazione di imprese non spagnole durante il governo socialista di Felipe González (1982-1996), ma consentendo la risibile copertura ONCE; in un secondo momento tutto ciò è stato allentato e in fine sono stati eliminati tutti i vincoli durante il governo di José María Aznar (1996-2004); in un terza fase, durante il governo del PSOE di José Luis Rodríguez Zapatero (2004-2011), decidendo di eliminare la pubblicità dalla televisione pubblica,

³ Secondo Garcia Salaverría (2013), la concentrazione nel settore televisivo spagnolo cominciò ad emergere nella seconda metà del 2009 essenzialmente per tre motivi: 1) la mancanza di sostenibilità del modello precedente e l’ingresso nel mercato (2004-2005) di due nuovi competitori con l’obiettivo di offrire una maggiore concorrenza nel settore; 2) la pressione esercitata dai dirigenti dei canali privati (UTECA) per porre fine alla questione pubblicitaria in TVE e spostare gran parte dei suoi ricavi pubblicitari ai canali privati; 3) l’elevato debito economico della maggior parte dei principali gruppi mediatici spagnoli di comunicazione, in particolare il gruppo Prisa (proprietario del Cuatro e Canal +), ma anche Planet (azionista di Antena 3) e Mediapro (azionista di maggioranza di La Sexta).

senza peraltro mantenere la gradualità adottata da Sarkozy in Francia, venne lasciato campo libero ai privati, incentivando le fusioni tra Telecinco e Cuatro con lo scopo di proteggere il Gruppo Prisa dal fallimento; infine durante l'attuale periodo del Partido Popular di Mariano Rajoy (2011-) venne favorita la fusione tra Antena Tres e LaSexta.

Figura 2. Evoluzione dello share delle catene (%). 2004-2012



*2011-2012 altre catene corrisponde a catene misurate ma non riportate (Veo7 e La10).

Fonte: Elaborazione propria a partir da *TNS Anuario de audiencias*, vari anni, e *Anuario de Audiencias de Televisión* de Kantar Media 2012.

Questa evoluzione è contemporanea a un cambiamento a livello internazionale basato sull'introduzione del digitale terrestre⁴, il peso crescente di internet e la frammentazione mondiale dell'audience. Per quanto riguarda i primi due fenomeni, secondo Miguel de Bustos (2007: 20), una volta finite le concessioni

⁴ Il passaggio alla televisione digitale in Spagna è disciplinata dal piano tecnico nazionale per la DTT (approvato con regio decreto 944/2005) e dal piano nazionale per il passaggio alla DTT (approvato con risoluzione del Consiglio dei ministri il 7 settembre 2007) (Unione Europea, 2010).

del digitale terrestre⁵ e consolidata l'internazionalizzazione di internet, assisteremo alla strutturazione di una maggior pluralità con la presenza di tre o quattro gruppi mediatici fortissimamente distaccati degli altri. Questi processi legati all'introduzione definitiva dei canali non convenzionali (satellite, cavo oppure pay per view) generarono una frammentazione mondiale dell'audience -terzo fattore-, processo aggravatosi durante il XXI secolo in Spagna. Va inoltre ricordato che questi fenomeni sono comuni in tutta Europa, dove l'unico operatore che sembra averne approfittato è il gruppo americano Discovery Communications, specialmente in Francia e in Italia.

Come aveva già spiegato Ramón Zallo (2010: 53), la crisi della sovrapproduzione nel settore televisivo -conseguenza di un quadro regolatorio inadeguato e delle eccessive concessioni amministrative per la apertura di nuovi canali- ha determinato un'enorme proliferazione di televisioni ad accesso gratuito, oltre 1200, e con sei gruppi privati di comunicazione che competevano per l'audience e per gli ingressi della pubblicità.

“En los quince años previos a la crisis económica, se asistió a una expansión del sistema de medios, en parte artificial, vinculada a las tensiones de la vida política y a la permisividad ante soluciones carentes, muchas veces, de lógica comunicativa y profesional. [...] Es conocida la proliferación de proyectos locales desprovistos de objetivos sociales y culturales, ajenos a la ética de la cultura periodística; esto es, soluciones especulativas o, como han sido calificados, chiringuitos mediáticos, en algunas ocasiones relacionados con los excedentes de la actividad inmobiliaria. Contagiados por la experiencia central, las administraciones locales promovieron en ciudades y poblaciones medianas radios y televisiones en condiciones y número desconocidos en el resto de Europa” (Díaz Nosty, 2011: 20-21).

Oltre a questa eccessiva produzione televisiva, lo scenario audiovisivo spagnolo aveva serie difficoltà legate al ridotto mercato pubblicitario che era diviso tra cinque grandi canali di carattere gratuito (Antena 3, Telecinco, La Sexta, Cuatro y RTVE)⁶; un canale a pagamento (Canal+); altri canali di diffusione nazionale ma con scarsa audience; televisioni locali e regionali, canali tematici e altre piattaforme a pagamento (Imagenio, Ono...), la cui proprietà era di aziende telefoniche o via cavo.

Detto ciò, i teorici riflettevano sulla necessità di una riorganizzazione del sistema. Álvarez Monzoncillo e Iwens (1992: 232) anticiparono che, dal punto di

⁵Nel 2002 il gruppo che oggi conosciamo come Mediaset España inizia ad emettere sul digitale terrestre e nel 2004 si quota in borsa come parte dell'Ibex. A quel tempo, il suo principale azionista era Mediaset Investimenti (50,1%) seguito da Vocento al 5,1%. Da allora, iniziò la diversificazione tematica dei canali digitali (Telecinco Sport (sport), Telecinco Estrellas (intrattenimento e fiction)). Il 18 Febbraio del 2008, Gestevisión Telecinco decise di rinnovare la griglia dei canali sul digitale terrestre. Telecinco Sport viene sostituita da Telecinco e Telecinco Estrellas lo sostituisce Factoría de Ficción (FDF Telecinco). Nel 2009, Telecinco 2 subisce un nuovo cambiamento e prende il nome di La Siete (orientata verso i giovani, e focalizzata su intrattenimento e fiction). Ribattezzato FDF, Telecinco passa a chiamarsi Factoría de Ficción. Nel frattempo, durante tutto l'anno Vocento si disfa completamente della percentuale che possedeva nel gruppo.

⁶ Fu negli anni 2004 e 2005, quando il governo socialista di Zapatero decise di aumentare l'offerta di canali aperti autorizzando la creazione di Cuatro (gruppo Prisa) e La Sexta (Mediapro). Allo stesso tempo, si stava verificando in Spagna una chiara ristrutturazione dei grandi gruppi mediatici.

vista finanziario, gli effetti della concorrenza sarebbero stati disastrosi per tutti i canali televisivi. Enrique Bustamante (2009: 13) osservava che:

"El desiderátum teórico del máximo de canales se enfrenta aquí con el principio realista de cómo alimentar los costes de una oferta multiplicada que redunde en una hiperfragmentación de audiencias".

L'irruzione del digitale terrestre (black out analogico nell'aprile del 2010) non fu capace di configurare una nuova mappa della televisione spagnola e non aggiunse grandi dosi di pluralismo. Al contrario, se possibile, accentuò le contraddizioni delle grandi catene, finendo per definire un nuovo scenario televisivo basato sulla concentrazione (Bustamante, 2008; García Santamaría e Fernández-Beaumont, 2011; Marzal e Casero, 2007; Miguel Bustos, 2007). Tre grandi gruppi mediatici controllano 24 canali⁷:

- 7 di Radio Televisión Española (RTVE): La 1, La 2, 24h, Teledporte, Clan, TVE HD e TVE internacional.
- 9 di Atresmedia, ex Grupo Antena 3: Antena 3, La Sexta, Neox, Nova, il canale a pagamento Gol Televisión, i segnali in alta definizione, Antena 3 HD, laSexta HD e Antena 3 Premium e la catena internazionale Antena 3 Internacional.
- 10 di Mediaset España: Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Divinity, Energy, e i segnali in alta definizione Telecinco HD e Cuatro HD.

Prima di studiare i due esempi paradigmatici di questa anomalia spagnola, è necessario realizzare un'analisi previa focalizzando l'attenzione sui cambiamenti legislativi che favorirono suddetta distribuzione disuguale. La *Ley de Televisión Privada* del 1988 definiva la televisione in Spagna come un "servizio pubblico essenziale" appartenente allo Stato, essendo questo che regolava la "gestione indiretta" degli operatori privati attraverso un concorso pubblico di licenze. Nonostante questa norma, e dopo aver sofferto vari cambiamenti in questi ultimi 20 anni, la *Ley de Televisión Privada* è stata abrogata nel 2010 in seguito all'adozione della nuova *Ley 7/2010, Ley General de Comunicación Audiovisual* (LGCA).

Questa legislazione toccò il suo apice nel 2009 quando l'allora Ministro di Industria, Miguel Sebastián, fece diversi decreti-legge⁸ che virarono il panorama televisivo spagnolo dando più importanza alle società straniere, in particolar modo a quelle italiane e tedesche. Il Governo rimosse il limite del 5% di proprietà per ogni operatore che fu sostituito dalla norma di non superare il 27%

⁷ Nel 2012 il Tribunal Español ordinò la sospensione delle emissioni di nove canali del DTT (tre del gruppo Atresmedia, due di Mediaset, due di Veo TV e due di Net TV), ma solo lo scorso 5 maggio del 2014 fu attuata detta sentenza come risposta al ricorso presentato da Infraestructuras y Gestión nel 2002 contro la decisione del Consiglio dei Ministri che permisero di continuare l'emissione di suddetti canali. Nonostante ciò, Atresmedia, Mediaset, Veo e Net TV hanno inviato una lettera aperta al Ministero di Industria informando che solicheranno al Tribunale Costituzionale la revisione del caso.

⁸ La *Ley 7/2009, de 3 de Julio, de Medidas Urgentes en Materia de Telecomunicaciones* consentiva la fusione di due operatori televisivi, a condizione che non superasse il limite del 27% dell'audience e che garantisse almeno l'esistenza di tre operatori privati di ambito nazionale.

del share. Inoltre, la LGCA permetteva superare detto limite del 27% nei casi di acquisto di azioni da parte di società esterne⁹.

Tutto ciò generò una situazione in cui, sebbene i due maggiori operatori del tempo (Antena 3 e Telecinco) non si sarebbero potuti fondere tra loro, ci sarebbero potute essere altre possibilità che abbiamo conosciuto negli anni successivi, ovvero la fusione tra Cuatro e Telecinco¹⁰ e di La Sexta con Antena 3, limitando la concorrenza del settore. A continuazione si realizzerà un'analisi dell'attuale situazione dei due grandi gruppi mediatici privati della televisione in Spagna: Mediaset España e Atresmedia.

2. Caso Mediaset España

Mediaset España è formata da un gruppo di aziende dedicate allo sviluppo del *business* legato al settore audiovisivo. Il germe di detta azienda è Gestevisión Telecinco¹¹, nata il 18 di marzo del 1989 quando presentò un bando pubblico per l'assegnazione di frequenze televisive annunciato dalla *Ley de Televisión Privada* promulgata dall'allora socialista di Felipe González¹². È fondamentale menzionare i passaggi di proprietà dei diversi soggetti televisivi, come l'accordo non ufficiale fra Mediaset e la *Organización Nacional de Ciegos españoles* (ONCE) che risultò l'azionista di maggioranza di Telecinco fino a quando il Governo Aznar decise di modificare la legge sulle quote massime dei soggetti "non spagnoli" nelle imprese TV nazionali, modificando il limite del 5% dell'azionariato al 15% e, in fine, al 27% del totale del mercato.

Quasi 25 anni più tardi, la linea principale di attività del gruppo è lo sfruttamento dello spazio pubblicitario delle 10 catene televisive che gestisce. Attualmente, Mediaset possiede 8 canali (Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Divinity, Energy, Telecinco HD e Cuatro HD)¹³. Inoltre, produce e diffonde contenuti audiovisivi in diverse piattaforme per sfruttare commercialmente questi spazi attraverso Publiespaña. Lavora nell'ambito delle agenzie di notizie audiovisive¹⁴ e gestisce la casa produttrice di cinema e televisione Telecinco Cinema. Possiede anche il 43,7% di Pegaso Television (canale televisivo dei Caraibi). In totale, il gruppo partecipa in 23 società legate

⁹ "Ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito estatal, cuando la audiencia media del conjunto de los canales de los prestadores de ámbito estatal considerados supere el 27 % de la audiencia total durante los doce meses consecutivos anteriores a la adquisición" (art. 36.2 LGCA).

¹⁰ Nella stessa operazione, oltre a Cuatro, Mediaset ha acquistato il 22% di Digital Plus da Prisa che in cambio è entrata nel suo azionariato (attualmente detiene il 17,3% del capitale sociale).

¹¹ In data 28 febbraio 2003 venne fatta pervenire alla Commissione Europea la notifica di un progetto di concentrazione in conformità per il quale Mediaset SpA (Mediaset-Italia) acquisiva il controllo della totalità delle imprese spagnole Gestevisión Telecinco, SA (Telecinco) e Publiespaña SA (Publiespaña). Attualmente detiene in entrambe una quota di minoranza mediante l'acquisto di azioni o quote (Commissione Europea 2003).

¹² L'impresa nasce come proprietà di Fininvest (famiglia Berlusconi - 25%), la ONCE (25%), CECISA, proprietà di Ediciones Anaya (25%), Juan Fernández Montreal, proprietario dei cioccolatini Chocolates Trapa (15%) e Promociones Calle Mayor de Ángel Medrano Cuesta (10%). Insieme ad Antena 3 e Prisa TV riceve la licenza di trasmissione per dieci anni e nel marzo del 1990 iniziarono le loro emissioni.

¹³ Il gruppo Mediaset España ha cinque canali televisivi - dallo scorso 5 maggio 2014 quando chiudessero La Siete (repliche) e La Nueve (senza contenuti propri) per decisione del *Tribunal Supremo* - con l'obiettivo di coprire tutti i settori dell'audience: Telecinco (generalista), Cuatro (pubblico giovane), Factoría de Ficción (serie), Boing (per i più piccoli) Divinity (pubblico femminile urbano), Energy (pubblico maschile), Telecinco HD e Cuatro HD, quest'ultime due in alta definizione.

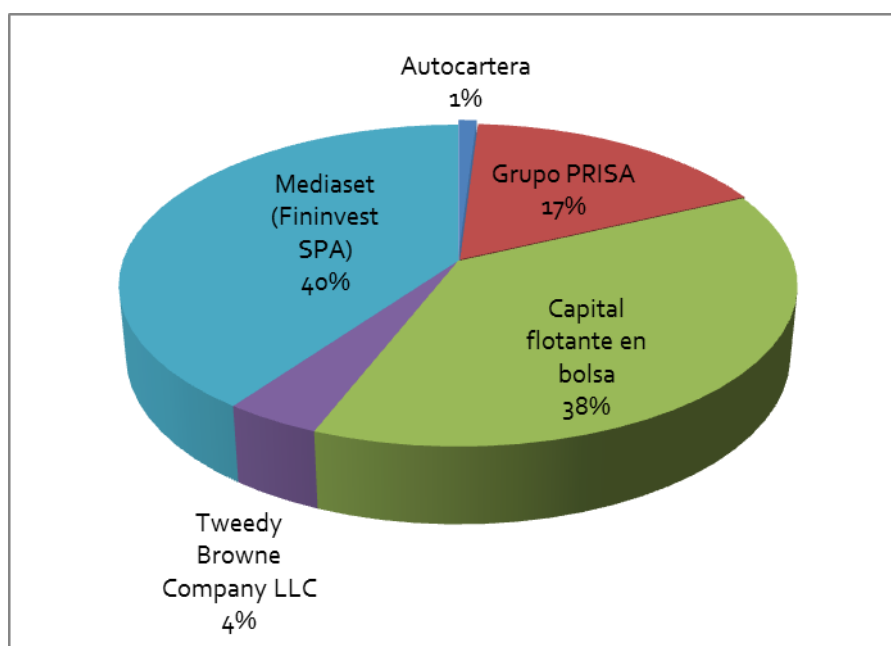
¹⁴

alla comunicazione, anche se la linea principale di attività del gruppo rimane lo sfruttamento degli spazi pubblicitari nelle televisioni in cui opera.

Gli ultimi due progetti di Mediaset España sono stati avviati nel mese di ottobre del 2013. Il 10 ottobre, Mediaset España presentò *Integración Transmedia* con l' "obiettivo di contribuire al successo del cliente realizzando campagne pubblicitarie a 360° con cui trasmettere i valori del suo marchio". Inoltre, in data 26 ottobre nacque Ad4ventures, progetto di Mediaset Italia e Mediaset España che puntava a investire in giovani aziende nazionali e internazionali con elevato potenziale di crescita e che appartenevano al settore tecnologico-digitale¹⁵.

Mediaset España è una società holding composta da un'insieme di imprese appartenenti al gruppo Fininvest (ne detiene il 41,52%) (Figura 3). Nell'azionariato vi sono anche altre mani straniere tali come la statunitense Tweedy Browne (4,4%) e Prisa (17,33%), in cui partecipa il fondo degli Stati Uniti Liberty Fund, la giapponese Daiwa, il banco francese BNP Paribas e Immobiliaria Carso, proprietà dell'uomo più ricco del mondo secondo la rivista Forbes, il messicano Carlos Slim, proprietario del giornale *El País*.

Figura 3. Proprietari di Mediaset España dopo la fusione



Fonte: Elaborazione propria

¹⁵ Rispettivamente con sede a Milano e Madrid, Ad4ventures concentrerà i suoi investimenti sia in compagnie già create e in imprese in una fase start up i cui piani di business abbiano chiare opportunità di creazione di valore aggiunto.

2.1. *Processo di fusione Telecinco-Cuatro*

La chiave di volta nel modello di business di Mediaset España è stata la fusione-assorbimento di Telecinco e Cuatro, prima nel suo genere in una televisione privata in Spagna, che venne firmata il 18 dicembre 2009.

Cuatro appartiene a Prisa e dopo la fusione si produsse uno scambio di azioni per le quali Prisa ottenne quasi il 18% del gruppo risultante dalla fusione e Mediaset a sua volta ottenne il 22% di Digital+¹⁶. Inoltre, Mediaset España possiede la agenzia di notizie Atlas, la consulente di pubblicità Publiespaña e il produttore audiovisivo di cinema e televisione Telecinco Cinema. Tutte queste aziende con la fusione di Cuatro sono state integrate completamente in Mediaset España. Le conseguenze di questo accordo furono chiare, secondo Garcia Santamaria (2013):

- Mediaset España ha aumentato il suo audience ed i suoi mercati pubblicitari con l'entrata nella *pay-TV*¹⁷.
- La nuova piattaforma ha generato la più grande televisione di carattere gratuito in Spagna e il più grande operatore spagnolo, con sei canali nel digitale terrestre, due canali aperti e due di alta definizione.
- La conseguenza immediata dell'assorbimento di Cuatro è stata che Prisa ha abbandonato il business della televisione gratuita in Spagna, che fino ad allora era stato uno dei pilastri della sua strategia mediatica. In cambio ha acquistato circa il 18% del nuovo gruppo, ma in minoranza rispetto a Mediaset.
- Allo stesso modo, Prisa conserva la maggior parte di Digital +, con il 56% del capitale dopo la vendita del 22% a Telefónica e l'altro 22% a Telecinco. Le ragioni finali per tali cessioni da parte del gruppo obbediscono certamente alla necessità di ridurre il proprio debito eccessivo a livelli accettabili dal sindacato dei creditori bancari.
- Un'operazione che si univa alla chiusura della catena della propria rete locale, Localia, all'abbandono della CNN+, alla vendita del 25% della casa editrice Santillana e del 10% del gruppo portoghese Media Capital.

2.2. *Resultati di Mediaset España*

Tra gennaio e giugno del 2012 il fatturato Mediaset España era pari a 474 milioni di euro, mentre l'utile netto si collocò intorno ai 37,6 milioni di euro¹⁸. La crisi economica stava producendo un forte impatto sui consumi privati e, di

¹⁶ La trasmissione delle azioni si basa sulla Ley 7/2010, de 31 di Marzo, General de Comunicación Audiovisual. Il 31 di dicembre del 2012 il capitale sociale è composto da 406.861.426 azioni dal valore nominale di 0,5 euro ciascuna.

¹⁷ Digital+ produce o edita 17 dei 93 canali a pagamento in Spagna e la piattaforma conta su *output deals* chiusi con la quasi totalità delle *majors* nordamericane. Inoltre, dispone dei diritti della Champions League per il periodo compreso tra il 2012 e il 2015 a pagamento per la visione ed è giunta a un accordo con Mediapro per distribuire e commercializzare le partite del campionato spagnolo fino alla stagione 2014-2015.

¹⁸ I guadagni sono scesi del 53,8% in comparazione con lo stesso periodo relativo al 2011. 135,5 milioni è stato l'investimento di Mediaset nei primi sei mesi di quest'anno, 19,5 milioni di euro è stata la posizione finanziaria netta del Gruppo al 30 giugno di quest'anno, 1.373 le persone che compongono lo staff del gruppo di comunicazione. Di questi, 697 sono uomini e 676 donne.

conseguenza, sul mercato pubblicitario spagnolo, colpendo direttamente il beneficio di questa azienda audiovisiva.

Uno dei punti di forza dell'azienda era la gestione del debito. La posizione finanziaria netta del gruppo televisivo, alla fine del primo semestre del 2012, era pari a 19,5 milioni di euro.

Nonostante ciò, Mediaset España era leader del mercato televisivo, con il 28,6% di share, davanti del 27,9% di Atresmedia e il 16,9% del gruppo spagnolo Television TVE (Mediaset España, Bilancio 2012-2013) (Vedi figura 1). Inoltre, il *target* commerciale ha anche superato le aspettative con il 30,7%, contro il 30,3% e il 14,5% di Atresmedia e TVE rispettivamente.

Per quanto riguarda il contenuto delle catene, Telecinco ha avuto un gran vantaggio grazie ai contenuti sportivi della scorsa stagione: la Coppa delle Confederazioni FIFA, ha comprato i diritti della Coppa del Mondo nel 2014, ecc. Nel suo caso, Cuatro¹⁹ ha trasmesso la UEFA Europa League, con uno share del 15% nelle partite senza squadre spagnole e il Roland Garros per il secondo anno consecutivo.

2.3. Italianizzazione dei contenuti

Particolarmente rilevante è l'influenza straniera sulla griglia di queste catene, sottoposte ad una forma di fare televisione sconosciuta in Spagna fino allo sbarco di Mediaset. L'esempio più immediato è Telecinco e tutti i canali appartenenti alla sua famiglia. Dall'Italia sono arrivati programmi di *dating* "Uomini e Donne" ("Mujeres, hombres y viceversa"), spazi dedicati alla cronaca rosa ("Aquí hay tomate") ed i cosiddetti *talk show*, come "Sálvame Deluxe" e le sue diverse versioni. Sebbene questi siano solo alcuni esempi concreti di contenuti spagnoli che hanno una chiara influenza italiana, conviene avvertire che non è un fenomeno nuovo. Essi sono radicati nell'impero di Mediaset che iniziò in Spagna con *Mamma Ciccio*, ragazze che ballavano in abiti succinti e che hanno prodotto una tendenza che è in aumento, nonostante episodi sporadici come quello del boikot de "La Noria"²⁰ in 2011.

Contrariamente a quanto sostenuto da Roman Gubern, che avvertiva in un articolo che "*las viejas mamma ciccio del sistema televisivo berlusconiano [...] acabaron por desaparecer, víctimas de la redundancia y de su propia banalidad*" (Gubern, 2005), è evidente che la formula funziona dal momento che Telecinco si afferma come leader dello share tra tutte le catene televisive e non si prevedono cambiamenti. Per questa ragione, questa formula è stata innestata in Cuatro dopo l'assorbimento nel novembre 2010. Da allora l'ex catena Sogecable ha visto i suoi contenuti dirigersi progressivamente nella direzione del sensazionalismo. Se in precedenza il gruppo era sostenuto da serie come "House", reality show come "Fama, ¡a bailar!" e programmi per superare le

¹⁹ La catena Cuatro ebbe uno share del 5,9 durante l'intera giornata, rispetto al 5,7 del suo principale concorrente La Sexta. È una differenza esigua ma il bilancio è favorevole per Cuatro.

²⁰ Il blogger Pablo Herreros chiese nel 2011 che i pubblicitari non tornassero a commercializzare i propri prodotti nel latenight "La Noria" "ni en ningún otro programa que pague a delincuentes o a su entorno cercano por ir a hablar de su delito". 50 aziende annularono i loro contratti; il programma venne emesso senza spazi pubblicitari (soltanto autopromozioni) e, infine, fu ritirato. Mediaset denunciò al blogger responsabilizzandole di una perdita di circa 3,6 milioni di euro, cifra che avrebbe dovuto essere fatturata tra i mesi di novembre e dicembre 2011. Il 26 di novembre 2012, Mediaset ritirò la denuncia.

difficoltà giornaliera in determinati contesti come “Supernanny”, oggi dominano altri formati di programmazione come “Diario de”, “Me cambio de familia” o “¿Quièn quiere casarse con mi hijo?”.

2.4. Consiglio di Amministrazione con accento italiano

Il Consiglio di Amministrazione di Mediaset España ha un marcato “accento italiano” come conseguenza della provenienza geografica dei soci maggioritari del gruppo Mediaset Investimenti, di cui la famiglia del Cavaliere detiene il 41,3% del capitale. Italiani sono i tre amministratori esecutivi: Paolo Vasile²¹, Giuseppe Tringali (entrambi condividono il ruolo di amministratore delegato²²) e Massimo Musolino (direttore generale). Inoltre, nominati da Mediaset Investimenti (che controlla il 41,5% del capitale), si siedono nel consiglio di amministrazione i seguenti consiglieri transalpini: Fedele Confalonieri (vicepresidente), Giuliano Andreani, Pier Silvio Berlusconi, Marco Giordani e Alfredo Messina. Il consiglio comprende 15 posti di cui solo uno è occupato da una donna.

Figura 4. Membri del Consiglio di Amministrazione di Mediaset España

Nome o ragione sociale nel Consiglio di Amministrazione	Posizione nel Consiglio
D. Alejandro Echevarría Busquet	Presidente
D. Fedele Confalonieri	Vicepresidente
D. Manuel Polanco Moreno	Vicepresidente
D. Paolo Vasile	Amministratore delegato (<i>Consejero Delegado</i>)
D. Giuseppe Tringali	Amministratore delegato (<i>Consejero Delegado</i>)
D. Massimo Musolino	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. Giuliano Andreani	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. Pier Silvio Berlusconi	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. Marco Giordani	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. Alfredo Messina	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. Juan Luis Cebrian Echarri	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. Ángel Durández Adeva	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. José Ramón Álvarez-Rendueles	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
D. Borja Prado Eulate	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)
Doña Helena Revoredo Delvecchio	Membro del Consiglio (<i>Consejero</i>)

*Fonte: Elaborazione propria a partire dai dati di Mediaset España

²¹ Vasile (Roma, 1953) è il più veterano nel carico e rappresenta ancora l'immagine aziendale di Mediaset España dal 30 marzo 1999, quando sostituì Maurizio Carlotti, attualmente vice presidente esecutivo di ATresMedia. Lo scorso 18 ottobre 2013 venne assegnato a Paolo Vasile il Premio Talento 2013 della Academia de la Televisión, ma l'amministratore delegato di Mediaset lo rifiutò. Vasile apprezzò la distinzione, ma non accettò un premio individuale. Affermò che: "desde Mediaset España hemos criticado en diversas ocasiones el sistema de votaciones que desconoce sistemáticamente grandes éxitos de las televisiones privadas, por lo que no sería razonable recibir una distinción a título personal".

²² Il gruppo audiovisuale è composto da una governance a due menti: Paolo Vasile e Giuseppe Tringali, che condividono il ruolo di amministratore delegato. A questi vanno aggiunti altri noti rappresentanti di Mediaset España come Massimo Mussolino, direttore generale e gestione delle operazioni.

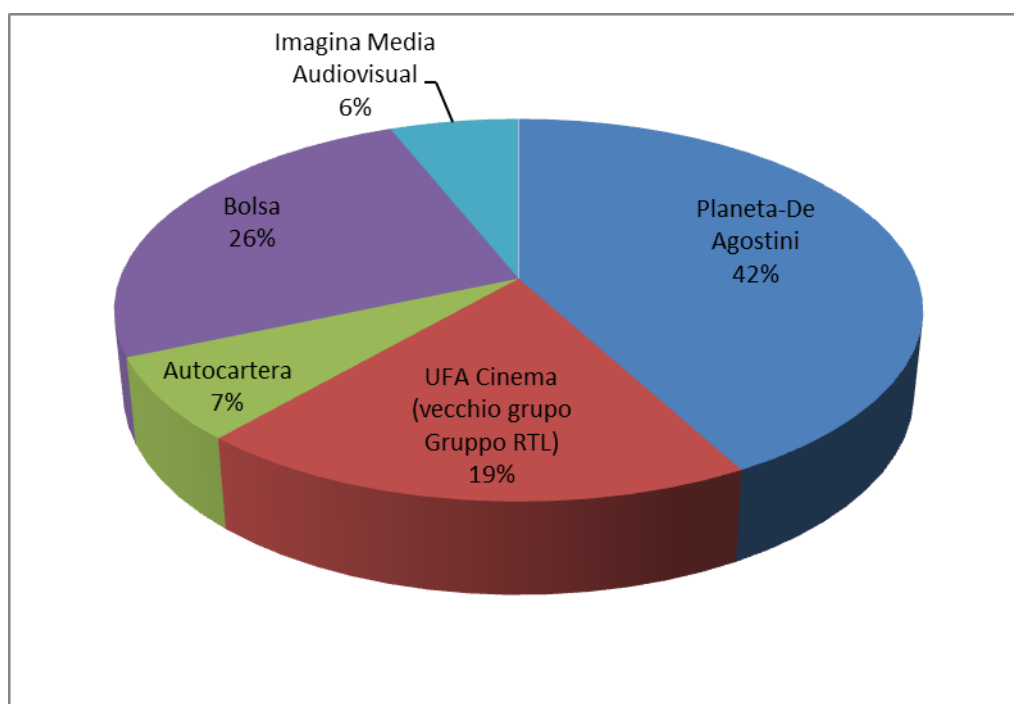
A seguito della fusione tra Mediaset e PRISA, la composizione del consiglio di amministrazione è stata cambiata facendo entrare rappresentanti del gruppo PRISA, editore del giornale economico *Cinco Días*. I membri di PRISA nel seno del consiglio di Mediaset España sono Juan Luis Cebrián, presidente del gruppo PRISA e Manuel Polanco, vice presidente dello stesso. Quest'ultimo ricopre anche la carica di vice presidente di Mediaset España (Figura 4).

3. Caso Atresmedia

Il Gruppo Antena 3, ora ribattezzato Atresmedia, fu fondato il 7 giugno di 1988 e opera soprattutto nel settore audiovisivo delle comunicazioni, in particolare, televisione, radio, multimedia, pubblicità, film, eventi, ecc.

Come parte della strategia di mercato del gruppo Atresmedia sono stati creati anche diversi sub-brand il cui obiettivo era quello di riunire e ordinare l'intero portafoglio di prodotti di questa azienda: Atresmedia Televisión, Atresmedia Radio, Atresmedia Digital, Atresmedia Publicidad e Atresmedia Cine.

Figura 5. Proprietari di Atresmedia dopo la fusione



Fonte: Elaborazione propria

Atresmedia Televisión²³, composto da Antena 3²⁴, La Sexta, Nova, il canale a pagamento Gol Televisión, i canali in alta definizione Antena 3 HD, laSexta HD

²³ Secondo il rapporto di Atresmedia sui risultati dal gennaio al giugno del 2013, i canali complementari Neox, Nova, Nitro, laSexta e Xplora ottennero un'audience medio totale del 9,2% nella prima metà del 2013, simile ai canali complementari del gruppo Mediaset España, 9,3%. Nonostante ciò, Neox, Nitro e La Sexta 3 chiusero lo scorso 5 maggio 2014 per decisione del *Tribunal Supremo* spagnolo che nel 2012 dichiarò nulla la assegnazione senza concorso pubblico effettuata dal governo Zapatero.

e Antena 3 Premium e la catena internazionale Antena 3 Internacional, ha chiuso l'anno 2012 con una quota del 25,8% e la crescita di pubblico di 1,1 punto percentuale, aumentando praticamente in tutte le fasce orarie, ma soprattutto durante diurne, con una crescita di oltre 2 punti nel pomeriggio.

Nel momento in cui la fusione di Antena 3 e La Sexta è diventata effettiva, le quote azionarie della catena sono state così suddivise: Planeta-De Agostini (41,7%), la tedesca UFA Cinema (vecchio gruppo Gruppo RTL) (19,2%), Autocartera (7%), Imagina Media Audiovisual con il 6% e il restante 25,1% è quotato in borsa (Figura 5). Questo gruppo radio-televisivo spagnolo, di cui dal 2003 De Agostini detiene una quota di rilevanza strategica in partnership con il socio spagnolo Planeta Corporation, ha ottenuto nel 2012 ricavi pari a 741,2 milioni di euro (cifra che include i ricavi di La Sexta solo per tre mesi).

3.1. *Processo di fusione Antena 3-Sexta*

Dopo due anni di negoziato, il 14 dicembre 2011 il broadcaster spagnolo Antena 3 e La Sexta raggiunsero un accordo di fusione con il quale Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta si integrò al Grupo Antena 3 (attualmente Atresmedia).

Nonostante ciò, la Commissione Nazionale della Concorrenza spagnola (*Comisión Nacional de la Competencia*²⁵, CNC) approvò con alcune condizioni il processo solo il 13 luglio 2012 e le autorità garanti della concorrenza hanno osservato che con l'attuazione di questa operazione, la mappa audiovisiva spagnola avrebbe sofferto un cambiamento sostanziale che avrebbe influito sul pluralismo del panorama televisivo del Paese. Una volta approvato l'assorbimento di Cuatro da parte di Telecinco si passò da quattro grandi operatori privati e gratuiti a soli tre, e in seguito i tre operatori sarebbero diventati solo due, creando in tal modo un duopolio in quanto TVE competirebbe soltanto per l'audience, ma non per la pubblicità.

Il 25 luglio 2012 si riunirono i consigli di amministrazione del gruppo Antena 3 e La Sexta per capire se procedere con la fusione. Un giorno dopo l'incontro tra i due gruppi, La Sexta escluse ogni possibilità di una fusione con Antena 3 spiegando che sarebbe rimasta indipendente, eliminando di conseguenza ogni possibilità di fusione con altri operatori.

²⁴ Antena 3 ha chiuso nel 2012 con una quota del 12,5%, un punto in più rispetto all'anno precedente, il che gli permise di guadagnarsi la seconda posizione e ottenere il loro miglior record dal 2009. È anche l'unica catena generalista capace di crescere rispetto al 2011, nonostante la frammentazione del pubblico.

²⁵ Per autorizzare l'operazione, le autorità garanti della concorrenza in Spagna decisero di rilasciare un rapporto finale con una serie di condizioni rigide che la nuova piattaforma avrebbe dovuto raggiungere (*Informe y Propuesta de Resolución Expediente C/0432/12 Antena 3/La Sexta*), in particolare dal punto di vista pubblicitario. Queste condizioni erano più severe di quelle imposte a Telecinco in quanto la situazione era più grave a causa dell'incremento dei rischi per mantenere una concorrenza effettiva. Planeta ed i suoi partner si appellarono al potere esecutivo dello Stato poiché il Governo aveva il potere di modificare le condizioni che agivano su questa concentrazione. La decisione del tutto eccezionale del Consiglio dei Ministri di correggere il CNC (*Expansión*, 25/8/2012, p. 5) è stata giustificata in difesa degli interessi generali e con la tesi secondo cui la necessità di accelerare il trasferimento del canale a causa del dividendo digitale "suggeriva che esistessero entità di determinate dimensioni".

Tuttavia il governo mitigò le condizioni imposte²⁶ dal CNC nel Consiglio di Ministri celebrato venerdì 24 agosto 2012, generando le stesse condizioni imposte due anni prima a Telecinco e Cuatro. Questa decisione permise riaprire il dialogo per una futura fusione.

Infine, mercoledì 26 settembre dello stesso anno, Antena 3 confermò ufficialmente che avrebbe iniziato la fusione con La Sexta e evidenziò che il 1° ottobre 2012 si sarebbe realizzata la fusione con il trasferimento delle attività e la conseguente acquisizione della catena La Sexta da parte della direzione. Il 31 ottobre, Antena 3 e La Sexta vennero registrate come società unica alla Comisión Nacional del Mercado de Valores²⁷. Secondo la società:

“Esta nueva forma de entender la televisión se basa en una programación variada, que este año se ha enriquecido aún más con la adquisición de la Fórmula1; en la presencia de límites o, lo que es lo mismo, la responsabilidad con los contenidos; en el consumo compartido en el hogar, frente a modelos de televisión temáticos de consumo individual; y en la capacidad de generar confianza en el espectador y en los anunciantes”²⁸ (Atresmedia, 2012)

Inoltre, il gruppo Atresmedia ha acquisito i diritti televisivi per le prossime 2 stagioni del campionato di serie A spagnolo: Liga Adelante. Stando al comunicato stampa rilasciato dal gruppo di comunicazione, il canale su cui verrà trasmesso sarà La Sexta, e programmando due partite ogni fine settimana.

3.2. *Maurizio Carlotti, la voce italiana di Atresmedia*

Figura 6. Membri del Consiglio di Amministrazione di Atresmedia

²⁷ Entro la fine dell'anno, Atresmedia lanciò una campagna per dare il benvenuto al 2013. In essa, i principali volti di Antena 3 e la Sexta misero in scena una danza dal tono ottimista per far comprendere la fusione. Questa iniziativa rifletteva sul valore della differenza tra le due catene, ma anche sugli elementi comuni: qualità, innovazione e rispetto per lo spettatore. La campagna viene trasmessa per la prima volta simultaneamente nei due canali. Per il video della campagna si veda: <http://www.atresmediacorporacion.com/>.

²⁸http://www.atresmediacorporacion.com/sobre-nosotros/organizacion/antena-estrategia-exito_2008100100019.html.

Nome o ragione sociale nel Consiglio di Amministrazione	Posizione nel Consiglio
Josè Manuel Lara Bosch	Presidente
Maurizio Carlotti	Vicepresidente
IMAGINA MEDIA AUDIOVISUAL, S.A., rappresentato da Josè Miguel Contreras Tejera	Vicepresidente
Silvio González Moreno	Amministratore delegato (<i>Consejero Delegado</i>)
Nicolás Abel Bellet de Tavernost	Portavoce (<i>Vocal</i>)
GAMP AUDIOVISUAL, S.A., rappresentato da Josep María Benet Ferrán	Portavoce (<i>Vocal</i>)
Mauricio Casals Aldama	Portavoce (<i>Vocal</i>)
Aurora Cata Sala	Portavoce (<i>Vocal</i>)
Josè Creuheras Margenat	Portavoce (<i>Vocal</i>)
Marco Drago	Portavoce (<i>Vocal</i>)
María Entrecanales Franco	Portavoce (<i>Vocal</i>)
Elmar Heggen	Portavoce (<i>Vocal</i>)
Pedro Ramón y Cajal Agüeras	Portavoce (<i>Vocal</i>)
Manuel de la Viuda Fernández de Heredia	Segretario
Margarita González Martín del Río	Vicesegretaria

Elaborazione propria a partire dei dati di Atresmedia ²⁹

Nel giugno 2003 Maurizio Carlotti venne nominato amministratore delegato del Grupo Antena 3 dopo l'entrata nell'azionariato della catena televisiva del gruppo Planeta e De Agostini. Nel luglio 2008 divenne vice-presidente del Grupo Antena 3, carica che continua a rivestire anche dopo il cambio del gruppo in Atresmedia.

4. Conclusioni

In seguito alle due fusioni degli ultimi anni, la anomalia nello scenario televisivo spagnolo si è consolidata come un duopolio unico in Europa composto da due grandi gruppi mediatici, Mediaset España e Atresmedia, che possiedono complessivamente l'88% dei ricavi pubblicitari televisivi (il 40% del fatturato di pubblicità totale³⁰ dell'industria), e il 56,5% della quota televisiva (Infoadex dicembre 2012). Queste due voci con un alto capitale italiano possiedono un totale di 22 canali, mentre si è ridotto il ruolo della televisione pubblica -TVE e canali regionali-, e dei suoi concorrenti diretti (Vevo TV e Net TV).

Sebbene ovunque i processi di concentrazione oligopolistica siano comuni al mercato dei media, il fatto che i due soggetti principali spagnoli siano italiani è certamente un aspetto peculiare che contrasta con il fatto che, normalmente, siano americani o inglesi. Questa anomalia della televisione spagnola, caratterizzata da un mercato audiovisivo disuguale, ci porta a

²⁹http://www.atresmediacorporacion.com/sobre-nosotros/consejo-administracion-comisiones/consejo-administracion_2012042500097.html.

³⁰La Associazione Spagnola di Inserzionisti ha generato un ricorso contenzioso di fronte alla minaccia di negoziare le tariffe pubblicitarie generando cartelli pubblicitari.

concludere che Mediaset España e Atresmedia possiedono una forza incontrastabile per acquistare i diritti di qualsiasi programmazione nell'ottica della televisione gratuita, ma anche con chiari interessi nel settore della pay per view, dal momento che Mediaset España detiene il 22% di Digital+ e Atresmedia possiede Gol TV, canale a pagamento sul digitale terrestre. Questo può generare la chiusura o la ristrutturazione di altri canali privati dal momento che non vengono lasciati margini di share o pubblicitari alla concorrenza, come i gruppi Veo TV e Net television.

Come già si diceva nell'introduzione di questo lavoro, si potrebbe affermare che la ragione dell'italianizzazione sia l'incapacità delle imprese editoriali e audiovisive spagnole a gestire il mercato in maniera autonoma. Per tanto, a differenza di altre entità imprenditoriali spagnole come le banche nazionali, che possiedono un prestigio internazionale, o il monopolista Telefonica, che è tra i primi tre operatori di telecomunicazioni al mondo, l'enorme debito economico dei grandi gruppi di comunicazione ha creato una situazione di chiara inferiorità finanziaria per quanto riguarda i conglomerati mediatici di capitale straniero.

Arrivati a questo punto è necessario affermare che i due soggetti studiati non hanno lo stesso rapporto con la politica italiana e spagnola. Se Mediaset, controllata da Berlusconi, può essere considerato un protagonista della scena politica e anche televisiva italiana, non si può dire lo stesso per il Gruppo DeAgostini, che pur essendo un colosso imprenditoriale non ha nessun peso politico nell'Italia televisiva³¹.

Possiamo pertanto concludere che questo modello basato sul duopolio, nonostante i due soggetti non abbiano lo stesso rapporto con la politica, minacci il pluralismo necessario nei mezzi di comunicazione; utilizzando le parole del Parlamento Europeo: "l'esperienza dimostra che la concentrazione della proprietà senza limitazioni di sorta mette a repentaglio il pluralismo e la diversità culturale e che un sistema basato esclusivamente sulla libera concorrenza di mercato non è in grado di garantire il pluralismo dei mezzi di informazione" (2008). Detto organismo aveva già avvertito che la concentrazione della proprietà del sistema mediatico presenta barriere per l'entrata di nuovi concorrenti sul mercato e comporta inoltre l'uniformità dei contenuti³²: cronaca rosa oppure sportivi.

Infine, è necessario sottolineare il ruolo delle autorità politiche e della concorrenza nella progettazione del nuovo scenario audiovisivo in Spagna. Se da una parte la *Comisión Nacional de la Competencia* (CNC), l'organo che sovrintende la concorrenza effettiva tra i media, avvertiva che la situazione avrebbe potuto vulnerare i principi di base della concorrenza nei vari mercati audiovisivi in Spagna e in particolare in quello della pubblicità televisiva, e chiedeva una nuova scadenza, fissata poi per luglio 2012, affinché le parti

³¹In questo caso, ci riferiamo al fatto che come broadcaster sia inesistente essendo presente solo nel DTT specializzato con qualche canale DeaKids per bambini che non raggiunge lo 03% e in quello della produzione di format con Magnolia. Attività non paragonabili con il suo peso editoriale e con quello di Zodiak International nel mondo.

³² Risoluzione del Parlamento europeo del 25 settembre 2008 sulla concentrazione ed il pluralismo dei mezzi di informazione nell'Unione Europea.

interessate modificassero questi aspetti, dall'altra il Governo favoriva le fusioni dei gruppi mediatici più importanti.

Nel mese di agosto 2012, il Consiglio dei Ministri annullò completamente la raccomandazione del CNC e forzò una ricomposizione mediatica, stabilendo che la nuova entità Antena3-La Sexta non sarebbe potuta essere inferiore a Telecinco-Cuatro e, alludendo all'interesse generale, autorizzò la fusione di Antena 3 e La Sexta.

L'attuale situazione di duopolio derivato dalle due fusioni menzionate e promosse dagli ultimi due governi, ha posto la comunicazione audiovisiva spagnola in uno scenario anteriore al 2004, data della creazione di Cuatro e La Sexta. Inoltre, come affermato da Garcia Santamaria, la legislazione spagnola – al differire nei propri criteri di misura delle quote dagli altri grandi Paesi europei-, non avrebbe considerato come situazione di dominio la somma delle audience della stessa piattaforma fino a quando non avesse raggiunto il 27% dello share, mentre la nuova LGCA (2010) consentì di aumentare tale percentuale se si fosse verificata una fusione di catene (García Santamaría, 2013).

In conclusione, questi processi di concentrazione nelle mani delle due sole voci Mediaset España e Atresmedia, con un importante capitale italiano, influiscono direttamente sul pluralismo dei mezzi di comunicazione spagnoli, sulla libera concorrenza nel mercato audiovisivo nazionale e sull'acquisto dei diritti di ritrasmissione dei contenuti audiovisivi. Nonostante ciò, sebbene quelli menzionati siano problemi attuali dei media spagnoli, i due soggetti dovranno essere consapevoli delle nuove sfide nell'ambito audiovisivo, ovvero, dei servizi video a pagamento via streaming (Netflix, Hulu, HBO Go oppure Amazon e Google) e della loro capacità di costruire un'offerta a pagamento basata sulle particolari necessità di ogni utente.

Bibliografía

ANTENA 3. *Informes Anuales 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 y 2011*. <http://www.antena3tv.es>.

ATRESMEDIA. *Informe Resultados de enero-junio 2013*, 30 de junio 2013. <http://www.atresmediacorporacion.com/a3document/2013/07/25/DOCUMENTS/00001/00001.pdf>.

BUSTAMANTE, E. (2002). Televisión: errores y frenos en el camino digital, in E. Bustamante (a cura di) *Comunicación y cultura en la era digital* (pp. 213-152). Barcelona: Gedisa.

BUSTAMANTE, E. (2008). La TDT en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad, in E. Bustamante, et al. (a cura di) *Alternativas en los medios de comunicación digitales* (pp. 27-121). Barcelona: Fundación Alternativas/Gedisa

BUSTAMANTE, E. (2009). Un análisis consolidado de análisis sobre el futuro audiovisual digital, in M. Francès i Domènec, M. (a cura di) *acia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa

CINCO DÍAS (2012). "Mediaset, un consejo con acento italiano", 30 giugno 2012. http://cincodias.com/cincodias/2012/07/30/economia/1343625661_850215.html

CINCO DÍAS (2012). "El rey de la audiencia", 30 giugno. http://cincodias.com/cincodias/2012/07/30/economia/1343625662_850215.html

CMT. Informe Anual 2008, 2009, 2010 y 2011. <http://www.cmt.es>.

COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (CNC) (2010). Resolución Expts. C/0230/10/Telecinco/Cuatro.

línea:[http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?numero=C-](http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?numero=C-0230/10%20&ambito=Concentraciones&PrPag=2018&PagSel=204)

[0230/10%20&ambito=Concentraciones&PrPag=2018&PagSel=204](http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?numero=C-0230/10%20&ambito=Concentraciones&PrPag=2018&PagSel=204)

COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (CNC) (2010). Resolución Exptes. Acumulados C-0230/09, Telecinco/ Cuatro y C/0231/10, Prisa/Telefónica/Telecinco.

<http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?numero=C-0231/10&ambito=Concentraciones&PrPag=201&PagSel=204>.

COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (CNC) (2012). Informe y propuesta de Resolución Expediente C/0432/12 Antena 3/La Sexta. <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?numero=C/0432/12&ambito=Concentraciones>.

COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (ED.) (2012). *Informe de administradores de Antena 3 de televisión, S.A. sobre el proyecto común de fusión entre Antena 3 de televisión, S. A. y Gestora de inversiones audiovisuales La Sexta, S. A.* <http://www.atresmediacorporacion.com/a3document/2012/03/21/DOCUMENTS/00021/00021.pdf>.

DÍAZ NOSTY (2011). *El libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de la prensa de Madrid y Cátedra UNESCO de Comunicación de Málaga.

ALCOLEA DÍAZ, G. Y PÉREZ SERRANO, M. J. (2010). La gestión del cambio de las estructuras mediáticas en un proceso de concentración. El caso de Telecinco y Cuatro, en R. ZALLO, R. E. BADILLO (a cura di) *Mercado y políticas de cultura y comunicación en la convergencia global*, Actas del 3er Congreso Nacional de ULEPICC España, Universidad de Salamanca, (pp. 128-140)

<http://www.ulepicc.es/web/documentos/ActasULEPICC2010.pdf>.

EL PAÍS (2012). "La televisión es cosa de dos", 6 ottobre 2013.

http://cultura.elpais.com/cultura/2012/10/06/television/1349552669_425986.html.

GARCÍA-SANTAMARÍA, J. V. (2013). *Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia*. *Palabra Clave*, 16 (2), 366-397.

GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. Y FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J. (2011). Los grupos de comunicación y la televisión en España: la continuidad del oligopolio mutante, in A. Casero Ripollès e J. Marzal Felici, (a cura di) *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias* (pp. 156-169). Zamora/Sevilla: Comunicación Social.

GUBERN, R. (2005). "Chiclé para los ojos", 24 gennaio 2005. *El País*.

http://www.almendron.com/politica/pdf/2005/spain/spain_1886.pdf.

INFOADEX (2013). *Estudio Infoadex de la Inversión Publicitaria en España*, Madrid: Infoadex.

http://www.infoadex.es/InfoAdex_Resumen_Est_Inv_2013.pdf.

MARZAL FELICI, J. Y CASERO RIPOLLÈS, A. (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblo.

MASTRINI, G. Y BECERRA, M. (2001), Cincuenta años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala, in F. Quirós, F. y F. Sierra (a cura di) *Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura* (pp. 179-208). Sevilla: Comunicación Social.

MASTRINI, G. Y BECERRA, M. (2012) Media Ownership, Oligarchies, and Globalization: Media Concentration in South America, in D. Winseck, D. e D. Yong Jin (a cura di) *The Political Economies of Media* (pp. 66-83). Londres: Bloomsbury Academic.

MEDIASET ESPAÑA (2013) *Cuentas anuales consolidadas 2012*.

http://www.mediaset.es/5E06C525-3F37-4913-8021-4BBC33189D90/FinalDownload/DownloadId-C0F254A08F6B30B89E7EF469D0DB189E/5E06C525-3F37-4913-8021-4BBC33189D90/inversores/es/CCAACC-Mediaset2012_MDSFIL20130305_0004.pdf.

MEDIASET ESPAÑA (2013). "Vasile rechaza el Premio Talento 2013 de la Academia de la Televisión "por coherencia". http://www.mediaset.es/Paolo_Vasile-Premio_Talento-Academia_de_la_Televisión_0_1686300560.html.

MEDIASET ESPAÑA (2013). "Publiespaña crea IT, la nueva empresa para el desarrollo de proyectos de comunicación". http://www.mediaset.es/Publiespana-IT-desarrollo-comunicacion-transmedia_0_1680525109.html.

MEDIASET ESPAÑA (2013). "Telecinco concluye hoy el proceso de compra de Cuatro y el 22% de Digital+". http://www.mediaset.es/inversores/es/Cierre-definitivo-compra-Digital_MDSFIL20111228_0119.pdf.

MEDIASET ESPAÑA (2012). Cuentas Anuales e Informe de Gestión del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2012. http://servicios.telecinco.es/inversores/MEDIASET_INFORME_2012/cuentas_anuales/MEDIASET_Cuentas_Individuales_2012.pdf.

MIGUEL DE BUSTOS, J. C. (2003). Los grupos de comunicación a la hora de la convergencia, in E. Bustamante (a cura di) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación* (pp. 227-256). Barcelona: Gedisa.

MIGUEL DE BUSTOS, J. C. (2007) Cambios estructurales en marcha. Los grupos de comunicación españoles, in E. Bustamante (a cura di) *Cultura y comunicación para el siglo XXI* (pp. 185-213). Tenerife: Ideco.

MOSCO, V. (1996). *Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. Londres: Sage.

PALACIO, F. (2002). "Francisco Franco y la televisión". <http://www.uv.es/=imagengc/articulos/Francisco%20Franco%20y%20la%20elevisiion.pdf>.

PARLAMENTO EUROPEO. (2008). Resolución del Parlamento europeo del 25 settembre 2008 sulla concentrazione e il pluralismo dei mezzi d'informazione nell'Unione europea (2007/2253(INI)). <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:008E:0085:0094:IT:PDF>.

REPORTEROS SIN FRONTERAS (RSF) (2003). *Conflicto de intereses en los medios de comunicación: la anomalía italiana*. www.rsf.org.

COMMISSIONE EUROPEA (2010). Aiuto di Stato – Spagna – Aiuto di Stato C 24/10 (ex NN 37/10) – Aiuto a favore dello sviluppo della televisione digitale terrestre (TDT) nella Castilla-La Mancha – Invito a presentare osservazioni a norma dell'articolo 108, paragrafo 2, del TFUE (1). <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:335:FULL:IT:PDF>.

COMMISSIONE EUROPEA (2003). Notifica preventiva di una concentrazione (Caso COMP/M.3100 – Mediaset/Telecinco/Publiespaña) Caso ammissibile alla procedura semplificata (2003/C 57/05). <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2003:057:0030:0030:IT:PDF>.

VACA BERDAYES, R. (2010). *El perfil de la audiencia de Cuatro y La Sexta (2005-2008)*. Madrid: Fundación ExLibris/Barlovento Comunicación.

ZALLO, R. (2010). *Las crisis económicas, la digitalización y el cambio tecnocultural: elementos para una prospectiva*. *Quaderns del CAC*, 34, XIII (1), 49-59.