

Els grups de comunicació

Mercè Díez

Grup Daniel Jones
Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura
(Universitat Autònoma de Barcelona)

El present capítol analitza el sistema comunicatiu català des del punt de vista de les empreses i grups de comunicació que hi actuen, parant especial atenció en les que tenen seu al Principat. El text s'obre amb un apartat de contextualització sobre la situació econòmica que ha caracteritzat el bienni. Posteriorment s'identifiquen els principals actors empresarials de la comunicació a Catalunya i s'aporten dades que permeten apreciar-ne la dimensió econòmica (ingressos d'explotació, resultats de l'exercici, actius totals, plantilla). També s'analitza l'estructura de la propietat, posant el focus en la composició de l'accionariat i les empreses en què participen. Per acabar, ens fixem en els actius mediàtics, per tal de descriure les activitats que desenvolupen i els sectors de negoci que abasten, la qual cosa ens permet observar el grau de diversificació dels grups de comunicació.

DÍEZ, Mercè (2015): "Els grups de comunicació", a CIVIL I SERRA, Marta; CORBELLA CORDOMÍ, Joan M.; FERRÉ PAVIA, Carme; SABATÉ I SALAZAR, Joan, eds: *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, pàgs. 45–60. e-Pub gratuït a <http://dogc.gencat.cat/web/.content/Publicacions/docs/InformeDeLaComunicacioACatalunya13-14.epub>

**El bienni
2013–2014
presenta indicis
d'una certa
recuperació, tot
i que encara és
prematuro valorar
si marquen un
punt d'inflexió
cap a una
recuperació
sostinguda**



1. Introducció¹

Al llarg del capítol se subratllaran els fets més destacables del bienni 2013–2014 des del punt de vista de l'evolució i trets principals del mercat català i de l'actuació i les estratègies dels grups de comunicació a Catalunya.

L'abast d'aquest informe no permet fer una anàlisi de conjunt del macrosector de les indústries culturals i creatives, per la qual cosa ens hem centrat en les empreses i els grups de comunicació propietaris de mitjans de comunicació (publicacions diàries i no diàries, emissores de ràdio i canals de televisió, independentment del format o plataforma emprats).² Amb tot, aquests tipus d'activitats es troben en una estreta relació amb altres indústries culturals com l'editorial (llibres, fascicles, còmics, multimèdia...), l'audiovisual (que comprèn des de la gestió de drets audiovisuals a la producció, distribució i exhibició cinematogràfica o emissió televisiva), la publicitària o altres activitats afins com la distribució de premsa o aquelles que tenen a veure amb el sector de les arts gràfiques. Cal tenir en compte que les activitats desenvolupades pels mitjans de comunicació no tenen únicament un caràcter periodístic i que, a més, trobem productes híbrids (com les revistes especialitzades de consum o les publicacions tècniques i professionals) que se situen a mig camí entre la premsa i el sector editorial.

2. Context econòmic del període 2013–2014: indicis de recuperació

Les tres darreres edicions de l'*Informe* han donat compte de com va afectar al sector l'esclat de la crisi economicofinancera, i de l'arribada i aprofundiment de la recessió, fins al punt que el darrer període analitzat va ser qualificat de "bienni negre". El bienni 2013–2014, en canvi, presenta indicis d'una certa recuperació, tot i que encara és prematur valorar si marquen un punt d'inflexió cap a una recuperació sostinguda.

La forta recessió experimentada a Espanya i a Catalunya a partir de 2008 sembla tocar fons el 2013. El producte interior brut remunta i torna a mostrar taxes positives al conjunt de la Unió Europea, als països de l'eurozona, a Espanya i a Catalunya. El creixement interanual del PIB del quart trimestre de 2014 es va situar a Catalunya en un 1,5% i el creixement mitjà de l'any, en un 1,2%, el millor resultat des de 2007. L'ocupació laboral, que havia baixat durant cinc anys, s'incrementa un 2,1% el 2014. El nombre de persones en atur baixa un 13,4% i la taxa d'atur se situa en un 19,9% al final d'any. El volum del crèdit bancari es continua reduint (un 4,3% al final de setembre del 2014), però s'aprecia una lleugera millora en el flux del crèdit nou en certs segments. (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2015: 4 i 13).

En el sector comunicatiu també es poden observar certes dades que apunten a un dinamisme més notable, per bé que no es pugui parlar d'una tendència a l'alça consolidada. En aquest sentit és molt significatiu el creixement de la inversió publicitària tant a Catalunya

1. Aquest text s'ha elaborat en el marc del Grup de Recerca en Estructura i Polítiques de Comunicació Daniel Jones (Universitat Autònoma de Barcelona), reconegut com a grup emergent per la Generalitat de Catalunya per al període 2014–2016 (referència 2014 SGR 0029).

2. La cerca a bases de dades s'ha fet emprant els següents codis de la classificació nacional d'activitats econòmiques (CNAE 2009): 5813: edició de periòdics; 5814: edició de revistes, i 60: programació i emissió de ràdio i televisió.

com a Espanya, que s'ha fet notar especialment a la televisió i a internet i, en un grau més baix, a la ràdio i al cinema. Pel que fa als mitjans impresos, la facturació publicitària s'ha reduït a Espanya, però en canvi a Catalunya han estat els mitjans capaços d'atreure més inversió, seguits de la televisió (CAC, 2015: 149).

Segons dades de l'Associació Empresarial de Publicitat, la inversió publicitària global a Catalunya el 2014 va ser de 800,5 milions d'euros, que representen un increment del 8,1% en relació a 2013 i se situen tres punts per sobre de la mitjana espanyola (CAC, 2015: 149-150). Tant a Catalunya com a Espanya, el repunt del mercat publicitari es produeix després de tres anys de pèrdues. Amb tot, el comportament d'aquest mercat en els darrers anys aconsella prudència, ja que el 2010 es va produir un lleuger augment de la inversió publicitària que no es va consolidar posteriorment i, per tant, no va significar un punt d'inflexió.

Malgrat que la situació dels mitjans de comunicació continua essent delicada, especialment pel que fa als tradicionals, el 2014, per primera vegada des de l'inici de la crisi, l'*Informe anual de la profesión periodística*, editat per l'Asociación de la Prensa de Madrid (APM), assenyala que la pèrdua d'ocupació s'ha estancat. L'atur registrat al Servei Públic d'Ocupació Estatal entre professionals que sol·liciten feina com a periodistes en primera opció es va reduir un 11% entre setembre de 2013 i setembre de 2014 (de 10.560 a 9.451 persones). Així, es trenca la tendència ininterrompuda entre 2008 i 2013 a l'augment de l'atur (APM, 2014).

Pel que fa a la destrucció d'ocupació registrada a l'observatori de l'APM per al seguiment de la crisi (que té en compte el conjunt d'Espanya), s'ha constatat que el ritme de desaparició de llocs de treball en els mitjans s'ha alentit. El 2013 van anotar la destrucció de 2.700 llocs de treball, i el 2014, de 2.400. En tots dos anys el sector televisiu va ser el més castigat, amb impactes importants com la reducció de la plantilla de Radio Televisión Madrid o el tancament de Radiotelevisió Valenciana. El recompte de treballadors acomiadats a les empreses de mitjans (no només periodistes, sinó de tot tipus) havia superat els 11.800 entre 2008 i el començament de novembre de 2014. En el mateix període van tancar 364 mitjans (APM, 2014).

Un indicador de com la crisi econòmica i estructural està afectant la indústria de mitjans de comunicació a Espanya és la grandària de les empreses, que tendeix a reduir-se: el 2013 el 74% dels periodistes treballava en empreses de més de 50 empleats i el 2014 ho feia el 70%. Juntament amb aquest fet, cal parar atenció a un altre aspecte que es destaca com a positiu a l'edició de 2014 de l'informe de l'APM. Es tracta de l'augment dels mitjans creats per periodistes en els darrers anys. El cens de nous mitjans, iniciat el 2008, comptabilitzava 406 iniciatives el 2014. A més, s'aprecia una certa consolidació, ja que el 40% dels mitjans enquestats es van crear el 2001 o abans. Les iniciatives se centren sobretot en mitjans locals i autonòmics d'informació general, així com en mitjans especialitzats en art i cultura o esports, i majoritàriament (93%) són en format digital. El nivell d'ingressos d'aquests projectes és modest: el 13% no va facturar res, el 58% ho feia per sota dels 50.000 euros i el 29% superava aquesta xifra (una mica més de la meitat,

Un indicador de com la crisi econòmica i estructural està afectant la indústria de mitjans de comunicació a Espanya és la grandària de les empreses, que tendeix a reduir-se



**El 2013
identifiquem
12 grups de
comunicació
privats que
superen els 100
milions d'euros
en concepte
d'ingressos
d'exploració
que operen a
Catalunya**



per sobre dels 100.000). El baix nivell d'ingressos influeix també en les retribucions: el 45,8% dels enquestats no cobrava res, per la qual cosa la seva activitat, més que de tipus laboral, era personal o de desenvolupament professional. Aquest fet, juntament amb els escassos recursos humans que ocupen els nous mitjans (el 47%, entre una i tres persones) dibuixa un panorama de debilitat. Els casos més reeixits pel que fa a l'obtenció d'ingressos solen combinar fonts diverses: publicitat, patrocini, aportacions de seguidors, vendes, subscripcions o serveis de comunicació per a empreses.

L'eclosió d'aquestes formes de microperiodisme no es pot deslligar de la situació experimentada els darrers anys pels grups de comunicació. D'una banda, perquè molts d'aquests projectes sorgeixen arran del desmantellament o la jivarització de les redaccions dels mitjans tradicionals. De l'altra, perquè la crisi mediàtica ha afectat un aspecte especialment sensible en aquest tipus de negoci: la credibilitat. En això té molt a veure el perfil dels nous actors que s'han instal·lat en molts consells d'administració. Per aquest motiu, el valor de les experiències empresarials impulsades pels mateixos periodistes no s'ha de mesurar només amb variables econòmiques, sinó que ha de tenir també en compte la seva contribució al pluralisme i a la independència.

3. Indicadors econòmics dels principals grups empresarials de comunicació a Catalunya

El 2013 identifiquem 12 grups de comunicació privats que superen els 100 milions d'euros en concepte d'ingressos d'exploració (vegeu la taula 1). En relació a l'anterior *Informe* ha quedat exclòs Radio Popular SA - Cadena de Ondas Populares Españolas (Cope), que el 2011 va superar conjunturalment, de molt poc, la barrera dels 100 milions d'euros d'ingressos d'exploració, però que el 2013 se situava en 81.

D'altra banda, també es pot apreciar l'absència de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta SA, que consta com a extingida des d'octubre de 2012, arran del procés de fusió per absorció amb el grup Antena 3. La nova societat resultant d'aquesta fusió es passaria a denominar Atresmedia Corporación el maig de 2013.

La constitució d'Atresmedia ha comportat un canvi en el rànquing dels grups de comunicació més grans, ja que s'ha col·locat per sobre de Mediaset, tot i que de ben poc, pel que fa a ingressos. Observant els resultats de l'exercici, el 2013 també supera Mediaset. El més rellevant a efectes del grau de pluralisme del sistema de mitjans, així com també de la lliure competència, és que Mediaset i Atresmedia conformen un duopoli que el 2013 ja controlava prop d'un 90% de la facturació publicitària. Els processos de concentració esdevinguts en anys anteriors (amb l'adquisició de Cuatro i Canal + per part de Mediaset el 2011 i l'absorció de La Sexta per part d'Antena 3 el 2012) també han consolidat la seva posició en termes d'audiència (el 2009 els dos grups sumaven un 32,8%, i el 2013, un 58,6%) (*Ara*, 27-12-2014, pàgs. 58-59).

Taula 1. Grups de comunicació privats amb més de 100 milions d'euros d'ingressos d'exploració que operen a Catalunya (2012–13)

Grups	Ingressos d'exploració (milions €)		Resultat de l'exercici (milions €)		Actius totals (milions €)		Treballadors	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Prisa (Promotora de Informaciones SA)	2.656,37	2.719,87	-338,47	-1.029,35	7.662,01	6.703,93	12.191	11.442
Planeta Corporación SL	1.648,22	n. d. ^A	58,84	n. d.	3.145,95	n. d.	4.982	n. d.
Imagina Media Audiovisual SL	1.301,06	1.392,95	-209,81	120,49	1.636,57	1.579,58	2.872	2.875
Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación SA^B	741,16	829,79	31,90	46,05	1.173,78	1.260,99	1.705	1.723
Mediaset España SA	886,72	826,82	49,54	3,89	1.767,16	1.734,60	1.360	1.308
Vocento SA	596,66	529,56	-53,36	-11,58	808,97	740,99	3.108	2.914
Unidad Editorial SA	416,49	372,67	-526,65	-59,97	628,96	582,51	1.759	1.525
Grupo Zeta SA	239,35	214,92	-1,28	-7,31	252	232	1.466	1.404
Grupo Godó de Comunicación SA	215,23	205,44	2,01	0,30	336,52	312,35	1.228	1.183
Editorial Prensa Ibérica SA	210,98	n. d.	2,59	n. d.	543	n. d.	2.057	n. d.
RBA Holding de Comunicación SL	193,34	170,11	9,90	8,16	225,35	223,85	570	536
Hola SL	101,69	n. d.	-1,37	n. d.	64,76	n. d.	233	n. d.

^A n. d.: dades no disponibles.

^B Fins al 24 de maig de 2013 denominada Antena 3 Televisión SA.

Nota: tot i que el període que abasta aquest informe és el 2013–2014, es faciliten dades de 2012 atès que a l'anterior edició les darreres dades disponibles eren de 2011. Les xifres fan referència als comptes consolidats del grup, el que permet conèixer la situació de les empreses del grup de manera agrupada. En gris s'indiquen els grups amb seu a Catalunya.

Font: AMADEUS / BUREAU VAN DIJK.

Com es pot apreciar a la taula 1, la meitat dels grans grups privats de comunicació tenen seu a Catalunya. Si observem les dades sobre el nombre de treballadors, veiem que únicament Imagina Media Audiovisual i Atresmedia augmenten les plantilles, per bé que molt lleument. Entre els casos en què la pèrdua de llocs de treball és més acusada destaca Prisa, que supera els 700 acomiadats en un any. Amb una perspectiva més àmplia, el descens d'empleats es produeix des de 2009; entre aquest any i 2013 Prisa ha suprimit 3.545 llocs de treball. Altres grups en què s'observa una tendència similar són Vocento (que inicia la davallada el 2008 i en cinc anys perd 2.362 llocs de treball), Unidad Editorial (866 treballadors menys entre 2008 i 2013), Grupo Zeta (a partir de 2007 redueix en 1.031 els treballadors) o Godó (427 des de 2005).

En relació als ingressos i als resultats de l'exercici, i amb una perspectiva més àmplia de les dades que es mostren a la taula 1, podem apreciar dos tipus de comportaments: d'una banda, els grups que mostren una certa revitalització l'any 2013 (almenys en un dels indicadors) i, de l'altra, aquells que mantenen tendències decreixents. Entre els primers trobem Imagina Media Audiovisual, Vocento i Unidad Editorial. Imagina Media Audiovisual aconsegueix un resultat de l'exercici positiu el 2013, després de quatre exercicis consecutius amb resultats negatius. Vocento mostra uns resultats negatius a l'exercici de 2013, però aconsegueix remuntar les dades que s'havien produït els anys 2012 i 2011; tot i així mostra un descens continuat en els ingressos d'exploració des de 2007 (que havien estat de 914,13 milions d'euros). Un cas similar a l'anterior és el d'Unidad Editorial, que a l'exercici de 2013 aconsegueix remuntar el considerable resultat negatiu de 2012. Però malgrat això els ingressos d'exploració continuen una tendència

descendent des de 2008, i el 2013 se situen a nivells semblants als que havia tingut el 2006. Precisament aquests dos darrers grups, Vocento i Unidad Editorial, van protagonitzar contactes al llarg de 2014 per valorar una possible fusió.

Entre els grups de comunicació que no mostren un comportament positiu pel que fa a aquestes dues variables trobem el Grupo Zeta, el Grupo Godó i RBA Holding de Comunicació. El Grupo Zeta ha tingut sis anys consecutius de descens pel que fa als ingressos d'exploració (el 2007 eren 443 milions, i el 2013, menys de la meitat: 214). El Grupo Godó, per la seva banda, ha encadenat cinc anys consecutius de descens pel que fa al resultat de l'exercici (el 2004 superava els 25 milions d'euros, mentre que el 2013 se situava per sota dels 310.000 euros). Finalment, des de la seva constitució el 2010 RBA Holding de Comunicació ha anat reduint els ingressos d'exploració cada any, que el 2010 ascendien a 228 milions d'euros.

Prenent en consideració només empreses de comunicació amb seu a Catalunya, La Vanguardia Ediciones era l'única privada que el 2013 tenia uns ingressos d'exploració superiors als 100 milions d'euros (117,83),³ per bé que des de 2007 (en què va obtenir 221,32 milions) s'han anat reduint. En canvi, pel que fa als resultats dels exercicis s'ha produït la situació inversa: el 2008 tenia un saldo negatiu de 7,18 milions, però cada exercici ha anat remuntant fins al 2013, en què el resultat és positiu de 3,38 milions d'euros.

El 2012 Gol Televisión SL havia compartit amb l'empresa de Javier Godó una posició superior als 100 milions d'euros d'ingressos, però el 2013 queda per sota d'aquesta barrera, com es pot veure a la taula 2.

Taula 2. Empreses privades de mitjans de comunicació amb seu a Catalunya amb ingressos d'exploració d'entre 10 i 100 milions d'euros (2012-2013)

Empresa	Ingressos d'exploració (milions €)		Resultat de l'exercici (milions €)		Total actius (milions €)		Treballadors	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Ediciones Primera Plana SA	80,12	71,23	4,67	1,74	77,70	77,11	240	241
Gol Televisión SL	116,42	63,16	-69,06	-27,93	106,21	85,09	11	9
RBA Revistas SL	67,38	59,86	5,23	4,86	73,41	73,13	212	188
Pulsa Media Consulting SL	44,47	57,80	2,89	3,67	22,50	33,04	34	40
Publicaciones Heres SL	31,97	30,50	12,35	9,39	91,72	100,52	24	41
El Mundo Deportivo SA	33,65	28,57	1,18	0,78	9,31	9,12	111	110
Ediciones Deportivas Catalanas SA	30,67	24,85	-0,13	-0,71	11,09	9,73	88	84
Ediciones Reunidas SA	24,64	19,58	-0,92	-1,10	19,62	16,60	81	67
Hermes Comunicacions SA	20,61	19,42	0,39	0,71	20,14	20,17	228	232
Radiocat XXI SL	16,24	16,82	1,51	1,53	5,30	5,33	105	108
Zoom Ediciones SL	15,68	13,95	2,97	1,62	5,06	4,24	38	37
Prisma Publicaciones 2002 SL	5,52	11,86	-1,51	-3,09	3,72	9,50	66	65
Distribuidora Digital de Futbol SL	17,31	11,74	3,04	3,06	19,46	21,36	n. d. ^A	89
Edició de Premsa Periòdica Ara SL	10,79	11,33	-2,25	-1,43	7,82	7,14	95	105
Emissions Digitals de Catalunya SA	10,05	10,80	-5,70	-5,99	5,67	5,66	32	38

^A n. d.: dades no disponibles.
Nota: comptes no consolidats.

Font: SABI - BUREAU VAN DIJK.

Ampliant la perspectiva de la taula 2 cap a anys anteriors, hi ha dues empreses que destaquen especialment pel que fa a resultats: les societats limitades Pulsa Media Consulting i Radiocat XXI. Tant pel que fa al nombre de treballadors com als ingressos d'exploració i als resultats de l'exercici, Pulsa⁴ mostra augments constants des de l'any 2002 (excepte un petit descens el 2011). Un comportament similar segueixen les dades de l'empresa del Grupo Godó Radiocat XXI. Excepte una disminució el 2010, els resultats de l'exercici han crescut des de 2004, igual que els ingressos d'exploració. La plantilla ha passat de 23 empleats el 2002 a 108 el 2013.

Taula 3. Principals empreses públiques de mitjans de comunicació amb activitat a Catalunya segons ingressos d'exploració (2012–2013)

Empresa	Ingressos d'exploració (milions €)		Resultat de l'exercici (milions €)		Total actius (milions €)		Treballadors	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Corporación de Radiotelevisión Española SA	921,33	844,89	-112,98	-113,33	1.195,80	1.155,05	6.319	6.325
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	328,28	330,27	-9,31	-16,03	191,58	152,65	2.095	2.494
Agència EFE	80,63	78,159	-10,80	-7,25	58,48	52,84	1.278	1.211
Informació i Comunicació de Barcelona SA, Societat Privada Municipal	15,60	17,67	0,00 ^A	-1,63	4,67	4,69	21	20
Agència de Comunicació Local ^B / Xarxa Audiovisual Local SL	9,09	16,91	-2,75	0,004	6,43	6,39	98	200
Intracatalònia SA ^C	3,91	3,38	0,14	-0,23	2,12	1,49	70	61

^A La xifra exacta dels resultats de l'exercici 2012 és de 0,004 milions d'euros.

^B Extingida des del 9 de gener de 2014.

^C Societat de capital públic propietària de l'Agència Catalana de Notícies.

Nota: comptes no consolidats.

Font: SABI - BUREAU VAN DIJK.

3. SABI - BUREAU VAN DIJK. Comptes no consolidats.

En relació als grups de comunicació públics, el bienni 2013–2014 evidencia els problemes derivats del model definit a la Llei 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola, que va suposar l'eliminació de la publicitat.

L'aportació de recursos provinents dels pressupostos generals de l'Estat va passar de 544 milions d'euros el 2011 a 293 el 2013. A més, els efectes de la crisi van reduir els recursos procedents de les taxes que havien d'abonar televisions i operadors de telecomunicacions i per l'ús de l'espai radioelèctric: dels 240 milions ingressats el 2011 es va passar a 174 el 2013. Els tancaments dels exercicis de 2012 i 2013 es van fer amb un dèficit proper als 113 milions i les pèrdues acumulades van arribar als 716 milions.

La situació d'ofec econòmic va portar el consell d'administració de la Societat Estatal de Participacions Industrials (SEPI)⁵ a aprovar una injecció de 130 milions d'euros a RTVE el juny de 2014. Al començament de juliol, el president de la CRTVE, Leopoldo González-Echenique va presentar un pla d'eficiència per a la corporació. Amb tot, va insistir en la necessitat de reformular el model de finançament dissenyat el 2009 i en la urgència de rebre una nova aportació de 135 milions d'euros per tal d'evitar entrar en causa de dissolució.⁶ Cal tenir en compte que la

4. Pulsa Media Consulting és una empresa dedicada a la gestió comercial de canals de televisió temàtics. El setembre de 2013 va incorporar la comercialització dels canals de Viacom a nivell estatal (MTV, Paramount Channel, Paramount Comedy y Nick), que van passar a integrar-se amb la resta de canals que ja comercialitzava a nivell publicitari (22 en total).
www.webcitation.org/6ZHG6EYpg2

5. El capital social de la Corporació RTVE es distribueix en un 77,75% en mans de la SEPI i un 22,25% de l'Ens Públic RTVE. Aquest darrer va entrar en procés de liquidació arran de l'aprovació de la Llei 17/2006, amb la qual RTVE passava de ser un ens públic a una corporació. Fins a la seva total extinció, l'ens públic conserva la seva personalitat jurídica (SEPI, webcitation.org/6ZHG6EYpg2).

6. SEGOVIA, Carlos (2014): "Echenique reclama otros 135 millones para tatar el agujero de RTVE". *ElMundo*. es [En línia]. 26 de juliol.
www.webcitation.org/6ZGTgsWM4

7. Reoberta el 2015 pel govern de Syriza.

8. Endeutada en 1.300 milions d'euros, va planificar un ERO que afectava 1.198 treballadors (76% de la plantilla). El rebuig d'aquesta mesura per part dels tribunals va motivar el Govern valencià al seu tancament el novembre de 2013 (BUSTAMANTE, 2014: 28–29).

9. COMUNICACIÓ21.CAT (2014): "RTVE descarta un ERO però manté el pla de baixes incentivades" [En línia]. 27 de novembre. www.webcitation.org/6ZByj5Dzj

10. OLIDEN, Ander Iñaki (2014): "Crisis financiera y de audiencia, acusaciones de manipulación... ¿Qué pasa en RTVE?". *ElDiario.es* [En línia]. 29 d'agost. www.webcitation.org/6ZBuVJqy0

11. La naturalesa jurídica dels mitjans públics també s'ha modificat. El novembre de 2013 va culminar la conversió del grup d'empreses de la CCMA en una única societat de mitjans. En aquesta data es va fer efectiva la fusió de Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya en una única societat anònima, denominada Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals SA. El procés s'havia iniciat el 2011 amb la fusió de les empreses tecnològiques CCRTV Interactiva i Activa Multimèdia Digital. El 2012 també s'havia fet la fusió de TVC Edicions i Publicacions. CCMA (2013): "Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio es fusionen el 15 de novembre" [En línia]. Barcelona: CCMA, 14 de novembre. www.webcitation.org/6ZEJTbvs4

12. Mitjançant l'article 24 de la Llei 2/2012, de 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual.

13. Mitjançant la Llei 2/2014, 27 de gener, de mesures fiscals, administratives, financeres i del sector públic.

14. El Grupo Godó es perfilava com el candidat millor posicionat a beneficiar-se d'aquesta externalització.

pressió del president de la CRTVE sobre el Ministeri d'Hisenda tenia lloc en un context en què feia poc més d'un any que el Govern grec havia decidit tancar la radiotelevisió pública⁷ i en què encara era més recent el tancament de Radiotelevisió Valenciana.⁸

González-Echenique finalment va dimitir del càrrec el setembre de 2014 davant de la negativa del Govern espanyol a atendre la nova aportació sol·licitada. El seu successor, José Antonio Sánchez, va presentar el novembre de 2014 un pla de sostenibilitat i millora de l'eficàcia per al període 2015–2016, basat en bona part de les actuacions ja previstes per González-Echenique: baixes incentivades, reducció de la contractació temporal i disminució de l'estructura directiva.⁹

Malgrat aquestes mesures, els sindicats han criticat la incursió en despeses excessives en contractació de mitjans i personal a productores. Així mateix, el consell d'informatius va denunciar la contractació d'editors i redactors externs per tal de crear el que consideren una "redacció paral·lela" de caràcter afí al Partit Popular.¹⁰

La propera edició de l'*Informe* haurà d'estar atenta a eventuais canvis en el model de finançament de la CRTVE. En aquest terreny, el novembre de 2014 es va produir un pas molt significatiu quan el grup parlamentari popular va presentar una proposició no de llei al Congrés en què reclama un model de finançament que permeti l'obtenció d'ingressos comercials en concepte de publicitat.

El replantejament del model de finançament i de la gestió dels recursos publicitaris també han estat aspectes destacats en el bienni 2013–2014 a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.¹¹ Un primer fet rellevant és el canvi de criteri sobre l'eliminació de la publicitat a les seves emissores de ràdio. La disposició addicional segona de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals establia que la corporació havia d'adoptar mesures per reduir progressivament la publicitat en els mitjans de la seva titularitat. Amb una modificació feta el 2012,¹² es va afegir que en el cas de les emissores de ràdio la reducció de la publicitat "hauria de tendir cap a la desaparició". La disposició addicional, però, es va derogar el gener de 2014.¹³

El segon aspecte destacable va ser el projecte d'externalització de la contractació d'espais publicitaris de Televisió de Catalunya.¹⁴ Aquest es va plantejar el juny de 2013 argumentant que podria atenuar la disminució d'ingressos deguda a la davallada del mercat publicitari, així com minimitzar els efectes de la desaparició de la publicitat a Catalunya Ràdio introduïda a la reforma de la Llei 11/2007. Finalment, el projecte es va aturar el maig de 2014 després de una forta campanya de mobilització protagonitzada especialment pels treballadors de la corporació. El Consell de Govern va aduir que havia valorat noves circumstàncies produïdes entre el final de 2013 i el començament de 2014: la derogació de la via legal que preveia la supressió de la publicitat a Catalunya Ràdio i l'evolució positiva dels ingressos publicitaris (CAC, 2015: 67).

La liquidació del pressupost de 2014 es va tancar amb un dèficit de 2,5 milions d'euros.¹⁵ Segons el president de la CCMA, Brauli Duarte, el

programa de contenció i optimització aplicat “per evitar la inviabilitat financera de la corporació” havia comportat la reducció del 20% de les despeses de personal,¹⁶ la reducció del 56% en la compra de continguts audiovisuals i del 32% en inversions.

4. La propietat dels principals grups empresarials

Un primer aspecte significatiu a l'hora d'analitzar la composició accionarial dels principals grups de comunicació és la gran disparitat quant al nombre d'accionistes. En els grups amb el nombre més baix, aquests tendeixen a concentrar-se en un nucli de persones físiques o famílies que han mantingut tradicionalment el control de la propietat (família Lara a Planeta, família Asensio al Grupo Zeta, Javier Godó al Grupo Godó o Ricardo Rodrigo a RBA).

Al'extrem contrari trobem el cas de Prisa, que té al voltant d'un centenar d'accionistes. La participació accionarial més alta correspon a Rucandio, la societat patrimonial de la família Polanco, impulsora inicial del grup (vegeu la taula 4),¹⁷ però ha deixat d'ocupar la posició de control que tenia fa uns anys.¹⁸

Taula 4. Accionistes dels grups empresarials amb activitat al sector de la comunicació a Catalunya amb més de 100 milions euros d'ingressos (2013)

Grup (nombre d'accionistes / empreses en el grup corporatiu)	Accionistes principals	Tipus	%	País	Data de la informació
Prisa (95 / 263)	Rucandio	Indústria	11,82	Espanya	9/2014
	HSBC Holdings PLC	Banc	9,56	Regne Unit	7/2014
	Roberto Lázaro Alcántara Rojas	Per. fís. ^A o famílies	9,30	Mèxic	11/2014
	Grupo Herradura Occidente SA	Indústria	8,92	Mèxic	9/2014
	Nicolas Berggruen Charitable Trust	Fons d'inversió	6,50	Illes Verges	3/2014
	CaixaBank SA	Banc	4,91	Espanya	8/2014
	Banco Santander SA	Banc	4,65	Espanya	9/2014
	Telefónica	Indústria	4,59	Espanya	9/2014
	Otnas Inversiones SL	Empresa financera	4,39	Espanya	2/2015
	Silver Point Capital LP	Fons d'inversió	4,35	EUA	3/2014
Planeta Corporación SL (3 / 88)	Fundació Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona	Fons d'inversió	4,20	Espanya	10/2014
	Família Lara	Per. fís. o famílies	46,77	Espanya	2/2015
	Corporación Accionarial Lara	Indústria	41,30	Espanya	2/2015
Imagina Media Audiovisual SL (9 / 64)	Mainjofer SL	Indústria	11,93	Espanya	2/2015
	Te Casan NV	Indústria	27,41	Països Baixos	2/2015
	Witgoud Investment BV	Indústria	17,10	Països Baixos	2/2015
	WPP PLC	Indústria	17,10	Regne Unit	2/2015
	Torreal Sociedad de Capital Riesgo de Régimen Simplificado SA	Fons d'inversió	16,96	Espanya	2/2015
	Grupo Televisa, S.A.B.	Indústria	14,50	Mèxic	2/2015
	Gol Televisión SL	Indústria	n. d. ^B	Espanya	2/2015
	Grupo Globo Media SAU	Indústria	n. d.	Espanya	2/2015
	Grupo Mediapro	Indústria	n. d.	n. d.	2/2015
Torreal, SA	Firmes de capital d'inversió	n. d.	Espanya	12/2014	

Continúa >

Taula 4. Accionistes dels grups empresarials amb activitat al sector de la comunicació a Catalunya amb més de 100 milions euros d'ingressos (2013) (continuació)

Grup (nombre d'accionistes / empreses en el grup corporatiu)	Accionistes principals	Tipus	%	País	Data de la informació
Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación SA (48 / 22)	Grupo Planeta de Agostini SL ^C	Indústria	41,70	Espanya	2/2015
	Ufa Film und Fernseh GmbH ^D	Indústria	19,17	Alemanya	2/2015
	State Street Bank and Trust Company	Banc	5,17	EUA	2/2015
	Imagina Media Audiovisual	Indústria	3,39	Espanya	4/2015
	Invesco LTD	Banc	2,96	Bermudes	3/2015
Mediaset España Comunicación SA (59 / 12)	Mediaset S.P.A.	Indústria	41,55	Itàlia	2/2015
	Fininvest S.P.A.	Empresa financera	17,16	Itàlia	12/2013
	Autoparticipació	Autoparticipació	9,76		2/2015
	Lazard Asset Management NT	Fons d'inversió	3,10	EUA	6/2014
	FTIF-FR European Growth Fund	Fons d'inversió	3,09	n. d.	3/2014
	Franklin Templeton Investment Management Limited	Empresa financera	3,04	Regne Unit	9/2014
	BNP Paribas SA	Banc	2,80	França	3/2015
	Invesco LTD	Banc	2,31	Bermudes	4/2015
	FMR LLC	Fons d'inversió	2,17	EUA	3/2015
	Promotora de Informaciones SA	Empresa financera	2,17	Espanya	2/2015
	Vocento SA (63 / 101)	ACS, Actividades de Construcción y Servicios SA ^E	Indústria	43,90	Espanya
Mezouna Sociedad Limitada		Empresa financera	11,07	Espanya	2/2015
Valjarafe SL		Indústria	10,09	Espanya	2/2015
Bank of America Corporation		Banc	9,56	EUA	2/2015
Energay de Inversiones sociedad limitada		Empresa financera	6,52	Espanya	2/2015
Onchena SL		Fons d'inversió	5,39	Espanya	2/2015
Casgo SA		Indústria	4,43	Espanya	2/2015
Autoparticipació		Autoparticipació	3,10	Espanya	2/2015
Gruss Global Investors Master Fund		Fons d'inversió	2,05	Illes Caiman	2/2015
Unidad Editorial SA (25 / 97)		RCS ^F Intenational Newspapers B.V.	Empresa financera	73,74	Països Baixos
	RCS Investimenti SPA	Indústria	26,24	Itàlia	2/2015
Grupo Zeta SA (2 / 46)	Família Asensio	Per. fís. o famílies	89,91	Espanya	2/2015
	Autoparticipació	Autoparticipació	10,00		2/2015
Grupo Godó de Comunicación SA (2 / 19)	Javier Godó Muntanyola	Per. fís. o famílies	98,00	Espanya	2/2015
	Carlos Godó Valls	Per. fís. o famílies	2,00	Espanya	2/2015
RBA Holding de Comunicación SL (1 / 26)	Arkonte Gestión Integral SA	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Hola SL (n. d. /4)	n. d.				

^A Per. fís.: persona física.

^B n. d.: no disponible.

^C Participada al 50% pel grup italià DeAgostini i per Planeta Corporación.

^D Pertany al grup alemany Bertelsmann, participada en un 92%.

^E El president del Reial Madrid, Florentino Pérez, és propietari del 12,52% de les accions d'ACS a títol personal (abril de 2015).

^F Rizzoli Corriere della Sera.

Font: AMADEUS / SABI - BUREAU VAN DIJK I YMEDIA.

Del conjunt d'accionistes de Prisa, el tipus més nombrós és el que correspon a persones físiques. En aquest terreny trobem figures internacionals destacades del món dels negocis i també de la política. Destaca pel seu pes accionarial Roberto Lázaro Alcántara Rojas, empresari mexicà dels sectors bancari i del transport terrestre i aeri, que suma les accions que posseeix a títol personal amb les del Grupo Herradura Occidente, empresa de

transport de la seva propietat. El segon tipus d'accionistes més nombrosos són les empreses de caràcter industrial, entre les quals destaca Telefónica SA. A continuació es troben els fons d'inversió i de pensions. Aquí cal subratllar el Nicolas Berggruen Charitable Trust, amb seu al paradís fiscal de les Illes Verges Britàniques, tot i que al seu web corporatiu es presenta com una fundació filantròpica.¹⁹ També és destacable la participació del fons nord-americà Silver Point Capital LP, creat per dos extreballadors de Goldman Sachs i especialitzat en inversions a empreses en situació de risc, o la de la Fundació Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona. Entre els accionistes bancaris més rellevants hi ha el banc britànic HSBC Holdings PLC, la filial suïssa del qual ha estat acusada el 2014 per la fiscalia de Brussel·les de frau fiscal, de blanqueig i de constituir una organització criminal.²⁰ Altres entitats bancàries són CaixaBank, Banco Santander, Deutsche Bank, Société Générale, la Unió de Bancs Suïssos, el nord-americà Morgan-Stanley o l'andorrà Andbank.

Taula 5. Accionistes principals de les empreses amb seu a Catalunya que ingressen entre 10 i 100 milions euros (2013)

Empresa ^A	Matriu global ^B	Accionistes principals	Tipus	%	País	Data de la informació
Ediciones Primera Plana SA	Família Asensio	Grupo Zeta SA	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Gol Televisión SL	Imagina Media Audiovisual	Mediaproducción SL	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
RBA Revistas SL	Hamlet SA	RBA Holding de Comunicació SL	Indústria	67,00	Espanya	2/2015
		RBA Publicaciones SL	Indústria	33,00	Espanya	2/2015
Pulsa Media Consulting SL	Twenty-first	Fox International Channels España SL	Indústria	51,13	Espanya	2/2015
	Century Fox, Inc.	Manuel Casals	Per. física	25,00	n. d. ^C	2/2015
		Sony Pictures Television Networks Iberia, SL	Indústria	21,00	Espanya	2/2015
		Pablo Casals	Per. física	2,87	n. d.	2/2015
El Mundo Deportivo SA	Javier Godó	Grupo Godó de Comunicació SA	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Ediciones Deportivas Catalanas SA	Família Asensio	Grupo Zeta	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Ediciones Reunidas SA	Família Asensio	Grupo Zeta	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Hermes Comunicacions, SA	Cosal 2012 Sociedad Limitada	Cosal 2012 Sociedad Limitada	Fons d'inversió	74,00	Espanya	2/2015
		Autoparticipació	Autopart	0,16	Espanya	2/2015
Radiocat XXI SL	Javier Godó	Catalunya Comunicació SL	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Zoom Ediciones SL	Família Asensio	Grupo Zeta	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Prisma Publicaciones 2002 SL	n. d.	Planeta 2010 SL	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Distribuidora Digital de Futbol	Imagina Media Audiovisual SL	Mediapro Contenidos SL	Indústria	100,00	Espanya	2/2015
Edició de Premsa Periòdica Ara SL	Empresa independent (no és matriu global d'un grup corporatiu)	Minoria Absoluta SL	Indústria	5,32	Espanya	2/2015
		Anar Fent SL	Indústria	n. d.	n. d.	2/2015
		Fundació Carulla	Fundació	n. d.	Espanya	2/2015
		Víctor Font	Per. física	n. d.	Espanya	2/2015
		Royal Box SL	Indústria	n. d.	Espanya	2/2015
Emissions Digitals de Catalunya SA	Javier Godó	Catalunya Comunicació SL	Indústria	100,00	Espanya	2/2015

^A Ordre de més a menys ingressos d'explotació el 2013.

^B En un grup empresarial la matriu és l'empresa dominant en relació a les empreses filials o dependents, ja sigui perquè té la majoria de drets de vot o perquè disposa de la capacitat de designar els membres dels òrgans d'administració.

^C n. d.: no disponible.

15. Comptant l'aplicació de la sentència del Tribunal Suprem que obligava a retornar als treballadors de Catalunya Ràdio el 5% del sou que se'ls havia reduït des de maig de 2011. Brauli Duart va presentar aquesta xifra en sessió de control parlamentària, on també va dir que el dèficit havia estat d'11,2 milions el 2013 i de 7,5 milions el 2012. COMUNICACIÓ 21.CAT, 29-05-2015, webcitation.org/6ZHeW2TKB. En relació a les xifres de la taula 4, cal tenir en compte que aquesta mostra comptes no consolidats.

16. Brauli Duart. Comunicació personal, 19-1-2015.

17. Rucandio participa en altres empreses que són accionistes de Prisa, com ara Promotora de Publicaciones SL o les financeres Otnas Inversiones SL i Asgard Inversiones.

18. El 2009 la família Polanco posseïa el 70,95% del grup. L'any següent es començaria a produir el seu desplaçament tant de l'accionariat com del consell d'administració de Prisa, a partir de la injecció de 650 milions d'euros per part del fons d'inversions Liberty Acquisition Holding. Martin Franklin i Nicholas Alexander Berggruen, socis a Liberty, van entrar aleshores al consell d'administració, on han estat fins a desembre de 2013 i març de 2014 respectivament (REALITY NEWS/MONGOLIA, 2013:32-40; SOTERAS, Jaime (2015): "¿Quiénes son los 10 principales accionistas de Prisa?". InfoLibre.es [En línia]. 1 de març. www.webcitation.org/6ZEjhRCfT; i EL ECONOMISTA.ES (2015): "Nicolas Berggruen abandona el consejo de administración de Prisa" [En línia]. 19 de març. www.webcitation.org/6ZB4KL8Nm)

19. NICHOLAS BERGGRUEN TRUST. COM. Inicialment, la participació del Nicholas Berggruen Charitable Trust a Prisa es canalitzava mitjançant empreses filials com la neerlandesa BH Stores IV BV o la britànica Berggruen Acquisition Holdings Ltd. Per una semblança de Berggruen es pot consultar REALITY NEWS/MONGOLIA (2013: 35-40).

20. CARRIZO COUTO, Rodrigo (2015): "La fiscalía suiza investiga al HSBC por blanqueo y registra su sede en Ginebra" [En línia]. Madrid: ElPais.com, 18 de febrer. www.webcitation.org/6ZBEXwlls

Com es pot apreciar a la taula 4 no és infreqüent que entre els accionistes dels principals grups de comunicació n'hi hagi amb seu a paradisos fiscals o bé que operin a estats com els Països Baixos, que ofereixen fórmules societàries amb una fiscalitat avantatjosa.²¹

5. Actius mediàtics principals²²

En fixar-nos en els actius mediàtics dels grans grups de comunicació amb actuació a Catalunya, cal parar una atenció especial al cas de Prisa, que seria un exemple no reeixit d'estratègia de diversificació audiovisual i multimèdia.

El desembre de 2013 va signar un pacte de refinançament que va comportar desprendre's d'actius, amb l'objectiu de reduir el deute i complir amb els creditors.²³ Així, el març de 2014 es va fer pública la compra per part de Penguin Random House (propietat del grup alemany Bertelsmann) d'Alfaguara i altres segells del grup Santillana, integrat dins de Prisa, per 72 milions d'euros (*La Vanguardia*, 23-03-2014, pàg. 52). També a la primavera de 2014 va iniciar la venda de les accions a Mediaset (en tenia un 17%). La següent gran operació va ser la venda del 56% del capital social de Distribuidora de Televisión Digital a Telefónica, que ja en tenia un 22%, per 725 milions d'euros. El 22% restant pertanyia a Mediaset España, que també va acceptar vendre'l a Telefónica el juliol de 2014. L'interès de l'operador presidit per César Alierta en aquesta operació rau en el fet que suposa un enfortiment de la seva posició en el mercat de la televisió de pagament, del qual es converteix en l'operador principal. Als 670.000 abonats de Movistar Fusión TV va sumar els 1,6 milions de Canal +, cosa que representa més del 60% del mercat de la televisió de pagament a Espanya. El model de negoci que es configura amb aquesta operació integra diversos serveis a la mateixa oferta comercial (telefonía fixa, mòbil, internet i televisió) i combina, per tant, els negocis de les telecomunicacions i l'audiovisual.²⁴ En aquesta nova dimensió integrada de l'oferta de serveis, la compra de drets d'emissió de continguts d'alta audiència (fonamentalment esportius) resulta especialment estratègica.²⁵

Un altre grup que fa anys que travessa una situació econòmica compromesa és Zeta. El juliol de 2013 va aconseguir finançar fins a l'any 2018 el deute contret amb disset entitats financeres per un import de 117 milions. Per tal de complir amb l'anterior reestructuració, Zeta va haver de desprendre's d'actius, com l'empresa Gráficas de Prensa Diaria, a més d'escometre ajustaments salarials i de plantilla en capçaleres com *Interviú*, *Tiempo*, *El Periódico de Catalunya* o *Sport*.²⁶ Durant mesos ha estat negociant amb la família Lara la seva incorporació a l'accionariat de l'editora d'*El Periódico de Catalunya*.²⁷

Pel que fa a les empreses amb seu a Catalunya, la taula 6 en mostra l'oferta mediàtica.

Taula 6. Actius mediàtics principals de les empreses privades de mitjans de comunicació amb seu a Catalunya i ingressos d'exploració d'entre 10 i 100 milions el 2013

Empresa ^{A B}	Actius mediàtics
Ediciones Primera Plana SA	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Diaris</u>: <i>El Periódico de Catalunya</i> • <u>Internet</u>: elperiodico.com
Gol Televisión SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Televisió</u>: Gol Televisión • <u>Internet</u>: goltelevision.com
RBA Revistas SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Revistes i setmanaris</u>: <i>Lecturas, El Mueble, Semana, National Geographic España. In Style España, Clara, Saber Vivir, Arquitectura y diseño, Viajes NGHistoria NG, El Jueves, Cosas de Casa, Mente Sana, Cuerpo Mente, Labores del Hogar, Tu Bebé, Casas de Campo, Speak Up, Aprende Inglés TVE, Patronas, Cocina Fácil, Saber Cocinar</i> (entre d'altres).
Pulsa Media Consulting SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Televisió</u>: 22 canals temàtics (MTV, Paramount Channel, Paramount Comedy, Nick, Calle 13, Discovery Max, TNT, Discovery Channel, Fox, Fox Crime o National Geographic)
Publicaciones Heres SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Revistes i setmanaris</u>: <i>Pronto</i> • <u>Internet</u>: pronto.es
El Mundo Deportivo SA	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Diaris</u>: <i>Mundo Deportivo</i> • <u>Internet</u>: mundodeportivo.com
Ediciones Deportivas Catalanas SA	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Diaris</u>: <i>Sport</i> • <u>Internet</u>: sport.es
Ediciones Reunidas SA	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Revistes i setmanaris</u>: <i>Woman, Viajar, Primera Línea, Digital Cámara</i> • <u>Internet</u>: woman.es, viajar.elperiodico.com, primera linea.es, digitalcamera.es
Hermes Comunicacions, SA	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Diaris</u>: <i>El Punt Avui, L'Esportiu</i> • <u>Revistes i setmanaris</u>: <i>Presència, L'Econòmic</i> • <u>Televisió</u>: <i>El Punt Avui TV</i> • <u>Internet</u>: elpuntavui.cat, presencia.cat, leconomic.cat, elquiosc.cat
Radiocat XXI SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Ràdio</u>: RAC 1, RAC 105 (cogestionades amb Ràdio Associació de Catalunya)
Zoom Ediciones SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Revistes i setmanaris</u>: <i>Cuore, Stilo</i> • <u>Internet</u>: revistacuore.com, cuorestilo.com
Prisma Publicaciones 2002 SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Revistes i setmanaris</u>: <i>Interiores, Lonely Planet Traveller, Historia y Vida, Objetivo Bienestar, Dapper, Año Cero, Tu Suerte, Enigmas, Historia de Iberia Vieja.</i> • <u>Altres</u>: Factoría Prisma (serveis editorials corporatius)
Edició de Premsa Periòdica ARA SL	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Diaris</u>: <i>Ara</i>
Emissions Digitals de Catalunya SA	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Televisió</u>: 8tv, RAC 105 TV, Barça TV

^A Ordre de majors a menors ingressos d'exploració el 2013.

^B Distribuidora Digital de Futbol SL no apareix en aquesta taula perquè no és propietària de mitjans de comunicació; presta serveis de radiodifusió, i d'enllaç i transmissió de senyals de televisió.

Font: elaboració pròpia a partir dels webs corporatius.

Com a novetat en el període, i des del punt de vista de la comunicació pública local, no es pot deixar de banda que el setembre de 2015 van començar les emissions de Barcelona FM, l'emissora de ràdio municipal de la capital catalana, a una freqüència anteriorment ocupada per COMRàdio. El 25 de juliol de 2014 el ple de l'Ajuntament de Barcelona va aprovar el contracte programa amb l'empresa Informació i Comunicació de Barcelona SA per al període 2014–2017. Aquest contracte programa preveia la prestació del servei de ràdio integrant tant la redacció com la gestió amb el servei de televisió que ja es prestava amb BTV (CAC, 2015: 46–47).²⁸

6. Conclusions

El bienni 2013–2014 mostra signes de recuperació, per bé que caldrà valorar en successives edicions de l'*Informe* si indiquen l'inici d'una revitalització sostinguda. En el sector de la comunicació destaca especialment, encara que no es pot parlar d'una tendència a l'alça consolidada, el creixement de la inversió publicitària tant a Catalunya com a Espanya.

21. La baixa fiscalitat dels Països Baixos sobre els beneficis empresarials fa que altres estats europeus l'acusin de competència deslleial. En aquest país els grups empresarials no paguen impostos pels guanys de les seves filials si tenen una participació d'almenys el 5%. A més s'ha seguit una política d'establiment de convenis per evitar la doble imposició. Les dues formes jurídiques perquè les empreses es puguin establir als Països Baixos són la *Naamloze Vennootschap* (NV) i la *Besloten Vennootschap* (BV). PARAISSFISCALES.NET: "Holanda" [En línia].

www.webcitation.org/6Z7pN4W3N

22. A l'anterior edició de l'*Informe* s'incloua una taula amb els actius mediàtics dels grups de comunicació amb més de 100 milions d'euros de facturació el 2012. A la present edició s'ha optat per comentar els canvis més rellevants produïts durant el bienni en els grups d'empreses de més envergadura (molts dels quals amb seu a fora de Catalunya) per oferir un major detall sobre les empreses privades amb seu al Principat.

23. A les acaballes de 2014 el deute bancari del grup era de 2.580 milions d'euros, mentre que l'exercici anterior havia estat de 3.306. SOTERAS, Jaime (2015): "¿Quiénes son los 10 principales accionistas de Prisa?". InfoLibre.es [En línia]. 1 de març. www.webcitation.org/6ZEjhRCfT

24. Altres operadors han seguit una via semblant, com Vodafone amb l'adquisició de la plataforma de televisió per cable Ono.

25. GÓMEZ, ROSARIO G. (2014): "PRISA acepta la oferta de compra de Telefónica sobre el 56% de Canal +" [En línia], Madrid: ElPais.com, 7 de maig. www.webcitation.org/6ZEo1uVz4; ELCONFIDENCIALDIGITAL.COM (2014): "Cebrián ya ha pactado con Mediaset la venta del 13% de Prisa en la compañía" [En línia], 8 de maig. www.webcitation.org/6ZEmAsUhb

26. TOLEDO, Daniel (2014): "La banca veta la entrada de Moll en el Grupo Zeta al no aceptar las 'quitas' a la deuda", a ELCONFIDENCIAL.COM [En línia], 27 de maig. www.webcitation.org/6ZEyG1hgt

27. L'operació es va reprendre després de la mort del president de Planeta, José Manuel Lara Bosch, el gener de 2015. *El Periódico de Catalunya* es va escindir d'Ediciones Primera Plana al mes d'abril per integrar-se a l'empresa de nova creació El Periódico de Catalunya SLU. ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2015): "El Periódico' se escinde de Ediciones Primera Plana, paso previo a la incorporación de la familia Lara". APMMadrid.es [En línia]. 14 de abril. www.webcitation.org/6ZF3XmzuG. El 2013 els ingressos d'explotació d'Ediciones Primera Plana eren la meitat que els del 2007 (SABI - BUREAU VAN DIJK).

28. Per a més informació vegeu el capítol "La comunicació local en l'ecosistema comunicatiu català" d'aquest mateix informe.

Entre els grups de comunicació més grans que actuen a Catalunya, aquest bienni s'ha refermat el duopoli de Mediaset i Atresmedia, que el 2013 controlava prop d'un 90% de la facturació publicitària, amb els consegüents efectes sobre el grau de pluralisme del sistema de mitjans.

La tendència cap a processos de concentració s'ha accentuat molt notablement aquest bienni en el terreny de la televisió de pagament. El fet més rellevant ha estat l'ampliació de la participació de Telefónica a Distribuidora de Televisión Digital, controlada anteriorment pel grup Prisa. L'operador encapçalat per César Alierta s'ha convertit, de fet, en l'actor principal d'aquest segment de mercat. La suma dels abonats de Movistar Fusión TV i Canal + supera el 60% del mercat de la televisió de pagament a Espanya. Aquí es configura un model integrat de negoci, caracteritzat per la pluralitat de serveis en una mateixa oferta comercial (telefonía fixa, mòbil, internet i televisió), que hibrida, per tant, els negocis de les telecomunicacions i l'audiovisual. En aquest context, la compra de drets d'emissió de continguts d'entreteniment d'alta audiència és un aspecte clau.

Amb tot, la puixança d'operadors de telecomunicacions com Telefónica en el mercat de l'audiovisual s'ha construït també sobre el fracàs d'altres estratègies de diversificació audiovisual i multimèdia, com ha passat amb el cas de Prisa, que en el bienni 2013–2014 s'ha vist obligada a desprendre's d'actius per tal d'eixugar el deute.

Pel que fa als principals grups de comunicació públics, la situació és d'extrema fragilitat. En el cas de la CRTVE caldrà estar atents a la discussió sobre una eventual modificació del seu model de finançament, que s'ha mostrat clarament insostenible. Per la seva banda, la situació econòmica de la CCMA ha mostrat millors indicadors, que en gran part s'han aconseguit amb considerables esforços de contenció. En l'escenari actual, en què s'han esvaït, per ara, els projectes d'eliminació de la publicitat a Catalunya Ràdio i d'externalització del departament comercial de TVC, caldrà buscar consensos més amplis per definir el millor servei públic amb la màxima responsabilitat en la gestió d'uns recursos econòmics limitats.

7. Referències

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (APM) (2014): "Informe anual de la profesión periodística 2014: se detiene la destrucción de empleo, pero aumenta la precariedad laboral y profesional" [En línia]. Madrid: APM. 16 de desembre. www.webcitation.org/6ZEEeNrZP3

BUSTAMANTE, Enrique (2014): "La democratización del sistema cultural y mediático español. Ante una situación de emergencia nacional", a CHAPARRO, Manuel, ed.: *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Girona/Málaga: Imedeja/ComAndalucía, Luces de Gálibo.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2015): *Informe 2014. L'audiovisual a Catalunya* [En línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. www.webcitation.org/6Z8TFObrj

GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT D'ECONOMIA I
CONEIXEMENT (2015): "Anàlisi de l'evolució de l'economia
català i el seu entorn". *Nota de Conjuntura Econòmica* [En línia].
Barcelona: Generalitat de Catalunya. Núm. 83, gener.
www.webcitation.org/6Z9bJZnNq

REALITY NEWS/MONGOLIA (2013): *Papel mojado: La crisis de la prensa y el
fracaso de los periódicos en España*. Barcelona: Debate.

YMEDIA (2013): *Medios de comunicación en España*. Madrid: Ymedia.

YMEDIA (2014): *Medios de comunicación en España*. Madrid: Ymedia.

