

El documento que se incorpora a continuación contiene los compromisos propuestos por Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. (Atresmedia) considerados adecuados y suficientes por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) para autorizar la operación de adquisición del control exclusivo de Clear Channel España, S.L.U. por Atresmedia. La operación ha sido autorizada, condicionada al cumplimiento de dichos compromisos, mediante Resolución del Consejo de la CNMC de 20 de julio de 2026, recaída en el expediente de control de concentraciones C/1638/25.

PROPUESTA DE COMPROMISOS EN EL MARCO DEL EXPEDIENTE C/1638/25 – ATRESMEDIA/CLEARCHANNEL ESPAÑA

INTRODUCCIÓN

El fin último de los compromisos ofrecidos en este documento es asegurar que la comercialización de Productos de Publicidad Exterior se lleve a cabo de manera separada e independiente de la de cualesquiera Otros Productos Publicitarios ofrecidos por la Entidad Resultante. A tal efecto, los anunciantes y las agencias de medios deberán poder negociar y adquirir dichos productos de forma individualizada, sin que su adquisición se vea condicionada, directa o indirectamente, formalmente o de facto, por la contratación de otros productos publicitarios, ni viceversa, ni mediante políticas comerciales -y en particular las de precios- que produzcan ese efecto.

DEFINICIONES

Atresmedia: Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A.

CCE: Clear Channel España S.L., en su actual denominación social o en la denominación social que pueda tener en el futuro.

Operación: La operación de toma de control exclusivo de CCE por Atresmedia.

Cierre de la Operación: Acto por el que se perfeccione la Operación, tras el cumplimiento de las condiciones contractuales a las que ha quedado sometida su ejecución definitiva.

Entidad Resultante: Atresmedia y las empresas de su grupo, incluida CCE, tras el Cierre de la Operación.

Publicidad exterior: Publicidad¹ dirigida a consumidores mientras están fuera de su domicilio, realizada a través de soportes visibles y accesibles al público ubicados en espacios públicos o de acceso público. Incluye la realizada a través tanto de soportes fijos (por ejemplo, vallas, monopostes, columnas, marquesinas y otros elementos del mobiliario urbano, soportes ubicados en espacios de acceso público como estaciones de transporte, estaciones de metro, centros comerciales) como de soportes móviles (integrados en medios de transporte como autobuses, taxis, vagones de metro o ferrocarril). Comprende tanto la publicidad realizada en formato físico como digital (Digital Out of Home DOOH), por ejemplo, a través de pantallas instaladas en los soportes).

Producto publicitario: cualquier oferta comercial destinada a la venta de espacios publicitarios comercializados por la Entidad Resultante.

Producto de Publicidad Exterior: cualquier oferta comercial destinada a la venta de espacios publicitarios de exterior comercializados por la Entidad Resultante.

¹ Conforme se encuentra definida en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Otros Productos Publicitarios: cualquier oferta comercial destinada a la venta de espacios publicitarios comercializados por la Entidad Resultante y diferente de la Publicidad exterior.

Clientes: Entidades demandantes de productos publicitarios de la Entidad Resultante, tanto adquirentes como intermediarias, incluyendo, expresamente, anunciantes y agencias de medios.

Comercializar/Comercialización: El conjunto de prácticas y procesos mediante los cuales la Entidad Resultante vende Productos Publicitarios a los Clientes, con independencia de que dichas actividades se desarrollen de forma directa o indirecta, a través de terceros, o de manera formal o informal.

A estos efectos, la comercialización incluye el conjunto de actividades que integran el proceso de venta desde su inicio hasta su liquidación económica, incluyendo: (i) diseño y configuración de la oferta comercial (productos, tarifas, condiciones de acceso, incentivos económicos, etc.), (ii) promoción y presentación de la oferta (tanto a iniciativa de la Entidad Resultante como de los Clientes) mediante propuestas comerciales, (iii) negociación de las condiciones de contratación (precio, acceso preferente, descuentos, incentivos, entre otras), (iv) formalización de la propuesta mediante órdenes de compra, contratos o instrumentos equivalentes, (v) la facturación y liquidación económica, incluida la aplicación de precios, descuentos y bonificaciones y (vi) cualquier acto preparatorio, instrumental o complementario de los anteriores, incluida toda la documentación contractual, que condicione o influya en la decisión de contratación.

CNMC: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Compromisos: El conjunto de obligaciones asumidas por la Entidad Resultante descritas en este documento y aceptadas por la CNMC en la resolución que ponga fin al procedimiento.

Otras Sociedades Comercializadoras: Las sociedades de la Entidad Resultante que comercializan actualmente Otros Productos Publicitarios, es decir, Atres Advertising S.L.U. (sociedad comercializadora de productos publicitarios de televisión y de radio de ámbito nacional), y Uniprex, S.A.U. (sociedad comercializadora de productos publicitarios de radio de ámbitos regionales y locales), Diario Motor (sociedad comercializadora de espacios publicitarios digitales propios), Smartclip (sociedad comercializadora de espacios publicitarios digitales de terceros actuando en nombre de varios dominios web, ajenos a la Entidad Resultante), Ac2ality (sociedad comercializadora de espacios publicitarios digitales en redes sociales), The Last Lap (sociedad comercializadora de branded content, patrocinios, entre otros) así como cualesquiera otras sociedades actuales y futuras de la Entidad Resultante que puedan comercializar Otros Productos Publicitarios. La venta de Otros Productos Publicitarios realizadas por Atres Advertising S.L.U. y Uniprex S.A.U. cuya facturación sea emitida por Atresmedia de forma instrumental y por delegación de Atres Advertising S.L.U. o Uniprex S.A.U. cuando así sea requerido por determinados clientes, se considerará, respectivamente, facturación de Atres Advertising S.L.U. o Uniprex S.A.U. a los efectos de los Compromisos.

COMPROMISOS

Atresmedia adoptará las medidas necesarias para el debido cumplimiento de los presentes Compromisos por parte de la Entidad Resultante y por todas las sociedades que forman parte de su grupo, siendo la entidad responsable de un posible incumplimiento de dichos compromisos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 62.4 c) de la LDC.

1. COMPROMISO DE COMERCIALIZACIÓN SEPARADA Y NO VINCULACIÓN DE PRODUCTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR CON OTROS PRODUCTOS PUBLICITARIOS

1.1. La Entidad Resultante adoptará las medidas necesarias para asegurar que la comercialización de Productos de Publicidad Exterior se lleve a cabo de manera separada e independiente de la de cualesquiera Otros Productos Publicitarios.

1.2. La Entidad Resultante no podrá comercializar, directa o indirectamente, formalmente o de facto de manera conjunta Productos de Publicidad Exterior y Otros Productos Publicitarios.

1.3. La Entidad Resultante comercializará los Productos de Publicidad Exterior únicamente a través de CCE, que actuará con plena autonomía funcional, económica y comercial respecto de las Otras Sociedades Comercializadoras. Por otro lado, la Entidad Resultante comercializará los Otros Productos Publicitarios únicamente a través de las Otras Sociedades Comercializadoras. CCE no podrá de ningún modo comercializar, ofrecer, intermediar o facilitar directa o indirectamente Otros Productos Publicitarios, ni las Otras Sociedades Comercializadoras Productos de Publicidad Exterior.

1.4. La Entidad Resultante, y en todo caso CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras, no podrán desarrollar políticas comerciales, y en particular, de precios, que supongan, formalmente o de facto, directa o indirectamente, o tengan por objeto o efecto, la comercialización vinculada de Productos de Publicidad Exterior con Otros Productos Publicitarios, o que supongan la imposición de la contratación de Productos de Publicidad Exterior en combinación con Otros Productos Publicitarios, o la imposición de la contratación de Otros Productos Publicitarios en combinación con Productos de Publicidad Exterior, incluyendo por ejemplo la coordinación temporal de ofertas, la alineación de condiciones comerciales o la utilización de mensajes comerciales comunes.

1.5. En particular, las políticas comerciales de CCE no podrán incentivar o condicionar, directa o indirectamente, la contratación de Otros Productos Publicitarios, y las políticas comerciales de las Otras Sociedades Comercializadoras no podrán incentivar o condicionar, directa o indirectamente, la contratación de Productos de Publicidad Exterior. Esto incluye, entre otros, los precios, la aplicación de descuentos, subvenciones cruzadas u otros incentivos económicos, o cualesquiera ventajas económicas, así como condiciones preferentes o cualquier otra ventaja tales como condiciones de acceso preferente a inventario, priorización en la asignación de espacios u otros mecanismos análogos.

1.6. CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras deberán garantizar que las condiciones de comercialización (en términos de precio, calidad, acceso a inventario y demás condiciones comerciales) de Productos de Publicidad Exterior a cada cliente en

cada operación comercial se realicen con independencia de la adquisición (en cualquier momento) de Otros Productos Publicitarios por parte del Cliente, y la de Otros Productos Publicitarios con independencia de la adquisición de Productos de Publicidad Exterior.

1.7. Las obligaciones recogidas en los puntos 1.1 a 1.6 se consideran extensibles a cualquier práctica realizada a través de terceros, incluidas las agencias de medios. En particular y entre otras, la Entidad Resultante no podrá, directa o indirectamente, formalmente o de facto, a través de agencias de medios o terceros:

a) Coordinar ofertas, condiciones, propuestas comerciales o su presentación relativas a Productos de Publicidad Exterior con las correspondientes a Otros Productos Publicitarios.

b) Facilitar instrucciones, incentivos, herramientas, información o condiciones que tengan por objeto o efecto promover, facilitar, inducir o incentivar la contratación combinada de Productos de Publicidad Exterior con Otros Productos Publicitarios, incluyendo recomendaciones, orientaciones estratégicas o cualquier forma de influencia comercial formalizada o no.

c) Establecer esquemas de remuneración, descuentos, incentivos o ventajas comerciales, o cualesquiera otras formas de remuneración, condicionados o que, de manera directa o indirecta, incentiven o hagan económicamente más atractiva la contratación combinada de Productos de Publicidad Exterior con Otros Productos Publicitarios, tanto cuando se refieran al conjunto de anunciantes de la agencia como cuando se refieran a uno o varios de sus anunciantes.

d) La Entidad Resultante no podrá negociar, suscribir, ejecutar o renovar, directa o indirectamente, acuerdos con agencias de medios (con independencia de su denominación o forma contractual, y, en todo caso, incluidos los acuerdos de incentivos, contratos de servicios -de gestión, planificación o similar-, o de comercialización de inventario) que hagan referencia conjunta a Productos de Publicidad Exterior y a Otros Productos Publicitarios, ya sea directa o indirectamente, formalmente o de facto, o que condicionen, directa o indirectamente, los beneficios, contraprestaciones, condiciones o ventajas asociados a uno de dichos productos al desempeño, contratación, inversión o volumen, relativo al otro u otros productos. Estos acuerdos se adoptarán por escrito antes del comienzo del periodo cubierto.

1.8. La Entidad Resultante no podrá ofrecer, directa o indirectamente, ni por sí ni a través de terceros, métricas de alcance, frecuencia, cobertura, GRPs, CPMs, costes medios, u otros indicadores equivalentes que integren datos de Publicidad Exterior con datos de cualquier otra forma de publicidad, como tampoco herramientas que permitan la elaboración de dichas métricas integradas.

2. OBLIGACIONES DE TRANSPARENCIA, DOCUMENTACIÓN Y TRAZABILIDAD DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PUBLICIDAD

A. Oferta comercial de CCE

2.1. CCE publicará su catálogo de Productos de Publicidad Exterior con una periodicidad mínima anual.

2.2. La oferta de Productos de Publicidad Exterior de CCE recogida en el mencionado catálogo mantendrá el nivel de detalle y transparencia con el que dicha oferta ha venido confeccionándose por CCE hasta la fecha de Cierre de la Operación, y será en todo caso exhaustiva, incluyendo todos los productos, formatos y condiciones comerciales disponibles.

2.3. CCE no modificará las condiciones comerciales acordadas con Clientes en los contratos de comercialización de Productos de Publicidad Exterior que estén en vigor en la Fecha de Cierre de la Operación. Estas condiciones serán respetadas durante toda la duración pactada de los correspondientes contratos, salvo que su modificación sea acordada de mutuo acuerdo entre CCE y el Cliente.

2.4. En relación con la duración de los nuevos contratos con Clientes, CCE no los alargará por encima de la duración habitual de sus contratos con cada Cliente antes de la fecha de Cierre de la Operación, salvo que su modificación sea solicitada por el Cliente.

B. Independencia en la relación con Clientes

2.5. El proceso de negociación entre los Clientes y CCE y entre los Clientes y las Otras Sociedades Comercializadoras deberá desarrollarse de forma que permita una negociación efectiva e independiente de los Productos de Publicidad Exterior.

2.6. CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras incluirán en todas sus propuestas comerciales a Clientes, así como en sus Condiciones Generales de Contratación, una cláusula específica en la que se traslade al Cliente claramente que las condiciones comerciales de la propuesta son de aplicación independientemente de que el Cliente quiera o no adquirir respectivamente Otros Productos Publicitarios o Productos de Publicidad Exterior.

2.7. En el caso de que un Cliente se dirija a CCE o las Otras Sociedades Comercializadoras para demandar la compra de productos comercializados por las otras, o proponga la obtención de descuentos, incentivos económicos u otras ventajas o condiciones vinculadas a dicha contratación combinada, la sociedad contactada comunicará al Cliente por escrito que no puede atender a dicha solicitud. La sociedad contactada no podrá, directa o indirectamente, ofrecer ventajas, modificar sus condiciones comerciales ni realizar acto alguno en función de dicha solicitud o de la eventual contratación por el Cliente de productos comercializados por las otras sociedades.

2.8. CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras tendrán la obligación de presentar de forma clara y diferenciada en sus propuestas comerciales y condiciones de contratación la descripción detallada de cada producto publicitario contratado.

2.9. Una vez cerrada la negociación y antes de la fijación de la campaña publicitaria, CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras emitirán por escrito un contrato o una validación de la orden de compra emitida por el Cliente. A continuación, se emitirá la correspondiente factura, en la que se recogerá, al menos, la siguiente información: (i)

detalle de todos los Productos de Publicidad contratados; (ii) fecha de exhibición de la campaña publicitaria; y (iii) precio de los Productos de Publicidad contratados.

2.10. CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras tendrán una base de datos (o sistema equivalente, incluido CRM), separada para CCE y para las Otras Sociedades Comercializadoras, con la identidad del adquirente y la fecha de todas las solicitudes y propuestas comerciales relativas a la contratación de Productos de Publicidad, incluyendo tanto las iniciadas por Clientes como por las Sociedades Comercializadoras. A estos efectos, se entenderá como solicitud comercial cualquier petición formal o informal de propuesta comercial referida a Productos de Publicidad, que concrete la cantidad y la fecha (quedan excluidas de la obligación de registro en la citada base de datos las solicitudes meramente informativas). Asimismo, dicha base de datos recogerá la fecha de contestación y el documento de contestación a cada solicitud, contestación que se deberá realizar en todo caso por escrito. En el caso de que el proceso de negociación de una campaña comercial con un Cliente requiera de varias iteraciones con el Cliente, se registrarán las versiones sucesivas de la propuesta/contrapropuesta o documento equivalente que reflejen cambios sustantivos en precio, descuentos, condiciones u otros elementos económicos o comerciales, junto con la fecha de envío/recepción, de forma que permita reconstruir razonablemente el proceso de negociación comercial. No será necesario registrar modificaciones puramente formales, administrativas o sin incidencia apreciable en las condiciones económicas o comerciales de la propuesta. Asimismo, tanto el documento en el que conste el contrato o la validación de la orden de compra como el documento en el que conste la factura, según el apartado 2.9, serán registrados en la base de datos.

2.11. CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras conservarán en sus archivos, separados, la base de datos (o sistema equivalente) en la que se registre la documentación descrita en los apartados anteriores. Dicha base de datos se mantendrá en formato electrónico y deberá permitir acreditar en todo momento el flujo documental de la operativa comercial descrita.

2.12. A los efectos de lo dispuesto en los apartados 2.10 y 2.11, determinadas Otras Sociedades Comercializadoras estarán sujetas a un régimen específico de obligaciones de registro y archivo de documentación comercial. Lo anterior será aplicable a:

a) Uniprex, en las operaciones de venta de publicidad radiofónica exclusivamente en los ámbitos regional y local, cumplirá las obligaciones recogidas en los apartados 2.10 y 2.11 respecto de la documentación formalizada por escrito, que en todo caso incluirá contratos o validaciones de órdenes de compra o documentos equivalentes y las facturas asociadas a cada operación.

b) Diario Motor, Smartclip, Ac2Ality y The Last Lap, en tanto mantengan el ámbito de su actividad publicitaria, conservarán, en formato electrónico y de forma ordenada y accesible, contratos o validaciones de órdenes de compra o documentos equivalentes y las facturas asociadas a cada operación. No tendrán la obligación de crear y mantener la base de datos descrita en el apartado 2.10, entendiéndose cumplida la obligación de archivo prevista en el apartado 2.11 mediante la conservación de la documentación señalada.

Mantendrán, en todo caso, la condición de Otras Sociedades Comercializadoras y continuarán plenamente sujetas al resto de obligaciones previstas en los presentes compromisos.

3. COMPROMISO DE SEPARACIÓN ESTRUCTURAL DE CLEARCHANNEL ESPAÑA, CON PLENA AUTONOMÍA FUNCIONAL, ECONÓMICA Y COMERCIAL

3.1. La plena autonomía funcional, económica y comercial de CCE dentro de la Entidad Resultante, implica la existencia de una separación organizativa y decisoria. A tal efecto se garantizará en todo caso lo siguiente:

a) Los consejeros, administradores, equipos directivos y comerciales² de CCE serán personas distintas e independientes de los de las Otras Sociedades Comercializadoras y no podrán tener una vinculación directa o indirecta o una relación de dependencia respecto de las Otras Sociedades Comercializadoras y sus consejeros, administradores, equipos directivos y comerciales.

b) Los consejeros, administradores, equipos directivos y comerciales de CCE deberán abstenerse de prestar ningún tipo de servicio a las Otras Sociedades Comercializadoras. Del mismo modo, los consejeros, administradores, equipos directivos y comerciales de las Otras Sociedades Comercializadoras deberán abstenerse de prestar ningún tipo de servicio a CCE.

c) La Entidad Resultante no podrá fijar, directa o indirectamente, objetivos, para CCE o para las Otras Sociedades Comercializadoras, de facturación, cuotas de inversión, volúmenes de contratación o cualquier otro indicador de rendimiento comercial, ni adoptar prácticas que incentiven la coordinación comercial o condicionen la comercialización independiente de los Productos de Publicidad Exterior. La presente obligación se extiende a cualquier mecanismo formal o informal de fijación de objetivos, con independencia de que se instrumente mediante acuerdo escrito, directriz interna, comunicación verbal o cualquier otro medio o cualquier sistema de seguimiento del rendimiento en la medida en que afecte a la relación entre CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras. A tal efecto se garantizará en todo caso lo siguiente:

i. Los objetivos fijados a CCE no estarán relacionados, en todo o en parte, con los resultados obtenidos por Otras Sociedades Comercializadoras, y los objetivos fijados a Otras Sociedades Comercializadoras con los resultados de CCE.

ii. Los objetivos fijados a CCE o a cualquier Otra Sociedad Comercializadora no estarán relacionados con actuaciones tales como la derivación de clientes, inversión o contratación de productos publicitarios entre CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras.

² En los ‘equipos comerciales’ a que se hace referencia en los compromisos se entenderán incluidos tanto los empleados de la sociedad como cualquier persona física o jurídica, agentes o personal externo que presente servicios a la sociedad y cuya actividad se encuentre relacionada con la comercialización de publicidad, así como aquellos que participen en la definición, ejecución y seguimiento de la estrategia comercial.

iii.

[REDACTED] no estarán relacionados con los resultados de las Otras Sociedades Comercializadoras, con los resultados globales de la Entidad Resultante o con métricas agregadas que integren resultados de las Otras Sociedades Comercializadoras.

Por su parte, los sistemas de retribución de los consejeros, administradores, equipos directivos y comerciales de las Otras Sociedades Comercializadoras no estarán relacionados con los resultados de CCE, con los resultados globales de la Entidad Resultante o con métricas agregadas que integren resultados de CCE.

d) No podrá intercambiarse, de manera directa o indirecta, formalmente o de facto, información comercial entre CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras. Se entenderá por "información comercial" toda información relativa a Clientes, condiciones u ofertas comerciales, precios, descuentos, planificación de campañas, volúmenes de contratación, negociaciones en curso o futuras, estrategias de comercialización, asignación de inventario y cualesquiera métricas o parámetros utilizados para la fijación de condiciones de comercialización. A tal efecto se garantizará en todo caso lo siguiente:

i. CCE deberá utilizar aplicaciones informáticas separadas de las de las Otras Sociedades Comercializadoras sin accesos o funcionalidades compartidas que permitan, directa o indirectamente, el intercambio de información comercial.

ii. Los consejeros, administradores, equipos directivos y comerciales de CCE no podrán tener acceso de manera directa o indirecta a información comercial de la Entidad Resultante relativa a Otros Productos Publicitarios, ni los de las Otras Sociedades Comercializadoras a información comercial relativa a Productos de Publicidad Exterior.

iii. CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras deberán implementar mecanismos de aseguramiento de la estanqueidad entre CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras de la información comercial ("murallas chinas"). Estos mecanismos incluirán [REDACTED]

[REDACTED] y la impartición de sesiones de formación periódicas dirigidas a este mismo colectivo sobre el alcance de los Compromisos y las correspondientes obligaciones de confidencialidad.

e) CCE deberá ocupar instalaciones físicas separadas, sin conexión física entre ellas, de las de las Otras Sociedades Comercializadoras.

3.2. CCE deberá mantener una contabilidad separada de las de cualquier otra sociedad de la Entidad Resultante. La información contable y financiera deberá permitir la verificación de lo señalado en los apartados 3.3 y 3.4 siguientes. A estos efectos, la participación de CCE en un sistema de tesorería centralizada de la Entidad Resultante o mecanismos equivalentes deberá de tener un carácter estrictamente financiero, no alterando la titularidad de los recursos ni la autonomía económica y decisoria de CCE, cumpliendo en todo caso lo señalado en estos compromisos, en particular lo dispuesto en los apartados 3.3 y 3.4.

Este compromiso no debe entenderse en el sentido de impedir el cumplimiento de la obligación legal de consolidación contable de CCE en el Grupo Atresmedia.

3.3. La Entidad Resultante se compromete a no realizar ninguna transferencia de recursos, directa o indirecta, desde CCE hacia otras sociedades de la Entidad Resultante y desde estas hacia CCE, incluyendo, en particular, la financiación o subvención de políticas comerciales (precios, descuentos u otras condiciones) mediante recursos generados por otras sociedades de la Entidad Resultante o viceversa. A estos efectos, se entenderán incluidos, [REDACTED]

3.4. Toda prestación intragrupo entre CCE y las otras sociedades de la Entidad Resultante siempre que resulte compatible con el resto de los compromisos, deberá realizarse a condiciones de mercado, [REDACTED]

4. OBLIGACIONES EN MATERIA DE LICITACIONES PÚBLICAS DE ENTIDADES DEL SECTOR PÚBLICO

4.1. Las obligaciones recogidas en el compromiso 2 no afectarán a los contratos de la Entidad Resultante vigentes con entidades del sector público que estén sometidos al correspondiente procedimiento de licitación pública y regulados por la normativa de contratación pública y los pliegos de la licitación. En relación con las licitaciones de entidades del sector público relacionadas con la comercialización de publicidad, las obligaciones recogidas en el compromiso 2 resultarán plenamente aplicables, salvo en la medida estrictamente necesaria para cumplir con lo exigido en los pliegos de la licitación y en la normativa de contratación pública aplicable.

4.2. En los procesos de licitación de entidades del sector público, la Entidad Resultante no podrá, y en todo caso ni CCE ni las Otras Sociedades Comercializadoras, ofrecer o sugerir contraprestaciones consistentes en la inclusión o vinculación, bajo cualquier forma, de Otros Productos Publicitarios con Productos de Publicidad Exterior.

4.3. La Entidad Resultante, y en todo caso CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras, no concurrirá a procesos de licitación convocados por entidades del sector público relativos a la comercialización de soportes de publicidad exterior mediante UTE ni otras formas de participación conjunta o coordinada con empresas activas en la comercialización de publicidad exterior.

5. GESTIÓN DE PRODUCTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE TERCEROS

5.1. La entidad resultante se compromete a no prestar servicios de comercialización, gestión, intermediación o representación publicitaria en el mercado de publicidad exterior por cuenta de terceras empresas activas en la comercialización de publicidad exterior, sin

perjuicio de la posibilidad de CCE de prestar este tipo de servicios cuando la facturación por la publicidad de terceros gestionada no supere conjuntamente el 5% del volumen de facturación anual total de CCE.

6. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN A TERCEROS

6.1. En el plazo de [un mes] desde el Cierre de la Operación, la Entidad Resultante informará a los Clientes que se detallan a continuación de la existencia de los Compromisos y de la obligatoriedad de los mismos: a todas las agencias de medios, a los veinte (20) principales anunciantes, por volumen de inversión, en Otros Productos Publicitarios, y los veinte (20) principales anunciantes, por volumen de inversión, en Productos de Publicidad Exterior. Se informará también a la Asociación Española de Anunciantes.

6.2. La comunicación se hará por escrito, mediante email o carta, y se dirigirá a la dirección general o la dirección de compras de los Clientes. Además, dicha comunicación irá acompañada de una copia completa de los Compromisos y se solicitará acuse de recibo de la comunicación. En la comunicación, se expresará explícitamente que, como consecuencia de los Compromisos:

a) la comercialización de Productos de Publicidad Exterior se llevará a cabo de manera separada e independiente de la de cualesquiera Otros Productos Publicitarios,

b) la adquisición de dichos Productos de Publicidad Exterior deberá realizarse directamente a través de CCE; y

c) las condiciones de comercialización de los Productos de Publicidad Exterior (incluyendo precio, calidad, acceso a inventario y demás condiciones comerciales) serán aplicables con independencia de que el Cliente haya adquirido, adquiera o vaya a adquirir Otros Productos Publicitarios.

6.3. Además, en el mismo plazo de [un mes] desde el Cierre de la Operación, la Entidad Resultante informará, a través de las páginas web de CCE y de las Otras Sociedades Comercializadoras, de la existencia, contenido y carácter vinculante de los Compromisos, publicando íntegramente su texto en dichas páginas web e incluyendo asimismo un enlace a la resolución de la CNMC por la que se autoriza la concentración.

7. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN A LA DIRECCIÓN DE COMPETENCIA

7.1. El responsable de todas las obligaciones de información recogidas en este apartado es Atresmedia, que designará un punto de contacto único para centralizar y remitir a la Dirección de Competencia toda la información que deba facilitarse en virtud de los presentes Compromisos.

7.2. Atresmedia remitirá, con carácter anual, los ingresos anuales por la venta de los Productos de Publicidad comercializados por CCE y por cada una de las Otras Sociedades Comercializadoras, desglosados por cada producto vendido y por los elementos

cuantitativos y cualitativos que hayan influido en el precio. Esta información se facilitará en hoja de cálculo procesable en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.3. Atresmedia remitirá copia de todos los acuerdos vigentes a fecha del Cierre de la Operación suscritos por la Entidad Resultante, y en todo caso por CCE y por cada una de las Otras Sociedades Comercializadoras, con cada una de las agencias de medios, así como de cualesquiera modificaciones acordadas, incluyendo anexos, condiciones particulares y cualquier mecanismo de ajuste o regularización posterior, en el plazo de [un mes] desde el Cierre de la Operación. La información anterior se acompañará de un listado de los acuerdos, especificando para cada uno de ellos la sociedad comercializadora firmante, la fecha, duración, objeto y cuantía de las contraprestaciones acordadas (o equivalente). Dicha información se actualizará anualmente y el listado deberá reflejar, en su caso, las modificaciones producidas en cada contrato, y remitirá en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.4. Atresmedia remitirá, con carácter anual, las cantidades pagadas a cada una de las agencias de medios por cada acuerdo suscrito por la Entidad Resultante, y en todo caso por CCE y por cada una de las Otras Sociedades Comercializadoras. Esta información se facilitará en hoja de cálculo procesable en el plazo máximo de [cuatro meses] desde la finalización de cada año natural.

7.5. Atresmedia remitirá una copia de la oferta comercial de CCE vigente en la fecha de Cierre de la Operación a que se refiere el compromiso 2.2 así como una copia del catálogo de Productos Publicitarios de Exterior a que se refiere el compromiso 2.1 y que deberá haber sido publicado por CCE en su página web, todo ello en el plazo de [un mes] desde la fecha de Cierre de la Operación. Esta información se actualizará con carácter anual mediante la remisión de una copia de los nuevos catálogos o sus modificaciones o actualizaciones acompañada de una explicación de los cambios producidos. Esta información será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.6. En el plazo [un mes] desde la fecha de Cierre de la Operación, se remitirá copia de las Condiciones Generales de Contratación y de los modelos de propuesta comercial utilizados, incluyendo la cláusula prevista en el apartado 2.6, aplicables a Productos de Publicidad Exterior y Otros Productos Publicitarios. Esta información se actualizará con carácter anual mediante la remisión de una copia de las nuevas Condiciones Generales de Contratación y de los modelos de propuesta comercial utilizados o sus modificaciones o actualizaciones acompañada, en su caso, de una explicación de los cambios producidos. Esta información será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.7. Atresmedia remitirá anualmente en el plazo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural, un listado de las solicitudes de las previstas en el apartado 2.7, identificando al Cliente solicitante, la fecha de la solicitud y la respuesta remitida, incluyendo copia de la comunicación escrita enviada al Cliente.

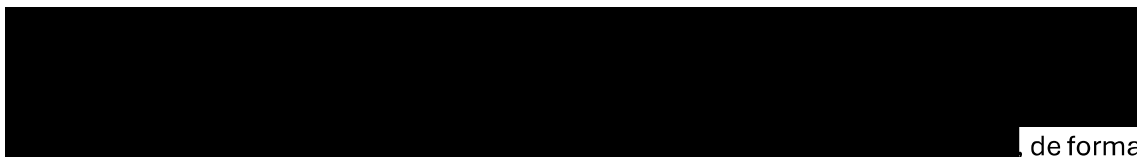
7.8. En el plazo de [un mes] desde el Cierre de la Operación, Atresmedia remitirá una descripción de la estructura y funcionamiento de las bases de datos, o sistemas equivalentes, de conformidad con los apartados 2.10 y 2.11, incluyendo los campos de información disponibles y el formato de extracción electrónica. Esta información se actualizará con carácter anual en caso de que se hubieran producido modificaciones o actualizaciones acompañada de una explicación de los cambios producidos. Esta información será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

En todo momento, deberá permitirse su extracción total o parcial en formato electrónico procesable a solicitud de la Dirección de Competencia en un plazo no superior a [10 días hábiles] desde su solicitud. Dicha extracción deberá incluir, como mínimo: identificador del Cliente, fecha de solicitud, fecha de respuesta, producto(s) afectados, documentación de propuesta y contrapropuesta y, en su caso, contrato u orden de compra y factura asociados.

7.9. Atresmedia conservará copia de las presentaciones comerciales, propuestas, materiales de marketing, dossiers comerciales y documentación equivalente dirigida a Clientes relativa a la comercialización de Productos de Publicidad por parte de la Entidad Resultante o de cualquiera de sus sociedades comercializadoras.

7.10. Atresmedia, en el plazo de [un mes] desde el Cierre de la Operación, aportará respecto de CCE y de las Otras Sociedades Comercializadoras los productos publicitarios comercializados por cada una de ellas, así como una relación de los miembros de los órganos de administración, equipos directivos y equipos comerciales. Esta información se actualizará con carácter anual en caso de que se hubieran producido modificaciones o actualizaciones acompañada de una explicación de los cambios producidos. Esta información será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.11. Atresmedia remitirá, con carácter anual, documentación justificativa relativa a la



de forma que permita verificar la correspondencia entre los objetivos fijados y los incentivos percibidos. Esta información será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.12. Atresmedia remitirá, en el plazo de [dos meses] desde el Cierre de la Operación, información técnica detallada sobre las aplicaciones informáticas empleadas por CCE y las medidas adoptadas de separación respecto de las aplicaciones informáticas utilizadas por las Otras Sociedades Comercializadoras conforme a lo dispuesto en el apartado 3.1.d.i. Esta información se actualizará con carácter anual en caso de que se hubieran producido modificaciones o actualizaciones acompañada de una explicación de los cambios producidos. Esta información será remitida en el plazo máximo [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.13. En el plazo de [dos meses] desde el Cierre de la Operación, se aportará toda la documentación justificativa de la implementación de mecanismos de aseguramiento de la estanqueidad de la información comercial correspondiente a la actividad de comercialización de Productos de Publicidad Exterior ("murallas chinas") conforme a lo dispuesto en el apartado 3.1.d.ii y iii. Esta información se actualizará con carácter anual en caso de que se hubieran producido modificaciones o actualizaciones acompañada de una explicación de los cambios producidos. Esta información será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.14. En el plazo de [dos meses] desde el Cierre de la Operación, se aportará información detallada sobre las instalaciones físicas donde se ubiquen CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras. Esta información se actualizará con carácter anual en caso de que se hubieran producido modificaciones o actualizaciones acompañada de una explicación de los cambios producidos. Esta información será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.15. Atresmedia remitirá, con carácter anual y en el plazo de [un mes] desde la aprobación de las cuentas anuales de CCE, una copia de dichas cuentas, junto con una relación de:

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

7.16. CCE y las Otras Sociedades Comercializadoras conservarán durante [cinco años] desde la convocatoria de cada licitación pública relacionada con Productos Publicitarios en la que participen, la documentación relativa a su participación, incluyendo, al menos, las ofertas presentadas, la documentación justificativa de costes y precios ofertados, y cualquier documentación relativa a la aplicación de la excepción prevista en el apartado 4.1.

7.17. Atresmedia remitirá anualmente un listado de las licitaciones públicas a que se refiere el compromiso 4 en las que hayan participado la Entidad Resultante, CCE u Otras Sociedades Comercializadoras, indicando: (i) entidad que convoca la licitación, (ii) objeto de la licitación, (iii) sociedades participantes del grupo, (iv) la existencia de acuerdos, prestaciones o relaciones intragrupo vinculadas a la ejecución del contrato, (v) excepciones aplicadas conforme al apartado 4.1 y su justificación. Esta información actualizada será remitida en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural.

7.18. Atresmedia remitirá anualmente, en el plazo máximo de [dos meses] desde la finalización de cada año natural, una relación de los acuerdos de comercialización, gestión, intermediación o representación publicitaria por cuenta de terceros suscritos o vigentes durante el ejercicio por CCE. Dicha relación deberá identificar, para cada acuerdo: las partes intervinientes; fecha, duración y objeto; naturaleza de los servicios prestados; identificación general de los soportes o inventario afectados; ingresos obtenidos por CCE derivados del acuerdo durante el ejercicio; y porcentaje que dichos ingresos representan sobre el volumen de facturación total anual de CCE.

7.19. Atresmedia remitirá en el plazo de [un mes] desde el envío de las comunicaciones previstas en el apartado 6.1, copia de dichas comunicaciones, así como acreditación de su envío, y en su caso, de su recepción y contestación por los destinatarios.

7.20. Atresmedia, en el plazo de [un mes] desde la publicación prevista en el apartado 6.3, remitirá acreditación de dicha publicación, incluyendo copia del contenido publicado en las páginas web de CCE y de las Otras Sociedades Comercializadoras, así como del enlace a la resolución de la CNMC por la que se autoriza la concentración.

7.21. La Dirección de Competencia podrá modificar el contenido o periodicidad de la información a remitir por Atresmedia cuando ello sea necesario para el adecuado desempeño de las funciones de vigilancia del cumplimiento de la resolución por la que se autorice la Operación y en particular de los presentes compromisos.

7.22. Se verán automáticamente prorrogados en 7 días hábiles, desde el 1 de septiembre, los plazos de todas las obligaciones de información contenidas en la presente propuesta de compromisos cuyo vencimiento se sitúe en algún día del mes de agosto.

7.23. La Entidad Resultante remitirá la información adicional que le sea solicitada por la Dirección de Competencia y que resulte necesaria para las funciones de vigilancia.

7.24. Lo dispuesto en este apartado séptimo se entenderá sin perjuicio de las facultades de la CNMC para requerir a Atresmedia o a cualquier sociedad de la Entidad Resultante o a terceros información conforme a lo establecido en el artículo 39 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

8. ENTRADA EN VIGOR Y DURACIÓN

8.1. Los Compromisos tendrán una duración máxima de ocho años desde la fecha del Cierre de la Operación. No obstante, transcurridos cuatro años desde dicha fecha, la

Entidad Resultante podrá aportar a la CNMC un informe sobre la situación competitiva de los mercados considerados en el que podrá incluir una solicitud motivada de reducción o finalización de la vigilancia respecto de la totalidad o parte de los compromisos.

La CNMC resolverá motivadamente sobre dicha solicitud en el plazo de 12 meses desde la presentación de la solicitud.

8.2. La Entidad Resultante notificará a la CNMC la fecha del Cierre de la Operación en el plazo máximo de [cinco días] desde que este se produzca.

9. ADMINISTRADOR DE LA SUPERVISIÓN DE LOS COMPROMISOS

9.1. Con el fin de garantizar el adecuado y efectivo cumplimiento de las obligaciones asumidas por la Entidad Resultante en virtud de los Compromisos, se designará un Administrador ("*monitoring trustee*") que ejercerá las funciones de supervisión y control que se detallan a continuación. Dicho Administrador actuará, a todos los efectos, como supervisor de la ejecución de los Compromisos.

9.2. El Administrador deberá reunir, en todo caso, los siguientes requisitos:

- a) Será plenamente independiente de la Entidad Resultante, no pudiendo coincidir con la entidad encargada de la auditoría de las cuentas anuales del Grupo Atresmedia ni mantener con la Entidad Resultante vínculos profesionales o comerciales significativos que puedan comprometer su independencia.
- b) Se le requerirá las cualificaciones técnicas, experiencia profesional y capacidad operativa necesarias para el adecuado desempeño de su encargo.
- c) No deberá encontrarse incurso en situación alguna de conflicto de interés, ya sea actual o potencial, que pueda afectar al correcto ejercicio de sus funciones.
- d) El coste derivado de la designación y actuación del Administrador será íntegramente asumido por la Entidad Resultante, sin que ello afecte a su independencia.

9.3. El desempeño de las labores del Administrador debe entenderse efectivo a partir del Cierre de la Operación.

9.4. En un plazo máximo de [tres meses] desde que se notifique la Resolución de autorización de la Operación, la Entidad Resultante presentará a la Dirección de Competencia una propuesta de entre tres y cinco personas o entidades aptas para realizar las tareas de control propias del Administrador, que deberá poseer la experiencia, competencia, y cualificaciones necesarias para desempeñar su mandato.

La referida propuesta deberá contener información suficiente que permita a la Dirección de Competencia verificar que los Administradores propuestos cumplen con los requisitos establecidos. Asimismo, la propuesta deberá incluir los términos del correspondiente mandato para que el Administrador que se designe pueda desempeñar correctamente sus funciones y obligaciones.

9.5. El Administrador será designado por la Entidad Resultante, de entre las propuestas que cuenten con la previa aprobación expresa de la Dirección de Competencia, en el plazo de 10 días hábiles a contar desde dicha aprobación. En el plazo de 5 días hábiles tras la designación, la Entidad Resultante aportará copia firmada del contrato de servicios con el Administrador.

9.6. El Administrador asumirá las obligaciones previstas en este Compromiso, a fin de garantizar la vigilancia y comprobar de forma continuada y objetiva la correcta implementación y ejecución de los Compromisos.

9.7. En particular, el Administrador deberá llevar a cabo, con carácter periódico, las siguientes actuaciones de supervisión:

a) Solicitar a las empresas de la Entidad Resultante toda la información, documentación y explicaciones que resulten razonablemente necesarias para el adecuado desempeño de sus funciones de supervisión del cumplimiento de los compromisos.

b) Remitir a la Dirección de Competencia, dentro del plazo de [un mes] desde su nombramiento, un primer informe que incluya un plan de trabajo detallado en el que describa cómo prevé supervisar el cumplimiento de los compromisos.

c) Proponer, cuando proceda, a la Entidad Resultante aquellas medidas que el Administrador considere necesarias para garantizar el cumplimiento de los Compromisos por parte de la Entidad Resultante.

d) Una vez concluido cada ejercicio, el Administrador elaborará y remitirá directamente a la Dirección de Competencia un informe anual con el fin de permitir a la Dirección de Competencia evaluar el cumplimiento de los Compromisos, que deberá presentarse en el plazo máximo de [un mes] desde la aprobación de las cuentas anuales. La Entidad Resultante recibirá simultáneamente una copia no confidencial del informe final.

e) Informar sin demora y por escrito a la Dirección de Competencia, remitiendo simultáneamente una copia no confidencial a la Entidad Resultante, cuando concluya, sobre bases razonables, que la Entidad Resultante está incumpliendo los Compromisos.

f) Cooperar plenamente con la Dirección de Competencia en el ejercicio de sus funciones de supervisión, en lo que la Dirección de Competencia estime necesario en cada momento.

9.8. La Entidad Resultante tendrá las siguientes obligaciones hacia el Administrador:

a) Designar interlocutores en la Entidad Resultante, y en particular en CCE y en las Otras Sociedades Comercializadoras, con capacidad suficiente para coordinar las relaciones con el Administrador y atender de forma diligente sus solicitudes.

b) Prestar al Administrador toda la cooperación, asistencia e información que este pueda requerir para desempeñar sus funciones.

c) Estar disponible para mantener las reuniones que sean oportunas con el fin de ampliar la información solicitada o realizar las aclaraciones que el Administrador considere apropiadas.

d) Notificar sin demora al Administrador cualquier circunstancia, hecho relevante o modificación que pueda afectar, directa o indirectamente, al cumplimiento de los Compromisos.

e) Abstenerse de adoptar cualquier conducta, acción u omisión que pueda obstaculizar, interferir o dificultar el ejercicio independiente y efectivo de las funciones del Administrador.

f) Asumir todos los gastos derivados en los que incurra el Administrador, en el marco de los trabajos que se realicen en la supervisión de los Compromisos.

9.9. En caso de que el Administrador incumpla las funciones previstas en este Compromiso, o cuando concurra un motivo legítimo que impida o desaconseje la continuación de su mandato (incluyendo, por ejemplo, la aparición de un conflicto de interés), la Dirección de Competencia podrá, de oficio o a propuesta de la Entidad Resultante acordar su cese y exigir su sustitución por una persona o entidad de entre aquellas que hubieran sido aprobadas con anterioridad por la CNMC. En caso de acordarse la sustitución del Administrador, la Dirección de Competencia podrá exigir que éste continúe desempeñando sus funciones hasta que la Entidad Resultante haya designado al nuevo Administrador.

10. REVISIÓN

10.1. Durante el periodo de vigencia de los Compromisos, la Entidad Resultante podrá solicitar motivadamente a la CNMC la modificación del contenido o duración de los Compromisos en el caso de que se haya producido un cambio relevante en la regulación, estructura y dinámicas de los mercados en los que se comercializan los productos publicitarios de la Entidad Resultante.

10.2. El Consejo de la CNMC podrá modificar los Compromisos, si considera que la modificación relevante en la estructura, regulación y dinámica de los mercados en el que se venden los productos publicitarios de la Entidad Resultante se ha producido efectivamente y hace innecesario el mantenimiento total o parcial de los Compromisos.