

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE DESESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA ASOCIACIÓN PERROTÓN.

EC/D TSA/020/16/ASOCIACIÓN PERROTÓN

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente por sustitución

D. Eduardo García Matilla

Consejeros

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D^a. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 28 de abril de 2016

Visto el procedimiento relativo a la exención de cómputo publicitario solicitada, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 12 de abril de 2016 tuvo entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Asociación Perrotón por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, cuya grabación aporta, con el objetivo de promover y fomentar la adopción y tenencia responsable de animales de compañía. Este spot es integrante de la campaña “Perrotón 2016”.

➤ Descripción del anuncio:

Se trata de un spot de 25 segundos de duración en el que se promociona a través de Finn y Jake, personajes de dibujos animados de la “Hora de Aventuras” que se emiten en el canal Boing, la carrera “PERROTÓN – Madrid 2016”.

El spot finaliza con primeros planos de perros con sus dueños y termina remitiéndonos a la web www.perroton.org que junto con un perro (chihuahua) ocupan toda la pantalla.

II FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero.- Habilitación competencial.

La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, atribuye en su artículo 9.11 a este organismo el ejercicio de la función de resolver sobre el carácter no publicitario de los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, previa solicitud de los interesados, de conformidad con lo establecido en la Disposición adicional séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA).

La Disposición referida establece que *“No tienen la consideración de publicidad los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, difundidos gratuitamente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 de esta Ley. A los efectos del cómputo previsto en el apartado 1 del artículo 14, la autoridad audiovisual competente podrá resolver, a solicitud de los interesados y previamente a su emisión, sobre la no consideración como mensajes publicitarios de estas comunicaciones”*.

En virtud de lo anterior, de conformidad con lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la citada Ley 3/2013, el órgano competente para resolver el presente procedimiento es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Segundo.- Análisis de la solicitud.

El apartado 24 del artículo 2 de la LGCA define la *Comunicación comercial audiovisual como “Las imágenes o sonidos destinados a promocionar, de manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica. Estas imágenes o sonidos acompañan a un programa o se incluyen en él a cambio de una contraprestación a favor del prestador del servicio [...]”*.

Mientras, por su parte, el apartado 25 del referido artículo 2 de la LGCA se refiere a los mensajes publicitarios en los siguientes términos *“Toda forma de mensaje de una empresa pública o privada o de una persona física en relación con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes inmuebles, derechos y obligaciones.”*

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición adicional séptima de la LGCA, para que estos anuncios puedan beneficiarse de su consideración de mensajes no publicitarios, su difusión deberá ser gratuita y tener fines benéficos lo que implica que no puede reportar ningún tipo de beneficio económico o empresarial para el titular del mismo.

Tras el análisis de la grabación suministrada por la ASOCIACIÓN PERROTÓN se considera que el spot no reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, por los siguientes motivos:

En esta ocasión, el posible fin benéfico del anuncio se ve interferido, en lo que respecta a la exención de cómputo, por la estrecha conexión entre el evento publicitado y una conocida marca.

Perrotón es una marca asociada a una conocida empresa de alimentación para perros (Purina Dog Chow), siendo un evento que aparece habitualmente asociado a la citada compañía de piensos para animales (véase, por ejemplo, <https://www.perroton.dogchow.cl/>). De hecho, en muchos países Perrotón está registrada por la compañía Nestlé, que es la propietaria de Purina. En España es una marca registrada por Dña. A.B.S, fundadora de la empresa Abbott.

La empresa Abott Producciones, desarrolla todo tipo de acciones de marketing y comunicación (<http://www.abottpro.com/quienes-somos>), es la organizadora de la 5ª edición de la Carrera Solidaria por la Adopción y Tenencia responsable de animales de Compañía. Adicionalmente, el vínculo al que remite el anuncio (<http://www.perroton.org/>) incluye una imagen en la parte derecha de la pantalla web (B &B I love perrotón) que al clicar en ella remite a la web (<http://www.bbiloveperroton.org/>) donde Dña. A.B.S vende diferentes productos diseñados por ella misma, por lo que no queda excluida la posibilidad de que la emisión del anuncio reporte beneficios empresariales directos a la empresa Abott Producciones.

Asimismo, este anuncio puede ser considerado como un reclamo con fines comerciales, puesto que a través de la web (<http://www.perroton.org/>) se puede enlazar directamente a las webs comerciales de todos los patrocinadores del evento.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

RESUELVE

Único.- Desestimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la ASOCIACIÓN PERROTÓN, en relación con el anuncio de la campaña “Perrotón 2016”.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.