

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR UNICEF COMITÉ ESPAÑOL.

EC/D TSA/094/15/ UNICEF

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D. Josep Maria Guinart Solà

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 10 de diciembre de 2015

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

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 27 de noviembre de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de UNICEF COMITÉ ESPAÑOL por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cuatro spots publicitarios, cuyos formatos aporta, y de un faldón publicitario con motivo del lanzamiento de una nueva campaña “Hazte socio”, con el objetivo de, por un lado, concienciar a la sociedad sobre la situación que viven millones de niños en el mundo y por otro lado, recaudar fondos para que UNICEF continúe con su buena labor.

➤ Descripción de los anuncios:

El anuncio empieza con la siguiente superimpresión: “¿Y tú qué has hecho hoy?”; seguidamente, se da paso a F. Moreno, socia de UNICEF que expone lo siguiente: “Hoy he llevado agua potable a comunidades de Siria y Mauritania.

He ayudado a prevenir la desnutrición y enfermedades como la neumonía y la malaria que matan a millones de niños.

Soy una de las miles de personas que apoyan a UNICEF y te pido que te unas a nosotros. Con tus 10 euros al mes podemos salvar muchas vidas. Llama al 900 907 300 o entra en unicefayuda.es y hazte socio. Te sorprenderás con todo lo que podemos hacer. Tú y UNICEF”

El spot finaliza con el logotipo de UNICEF junto con la web www.unicefayuda.es y el teléfono de contacto que varía en los cuatro spots que van a emitir: (900 907 300, 900 907 900, 900 907 121, 900 907 123)

En relación a los cuatro anuncios aportados hay que mencionar que son exactamente iguales en cuanto contenido, imágenes y duración; lo único que varía en cada uno de ellos es el teléfono de contacto.

La duración del anuncio es de 30 segundos.

- En relación al Faldón publicitario el contenido aportado es el siguiente:



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.”*

Una vez analizados los spots y el faldón publicitario suministrados por UNICEF COMITÉ ESPAÑOL, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio y faldón de carácter benéfico que carecen de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que estos spots y faldón puedan beneficiarse de dicha condición y no sean considerados mensajes publicitarios, su difusión deberá ser gratuita, por tanto es necesario que se remita a la Subdirección de Audiovisual de la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual de la CNMC (C/ Alcalá, 47 – 28014 Madrid), el certificado de gratuidad expedido por el operador u operadores que vayan a difundir el mismo, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos espacios se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de la comunicación ha de producirse con posterioridad a la solicitud y a la resolución estimatoria, en virtud de lo dispuesto en el apartado primero del “Acuerdo por el que se definen los criterios a aplicar en los procedimientos de exención de cómputo publicitario” (EC/DTSA/041/15), dictado por esta Sala el 9 de julio de 2015.

Por último, en cuanto a su difusión en los canales de ámbito autonómico y local, se informa que el artículo 56 de la LGCA otorga en esta materia la competencia a las Comunidades Autónomas.

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

RESUELVE

Único.- Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por UNICEF COMITÉ ESPAÑOL en relación con los spots y el faldón publicitarios de la campaña “Hazte socio”.

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.