

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR UNICEF EN RELACIÓN A
LA CAMPAÑA “#CIERRAUNICEF”****EC/DTSA/059/17/UNICEF/#CIERRAUNICEF****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidenta**D^a. María Fernández Pérez**Consejeros**

D. Benigno Valdés Díaz

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 7 de noviembre de 2017

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

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 25 de octubre de 2017 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de Unicef por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot publicitario con seis versiones diferentes, cuyas grabaciones aporta, y de cuatro faldones, que tienen como objetivo animar a los telespectadores a colaborar con sus fines a través de la donación.

A través de la campaña “#CIERRA UNICEF”, esta entidad sin ánimo de lucro, anima al público a hacerse socio para ayudar a millones de niños que sufren malnutrición aguda en el mundo.

En los spots, de 20 y 30 segundos de duración, se ve a David Bisbal, Embajador de Unicef, invitando a donar y a hacerse socio de Unicef para que pueda en algún momento cerrarse esta ONG cuya misión es la defensa de una vida digna para todos los niños. De fondo, se muestra asimismo imágenes de un niño desnutrido, llorando y al que se le proporciona un tratamiento alimenticio de Unicef que se cuantifica económicamente (10 euros al mes para alimentar a un niño con desnutrición durante una semana). Para animar a la donación se usan sobreimpresiones como: DONA AHORA o HAZTE SOCIO y

se indican estas web y teléfono: CIERRAUNICEF.ES o UNICEFAYUDA.ES, 900907133.

En relación a los faldones, su creatividad en castellano sería la siguiente:

#CIERRA UNICEF ENVÍA UNICEF AL 38080 

IMPORTE DEL SERVICIO DE SMS 4€ ÍNTEGROS PARA UNICEF. Movistar, Vodafone, Orange, Amena, Euskaltel y Yoigo. Operado por UNICEF. N.atn.ctte: 902228028, sms unicef.es. Info legal y protección datos: www.unicef.es

DONA AHORA 900 907 133 | cierraunicef.es 

#CIERRA UNICEF **DONA AHORA**
900 907 133 | cierraunicef.es 



II FUDAMENTOS 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 remitidos por Unicef, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues en ellos pueden apreciarse valores de carácter benéfico e interés social relacionados con la prevención de la pobreza y la malnutrición infantil y que carecen, a su vez, de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que estos anuncios 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 los anuncios y el faldón, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos spots y faldón se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de estos anuncios y de este faldón 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 en su campaña #CIERRAUNICEF, en que se busca captar socios y donaciones en favor de la lucha contra de la desnutrición infantil en el mundo.

Esta exención queda condicionada a que, con carácter previo a su difusión, se remitan a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir los anuncios y el faldón, así como la relación de las franjas horarias en las que se vayan a emitir gratuitamente.

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.