

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FEDERACIÓN  
ESPAÑOLA DE BANCOS DE ALIMENTOS (FESBAL) EN RELACIÓN A LA  
CAMPAÑA “GRAN RECOGIDA 2018”****EC/D TSA/068/18/FESBAL/GRAN RECOGIDA 2018****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidenta**D<sup>a</sup>. 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. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 7 de noviembre de 2018

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 2018 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos spots publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo motivar a la población a colaborar donando alimentos o recogidos como voluntarios para hacerlos llegar a las millones de personas que los necesitan en España.

Con la campaña “Gran Recogida 2018”, FESBAL, pretende la implicación de 130.000 voluntarios para que, de forma altruista, motiven al público a hacer sus donaciones y les informen de las necesidades de alimentos para la cesta básica.

Los spots de 30 y 60 segundos de duración respectivamente, comienzan con el logotipo de la Federación donde una madre voluntaria y su hijo hacen una parodia sobre la enfermedad que tiene la madre que siempre quiere ayudar a los demás, apareciendo también como acuden al médico el cual le diagnostica “un ataque muy agudo de solidaridad”. A continuación, se muestra una superimpresión de “la gran recogida de alimentos 2018”, y ambos personajes, el

hijo y la madre invitan a participar en la campaña anual nacional más importante de recogida de alimentos diciendo: “colabora como voluntario” o “participa como donante”. Finalmente, una voz en off acompañada de una superimpresión dice: “¡¡¡SE PROTAGONISTA!!! PARTICIPA EN LA HISTORIA”.

Los spots concluyen con el logotipo del Banco de Alimentos y con grafismos diversos: 30 DE NOVIEMBRE Y 1 DE DICIEMBRE, MAS INFORMACIÓN EN [WWW.FESBAL.ORG/WWW.GRANRECOGIDADEALIMENTOS.ORG](http://WWW.FESBAL.ORG/WWW.GRANRECOGIDADEALIMENTOS.ORG).

## 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 remitidos por FESBAL, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de anuncios en los que pueden apreciarse valores de carácter benéfico e interés social 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 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, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos spots se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de estos anuncios 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/D TSA/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 la Federación Española de Bancos de Alimentos, en relación con la campaña “Gran Recogida 2018”, que busca la implicación de la población en la principal campaña de recogida anual de alimentos destinada a las personas que lo necesitan en nuestro país.

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, 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.