

RESOLUCIÓN SOBRE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “POR UN FUTURO CON AGUA”**EC/D TSA/021/20/MEDIASET /POR UN FUTURO CON AGUA****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. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 15 de abril de 2020

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

I ANTECEDENTES

Único. - Con fecha 10 de marzo de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de Mediaset España Comunicación S.A., (en adelante MEDIASET), por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aportan, que tiene como objetivo garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

En los anuncios, de 25 segundos de duración, se muestran imágenes de niños jugando con el agua, con una locución en off, que nos recuerda que el agua no es infinita y que hay que aprender a cuidar el agua de hoy para salvar el mañana y las sobreimpresiones: “Un grifo Abierto 3 minutos”, “Malgasta 25 litros”. Los anuncios concluyen con imágenes de una niña o de un niño bebiendo agua de una fuente diciendo: “por el valor del Agua”.

Finalizan con la voz en off y las sobreimpresiones siguientes: “Valor Mediaset España”, “Mediaset España y Finish juntos por un futuro con agua”, con el logotipo de la gota de agua y de Finish.

II FUDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. - Habilitación competencial

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.”*

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

Una vez analizado los anuncios remitidos por MEDIASET, ha de señalarse que no puede estimarse la solicitud de exención solicitada por los siguientes motivos:

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.

Asimismo, el apartado tercero 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, establece que “para que esta Comisión pueda autorizar una exención publicitaria, no debe existir beneficio comercial alguno, ni una promoción implícita o explícita de productos o servicios que puedan estar vinculados con la campaña, las instituciones participantes, o las características del evento en cuestión”.

En el presente caso, ambos anuncios hacen referencia explícita, tanto de forma sonora como visual, a que la campaña publicitaria está copatrocinada por una marca comercial “Finish” que fabrica y comercializa conocidos productos para uso de lavavajillas. Este tipo de electrodomésticos, se relacionan y publicitan directamente, entre otras funcionalidades, con la cualidad de que su uso conlleva el beneficio de un evidente ahorro de agua. Nos encontramos pues ante un caso en el que implícitamente se estaría produciendo la promoción de un producto vinculado con la campaña publicitaria para la que se solicita la exención de cómputo, el buen uso de un recurso público esencial y limitado como es el agua.

Estas circunstancias hacen incompatibles ambos anuncios con los requisitos establecidos en la Disposición adicional séptima de la LGCA y con el acuerdo de esta Sala por el que se definen los criterios a aplicar en los procedimientos de exención de cómputo publicitario” (EC/DTSA/041/15), para que pueda ser reconocida la exención de cómputo publicitario solicitada.

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 MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A., en relación con la campaña “POR UN FUTURO CON AGUA”.

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. Sin embargo, se hace constar que, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional segunda del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, “se suspenden términos y se suspenden e interrumpen los plazos previstos en las leyes procesales para todos

los órdenes jurisdiccionales. El cómputo de los plazos se reanudará en el momento en que pierda vigencia el presente real decreto o, en su caso, las prórrogas del mismo".