

**RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “EL GRAN RETO SOLIDARIO”**

**EC/DTSA/042/20/ FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE / EL GRAN RETO SOLIDARIO**

**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. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 28 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 22 de abril de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio publicitario, cuya grabación aporta, cuyo objetivo es recaudar fondos para las ONG's que conforman el “Comité de Emergencias Español para la lucha contra el COVID-19”.

A través de la campaña “EL GRAN RETO SOLIDARIO”, la “FUNACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE” como parte del “Comité de Emergencias Español” y el apoyo de ProFuturo (proyecto educativo de la Fundación Telefónica y Fundación la Caixa), pretende hacer un llamamiento a los ciudadanos para conseguir fondos a través de la Gala Solidaria que se emitirá en streaming, en el canal de YouTube el 2 de mayo.

En el anuncio, de 30 segundos de duración, una locución sobreimpresionada en off dice: “*Cantantes, actores, influencers, todos ellos se han unido al gran reto solidario, solo faltas Tú*, el Comité de Emergencia formado por las ONG’s de ámbito internacional, y que se han unido con el apoyo de ProFuturo, artistas e influencers, para no dejar atrás a nadie en esta crisis del Covid-19”. Durante la locución se muestran diversas imágenes de hospitales de campañas, poblados de zonas desfavorecidas, niños y voluntarios de las diferentes Ong’s y la sobreimpresión “*Sigue la gala el 2 de mayo en WWW.ELGRANRETOSOLIDARIO.ORG*”. La locución continúa con las sobreimpresiones: “*#ELGRANRETOSOLIDARIO*”, “*Comité de Emergencias*”, un calendario, un reloj y debajo la fecha de la gala, “*Sábado, 2 de mayo*”, la hora “*Desde las 5 de la tarde hasta las 10 de la noche*”, “*Conéctate a: www.elgranretosolidario*”.

El anuncio finaliza con la locución y sobreimpresiones: “*Dona en [www.elgranretosolidario.org](http://www.elgranretosolidario.org), o envía JUNTOS al 28014 por 1,20 €*” y el hashtag de la campaña “*#ELGRANRETOSOLIDARIO*”, el logotipo del Comité de Emergencias y los logotipos de las Ong’s que intervienen.

## 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 el anuncio remitido por la Fundación Acción Contra el Hambre, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio en el que puede apreciarse un carácter benéfico y valores de interés social y que, a su vez, carece de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que este anuncio puedan beneficiarse de dicha condición y no sea considerado mensaje publicitario, 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 vaya a difundir el anuncio, así como la relación de las franjas horarias en que se vaya a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dicho anuncio se computará como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de este anuncio 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.

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.

Habida cuenta de que, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional séptima de la LGCA, “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”, la exención de cómputo publicitario no podrá comprender las emisiones del anuncio que hayan tenido lugar con carácter previo a la presente resolución.

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

### **RESUELVE**

**Primero.** - Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE, en relación con la campaña “El Gran Reto Solidario”, que tiene como objetivo involucrar a la sociedad económicamente para recaudar fondos para luchar contra la enfermedad y sus consecuencias, en esta crisis del COVID-19.

Esta exención queda condicionada a que se remitan a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir el anuncio, así como la relación de las franjas horarias en el que se vaya a emitir gratuitamente.

**Segundo.** - Esta exención de cómputo publicitario no se extiende en ningún caso a las emisiones del anuncio que hayan podido tener lugar con carácter previo a la presente resolución.

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”.