

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÁMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “COMITÉ DE EMERGENCIA COVID-19”**EC/DTSA/048/20/ FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE /COMITÉ DE EMERGENCIA COVID-19****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 20 de mayo 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 7 de mayo 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 dos anuncios y un faldón publicitario cuyas creatividades aporta, que tienen como objetivo recaudar fondos para todas aquellas situaciones de emergencia humanitaria que se puedan plantear.

A través de la campaña “COMITÉ DE EMERGENCIA COVID-19”, la “FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE” como parte del “Comité de Emergencias Español”, pretende dar las gracias y hacer un llamamiento a los ciudadanos para seguir obteniendo fondos para su causa.

En el primer anuncio, de 30 segundos de duración, una locución sobreimpresionada en off comenta el gran éxito de la campaña “El gran reto solidario” llevada a cabo por el “Comité de Emergencia”, dando las gracias a: *“Cantantes, actores, influencers, y todos aquellas organizaciones y empresas*

que han intervenido, pero se sigue necesitando ayuda urgente, para no dejar atrás a nadie en esta crisis del Covid-19". Durante la locución se muestran diversas imágenes de hospitales de campaña, poblados de zonas desfavorecidas, niños y voluntarios de las diferentes Ong's y en la parte inferior un faldón con la sobreimpresión "Dona en WWWCOMITEEMERGENCIA.ORG" o envía "JUNTOS 28014", por 1,20 €.

En el segundo anuncio, de 30 segundos de duración una locución sobreimpresionada en off comenta que la humanidad se enfrenta a un hecho sin precedentes y explica la unión de 6 Ong's en el Comité de Emergencia para ayudar a las personas más vulnerables, mientras se sobreimpresiona la cantidad de personas en el mundo que no tienen acceso a servicios de salud básicos y que la situación en España es muy crítica para personas vulnerables. Se muestra, durante la locución imágenes diversas de hospitales de campaña, poblados de zonas desfavorecidas, niños y voluntarios y en la parte inferior un faldón con la sobreimpresión "Dona en WWWCOMITEEMERGENCIA.ORG" o envía "JUNTOS 28014", por 1,20 €.

Los anuncios finalizan con los logotipos del "Comité de Emergencia" y de las 6 Ong's que lo forman y las sobreimpresiones: "Dona en www.comiteemergencia.org" y "o envía Juntos al 28014 por 1,20 €".

La creatividad estándar del faldón sobreimpresionado correspondería a la siguiente imagen:



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 analizados los anuncios y el faldón publicitario suministrados por la FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de dos anuncios y un faldón en los que pueden apreciarse un carácter benéfico, 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, el faldón, 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 estos anuncios y del faldón han 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.

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 de los anuncios y faldón 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 el COMITÉ DE EMERGENCIA, en relación con los anuncios y el faldón publicitarios de la campaña “COMITÉ DE EMERGENCIA COVID-19” para recabar fondos, siempre que se respeten las condiciones de emisión expuestas en el Fundamento Jurídico Segundo.

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 del faldón, así como la relación de las franjas horarias en las que se vayan a emitir gratuitamente.

Segundo. - Esta exención de cómputo publicitario no se extiende en ningún caso a las emisiones de los anuncios y el faldón 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".