

**RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN FRANCISCO LUZÓN EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “WELAPOP”****EC/D TSA/063/20/FUNDACIÓN FRANCISCO LUZÓN /WELAPOP****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidente**

D. Mariano Bacigalupo Saggese

**Consejeros**

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D<sup>a</sup>. Pilar Sánchez Núñez**Secretario de la Sala**

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 1 de julio 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 16 de junio de 2020, han tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la FUNDACIÓN FRANCISCO LUZÓN, por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio publicitario, cuya grabación aporta, que tiene como objetivo visibilizar la enfermedad Esclerosis lateral amiotrófica (ELA) y concienciar a la sociedad española de la situación actual en la que viven las personas afectadas por ella.

En el anuncio, de 30 segundos de duración, se muestra una joven con un álbum de fotos en la mano simulando su venta a través de un portal web, así como de otros objetos o animales, e incluso de su esposa, por parte de una persona con ELA. Mientras una voz en off sobreimpresionada va narrando la historia de esta persona, que vende todo lo que tiene y se muestra el logotipo de la campaña con la sobreimpresión “*si no puedes vivir tu vida, véndela*”.

El solicitante, para hacer su mensaje más impactante, ha escogido el logo y nombre de la campaña “Welapop” y las imágenes de la web donde la persona enferma sube sus pertenencias, los cuales muestran una gran similitud con la imagen corporativa de la conocida aplicación “Wallapop” de compraventa de enseres de segunda mano entre particulares.

Las imágenes se acompañan de las sobreimpresiones: “*Imagina tener que renunciar a lo que más quieres para costear tu enfermedad*”, “*Cada día 3 personas son diagnosticadas de ELA en España*”, “*Protege su derecho a una vida digna*”, “*Pídele al Estado que no los abandone*” y “*Firma la petición*” seguida de la página web: “*www.welapop.com*”.

Finaliza el anuncio con el logotipo de la Fundación Luzón y las sobreimpresiones: “*Con el apoyo de la Comunidad Nacional de la ELA*”, “*La ELA existe conócela*” y “*Una campaña de www.chocolatecomunicacionsocial.es*”.

## 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 anuncio 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 anuncio 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 video del anuncio remitido por la FUNDACIÓN FRANCISCO LUZÓN, y teniendo en cuenta que se incluyen elementos que pueden identificarse o confundirse con la aplicación WALLAPOP (tipo de letra, color corporativo, etc) esta Sala considera que el anuncio no reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio en el que, aunque pueden apreciarse valores de interés social, no queda acreditado que carezca, a su vez, de algún tipo de finalidad comercial, en concreto puede entenderse que se está promocionando, siquiera indirectamente, la aplicación de compraventa de bienes entre particulares denominada “WALLAPOP”.

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 la FUNDACIÓN FRANCISCO LUZÓN, en relación con la campaña “WELAPOP”.

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.