

**RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR SIOUX Y CYRANOS, S.A. EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “TODOS CON LA HOSTELERÍA”**

**EC/DTSA/071/20/SIOUX Y CYRANOS, S.A./ TODOS CON LA HOSTELERÍA**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidente**

D. Ángel Torres Torres

**Consejeros**

D. Mariano Bacigalupo Saggese

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 16 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 6 de julio de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de entidad privada SIOUX Y CYRANOS, S.A. por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objeto lograr que se reactive el tejido económico de los barrios y por ende del país.

En los anuncios, de 65 y 120 segundos de duración respectivamente, se muestran diferentes imágenes de estancias del Congreso de los Diputados, vacías como el hemiciclo, el bar; mientras una voz en off narra como en este lugar se tomaron grandes decisiones para el País, sobre servilletas de papel. Se pasa a continuación a ofrecer imágenes de otros bares y restaurantes cerrados, y continúan los videos con la apertura de los mismos con personas dentro consumiendo y con un llamamiento a estar juntos con la hostelería y el hashtag sobreimpresionado: #juntosporlahosteleria.

Los anuncios finalizan con la interpretación de una canción y las sobreimpresiones: “Vuelve, sin ti más de 50.000 locales podrían no abrir” y “Juntos con la hostelería”.

## II FUDAMENTOS JURÍDICOS

### Primero. - Habilitación competencial

El apartado 24 del artículo 2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (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 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 remitidos por la empresa SIOUX Y CYRANOS, S.A., se considera que no reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de dos anuncios en los no se pueden disociar con la suficiente claridad los posibles valores de interés social, como la reactivación de la actividad económica, de otros valores de interés exclusivamente privado, como puede ser los intereses económicos de los operadores del sector de la hostelería, e incluso de la empresa solicitante que se dedica precisamente a actividades de márketing comercial (posiblemente la edición y venta de los anuncios objeto de la solicitud). No queda, por tanto, acreditada la ausencia de intereses comerciales. al.

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 SIOUX Y CYRANOS, S.A., en relación con la campaña “Juntos por la Hostelería”.

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.