

**RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR INCOADO A  
ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A., POR  
INCUMPLIR LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA LEY 7/2010, DE 31  
DE MARZO, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, PARA EL  
EMPLAZAMIENTO DE PRODUCTOS****SNC/D TSA/001/20****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, 29 de julio de 2020

Vista la Propuesta de resolución, junto con las alegaciones presentadas y las demás actuaciones practicadas en el expediente sancionador de referencia, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) adopta la presente Resolución basada en los siguientes

**ANTECEDENTES DE HECHO****PRIMERO.- Actuaciones previas**

En el ámbito de sus competencias, la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual ha constatado, según se desprende de los documentos y grabaciones que obran en las actuaciones previas practicadas (folios 1 a 40), que consistieron, básicamente, en la comprobación de los contenidos de las emisiones realizadas por ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A., (en adelante ATRESMEDIA), en su canal de televisión ANTENA 3, que ha podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 17.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), durante la emisión del capítulo I del programa “EL CONTENEDOR”, del día 22 de julio de 2019, al realizarse emplazamientos de la empresa de mudanzas “GRUPO AMYGO”, de la empresa de mudanzas “MUDANZAS LEPANTO” y del grupo empresarial alemán “WURTH”, dedicado a la venta de

materiales para la construcción, productos químicos, tornillos etc., que presuntamente incumplirían los requisitos establecidos en el citado artículo.

### **SEGUNDO.- Incoación de procedimiento sancionador**

Con fecha 9 de junio de 2020, y a la vista de estos antecedentes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación del procedimiento sancionador SNC/D TSA/001/20, al entender que ATRESMEDIA, por las emisiones de su canal ANTENA 3, indicadas en el anterior antecedente, había podido infringir lo dispuesto en el artículo 17.2 de la LGCA. (folios 41 a 46).

El 10 de junio de 2020 le fue notificado el acuerdo de incoación al interesado, mediante acceso electrónico, y se le concedió un plazo de diez días para la presentación de alegaciones, documentos e informaciones, y proponer pruebas, en su caso. (folios 47 a 50 ).

### **TERCERO.- Alegaciones de ATRESMEDIA**

Tras ampliarse el plazo de alegaciones a solicitud de ATRESMEDIA y darle traslado de la documentación que obra en el expediente, ésta presentó escrito de alegaciones el 22 de junio de 2020 (folios 61 a 67) en el que sucintamente, manifiesta lo siguiente:

- Que la aparición en el programa de las marcas “MUDANZAS LEPANTO” y “WURTH” fue fortuita, al constar las marcas en cajas que los concursantes recogieron de la basura con el fin de taparse.
- Que la aparición de la marca de la empresa de mudanzas “GRUPO AMYGO”, en el vestuario del personal de la empresa, en las cajas para la mudanza y en el contenedor con los bienes de los concursantes, fue necesaria y gratuita; y que la productora del programa, en lugar de presentar esta presencia en el programa como emplazamiento, lo hizo como agradecimiento al final del programa. ATRESMEDIA entiende que el hecho de que se conceptúe como infracción grave esta simple modificación, resulta claramente desproporcionada.
- Que la falta de señalización del emplazamiento de producto no se puede considerar como antijurídica, por faltar el necesario principio de culpabilidad al no haber ninguna voluntad de incumplir la norma, cuando se presentó la marca en los agradecimientos del programa y que se debe guardar la debida adecuación entre la gravedad del hecho constitutivo de infracción y la sanción a imponer.

### **CUARTO.- Trámite de audiencia**

Con fecha 2 de julio de 2020 se notificó a ATRESMEDIA la propuesta de resolución de 30 de junio de 2020, formulada por la instructora del procedimiento

(folio 68 a 92) a los efectos de lo previsto por los artículos 82 y 89.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en adelante, LPAC), concediéndole un plazo de diez días para formular alegaciones y presentar los documentos e informaciones que estimen pertinentes y, asimismo, informándole de lo previsto en el artículo 85 de la LPAC.

La propuesta de resolución remitida a ATRESMEDIA proponía lo siguiente:

**“PRIMERO.-** Que se declare a **ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A.**, responsable de la comisión de **una (1) infracción administrativa grave**, por haber emitido en su canal **ANTENA 3**, durante la emisión del programa **“El contenedor”** de 22 de julio de 2019, emplazamientos la empresa de mudanzas **“GRUPO AMYGO”** que incumplen los requisitos establecidos en el artículo 17.2 de la Ley 7/2010.

**SEGUNDO.-** Que se imponga a la ATRESMEDIA, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 58.7 de la citada LGCA, que califica esta infracción como de carácter grave, y atendiendo a los criterios de graduación establecidos en el artículo 29 de la Ley 40/2015, así como los específicamente indicados en el artículo 60, números 2 y 4, de la LGCA, una multa por importe de **138.417,00 € (ciento treinta y ocho mil cuatrocientos diecisiete euros)** por la comisión de una infracción grave al artículo 17.2 LGCA. Para el cálculo de la sanción se han valorado las circunstancias ya expuestas, como la audiencia media del programa (1.708.000 personas), su duración (menos de 2 horas) y la de los emplazamientos que incumplen los requisitos legales (213”) y las condiciones incumplidas; y el posible beneficio económico que la conducta infractora puede haber reportado al operador.”

#### **QUINTO.- Pago y reconocimiento de responsabilidad por parte de ATRESMEDIA**

En fecha 14 de julio de 2020 (folios 93 a 96), ATRESMEDIA ha presentado escrito en el que reconoce expresamente su responsabilidad en los hechos imputados, desiste de cualquier acción o presentación de cualquier recurso en vía administrativa y en el que comunica que próximamente realizará el pago de la sanción propuesta reducida en un 40% (83.050 €) en virtud de lo previsto en el artículo 85 de la LPAC.

Con fecha 23 de julio de 2020 ATRESMEDIA ha remitido a esta Comisión el justificante del pago realizado el día 16 de julio de 2020 (folios 98 a 101).

#### **SEXTO.- Finalización de la Instrucción y elevación del expediente**

Por medio de escrito de fecha 17 de julio de 2020, la Instructora ha remitido a la Secretaría del Consejo de la CNMC la Propuesta de Resolución junto con el resto de documentos y alegaciones que conforman el expediente administrativo, debidamente numerado, en los términos previstos en el artículo 89 de la LPAC (folio 97), para su elevación a la Sala de Supervisión Regulatoria.

## **SÉPTIMO.- Informe de la Sala de Competencia**

La Sala de Competencia ha emitido informe en el presente expediente al amparo de lo dispuesto en el artículo 21.2 a) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (en adelante, LCNMC) y del artículo 14.2.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto (en adelante, Estatuto Orgánico de la CNMC) (folio 104).

### **HECHOS PROBADOS**

De la documentación obrante en el expediente han quedado probados, a los efectos de este procedimiento, los siguientes hechos:

#### **PRIMERO.- Falta de señalización del emplazamiento de producto**

Conforme consta en el acuerdo de incoación, en las grabaciones del contenido emitido que constan unidas al expediente en copia CD y según se describe en el informe de visionado, durante la emisión del programa “El Contenedor”, emitido el día 22 de julio de 2019, se emplazaron las marcas “MUDANZAS LEPANTO” y “WURTH” sin haber informado al público en los términos previstos por el artículo 17.2 de la LGCA.

A continuación se reproduce el contenido del informe de visionado Nº 183/2019, correspondiente a esa emisión:

### **INFORME DE VISIONADO**

**“Programa:** “El Contenedor”- Capítulo 1

**Fecha de emisión:** lunes 22 de julio de 2019

**Franja horaria del programa:** de 22:53:32 a 24:12:28 horas

**Calificación:** +7

**Canal:** Antena 3

**Ámbito:** Nacional.

**Objeto del Acta:** Ley 7/2010, de 31 de marzo General de la Comunicación Audiovisual, Artículo 17.2 en lo relativo a la falta de señalización del emplazamiento de producto  
**Nº 183/2019**


**1- CONTENIDO: “EL CONTENEDOR”<sup>1</sup>** es un programa de televisión tipo “reality”, producido por Shine Iberia y distribuido por Endemolshinegroup, que se emitió los lunes,

---

<sup>1</sup> Se trata de un experimento sociológico en el cual los habitantes de cuatro viviendas con vidas dispares e intereses muy diversos, que tienen en común estar rodeados de miles de objetos, de los que serán despojados (muebles, vajilla, ropa, etc.) durante diez días. Sus objetos serán alojados en un contenedor situado a un kilómetro de su domicilio, y solo podrán recuperar un objeto personal al día, valorando ellos mismos qué objeto es más necesario. Además, deberán hacer su día a día normal con sus trabajos y estudios a pesar de las condiciones en las que se encuentran. El objetivo del programa será la concienciación a la sociedad sobre el materialismo y el consumismo, y la reflexión última de si acumular objetos materiales nos hace más felices.

desde el 22 de julio al 12 de agosto, en Antena 3. Consta de 4 capítulos y es la adaptación del formato danés “Life Stripped Bare”.

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
22:53:32-22:56:15	<p>Comienza el programa a las 22:53:32 horas, está calificado con recuadro de color azul “para mayores de siete años” símbolo que aparece a las 22:53:35 horas junto al logo de la cadena en la parte inferior derecha de la pantalla. No señala emplazamiento de producto. El contenido siguiente es un resumen que configura un avance de contenido de lo que sucederá en los próximos capítulos (...).</p>
22:56:15-23:00:51	<p>Día uno, una voz en off presenta a los primeros concursantes Lidia y Dani, que son una pareja que vive en Sabadell. Están esperando a que llegue el camión de la mudanza para vaciar su piso por completo. Nos muestran su casa, ella es profesora de inglés y él empresario y tatuador. Poseen dos mil doscientos siete objetos. La voz en off explica que sus objetos serán trasladados a un contenedor que se muestra en la imagen inferior. El camión del “Grupo Amygo”, aparca en la puerta del domicilio de la pareja, y despliega la grúa. Se puede ver toda la preparación y como trabajan los operarios para embalar y trasladar todo el contenido del piso. Los muebles y enseres se protegen y embalan para su traslado al contenedor. Todas las cajas, plásticos y embalajes llevan la marca de la empresa de mudanzas.</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;">     </div>
23:00:51-23:03:23	<p>Continúa el programa con la presentación de la familia Izquierdo, de Muchamiel compuesta por cuatro miembros, un matrimonio y sus dos hijos, que están dispuestos a vivir esta nueva experiencia para mostrar a sus hijos el valor de las cosas, ya que las obtienen con facilidad y sin esfuerzo. El camión llega al domicilio. Los operarios bajan del camión las cajas plegadas con la marca “Grupo Amygo” que</p>

	<p>utilizarán para la mudanza, van uniformados con un polo de color verde que en lleva el logo de la empresa en la espalda. Maribel explica que tiene un centro de estética y belleza. Lleva una camiseta negra con el logo Diva's, que es el nombre de su negocio y su marido lleva un polo blanco con el mismo logo. Mientras los componentes de la familia se presentan y explican a qué se dedican, los operarios de la mudanza recogen y empaquetan todos los objetos. Se muestran primeros planos de la marca y de las cajas y toda la organización de la mudanza.</p> 
<p>23:03:23- 23:21:09</p>	<p>Sigue el programa, finaliza la mudanza de la pareja de Sabadell, su piso se ha quedado totalmente vacío y la pareja debe finalmente quedarse desnudos. Lidia se tapa con un cajón. A las 23:06:33 horas se presentan dos nuevas concursantes, Marina y Desi, que residen en Benalmádena y que poseen 2.481 objetos. Llega el camión de la mudanza, vacían la casa y se quitan la ropa que llevan puesta. A las 23:15:06 horas, de nuevo en Muchamiel, la mudanza se paraliza por la indecisión de Maribel para seguir adelante con el programa. Finalmente acepta y los cuatro miembros de la familia se quedan desnudos y se tapan con cajas de cartón. Las chicas de Benalmádena también se han desnudado y se cubren con una puerta. En Sabadell Lidia lleva horas escondida entre los cajones. Hasta el día siguiente no podrán recuperar un objeto, que deberán ir a buscar al contenedor.</p>
<p>23:21:09- 23:22:08</p>	<p>Pausa para la publicidad.</p>
<p>23:22:08- 23:28:19</p>	<p>Tras la pausa se reanuda el programa, y no se señala emplazamiento de producto. Por la noche, la pareja de Sabadell no sale de casa, al contrario que la familia de Muchamiel que, aprovechando la oscuridad que les brinda la noche, encuentran unas bolsas de basura de las papeleras y se las ponen encima para cubrirse. Las chicas de Benalmádena no tienen la necesidad de salir, ya que piden una pizza para cenar. Los concursantes duermen esa noche como pueden, en el suelo, en el armario, en la bañera, y superan el primer día.</p>

<p>28:19- 23:36:45</p>	<p>Segundo día. Dani se ve obligado a salir a la calle para pasear a su perro. Por otro lado, la familia de Muchamiel va a desayunar a casa de una vecina y se cubren con las bolsas de basura que consiguieron la noche anterior.</p>
<p>23:36:45- 23:49:22</p>	<p>Pausa para la publicidad.</p>
<p>23:49:22- 23:50:45</p>	<p>Marina y Desi, las amigas de Benalmádena, salen de su casa con su perro y ambas se tapan con un mantel que han cogido a una vecina. De las 23:49:48 a las 23:50:33 sigue una secuencia que se describe visualmente en la parte inferior.</p> <div data-bbox="391 582 1316 1321" data-label="Image"> </div> <p>Desi recoge de un contenedor amarillo de reciclaje una caja con la que puede cubrir su cuerpo. En esa caja se puede leer la marca “Würth”. Durante el recorrido de ambas, hasta llegar al contenedor, se puede apreciar, de forma muy visible, la marca y símbolo de la tienda.</p>
<p>23:50:45- 23:54:04</p>	<p>A las 23:50:45 horas la pareja de Sabadell, al haber cumplido el plazo reglamentario para poder recoger un objeto, se dirige por primera vez al contenedor. Se tapan con un cubertero y un tablero. Dani con el cartel de menú de un restaurante. Recorren las calles ante las miradas atónitas de la gente que les observa y fotografía. Lidia entra en el portal de su casa, y a las 23:52:54 horas, cuando sale, lleva cubierto su cuerpo con una caja, cuya parte delantera es de color blanco. La pareja recorre varias calles para dirigirse al contenedor. Cuando la cámara enfoca a Lidia de espaldas vemos que la caja lleva escrito y del revés “Mudanzas Lepanto”, como se observa en estas fotos.</p>



La pareja llega por fin al contenedor.

La familia de Muchamiel, vestidos con bolsas de basura, van al contenedor a la búsqueda de sus primeros objetos. Al llegar piensan qué objetos, por ser más útiles y prioritarios, deben recoger. De las 23:54:52 a las 23:55:43 horas, las amigas de Benalmádena llegan a su contenedor, al abrirlo están rodeadas de montones de cajas que contienen sus pertenencias en las que se ve claramente la marca “Grupo Amygo, International Movers y la dirección de su página web: [www.grupoamygo.com](http://www.grupoamygo.com)”. Comienzan a abrir las cajas y finalmente se quedan con un edredón y un colchón. A continuación podemos ver la secuencia.

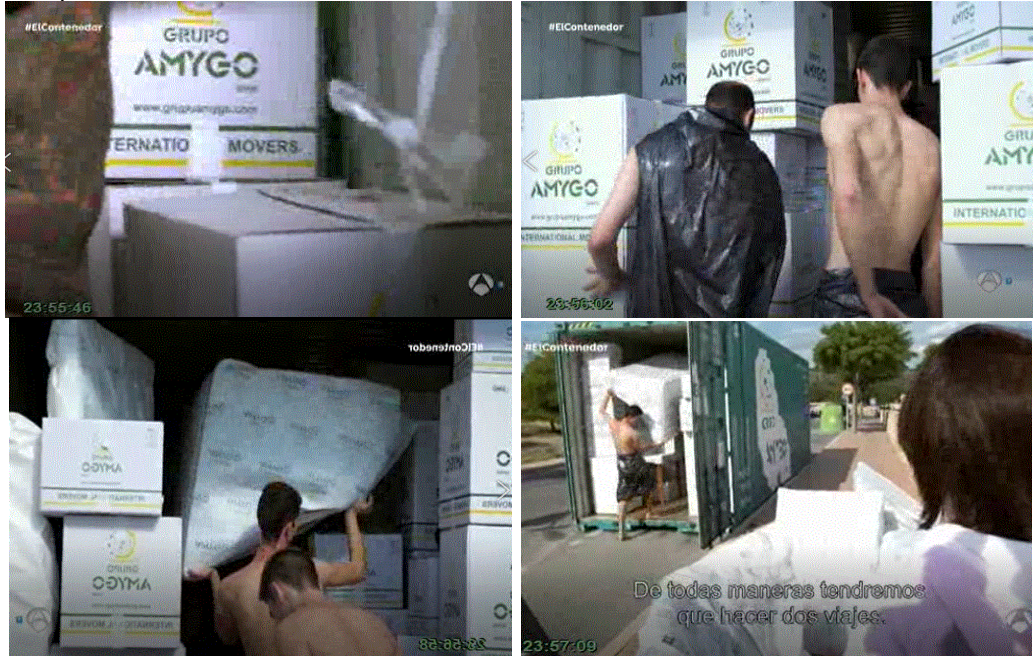
23:54:04 -  
23:57:12



De las 23:55:43 horas a las 23:56:03 horas, la pareja de Sabadell ya ha accedido a su contenedor están rodeados de cajas con la marca “Grupo Amygo” abren varias con ropa de cama. A las 23:57:12 horas, se retoma la historia de

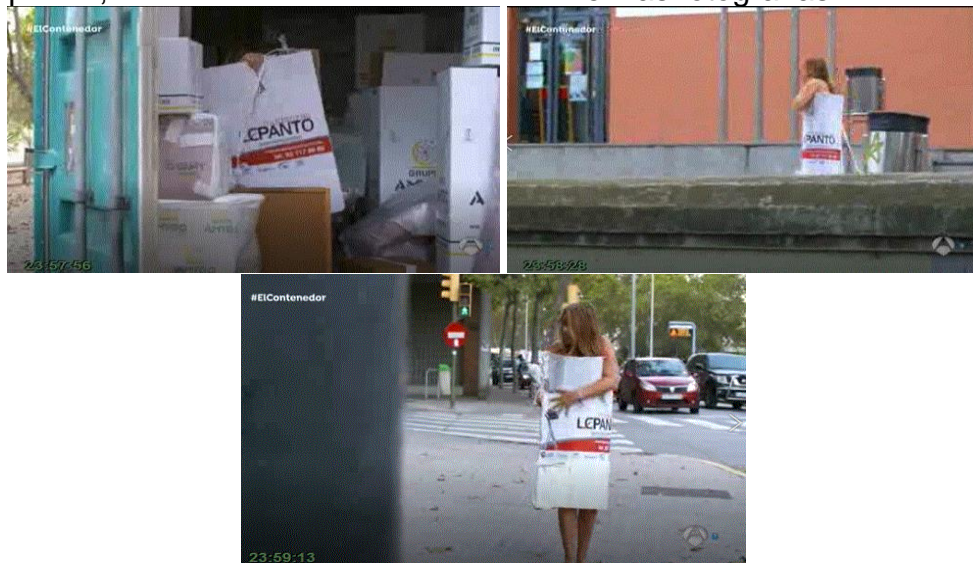


la familia de Muchamiel, la cual ha abierto su contenedor. Este contiene numerosas cajas apiladas con la marca “Grupo Amygo”. Finalmente recogen un pijama, un costurero, una cortina y el sofá que deberán trasladar en coche pidiendo ayuda para transportarlo.



Vuelve el programa a las vivencias de la pareja de Sabadell, la cual se muestra incapaz de trabajar en equipo, y que, finalmente, y con un poco de desacuerdo, decide llevarse un colchón y ropa de cama. Dani transporta el colchón cargándolo sobre sus espaldas, detrás de él. Lidia sale del contenedor cubriendo su cuerpo con una caja de la marca “Mudanzas Lepanto”. Esta vez, al contrario que sucede en la secuencia descrita anteriormente, en la que llevaba la misma caja pero con las letras hacia abajo, es claramente visible la marca “Mudanzas Lepanto”, como se observa a continuación en las fotografías.

23:57:12-  
24:12:28



Los concursantes de Muchamiel y Benalmádena, con ayuda externa, consiguen transportar el sofá y el colchón a su casa, excepto Dani de Sabadell, que ha de cargar el colchón a sus espaldas. Todos colocan los objetos en sus casas y la familia de Muchamiel utiliza las cortinas para confeccionarse ropa. Los concursantes de Sabadell salen por la noche a cenar, y al no tener dinero se pondrán a cantar en la calle para conseguirlo. Finalmente van a cenar al “Restaurante Sakura”. A las 24:11:15 finaliza la primera entrega, pero a esto le sigue el avance de contenido del próximo programa en el que se añaden nuevos participantes.

De las 24:12:08 a las 24:12:12 se muestran los agradecimientos del programa que son “ESDI Universitat Ramon Llull” y “Grupo Amygo”



Finaliza el programa a las 24:12:28.

## SEGUNDO.- Duración de la aparición de las marcas comerciales durante el programa

Para concretar los hechos, a continuación se detalla la duración de los momentos en los que se emplazan las marcas comerciales durante la emisión del programa:

**WURTH:** 6 apariciones<sup>2</sup> – 8 segundos

**LEPANTO:** 8 apariciones<sup>3</sup>; 13 segundos

**GRUPO AMYGO:** 62 apariciones<sup>4</sup>, 213 segundos.

<sup>2</sup> 22:53:45 h

23:49:51 – 23:49:53 h.

23:49:55 – 23:49:56 h.

23:59:00 – 23:59:02 h.

23:50:04 – 23:50:06 h.

23:59:28 – 23:59:29 h

<sup>3</sup> 23:53:02 – 23:53:03 h.

23:53:08 – 23:53:10 h.

23:53:36 – 23:53:37 h.

23:53:42 h.

23:54:03 – 23:54:04 h.

23:57:56 – 23:57:59 h.

23:58:29 – 23:58:31 h.

24:01:43 – 24:01:45

<sup>4</sup> 22:54:34 h.

22:54:56 – 22:54:59 h.

22:55:06 – 22:55:14 h.

22:57:38 – 22:57:41 h.

22:58:58 – 22:59:01 h.  
22:59:41 – 22:59:42 h.  
22:59:51 – 22:59:52 h.  
23:01:02 – 23:01:03 h.  
23:01:18 – 23:01:20 h.  
23:01:21 – 23:01:22 h.  
23:02:58 – 23:03:00 h.  
23:03:40 – 23:03:43 h.  
23:10:13 – 23:10:14 h.  
23:10:23 – 23:10:24 h.  
23:10:40 – 23:10:41 h.  
23:10:46 – 23:10:49 h.  
23:11:08 – 23:11:09 h.  
23:11:20 – 23:11:23 h.  
23:11:24 – 23:11:29 h.  
23:11:37 – 23:11:39 h.  
23:15:12 – 23:15:15 h.  
23:16:24 – 23:16:28 h.  
23:50:43 – 23:50:45 h.  
23:51:09 – 23:51:12 h.  
23:53:40 – 23:53:42 h.  
23:53:52 – 23:53:55 h.  
23:54:33 – 23:54:35 h.  
23:54:45 – 23:54:49 h.  
23:54:52 – 23:55:16 h.  
23:55:19 – 23:55:40 h.  
23:55:46 – 23:55:50 h.  
23:55:53 – 23:55:55 h.  
23:55:57 – 23:55:59 h.  
23:56:02 – 23:56:24 h.  
23:56:28 – 23:56:42 h.  
23:56:44 – 23:56:51 h.  
23:56:53 – 23:56:55 h.  
23:56:56 – 23:57:00 h.  
23:57:01 – 23:57:02 h.  
23:57:04 – 23:57:06 h.  
23:57:16 – 23:57:21 h.  
23:57:49 h.  
23:58:04 – 23:58:09 h.  
23:58:15 – 23:58:20 h.  
23:59:23 – 23:59:24 h.  
24:00:47 h.  
24:00:49 – 24:00:52 h.  
24:00:54 – 24:00:55 h.  
24:01:09 – 24:01:10 h.  
24:01:14 – 24:01:16 h.  
24:01:18 – 24:01:20 h.  
24:01:37 – 24:01:39 h.  
24:02:25 – 24:02:29 h.  
24:04:23 – 24:04:25 h.  
24:04:27 – 24:04:29 h.  
24:04:40 – 24:04:42 h.  
24:05:30 – 24:05:31 h.  
24:05:45 – 24:05:50 h.  
24:06:18 – 24:06:19 h.  
24:06:48 – 24:06:49 h.

### TERCERO.- Audiencia del programa

Se ha unido al expediente (folio 6 a7) el informe de audiencias medias de las emisiones en el canal ANTENA 3, elaborados por la empresa KANTAR MEDIA, con los datos siguientes:

Título/Descripción	Cadena	Ámbitos de emisión	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración	Audiencia (en miles)
El Contenedor	A3	GEN	22/07/2019	22:53:32	24:12:28	0078:56	1708 <sup>5</sup>

## FUNDAMENTOS JURÍDICOS

### I.- Habilitación competencial de la Comisión y legislación aplicable

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en el artículo 29.1 de la LCNMC, que señala que la CNMC ejercerá la potestad de inspección y sanción de acuerdo con lo previsto, entre otros, en el Título VI de la LGCA.

El procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora se rige por lo establecido en la LCNMC y en la LGCA, así como, en lo no previsto en las normas anteriores, por la LPAC y por la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público (en adelante LRJSP).

Según el artículo 29.2 de la LCNMC, “[p]ara el ejercicio de la potestad sancionadora, se garantizará la debida separación funcional entre la fase instructora, que corresponderá al personal de la dirección correspondiente en virtud de la materia, y la resolutoria, que corresponderá al Consejo”. En consecuencia y atendiendo a lo previsto en los artículos 25.1.b) de la LCNMC y 18.1 y 21.b) y 22 del Estatuto Orgánico de la CNMC, la instrucción de los procedimientos sancionadores corresponde a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual. La resolución de dichos procedimientos corresponde a la Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la CNMC, tal y como prevén el artículo 14.1.b) de su Estatuto Orgánico y los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC.

Respecto de la legislación aplicable, el procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora se rige por lo establecido en la LCNMC, la LGCA y el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la LGCA en lo relativo a la comunicación comercial

---

24:06:51 – 24:06:53 h.

24:11:54 – 24:11:56 h.

<sup>5</sup> Los cálculos se han realizado considerando únicamente la audiencia obtenida durante la emisión del programa, sin considerar la audiencia que dejó de ver la televisión durante las pausas publicitarias.

televisiva (en adelante, Reglamento de publicidad), conforme a la Disposición Adicional Primera de la LPAC, y por la LRJSP en lo no previsto en las normas anteriores.

## **II.- Objeto del procedimiento sancionador y delimitación de los hechos**

El presente procedimiento sancionador tiene como objeto determinar si ATRESMEDIA ha cometido la infracción administrativa consistente en la vulneración de las condiciones para incluir emplazamiento de productos en un programa de televisión que prevé el artículo 17.2 de la LGCA durante la emisión del programa “El Contenedor”, en su canal ANTENA 3, del día 22 de julio de 2019, entre las 22:53:32 y las 24:12:28 horas

## **III.- Tipificación de los hechos probados**

### **3.1.- Consideraciones generales**

El emplazamiento de producto es una forma de comunicación comercial televisiva, junto con el mensaje publicitario, el patrocinio, la televenta y la telepromoción. Se trata de una figura que no estaba regulada hasta la trasposición de la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) y la aprobación de la LGCA.

La Directiva de servicios de comunicación audiovisual se refiere al emplazamiento de producto al reconocer el principio de separación, que se aplica exclusivamente a la publicidad televisiva y la televenta, aunque con la prevención de que el emplazamiento de producto no puede realizarse de forma encubierta. A tal efecto, se impone el deber de señalización, de manera que se informe adecuadamente al espectador de que en el programa se produce el emplazamiento de un producto con finalidades comerciales.

La Directiva reconoce que el emplazamiento de producto es una realidad en las obras cinematográficas y las obras audiovisuales realizadas para televisión, pero que debe permitirse en otro tipo de programas para garantizar la igualdad de condiciones y mejorar la competitividad del sector europeo de medios. También señala las diferencias con el patrocinio: en el emplazamiento, la referencia al producto está incorporada en la acción de un programa y forma parte del argumento.

El principio general contenido en la Directiva era que el emplazamiento debía estar prohibido (artículo 11.2) y excepcionalmente autorizado para ciertos programas, como obras cinematográficas, películas y series realizadas para servicios de comunicación audiovisual, programas deportivos y programas de entretenimiento y en aquellos en los que no se produce ningún pago, sino

únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, como las ayudas materiales a la producción o los premios, con miras a su inclusión en un programa. Al respecto resulta reseñable que entre los objetivos la reciente Directiva (UE) 2018/1808<sup>6</sup>, aún no traspuesta al ordenamiento español, se encuentra flexibilizar estas normas relativas al emplazamiento de producto. Así, se considera que la liberalización del emplazamiento de producto no ha aportado el esperado despegue de esta forma de comunicación comercial audiovisual. En particular, se reconoce que la prohibición general de emplazamiento de producto no ha dado seguridad jurídica a los prestadores de servicios de comunicación. Es por ello que, con carácter general, se prevé un régimen general de autorización hacia esta forma de comunicación comercial en todos los servicios de comunicación audiovisual y plataformas de intercambio de vídeos, con determinadas excepciones (programas de noticias y actualidad, de asuntos del consumidor, religiosos e infantiles). Asimismo, se siguen manteniendo una serie de requisitos:

- no se podrá influir en su contenido ni en la organización de su horario de programación (en el caso de la radiodifusión televisiva) ni en la de su catálogo (en el caso de los servicios de comunicación audiovisual a petición) de una manera que afecte a la responsabilidad e independencia editorial del prestador del servicio de comunicación;
- no incitarán directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a dichos bienes o servicios;
- no darán una prominencia indebida a los productos de que se trate;
- se informará claramente a los espectadores de la existencia de emplazamiento de producto mediante una identificación adecuada al principio y al final del programa, así como cuando el programa se reanude tras una pausa publicitaria.

La LGCA, en idénticos términos a lo previsto por la Directiva, define en su artículo 2.31 el emplazamiento de producto como *“toda forma de comunicación comercial audiovisual consistente en incluir, mostrar o referirse a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa”*.

El emplazamiento de producto se distingue de la publicidad encubierta en que la primera forma de comunicación comercial, además de que identifica o señala la aparición de las marcas como contenido publicitario, no realiza una presentación

---

<sup>6</sup> Directiva (UE) 2018/1808<sup>6</sup> del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado.

de los bienes, servicios, nombres o marcas con un intencionado propósito publicitario, pese a que, en la medida en que se trata de un tipo de comunicación comercial, tiene por objeto promocionar de manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica. En este sentido, el de exigir la concurrencia de una carga promocional o apologética al enumerar cualidades de la marca o producto con la finalidad de incitar a su compra y, en consecuencia, calificar la comunicación comercial como encubierta, lo ha ratificado la Audiencia Nacional en sus Sentencias de 11 de noviembre de 2010 –recurso 561/2009- y de 20 de mayo de 2013.

En todo caso, y frente al criterio general restrictivo con que la Directiva se refería a la figura, el legislador español ha optado por reconocer el derecho de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a realizar emplazamiento de producto a cambio de contraprestación en un amplio abanico de programas: largometrajes, cortometrajes, documentales, películas y series de televisión, programas deportivos y programas de entretenimiento. No se permiten, en cambio, en programas informativos ni en los que se consideran programación infantil.

Por su parte, el Reglamento de publicidad, se refiere al emplazamiento de producto en su artículo 14, añadido por el artículo 3 del Real Decreto 21/2014, de 17 de enero, en los siguientes términos:

*Artículo 14. Condiciones y requisitos del emplazamiento de producto.*

*1. De conformidad con lo establecido en el apartado primero del artículo 17 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir largometrajes, cortometrajes, documentales, películas y series de televisión, programas deportivos y programas de entretenimiento, con emplazamiento de producto. A los efectos de la definición del apartado 31 del artículo 2 de dicha Ley, el emplazamiento de producto merece tal consideración cuando se realice a cambio de una remuneración o contraprestación similar.*

*2. El emplazamiento de producto será también admisible en los casos en que no se produzca pago alguno, sino únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, tales como ayudas materiales a la producción o premios, con miras a su inclusión en un programa siempre que estos bienes o servicios tengan valor significativo. A estos efectos, se considera que tienen un valor significativo cuando el importe de los referidos bienes y servicios incluidos en el programa sea superior en un diez por ciento a la tarifa estándar establecida para un mensaje publicitario correspondiente a la franja horaria en la que se emite el programa donde se incluyen.*

*El suministro gratuito de los referidos bienes y servicios incluidos en un programa no tiene la consideración de emplazamiento de producto si tales bienes o servicios no tienen un valor significativo.*

No obstante, y de conformidad con la Directiva, el artículo 17 de la LGCA establece ciertos límites al emplazamiento de producto.

Entre dichos límites, y en relación con lo que interesa al objeto del presente procedimiento, cabe significar que, debido a que en el emplazamiento de producto no es necesario respetar el principio de separación, el apartado 2 del artículo de constante referencia exige que se informe con claridad al público de la existencia de emplazamiento al principio y al final del programa, así como cuando se reanude el mismo tras una pausa publicitaria. Las condiciones en que debe producirse esa información, señalización o aviso han sido definidas por la CNMC en sus resoluciones de fecha 18 de septiembre de 2014, por la que se aprobó el Acuerdo por el que se da contestación a diversas consultas formuladas por los operadores en materia de publicidad y autopromoción televisivas (expediente nº INF/D TSA/1356/14) y 22 de enero de 2015, por el que se da contestación a la consulta formulada por ATRESMEDIA en relación con la anterior (expediente nº INF/D TSA/1841/14), conteniendo ésta última las siguientes aclaraciones:

*En el apartado VII del Acuerdo se determina que*

*«Cuando el programa haya sido producido o encargado por el prestador del servicio o una de sus filiales, el público debe ser claramente informado del emplazamiento del producto al principio y al final del programa, y cuando se reanude tras una pausa publicitaria.*

*Esta información al telespectador se considera clave para evitar confusiones al telespectador que le induzcan a error sobre la naturaleza publicitaria de los emplazamientos de productos. A estos efectos, se considera que esta información al principio y al final de los programas, y cuando se reanuden tras una pausa publicitaria, se considera que es adecuada siempre que consista en una sobreimpresión o transparencia claramente legible y con una duración mínima de 5 segundos en la que se indique: “este programa contiene emplazamiento publicitario”.*

*Asimismo, al final del programa, todos los productos, servicios o marcas que han sido emplazados en el mismo deben quedar perfectamente enumerados y claramente legibles, bien diferenciados del resto de menciones y agradecimientos, ya sea mediante transparencias u otras fórmulas de presentación gráfica.»*

Esta limitación pretende evitar que, bajo la figura del emplazamiento, se haga una exhibición de los productos, servicios, nombres y marcas que excedan la mera inclusión, muestra o referencia durante el programa en el que se incluya y que caracteriza esta forma de comunicación comercial audiovisual frente al mensaje publicitario en donde se realiza una presentación del producto y de sus características con el fin de incitar la compra..

Es entendimiento de esta Sala que para distinguir una comunicación comercial lícita, en su modalidad de emplazamiento de producto, de la publicidad



encubierta, es requisito imprescindible que dicho emplazamiento sea identificado como tal, en los términos del apartado 2 del artículo 17 de la LGCA, y que la presentación del producto o marca no vaya más allá de su mera aparición en pantalla durante el desarrollo del programa.

El cumplimiento de la obligación de información impuesta por el legislador español al prestador del servicio o una de sus filiales, sobre informar claramente al público sobre el emplazamiento del producto al principio y al final del programa, y cuando se reanude tras una pausa publicitaria, y si el incumplimiento tiene consideración como infracción grave, es lo que se pretende analizar a continuación.

### **3.2.- Cumplimiento de los requisitos del ilícito**

En el supuesto analizado, y de acuerdo con la relación de hechos probados, la propuesta de resolución califica la conducta como una infracción del artículo 17.2 de la LGCA porque no está señalizada la existencia de un emplazamiento publicitario al comienzo y al final del programa y al reanudarse tras sus pausas publicitarias. La ausencia de señalización obliga, por tanto, a calificar si la presencia de las mencionadas marcas comerciales durante el desarrollo del programa constituyen un emplazamiento de producto pues, en otro caso, no hubiera nacido la obligación de identificarlo.

Durante la instrucción del expediente se han identificado numerosos momentos del programa en los que se podría haber producido emplazamiento publicitario de las tres marcas identificadas. Sin embargo, esta Sala considera que no todas las apariciones merecen la misma consideración:

**3.2.1. Respecto de las apariciones de las marcas WURTH y MUDANZAS LEPANTO**, ATRESMEDIA ha alegado que las mismas fueron fortuitas, al constar las marcas en cajas que los concursantes recogieron de la basura con el fin de taparse.

En efecto, puede apreciarse en el desarrollo del programa el estado de necesidad en el que se encuentran los concursantes al encontrarse desnudos en la calle tapándose con objetos incómodos de portar. La primera marca (WURTH) se muestra en un cartón tapando a una concursante recogido de un contenedor de cartones. La segunda marca (LEPANTO) que aparece también tapa a otra concursante, tras entrar inopinadamente en un portal de donde sale con la caja. Además, en las imágenes que se muestran, puede apreciarse una falta de enfoque centralizado de la marca, que provoca en algunas de las apariciones que no se lea el nombre completo de la marca, que se lea al revés o que resulte poco perceptible.

De lo anterior puede deducirse una falta de propósito publicitario en la aparición de las marcas durante la emisión del programa y, en consecuencia, la ausencia de contraprestación, por lo que no tendrían la consideración de emplazamiento

de producto.

**3.2.2. En relación a las apariciones de la marca de “GRUPO AMYGO”**, ATRESMEDIA sostiene que fueron necesarias, por formar parte del menaje de la empresa de mudanzas, y gratuitas; que la productora del programa hizo constar el nombre de la empresa en los agradecimientos, al final del programa; y, por último, que resulta desproporcionado a la finalidad de la norma considerar como grave que se anuncie en los agradecimientos y no salga como tal, al final del programa, el producto emplazado.

Las 62 apariciones de la marca de GRUPO AMYGO se suceden en varias secuencias:

- La primera, que abarca de las 22:56:15 a las 23:00:51 horas, consiste en que el camión del GRUPO AMYGO aparca en la puerta del domicilio de la pareja concursante de Sabadell, y despliega la grúa. Se puede ver toda la preparación y como trabajan los operarios para embalar y trasladar todo el contenido del piso, llevando todas las cajas, plásticos y embalajes la marca de la empresa de mudanzas.
- La segunda, que se emite entre las 23:00:51 y las 23:03:23 horas, y se desarrolla con la presentación de la familia concursante Izquierdo y el empaquetamiento y traslado de sus enseres al contenedor. Los operarios bajan del camión las cajas plegadas con la marca GRUPO AMYGO que utilizarán para la mudanza, van uniformados con un polo de color verde que lleva el logo de la empresa en la espalda.
- Por último, la tercera se desarrolla entre las 23:54:04 y las 23:57:12 horas, a lo largo de la cual se suceden varias escenas. Las concursantes de Benalmádena llegan a su contenedor y, al abrirlo, están rodeadas de montones de cajas en las que se ve claramente la marca GRUPO AMYGO, International Movers y la dirección de su página web: [www.grupoamygo.com](http://www.grupoamygo.com). Más adelante, la pareja de Sabadell al acceder a su contenedor está rodeada de cajas con la marca GRUPO AMYGO. Y, seguidamente, la familia concursante de Muchamiel, ha abierto su contenedor que contiene numerosas cajas apiladas con la marca GRUPO AMYGO.

En el caso de las apariciones de la marca GRUPO AMYGO, se obviaron todas las informaciones establecidas en el artículo 17.2 LGCA para informar al telespectador de la presencia de emplazamientos de producto: no se advirtió del emplazamiento ni al comienzo, ni tras la reanudación, ni al final del programa y, además, se colocó el nombre de la empresa emplazada en los agradecimientos del programa, con lo que, en lugar de prevenir al telespectador, se potenció el efecto publicitario del emplazamiento.

Tampoco pueden considerarse válidas las alegaciones de ATRESMEDIA cuando se refiere a la presentación de las sucesivas apariciones de la marca

GRUPO AMYGO como agradecimiento en lugar de como emplazamiento al final del programa, puesto que ello contraviene los requisitos de forma que han de cumplir los señalamientos de emplazamiento publicitario consistentes en *una sobreimpresión o transparencia claramente legible y con una duración mínima de 5 segundos en la que se indique: “este programa contiene emplazamiento publicitario”*. Tal y como fue especificado por esta Comisión en la contestación a la consulta realizada por ATRESMEDIA mencionada anteriormente.

Por último, en lo relativo a la gratuidad de los servicios prestados por la empresa GRUPO AMYGO, alegada por ATRESMEDIA, cabe señalar que la LGCA permite la gratuidad del emplazamiento de producto siempre que los bienes o servicios emplazados tengan un valor significativo. Conforme al artículo 14.2 del Real Decreto 1624/2011, *“se considera que tienen un valor significativo cuando el importe de los referidos bienes y servicios incluidos en el programa sea superior en un diez por ciento a la tarifa estándar establecida para un mensaje publicitario correspondiente a la franja horaria en la que se emite el programa donde se incluyen”*. Es de suponer que la cesión de tres contenedores durante una semana, con los tres servicios de mudanzas de recogida de enseres de los domicilios de los concursantes y los consiguientes servicios de volver a dejar esos enseres, supera el valor significativo establecido en el reglamento publicitario, por lo que queda descartada la concurrencia de la gratuidad alegada.

#### **IV.- Terminación del procedimiento y reducción de la sanción**

Tal y como se ha indicado en el Antecedente de Hecho Quinto de la presente resolución, mediante escrito de fecha 14 de julio de 2020, ATRESMEDIA ha reconocido su responsabilidad y procedido al pago de la sanción propuesta por la Sala en su acuerdo de fecha 30 de junio de 2020 con las reducciones a las que se refiere el artículo 85 de la LPAC. En fecha 23 de julio de 2020 ha presentado ante esta Comisión justificante de transferencia de 16 de julio de 2020 por importe de 83.050 euros en concepto de pago de la sanción propuesta.

De conformidad con el artículo 85, apartados 1 y 3, de la LPAC, que regula la terminación de los procedimientos sancionadores, el reconocimiento de la responsabilidad permite resolver el procedimiento con la imposición de la sanción que proceda, en este caso de una multa por infracción grave por importe de nueve mil euros (138.417 euros), aplicando a dicha cifra la reducción del 20% sobre el importe de multa propuesto.

Asimismo, de acuerdo con el apartado 2 del citado artículo 85 LPAC, dado que la sanción tiene en este caso únicamente carácter pecuniario, el pago voluntario por el presunto responsable, en cualquier momento anterior a la resolución, implicará la terminación del procedimiento. El pago voluntario conlleva la aplicación de una reducción del 20% sobre el importe total de la sanción propuesta (artículo 85, apartado 3).

Las citadas reducciones aplicables son acumulables entre sí, resultando una reducción del 40% sobre el importe propuesto de la sanción, lo que en este caso reduciría el importe a abonar a cincuenta y cuatro mil euros (83.050 euros).

Ello ha sucedido en este supuesto, en que ATRESMEDIA ha reconocido su responsabilidad en los hechos probados y ha hecho efectivo el pago mediante justificante de ingreso de 83.050 euros realizado el 16 de julio de 2020 y aportado en fecha 23 de julio de 2020.

Al haberse reconocido expresamente la responsabilidad en la comisión de la infracción por parte de ATRESMEDIA y haberse realizado el ingreso del importe de la sanción propuesta con la reducción acumulada del 40%, procede acordar la terminación del procedimiento, de acuerdo con el apartado 2 del artículo 85 de la LPAP. La efectividad de la reducción, en todo caso, queda condicionada al desistimiento o renuncia de cualquier acción o recurso en vía administrativa contra la sanción, según lo dispuesto en el apartado 3 del mismo artículo 85 de la LPAP. No obstante, dicha renuncia también ha sido formalizada por el operador en su escrito de 14 de julio de 2020.

Vistos los anteriores antecedentes de hecho y fundamentos de derecho, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC, como órgano competente para resolver el presente procedimiento sancionador,

### **RESUELVE**

**PRIMERO.-** Declarar la terminación del procedimiento sancionador, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 85 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en los términos de la propuesta del instructor, que se transcribe en el antecedente de hecho cuarto, en la que se considera acreditada la responsabilidad infractora administrativa y se establece la sanción pecuniaria a la entidad ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A.

**SEGUNDO.-** Aprobar las dos reducciones del 20% sobre la sanción de **ciento treinta y ocho mil cuatrocientos diecisiete euros (138.417 €)** contenida en la propuesta del instructor, establecidas en el artículo 85, apartado 3, en relación con los apartados 1 y 2, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; minorándose la sanción en un 40% a la cuantía de **ochenta y tres mil cincuenta euros (83.050 €)**, que ya ha sido abonada por ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A.

**TERCERO.-** Declarar que la efectividad de las reducciones de la sanción queda condicionada en todo caso al desistimiento o renuncia de cualquier acción o recurso en vía administrativa contra la sanción.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese al interesado.

La presente resolución agota la vía administrativa, no siendo susceptible de recurso de reposición. Puede ser recurrida, no obstante, ante la Sala de lo contencioso-administrativo de la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación, de conformidad con lo establecido en la disposición adicional cuarta, 5, de la Ley 29/1998, de 13 de julio.