

**ACUERDO POR EL QUE SE DA CONTESTACIÓN A LA CONSULTA REALIZADA POR EL CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES ACERCA DE LA NECESIDAD DE SOLICITAR LA EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA “DEPORTE SEGURO/TURISMO SEGURO”**

**CNS/DTSA/1034/20/CSD**

**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. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 17 de septiembre de 2020

Vista la consulta realizada por el Consejo Superior de Deportes, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

**I ANTECEDENTES**

El pasado 16 de junio de 2020 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una consulta del Consejo Superior de Deportes (CSD) acerca de la campaña DEPORTE SEGURO, TURISMO SEGURO //SAFE SPORTS, SAFE TOURISM, con el hashtag, ESPAÑA TE ESPERA, SPAIN AWAITS YOU, promovida de forma conjunta por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (vía Turespaña), el Ministerio de Cultura y Deporte (vía CSD), el Ministerio de Sanidad, la CEOE y LaLiga.

El CSD solicita a la CNMC, en tanto que supervisor del correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual, la confirmación de que esta campaña no precisa solicitud de exención de cómputo publicitario.

## 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 (en adelante, 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 [...]”*.

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 (LCNMC) 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 LCNMC, 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 consulta

El objetivo de la campaña identificada en los antecedentes es tratar de impulsar dos industrias muy relevantes para la economía española, el Turismo y el Deporte, cuya actividad se ha visto muy afectada durante los meses de pandemia provocada por el COVID-19.

La articulación de la campaña se ha materializado en la inclusión del logo/icono de la citada iniciativa de SPAIN AWAITS YOU/ESPAÑA TE ESPERA en pantalla durante la retransmisión de los partidos de fútbol en las dos primeras semanas desde la reanudación de la liga. Asimismo, también, durante las pausas de hidratación, se

ha emitido publicidad virtual en las gradas para proyectar mensajes de la campaña con el mismo logo y los dos lemas de referencia.

El artículo 19 del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, dispone que *“Los medios de comunicación social de titularidad pública y privada quedan obligados a la inserción de mensajes, anuncios y comunicaciones que las autoridades competentes delegadas, así como las administraciones autonómicas y locales, consideren necesario emitir”*.

Tomando en consideración todo lo anterior, a la luz de la notificación realizada por el CSD en la que solicita la confirmación de que se trata de un anuncio institucional amparado por el citado artículo 19, se concluye lo siguiente:

A fin de que la emisión de la publicidad virtual indicada quedara amparada por el artículo 19 del Real Decreto del estado de alarma, es necesario que se hubiera contado con la debida orden de la autoridad delegada correspondiente.

En caso contrario, debía haberse solicitado la exención de cómputo al amparo de la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, con carácter previo a la emisión del citado anuncio.

Por otro lado, cabría la posibilidad de que no fuera el CSD sino los prestadores del servicio de comunicación audiovisual quienes notifican a la CNMC que la emisión de un concreto mensaje publicitario está amparada por el artículo 19 del Real Decreto del estado de alarma. En este supuesto, los operadores destinatarios de la instrucción de emisión cursada por una autoridad competente delegada deberán acreditar la recepción de la misma ante la CNMC a fin de que la emisión quede exenta de cómputo del límite de emisión de publicidad.

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

## **RESUELVE**

Informar al Consejo Superior de Deportes que, en tanto en cuanto exista una instrucción expresa de una autoridad competente delegada ordenando al prestador de servicios de comunicación audiovisual la inserción de estos mensajes publicitarios, la emisión de la publicidad virtual indicada no precisaba solicitud de exención de cómputo publicitario, al encontrarse amparada por el entonces vigente artículo 19 del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

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.