

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BANCOS DE ALIMENTOS (FESBAL) EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “GRAN RECOGIDA 2020”**EC/D TSA/091/20/ FESBAL/GRAN RECOGIDA 2020****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidente**

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez**Secretario**

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 5 de noviembre 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 23 de octubre 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 Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) 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 motivar a la población a colaborar con aportaciones económicas para la adquisición de alimentos o como voluntarios para informar a los clientes sobre la nueva forma de donar en las cajas de los supermercados.

Con la campaña “Gran Recogida 2020”, FESBAL, pretende la implicación de voluntarios para que, de forma altruista, motiven al público a realizar donaciones y, además informen de las necesidades de alimentos para la cesta básica, así como de la nueva forma de recaudar fondos, debido a la pandemia del COVID-19.

En el anuncio, de 30 segundos de duración, con una locución subtitulada y las sobreimpresiones de cartelas: una anunciando la fecha de “*La Gran Recogida de Alimentos*”, otras con la forma en que se va a realizar la “Gran Recogida

Nueva”, “*más segura*”, debido al COVID-19 con imágenes de voluntarios recogiendo alimentos y animaciones, donde se explica cómo se pueden realizar las donaciones de alimentos: desde las cajas de los supermercados como online a través de la página web: “granrecogidadealimentos.org”.

Finaliza el anuncio con las cartelas sobrepuestas de la campaña: “Del 16 al 22 de noviembre”, “La Gran Recogida de alimentos 2020”, el logotipo de la fundación “FESBAL”, cartela: “Del 16 al 22 de noviembre VOLVEMOS” y la página web: “www.grarecogidadealimentos.org”.

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 anuncio remitido por FESBAL, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio en el que puede apreciarse valores de interés social y que carece, a su vez, de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que este anuncio pueda beneficiarse de dicha condición y no sea considerado mensaje publicitario, 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 el anuncio, así como la relación de las franjas horarias en que se vaya a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dicho espacio se computará como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de las comunicaciones ha 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 del anuncio 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 la FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BANCOS DE ALIMENTOS, en relación con la campaña “Gran Recogida 2020”, que busca la implicación de la población en la principal campaña de recogida anual de alimentos destinada a las personas que lo necesitan en nuestro país.

Esta exención queda condicionada a que se remita a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir el anuncio, así como la relación de las franjas horarias en los que se vaya a emitir gratuitamente.

Segundo. - Esta exención de cómputo publicitario no se extiende en ningún caso a las emisiones del anuncio que haya 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.