

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR AUTOCONTROL EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “AUTOCONTROL, POR UNA PUBLICIDAD RESPONSABLE”

EC/DTSA/060/21/AUTOCONTROL/AUTOCONTROL, POR UNA PUBLICIDAD RESPONSABLE

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 10 de junio de 2021

Visto el procedimiento relativo a la exención de cómputo publicitario solicitada, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

I ANTECEDENTES

Único. - Con fecha 21 de mayo de 2021, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio, cuya grabación aporta, con el objetivo de que los consumidores conozcan la existencia de este organismo de autorregulación de la publicidad, al que, eventualmente, pueden dirigir sus reclamaciones como consumidores.

Esta misma campaña fue aprobada en Sala el 4 de febrero de 2020 (EC/DTSA/053/19), con la creatividad muy similar ya que sobre la versión anterior solo se añaden mensajes sobreimpresos que describen a continuación.

El anuncio, de 20 segundos de duración, muestra imágenes de niños, adolescentes y de personas mayores que ven anuncios de publicidad en distintos contextos: televisión, una marquesina del autobús o a través de una Tablet, siempre de forma relajada, aludiéndose al hecho de que reciben una publicidad respetuosa. Se insertan igualmente situaciones agradables de amigos o de

padres con hijos haciéndose referencia a que siempre hay alguien “cuidándonos” aunque no seamos conscientes de ello.

Se muestran varias sobreimpresiones: *“Más de 4.500 empresas vinculadas”, “Más de 285.000 anuncios revisados”, “Mas de 9.500 reclamaciones resueltas sobre publicidad”, “El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene”, “Acreditado como ADR de conformidad con la Directiva Europea nº 2013/11” y, finaliza con las sobreimpresiones: “Por una publicidad responsable”, “Campaña financiada por el programa de Consumidores 2014-2020 de la Unión Europea” y el logo de la Unión Europea.*

Durante la emisión de las imágenes se escucha una locución en off: *“A lo largo de tu vida siempre hay alguien que cuida de ti, incluso sin que te des cuenta, hace más de 25 años, anunciantes, agencias y medios creamos Autocontrol para cuidar que la publicidad que recibas sea leal, veraz, honesta y legal, Autocontrol, por una publicidad responsable”.*

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 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 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 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 analizado el anuncio remitido por AUTOCONTROL, 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 público y que carece, a su vez, de naturaleza comercial.

Asimismo, la concesión a AUTOCONTROL de una subvención para esta campaña por parte de la Comisión Europea, dentro del “Programa Plurianual de Consumidores” para el período 2014-2020, no viene sino a reforzar la consideración de esta campaña como de interés público, en el marco de las políticas de protección de los consumidores.

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 AUTOCONTROL, en relación con la campaña “Autocontrol, por una publicidad responsable” que pone en valor el trabajo realizado por esta Asociación en sus más de 25 años de creación y promueve el compromiso social de velar por el buen funcionamiento de la autorregulación en el sector de la publicidad.

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 el que se vaya a emitir gratuitamente.

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