

**RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÁMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. (MEDIASET) EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “UEFA-I AM EQUAL GAME”**

**EC/DTSA/065/21/MEDIASET/ UEFA-I AM EQUAL GAME**

**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**

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 1 de junio de 2021, han tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A. (en adelante MEDIASET), por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cuatro anuncios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo difundir el espíritu positivo de inclusión, amplificar un mensaje claro y edificante sobre los beneficios que el fútbol aporta a la comunidad.

Mediaset realiza esta campaña promovida por la UEFA y la colaboración desinteresada de Homeless World Cup Foundation.

Los anuncios, de diferente duración, ofrecen imágenes de personas de distintas razas, edades, género y capacidades físicas divirtiéndose y jugando al fútbol, con la intención de transmitir un valor de interés general, en concreto, la promoción de la igualdad y la no discriminación.

El primer video “equal game abril 2021\_1”, de 30 segundos de duración, muestra a una serie de jugadores y jugadoras del futbol profesional, así como

entrenadores repitiendo la frase “I am equal game” que se sobreimpresiona en varios colores.

El segundo video “equal game abril 2021\_2”, de 54 segundos de duración, muestra a mujeres compitiendo con su selección donde comentan lo que supone el fútbol para ellas y finaliza con la sobreimpresión del hashtag “#EQUALGAME”.

El tercer video “equal game abril 2021\_3”, de 66 segundos de duración, muestra diferentes escenas en la vida de antiguos jugadores, jugadores mayores, jugadores ciegos y profesionales en activo, tanto en el ámbito personal como deportivo, jugando, compitiendo y charlando y finaliza con la sobreimpresión del hashtag “#EQUALGAME”.

El cuarto video “equal game septiembre 2020” de 30 segundos de duración, muestra niños jugando y a jugadoras y jugadores profesionales, en diferentes escenas y momentos alrededor del fútbol con la locución en inglés sobreimpresionada: “¿Por qué amamos el fútbol?”, “Porque ahí fuera, en el campo, todos somos iguales” y las sobreimpresiones finales: “#EQUALGAME”, el logotipo de la UEFA “RESPECT” y la web: “EQUALGAME.COM”.

## 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 los anuncios remitidos por MEDIASET, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, en los que pueden apreciarse valores de servicio público y que carecen, a su vez, de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que estos anuncios puedan beneficiarse de dicha condición y no sean considerados mensajes publicitarios, 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 los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos espacios se computarán 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 MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A., en relación con la campaña “UEFA-I am equal game”, que pretende sensibilizar y poner en valor un mensaje de no discriminación e igualdad en el fútbol.

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 los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en los que se vayan 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.