

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “DOCE MESES-COMPARETE Y RECICLA”

(EC/DTSA/026/22/MEDIASET/DOCE MESES-COMPARETE Y RECICLA)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 9 de junio de 2022

De acuerdo con la función establecida en el artículo 9.11 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, y con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, la Sala de la Supervisión Regulatoria, acuerda lo siguiente:

I. ANTECEDENTES

ÚNICO. - Con fecha 30 de mayo de 2022, ha 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 dos anuncios, cuyas grabaciones aporta y una mención para programas, que tienen como objetivo sensibilizar a la ciudadanía en el reciclaje de juguetes que ya no se usan para darles una nueva vida y que todos los niños tengan acceso a ellos.

Mediaset realiza esta campaña con la colaboración desinteresada de las Fundación Seur, Fundación Ecotic y la Fundación Crecer Jugando.

El anuncio, de 25 segundos de duración, ofrece imágenes animadas de niños, animales y juguetes en diferentes escenas jugando, mientras se escucha una canción con la letra sobreimpresionada: “Comparte y recicla”, “recicla juguetes que te queda peque”, “Otros niños, otras niñas, con él podrán jugar”, “Comparte y recicla, que mola mogollón”, “tienes hasta el 10 de julio” y la página web: “Comparteyrecicla.com”.

Finaliza el anuncio con las sobreimpresiones del logotipo locutado de “12 meses, MEDIASET España.”, y los logotipos de las fundaciones “Crecer jugando”, “Ecotic” y “Fundación Seur”.

El otro anuncio se trata de una sobreimpresión que en forma de “publimosca”, aparece durante la emisión de los programas, siendo su creatividad la siguiente:



II. FUNDAMENTOS 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 analizados los anuncios remitidos por MEDIASET, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo

publicitario, pues se trata de dos anuncios 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 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, el cartel y la mención, 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 de los anuncios que haya 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 “12 Meses: Comparte y Recicla”, que pretende poner en valor la importancia del juego para el desarrollo global del niño y poder compartir los juguetes reciclándolos.

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 de los anuncios 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:

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A.

Con esta Resolución se agota la vía administrativa, si bien cabe interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.