

ACUERDO POR EL QUE SE DA CONTESTACIÓN A LA CONSULTA FORMULADA POR LA CORPORACIÓN DE RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., EN RELACIÓN CON LAS EMISIONES PUBLICITARIAS AUTORIZADAS POR EL ARTÍCULO 7.2.B) DE LA LEY 8/2009, DE FINANCIACIÓN DE LA CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA

(CNS/DTSA/022/23/CRTVE)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

D^a. María Ortiz Aguilar

D^a. María Pilar Canedo Arrillaga

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 9 de febrero de 2023

La Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con la composición expresada, ha acordado dar la presente contestación a la consulta formulada por D. Alfonso María Morales Fernández en nombre de la Corporación de Radio y Televisión Española (en lo sucesivo, CRTVE).

I. PLANTEAMIENTO DE LA CONSULTA

Se ha recibido en la CNMC escrito de CRTVE, con fecha de registro de entrada 22 de diciembre de 2022, en el que plantea dudas derivadas de la interpretación del artículo 7.2, letra b, de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la CRTVE (en adelante, LFCRTVE), según la nueva redacción dada por la disposición final cuarta de la Ley 13/2022, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA), en relación con la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales.

II. HABILITACIÓN COMPETENCIAL

De conformidad con el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (Ley CNMC, en lo sucesivo), señala que *“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual”*. Y en el apartado séptimo de dicho artículo se prevé que, en particular, ejercerá las siguientes funciones:

“7. Supervisar y controlar el cumplimiento por los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal de lo establecido en materia de ingresos procedentes de comunicaciones comerciales en la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.”

Y el artículo 69.3 LGCA dispone:

“3. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a la Corporación de Radio y Televisión Española y la adecuación de los recursos públicos asignados, en los términos previstos en la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.”

Por otra parte, el artículo 5.2 de la Ley CNMC señala que esta Comisión actuará como órgano consultivo sobre cuestiones relativas al mantenimiento de la competencia efectiva y buen funcionamiento de los mercados y sectores económicos.

En consecuencia, la CNMC es el organismo competente, en cuanto autoridad reguladora, para conocer del escrito remitido por CRTVE, al circunscribirse al ámbito interpretativo y de aplicación del artículo 7.2.b) de la Ley 8/2009, en relación con lo dispuesto en el artículo 69.3 LGCA, ámbito sobre el que esta Comisión despliega sus funciones en el sector audiovisual.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley CNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC, el órgano decisorio competente para conocer este asunto es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

III. MARCO JURÍDICO APLICABLE Y ANÁLISIS DE LA CONSULTA

La consulta tiene por objeto la interpretación del artículo 7.2.b) de la LFCRTVE, concretamente, en relación con los ingresos que se entienden autorizados a la Corporación por:

“b) Emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., y limitados a la financiación de su adquisición o producción”.

La Corporación trabaja actualmente en la definición de las explotaciones que cabe acometer sobre las oportunidades comerciales derivadas de una serie de eventos y programas deportivos y culturales de acuerdo con lo establecido por este nuevo marco legal. A la hora de planificar estas explotaciones, se plantean una serie de dudas derivadas de la interpretación que cabe dar a alguno de los contenidos de esta nueva redacción legal, lo que puede devenir en cierto grado de inseguridad jurídica para las actuaciones de la Corporación, que pretende minimizar al máximo.

A tal fin, la CRTVE plantea unas cuestiones generales que se sustancian en las condiciones y diferencias de la nueva redacción del artículo mencionado con su redacción anterior (*“Excepcionalmente podrán emitirse competiciones deportivas con contrato de patrocinio u otras formas comerciales cuando éstas formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir”*) y, posteriormente, concreta sus dudas en los planes de explotación comercial de los partidos de fútbol que se incluyen en la COPA DEL REY DE FUTBOL, correspondiente a la temporada 2022/2023, y de la GALA DE LOS PREMIOS GOYA 2023.

A continuación, se exponen las proposiciones planteadas por CRTVE y se acompañan con un breve comentario:

1.ª y 2.ª - Se amplía a los programas el ámbito objetivo de explotación publicitaria permitida, y no solamente se habilitan los eventos. Estos eventos y programas deben tener contenido cultural y/o deportivo.

En su redacción anterior, sólo se admitía la emisión de competiciones deportivas con contrato de patrocinio u otras formas comerciales. La nueva redacción amplía las emisiones con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, a retransmisiones culturales y programas deportivos y culturales, en los términos establecidos en el artículo 12.1.b) del Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010 (en adelante, Reglamento de comunicaciones comerciales).

3.ª - La explotación publicitaria de estos eventos y/o programas deben tener un contrato de patrocinio como contenido o núcleo esencial, suscrito entre CRTVE y el anunciante o su agencia, donde se especifique el formato de patrocinio y las formas de comunicación comercial asociadas al mismo.

Sí, de conformidad con lo establecido en el artículo 12.1.a) del Reglamento de comunicaciones comerciales, ha de existir un contrato de patrocinio, como contenido esencial entre el productor del programa patrocinado o el prestador del servicio de comunicación audiovisual, o en su caso el titular, cedente o licenciante de los derechos del evento emitido en los casos en que se vincule este patrocinio de forma indivisible a los derechos de emisión, y la entidad patrocinadora del programa.. Por su parte, los patrocinios deben cumplir con lo previsto en el artículo 128 LGCA y en el Reglamento de desarrollo. Su contravención puede dar lugar a la infracción grave del artículo 158.18 LGCA.

4.ª - Partiendo de su necesaria vinculación o asociación al contrato de patrocinio, se mantiene el alcance amplio que en la regulación anterior se había dado a las fórmulas de explotación comercial habilitadas para la CRTVE (antes "contrato de patrocinio u otras formas comerciales", ahora "contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios").

Sí, si bien las formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios deben ser compatibles con la figura del patrocinio televisivo al que van asociadas. Tal sería el caso de adherir a las emisiones de los patrocinios televisivos otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios que, en su conjunto, pudieran constituir un anuncio publicitario audiovisual.

5.ª - Se ha eliminado la necesidad de que la explotación comercial derivada forme parte indivisible (inherente) de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir. En consecuencia, estaría permitida la

explotación de programas y retransmisiones deportivas y culturales tanto de producción propia como ajena.

Sí, la Ley no establece limitaciones en este sentido, salvo en lo que respecta al patrocinio de avances de programación, para los que el artículo 12.1.b) in fine del Reglamento de comunicaciones comerciales, en tanto mantenga su vigencia, exige que los patrocinios formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

6.ª - Los programas y retransmisiones deben enmarcarse en la misión de servicio público atribuida a esta Corporación.

Sí, en consonancia con lo dispuesto en el artículo 51 LGCA.

7.ª - Los rendimientos que se obtengan por la explotación de cualesquiera fórmulas de comunicación comercial audiovisual asociadas a dichos patrocinios no deben superar el coste de adquisición y/o producción de estos programas y/o eventos, y deben destinarse exclusivamente a su financiación.

En efecto, tal y como se señala en el artículo 7.2.c) de la Ley 8/2009, Los ingresos obtenidos por la CRTVE por la emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios están limitados a la financiación de su adquisición o producción.

8.ª – En cuanto a las fórmulas comerciales mencionadas en los anexos de la consulta, se deben hacer las siguientes puntualizaciones:

- Conforme se dispone en los artículos 128.2 LGCA y 12.b) del Reglamento de desarrollo, los patrocinios deben ir referidos a un programa o a un subprograma que constituya una unidad programática en sí mismo y se incluya de forma autónoma en la Guía Electrónica de Programación.

Las únicas autopromociones que pueden patrocinarse, según se ha comentado con anterioridad, son los avances de los programas cuando los patrocinios forman parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

- La duración del patrocinio, con carácter general, no podrá exceder de 10 segundos, conforme se dispone en el artículo 12.1.c) del Reglamento de desarrollo.

Como excepción al límite de duración del patrocinio, el párrafo segundo de la letra c) de dicho artículo, admite, en los supuestos de concurrencia de varios

patrocinadores cuya presencia venga impuesta por el titular, cedente de los derechos de emisión por formar parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir, y cuya imagen deba ser mostrada de forma independiente, una duración máxima de 30 segundos con el límite máximo por cada espacio de patrocinio de 10 segundos.

De no cumplirse las condiciones mencionadas en el párrafo anterior, según se dispone en el párrafo segundo del artículo 12.1.d) del Reglamento de desarrollo, en el supuesto de existir varios patrocinadores de un mismo programa, su presencia deberá figurar agrupada en un mismo espacio de patrocinio en los momentos en que se pueda insertar y su duración máxima será de 10 segundos.

- Los spots que se emitan en los bloques publicitarios de entrada, salida o descanso de las retransmisiones o programas patrocinados deben estar asociados a los patrocinios, conforme se dispone en el artículo 7.2.b) de la Ley 8/2009.

Por último, debe señalarse que los anexos contienen descripciones genéricas de las comunicaciones comerciales que CRTVE ha diseñado para su emisión durante la retransmisión de los dos eventos mencionados por lo que, en principio, no proceden más comentarios que los anteriormente indicados. Y que un pronunciamiento más concreto sobre cada una de las propuestas comerciales contenidas en los anexos requeriría disponer de las grabaciones para realizar un análisis más detallado y, en general, para una mayor seguridad, el análisis del cumplimiento de la normativa televisiva debe hacerse caso por caso

IV. CONCLUSIÓN

Por lo expuesto anteriormente, la nueva redacción del artículo 7.2.b) de la LFCRTVE amplía las posibilidades de financiación de la adquisición o producción, por parte de la CRTVE, de programas o retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, dentro de los límites establecidos en la LGCA y en el Reglamento de comunicaciones comerciales, siempre que esos programas o retransmisiones se enmarquen en la misión de servicio público de la CRTVE y los rendimientos que se obtengan no superen los costes de adquisición o producción.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados:

CORPORACIÓN DE RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A.