

## **RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR FUNDACIÓN AMIGOS DE LOS MAYORES.**

**EC/DTSA/058/15/ FUNDACION AMIGOS DE LOS MAYORES**

### **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

#### **Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D. Josep Maria Guinart Solà

D<sup>a</sup>. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

#### **Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 10 de septiembre de 2015

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

### **I ANTECEDENTES**

**Único.-** Con fecha 31 de agosto de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la FUNDACIÓN AMIGOS DE LOS MAYORES por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, cuya grabación aporta, con motivo del lanzamiento de una nueva campaña “1 de Octubre, Día Internacional de las personas mayores”, que tiene como objetivo concienciar a la sociedad sobre la situación de soledad que sufren muchas personas mayores en España.

➤ **Descripción del anuncio:**

En el anuncio aparece un hombre mayor interactuando animadamente con otras personas más jóvenes. Todas estas imágenes van acompañadas de la siguiente locución: “*Si me dieras una oportunidad seguro que encontraríamos algo en común entre tú y yo. No olvides que un día tú tendrás 82 años. ¿Querrás que te traten como una persona, o como un número?*”

El spot finaliza con la siguiente sobreimpresión: “*Lo que nos acercan no es la edad sino lo que tenemos en común. Hay 1,8 millones de personas mayores viviendo solas en España. 1 de octubre. Día Internacional de las Personas*”

Mayores.” junto con los logotipos de la Fundación Amigos de los Mayores y la Fundación ATRESMEDIA.

La duración del anuncio es de 20 segundos.

## **II FUNDAMENTOS JURÍDICOS**

### **Primero.- Habilitación competencial.**

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.**

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.”*

Una vez analizado el spot publicitario suministrado por FUNDACION AMIGOS DE LOS MAYORES, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio de carácter benéfico ya que está destinado al apoyo de un colectivo especialmente vulnerable como son los ancianos y que carece 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 el anuncio, 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.

Por último, 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.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

### **RESUELVE**

**Único.-** Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la FUNDACION AMIGOS DE LOS MAYORES, en relación con el anuncio de la Campaña “1 de Octubre, Día Internacional de las personas mayores”.

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.