

## **RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR UNICEF COMITÉ ESPAÑOL.**

**EC/D TSA/060/15/ UNICEF**

### **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 17 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 9 de septiembre de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de UNICEF COMITÉ ESPAÑOL por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de seis spots publicitarios, cuyo formato aporta, con motivo del lanzamiento de una nueva campaña “ Ahora no podemos parar - Arena”, con el objetivo de concienciar a la sociedad española acerca de las causas de mortalidad infantil, entre ellas la desnutrición aguda grave que afecta a millones de niños en todo el mundo, y de la necesidad de apoyar económicamente a Unicef para que continúe con su buena labor.

Descripción de los anuncios:

- Primer spot:

En el anuncio aparece un niño sentado en el suelo preparando comida con arena mientras se escucha la siguiente locución en off: *“17 millones de niños*

*sufren desnutrición aguda grave por falta de alimentos. Ayúdanos a seguir salvando vidas. Envía UNICEF al 38028.”*

El spot finaliza con el logo de UNICEF junto con la sobreimpresión: “*Envía UNICEF al 38028. 1 SMS: tratamiento para 2 niños durante 1 día.*” y la web de contacto.

La duración del anuncio es de 10 segundos.

- Segundo spot:

En el anuncio aparece un niño sentado en el suelo preparando su comida con arena mientras se escucha la siguiente locución en off: “*17 millones de niños sufren desnutrición aguda grave por falta de alimentos. Ayúdanos a seguir salvando vidas haciendo un donativo a UNICEF.*”

El spot finaliza con el logo de UNICEF junto con la sobreimpresión: “*Dona ahora.*” y la web de contacto.

La duración del anuncio es de 10 segundos.

- Tercer spot:

En el anuncio se muestran varias imágenes que muestran las diferentes condiciones de vida de dos niños, uno occidental y otro africano mientras se escucha la siguiente locución en off: “*Uno de estos niños está jugando a hacer comida con la arena. El otro no está jugando. 17 millones de niños sufren desnutrición aguda grave provocada por la falta de alimentos. Tú puedes ayudarlos. Envía UNICEF al 38028.*”

El spot finaliza con el logo de UNICEF junto con la sobreimpresión: “*Envía UNICEF al 38028. 1 SMS: tratamiento para 2 niños durante 1 día.*” y la web de contacto.

La duración del anuncio es de 20 segundos.

- Cuarto spot:

En el anuncio se muestran varias imágenes que muestran las diferentes condiciones de vida de dos niños, uno occidental y otro africano mientras se escucha la siguiente locución en off: “*Uno de estos niños está jugando a hacer comida con la arena. El otro no está jugando. 17 millones de niños sufren desnutrición aguda grave provocada por la falta de alimentos. Tú puedes ayudarlos haciendo un donativo a UNICEF.*”

El spot finaliza con el logo de UNICEF junto con la sobreimpresión: “*Dona ahora.*” y la web de contacto.

La duración del anuncio es de 20 segundos.

- Quinto spot:

En el anuncio se muestran varias imágenes que muestran las diferentes condiciones de vida de dos niños, uno occidental y otro africano mientras se escucha la siguiente locución en off: “*Uno de estos niños está jugando a hacer comida con la arena. El otro no está jugando. 17 millones de niños sufren desnutrición aguda grave provocada por la falta de alimentos. Tú puedes ayudarlos. Envía UNICEF al 38028. UNICEF, ahora no podemos parar.*”

El spot finaliza con el logo de UNICEF junto con la sobreimpresión: “*Envía UNICEF al 38028. 1 SMS: tratamiento para 2 niños durante 1 día.*” y la web de contacto.

La duración del anuncio es de 45 segundos.

- Sexto spot:

En el anuncio se muestran varias imágenes que muestran las diferentes condiciones de vida de dos niños, uno occidental y otro africano mientras se escucha la siguiente locución en off: “*Uno de estos niños está jugando a hacer comida con la arena. El otro no está jugando. 17 millones de niños sufren desnutrición aguda grave provocada por la falta de alimentos. Tú puedes ayudarlos haciendo un donativo a UNICEF. UNICEF, ahora no podemos parar.*”

El spot finaliza con el logo de UNICEF junto con la sobreimpresión: “*Dona ahora.*” y la web de contacto.

La duración del anuncio es de 45 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 analizados los spots publicitarios suministrados por UNICEF COMITÉ ESPAÑOL se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se tratan de anuncios de carácter benéfico que carecen de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que estos faldones 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 mismo, 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 UNICEF COMITÉ ESPAÑOL en relación con los seis spots publicitarios de la campaña “Ahora no podemos parar – Arena”.

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.