

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

EC/DTSA/076/15/ ESPAÑA CON ACNUR

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 22 de octubre 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 octubre de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito del **COMITÉ ESPAÑOL DE ACNUR** por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, cuya grabación aporta, y de un faldón publicitario con motivo del lanzamiento de la nueva campaña “Mano a mano: cocineros en Ghana” cuyo objetivo es recaudar fondos para paliar la situación de escasez de recursos que se vive en los campos de refugiados que gestiona ACNUR, cubriendo sus necesidades básicas de alimentación y refugio.

➤ Descripción del anuncio:

En el anuncio aparece en un primer plano un refugiado, dice: “*Ésta es mi última comida*”, en la siguiente imagen aparecen dos chefs profesionales, Susi Díaz y Paco Roncero, y el periodista Jalis de la Serna que exponen lo siguiente: “*Debido a la emergencia de refugiados que vivimos en el mundo, millones de personas se están quedando sin comida en los campos de ACNUR. Ayúdanos a evitarlo. Dona ahora.*”

Durante todo el spot se ve sobreimpresionado el siguiente faldón:



La duración del anuncio es de 20 segundos.

- En relación al Faldón publicitario el contenido aportado es el siguiente:



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 y los faldones publicitarios suministrados por ESPAÑA CON ACNUR, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio y de unos faldones publicitarios 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 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 **COMITÉ ESPAÑOL DE ACNUR**, en relación con el anuncio y faldones publicitarios relativos a la Campaña “Mano a mano: cocineros en Ghana”.

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.