

## **Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por la Fundación Isabel Gemio, FEDER y ASEM.**

Expdte. EC/DTSA/435/14/FUNDACIÓN ISABEL GEMIO, FEDER Y ASEM

### **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC**

#### **Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

#### **Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D. Josep María Guinart Solá

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

D. Diego Rodríguez Rodríguez

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

D. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 11 de marzo de 2014

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

### **I ANTECEDENTES**

**Único.-** Con fecha 28 de febrero de 2014 ha tenido entrada en el Registro de esta Comisión un escrito de la Fundación Isabel Gemio, Fundación Española de Enfermedades Raras (FEDER) y Federación Española de Enfermedades Neuromusculares (ASEM) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, cuya grabación aporta, con el objetivo de concienciar a la población sobre los problemas de las personas que padecen enfermedades raras, integrante de la campaña “todos somos raros”.

Breve descripción del anuncio:

Comienza el anuncio en una farmacia donde diversas personas entran pidiendo ciertos medicamentos de uso común, como el paracetamol, y se les responde que no se fabrican o que ya no hay.

Todo ello se contrapone con la locución final: *“Tres millones de personas en nuestro país padecen enfermedades consideradas raras y se enfrentan todos los días a la frustración de saber que no existe tratamiento para ellas”*.

La duración del vídeo es de 67”.

## 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 (en adelante CNMC), 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”*.

### 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 visionada la grabación suministrada por la FUNDACIÓN ISABEL GEMIO, FEDER Y ASEM, se considera que el spot reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio de carácter benéfico que carece de naturaleza comercial, al no referirse a una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional de una empresa o persona física, con el objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios a cambio de

una remuneración, ya que el objetivo que persigue es concienciar a la población sobre los problemas de las personas que padecen enfermedades raras.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en dicho precepto legal, para que este anuncio pueda 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 (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 va a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dicho espacio se computará 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 FUNDACIÓN ISABEL GEMIO, FEDER y ASEM en relación con el anuncio de la campaña “todos somos raros”.

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.