

Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por la Fundación Stop Sanfilippo.

Expdte. EC/DTSA/432/2014/FUNDACIÓN STOP SANFILIPPO

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D. Josep María Guinart Solá

D^a. 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 27 de febrero de 2014 ha tenido entrada en el Registro de esta Comisión un escrito de la FUNDACIÓN STOP SANFILIPPO por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de dar a conocer el Síndrome de Sanfilippo e invitar a la donación a través de SMS solidario, integrante de la campaña "Stop Sanfilippo".

Breve descripción de los anuncios:

Primer anuncio.- Comienza el anuncio con la imagen de dos padres con su bebé en brazos y cara de preocupación, la imagen se mantiene hasta el segundo 19 en que es sustituida por una leyenda que dice:

ENVÍA

STOPSF al 28014

La web de la fundación y las advertencias legales del coste del sms.

Locución: *“Dani padece el síndrome de Sanfilippo, una enfermedad rara, degenerativa e incurable. Poco a poco dejará de hablar, de caminar, de masticar. Al llegar a la adolescencia dejará de respirar y morirá. Tú puedes ayudar a la Fundación Stop Sanfilippo a encontrar una cura para la enfermedad. Envía un sms con el texto Stop Sanfilippo al 28014. Ayúdanos a lograrlo”.*

Segundo anuncio.- La misma locución que en el primero. Las imágenes son similares a las del primero, pero aparecen los padres y otros niños que juegan con Dani.

La duración de ambos vídeos es de 25”.

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 visionadas las grabaciones suministradas por la FUNDACIÓN STOP SANFILIPPO, se considera que los spots reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de anuncios de carácter benéfico que carecen 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 persiguen es promover la solidaridad para encontrar una cura para el Síndrome de Sanfilippo.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en dicho precepto legal, 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 (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 van 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 FUNDACIÓN STOP SANFILIPPO en relación con los anuncios de la campaña “Stop Sanfilippo”.

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.