

## **RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR GREENPEACE ESPAÑA.**

**EC/DTSA/047/15/GREENPEACE ESPAÑA**

### **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 23 de julio 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 16 de julio de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de GREENPEACE ESPAÑA por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot cuya grabación aporta cuyo objeto es, por un lado, concienciar y fomentar el compromiso de la sociedad con la defensa y protección del Ártico, y por otro lado, agradecer a todos los espectadores que han apoyado la campaña “ Salvar el Ártico”.

➤ **Descripción del anuncio:**

El anuncio comienza con una imagen de un frigorífico abierto para dar paso a una imagen de un chico caminando marcha atrás guardando un yogur en el frigorífico. De esta manera, el spot asocia el inicio del deshielo del frigorífico, al dejarlo abierto, con la imagen posterior del deshielo del Ártico. En esta ocasión, todas estas imágenes se presentan dando marcha atrás

dando a entender que el deshielo del Ártico con la ayuda de todos se puede frenar. Sobreimpresionado se puede leer el siguiente mensaje: *“Más de 7 millones de firmas han sido escuchadas. En 2016 el Alto Ártico tendrá su primera área marina protegida. Gracias. Sigamos luchando. Greenpeace. Si perdemos el Ártico perdemos todos”*.

Durante el spot se escucha el ritmo de los pitidos emitidos por un monitor de constantes vitales.

El spot finaliza con los logotipos de acción global Hazte Eco y de las entidades que hacen posible su emisión: Neox, Greenpeace y 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 y el faldón publicitario suministrados por GREENPEACE ESPAÑA, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio de de interés general que afecta a un bien público que requiere especial protección como es el medio ambiente. Por otra parte, el anuncio carece de 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 GREENPEACE ESPAÑA, en relación con el anuncio relativo a la Campaña “Salvar el Ártico. Gracias”.

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.