

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN ACCIÓN
CONTRA EL HAMBRE.**

EC/D TSA/24/15/ FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D. Josep Maria Guinart Solà

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 7 de mayo 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 30 de abril de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos faldones publicitarios, cuyo formato aporta, con el objetivo de recaudar fondos en favor de los afectados por el terremoto acaecido en Nepal. Esta campaña se denominará “Juntos por Nepal” y en ella participará, además de la solicitante, las siguientes ONGs: ACNUR, CRUZ ROJA, OXFAM INTERMON, UNICEF y PLAN.

El contenido de los dos faldones publicitarios aportados son los siguientes:

Rotulo SMS

Juntos por Nepal
Envía SMS DONO al 28014

*Donación íntegra de 1,20€ a favor de Acción contra el Hambre, Acnur, Cruz Roja, Oxfam Intermón, Plan International, Save the Children y Unicef. Servicio de SMS solidario operado por Altría TIC, www.altria.com, y la Asociación Española de Fundraising, www.aefundraising.org, nº. atn. cte. 902 00 28 98, apdo. correos 56059-28060 Madrid, colaboran Movistar, Vodafone, Orange, Yoigo y Euskaltel

Rotulo Teléfono

Juntos por Nepal
Colabora llamando al 900 901 345

*Las donaciones se destinarán a ayudar a las víctimas del terremoto de Nepal. Las organizaciones que participan de esta campaña son: Acción contra el Hambre, Acnur, Cruz Roja, Oxfam Intermón, Plan International, Save the Children y Unicef.

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 faldones publicitarios suministrados por la Fundación Acción Contra el Hambre se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se tratan de faldones 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 la FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE en relación con los dos faldones publicitarios de la campaña de ayuda a los afectados por el terremoto acaecido en Nepal.

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.