

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

EC/D TSA/25/15/ UNICEF

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. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 13 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 7 de mayo de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de UNICEF COMITÉ ESPAÑOL por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos spots publicitarios, cuyo formato aporta, con el objetivo de recaudar fondos en favor de los afectados por el terremoto acaecido en Nepal.

Descripción de los anuncios:

- Primer spot:

En el anuncio se suceden imágenes que muestran las duras condiciones de vida después del terremoto en Nepal mientras se escucha la siguiente locución en off: *“Un terremoto devastador ha sacudido Nepal. UNICEF está allí, trabajando contra reloj para salvar y proteger a los niños y sus familias. No podemos perder ni un segundo, sus vidas corren peligro. Por favor, envía UNICEF 38080 o entra en unicef.es. Los niños de Nepal te necesitan.”*

El spot finaliza con los datos de contacto y la frase sobreimpresa: Los niños de Nepal te necesitan.

Durante la emisión de casi todo el anuncio se incluye de manera sobreimpresa el siguiente Faldón publicitario:

La duración del anuncio es de 15 segundos.



- Segundo spot:

En el anuncio se suceden imágenes que muestran las duras condiciones de vida después del terremoto en Nepal mientras se escucha la siguiente locución en off: *“Un terremoto devastador ha sacudido Nepal. Los niños y sus familias necesitan urgentemente medicinas, alimentos y agua potable. UNICEF está allí, en Nepal, trabajando contra reloj para salvar y proteger a los niños y sus familias. No podemos perder ni un segundo, sus vidas corren peligro. Los niños de Nepal te necesitan ahora. Por favor, envía UNICEF 38080 o entra en unicef.es. Los niños de Nepal te necesitan.”*

El spot finaliza con los datos de contacto y la frase sobreimpresa: Los niños de Nepal te necesitan.

Durante parte de la emisión del anuncio se incluye de manera sobreimpresa el siguiente Faldón publicitario:



La duración del anuncio es de 30 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 analizados los spots publicitarios suministrados por UNICEF COMITÉ ESPAÑOL se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se tratan de anuncios 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 UNICEF COMITÉ ESPAÑOL en relación con los dos spots 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.