



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Decreto 466/1972, de 17 de febrero, por el que se aprueba el
Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad.

Ministerio de Información y Turismo
«BOE» núm. 56, de 6 de marzo de 1972
Referencia: BOE-A-1972-348

ÍNDICE

<i>Preámbulo</i>	3
<i>Artículos</i>	3
Artículo primero.	3
Artículo segundo.	3
ESTATUTO PROFESIONAL DE LOS AGENTES DE PUBLICIDAD.	3
CAPÍTULO I. De la actividad profesional y requisitos para su ejercicio.	3
Artículo 1.	3
Artículo 2.	4
Artículo 3.	4
Artículo 4.	4
Artículo 5.	4
Artículo 6.	4
Artículo 7.	4
Artículo 8.	5
Artículo 9.	5
CAPÍTULO II. Del contrato de mediación o comisión publicitaria	5
Artículo 10.	5
Artículo 11.	5

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Artículo 12.	5
Artículo 13.	6
Artículo 14.	6
Artículo 15.	6
Artículo 16.	6
Artículo 17.	6
Artículo 18.	6
Artículo 19.	6
Artículo 20.	6
Artículo 21.	6
Artículo 22.	7
Artículo 23.	7
CAPÍTULO III. De la jurisdicción competente.	7
Artículo 24.	7
Artículo 25.	7
Artículo 26.	7
<i>Disposiciones finales.</i>	7
Disposición final.	7
<i>Disposiciones transitorias.</i>	7
Disposición transitoria.	7

TEXTO CONSOLIDADO
Última modificación: sin modificaciones

El proceso de institucionalización de la actividad publicitaria, iniciado por la Ley sesenta y una mil novecientos sesenta y cuatro, de once de junio, que aprobó el Estatuto de la Publicidad, requiere un progresivo desarrollo normativo en función de las necesidades de la realidad en que incide y, en su caso, de las demandas de los profesionales a que afecta.

En esta línea, constituye aspiración unánime, de los Agentes de Publicidad la ordenación específica de su actividad a través de las correspondientes normas estatutarias a que la propia Ley citada se refiere en su artículo cincuenta y nueve y dentro del marco de las disposiciones complementarias y de desarrollo de la misma que en su disposición adicional primera faculta al Gobierno para dictar. Recogiendo esta aspiración y la conveniencia de dar desarrollo a los preceptos legales que se refieren a los Agentes de Publicidad, parece conveniente dictar las normas reglamentarias que perfilen los distintos aspectos de su actividad profesional y el ejercicio de la misma.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Información y Turismo, previo informe de la Organización Sindical, de acuerdo con lo previsto en el artículo ciento treinta punto cuatro de la Ley de Procedimiento Administrativo, de conformidad con el dictamen del Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día cuatro de febrero de mil novecientos setenta y dos,

DISPONGO:

Artículo primero.

Se aprueba el Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad que a continuación se inserta.

Artículo segundo.

Por el Ministerio de Información y Turismo se dictarán las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo de lo dispuesto en el Estatuto que se aprueba por el presente Decreto.

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en Madrid a diecisiete de febrero de mil novecientos setenta y dos.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro de Información y Turismo,
ALFREDO SANCHEZ BELLA

ESTATUTO PROFESIONAL DE LOS AGENTES DE PUBLICIDAD

CAPÍTULO I

De la actividad profesional y requisitos para su ejercicio

Artículo 1.

1. Agente de Publicidad es la persona natural que, debidamente autorizada, se dedica profesionalmente a ejercer una actividad de pura mediación consistente en gestionar en favor de las Agencias de Publicidad o de los medios cualquier tipo de publicidad, mediante el otorgamiento, respectivamente, de contratos de publicidad o de difusión.

2. La actividad profesional del Agente de Publicidad podrá ser ejercida libremente o al servicio exclusivo de alguna Agencia de publicidad o medio.

Artículo 2.

Para usar la denominación o ejercer las actividades publicitarias a que se refiere el artículo anterior deberán reunirse los requisitos y cumplir las normas que en este Estatuto se establecen e inscribirse en el Registro General de Publicidad, existente en la Subdirección General de Actividades Publicitarias de la Subsecretaría del Departamento.

Artículo 3.

Serán condiciones necesarias para ejercer la actividad de Agentes de Publicidad:

- a) Poseer la capacidad que exige el artículo cuarto del Código de Comercio para el ejercicio de la actividad mercantil.
- b) Poseer la necesaria moralidad.
- c) Acreditar suficientemente la debida solvencia económica y las necesarias condiciones de idoneidad profesional.

Artículo 4.

La actividad profesional de Agente de Publicidad es incompatible:

- a) Con el ejercicio activo de la profesión periodística.
- b) Con el ejercicio activo de la profesión de Técnico de Radiodifusión.
- c) Con el ejercicio activo de la profesión de Técnico de Publicidad.
- d) Con la condición de empleado a sueldo de una Agencia de Publicidad o de un medio.
- e) Con el ejercicio de cualquier otra actividad, profesión u oficio que, por su naturaleza, comprometa la libertad de gestión que debe informar la actividad mediadora.

Artículo 5.

Toda persona natural que pretenda ejercer la actividad profesional de Agente de Publicidad deberá solicitar previamente su inscripción en el Registro General de Publicidad, acompañando a la solicitud los siguientes documentos:

1. Declaración jurada en la que se manifieste:
 - a) Que se dedicará profesionalmente a ejercer la actividad definida en el artículo primero, haciendo constar también si desarrollará o no la misma al servicio exclusivo de alguna Agencia o medio.
 - b) Que no está incurso en ninguna de las incompatibilidades señaladas en el artículo cuarto.
2. Certificado acreditativo de idoneidad profesional, expedido por la Organización Sindical.
3. Certificación de antecedentes penales.
4. Documentos acreditativos de poseer la debida solvencia económica exigida para el ejercicio de la actividad.
5. Fotocopia del documento nacional de identidad.
6. Dos fotografías tamaño carnet.

Artículo 6.

Practicada la inscripción, se procederá a expedir el título-licencia que legitime a la persona inscrita para el ejercicio de la actividad de Agente de Publicidad.

Artículo 7.

1. La inscripción en el Registro General de Publicidad será cancelada:

- a) Por fallecimiento del inscrito.
- b) A solicitud del interesado.
- c) Cuando se compruebe la inexactitud de los datos aportados por el solicitante.

d) Cuando el inscrito deje de reunir algunos de los requisitos exigidos en el artículo tercero o quede incurso en cualquiera de los supuestos de incompatibilidad previstos en el artículo cuarto.

2. La cancelación de la inscripción determinará automáticamente la anulación del título-licencia.

Artículo 8.

Contra la resolución denegatoria o cancelatoria de inscripción podrá recurrirse en vía administrativa, de acuerdo con lo prevenido en el artículo 113 de la Ley de Procedimiento Administrativo y, agotada ésta, ante la jurisdicción contencioso-administrativa.

Artículo 9.

Las Agencias de Publicidad y los medios no podrán utilizar los servicios de gestión publicitaria de personas naturales que no estén en posesión del título-licencia que habilite para el ejercicio de la actividad de Agente de Publicidad.

CAPÍTULO II

Del contrato de mediación o comisión publicitaria

Artículo 10.

1. La actividad profesional de los Agentes de Publicidad, a que se refiere el artículo primero, en relación con las Agencias de Publicidad o con los medios, se realizará exclusivamente a través de contratos de mediación o comisión publicitaria. Por consiguiente, el Agente de Publicidad no podrá otorgar en su propio nombre contratos de publicidad o de difusión.

2. El contrato de mediación o comisión publicitaria tendrá siempre carácter mercantil y para su otorgamiento bastará la legitimación exigida para la realización de actos de administración ordinaria.

3. Dicho contrato se presumirá existente y no necesitará constar por escrito, cuando se expresa el nombre del Agente en el contrato de publicidad o de difusión gestionado por su mediación.

4. El Agente tendrá derecho a que se le expida una copia de los contratos en que ha sido mediador.

Artículo 11.

Cuando el contrato de mediación o comisión publicitaria conste por escrito, deberá contener los siguientes extremos:

- a) Fecha y lugar de su otorgamiento.
- b) Nombre y domicilio de las partes.
- c) Derechos y obligaciones.
- d) Delimitación, en su caso, de la zona y ámbito en que el Agente desarrollará su actividad.
- e) Reconocimiento o no, en favor del Agente, de los derechos de exclusiva en la zona o ámbito de que se trate.
- f) Cuantía y forma de pago de la comisión.
- g) Duración.
- h) Causas de extinción del contrato.

Artículo 12.

Los contratos de mediación o comisión publicitaria que se celebren entre un medio y un Agente de Publicidad no podrán contener condiciones económicas que impliquen preferencia o trato desigual.

Artículo 13.

El Agente de Publicidad no responderá frente a la Agencia de Publicidad, medio o cliente de las consecuencias económicas de su gestión, siempre que la misma se hubiera realizado de acuerdo con lo pactado al efecto y con las normas que sean de aplicación, a tenor de lo establecido en artículo cuarto de la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprobó el Estatuto de la Publicidad.

Artículo 14.

El Agente de Publicidad responderá de los actos realizados por las personas que tenga a su servicio, siempre que dichos actos estén relacionados con actividades publicitarias.

Artículo 15.

1. La comisión constituirá el único medio de remuneración de la actividad del Agente de Publicidad y serán nulos todos los actos de clientes, de las Agencias, de los medios o de los propios Agentes que alteren la esencia de la comisión de único medio de pago de dicha actividad.

2. El Agente tendrá derecho al percibo de la comisión pactada sin que, en ningún caso, pueda ser renunciada ni cedida, total o parcialmente.

Artículo 16.

El derecho al percibo de la comisión nacerá desde el día de celebración del contrato de publicidad o de difusión gestionado por el Agente de Publicidad y se hará efectivo en los plazos pactados.

Artículo 17.

Las modificaciones que, después de su percepción y en perjuicio del Agente de Publicidad se introduzcan en los contratos de publicidad o de difusión gestionados por él, no alterarán el importe de la comisión pactada.

Artículo 18.

1. En el ejercicio de su actividad el Agente tendrá derecho al respeto por las Agencias de Publicidad y los medios de su cartera de cliente.

2. A todos los efectos se considerará cliente de un Agente de Publicidad la persona, natural o jurídica, que por mediación de aquél otorgue un contrato de publicidad o de difusión con una Agencia de Publicidad o un medio.

Artículo 19.

Cuando el Agente de Publicidad comunique por escrito a una Agencia de Publicidad o medio que está en gestiones con una persona determinada para la celebración de un contrato de publicidad o de difusión, dicha Agencia de Publicidad o medio considerará cliente del Agente a la persona de que se trate y se abstendrá de realizar cualquier acto que implique desconocimiento de tal derecho.

Artículo 20.

Cuando un medio conceda contractualmente la exclusiva de gestión publicitaria de sus espacios en la forma prevista en el artículo 15 de la Ley 61/1964, de 11 de junio, tanto dicho medio como el exclusivista considerarán clientes de un determinado Agente de Publicidad a las personas que, en la fecha de tal concesión, tuvieren concertados contratos de difusión por mediación de dicho Agente.

Artículo 21.

Cuando el Agente de Publicidad pruebe que un contrato de difusión gestionado por una Agencia de Publicidad es resultado de su propia actividad mediadora, el medio considerará

cliente del Agente de que se trate a la persona que haya celebrado dicho contrato de difusión.

Artículo 22.

Se considerarán causas de pérdida de clientela por parte del Agente de Publicidad:

- a) La anulación del título-licencia.
- b) La extinción del contrato de mediación o comisión publicitaria.
- c) La extinción del contrato de publicidad o de difusión celebrado por su mediación.

Artículo 23.

El contrato de mediación o comisión publicitaria se extinguirá por las causas expresamente previstas en él, y, en todo caso:

- a) Por extinción o resolución del vínculo contractual.
- b) Por fallecimiento del Agente de Publicidad.
- c) Por anulación del título-licencia.

CAPÍTULO III

De la jurisdicción competente

Artículo 24.

La corrección y sanción administrativa de las infracciones no constitutivas de delito que se cometan por el Agente de Publicidad en el ejercicio de su actividad profesional, contraviniendo lo previsto en la Ley 61/1964, de 11 de junio, y en el presente Decreto, corresponderá al Ministerio de Información y Turismo.

Artículo 25.

En cuanto a las jurisdicciones penal y laboral, se estará a lo dispuesto en el artículo 64 de la Ley 61/1964, de 11 de junio.

Artículo 26.

Las cuestiones de naturaleza civil que surjan en el cumplimiento e interpretación del contrato de mediación o comisión publicitaria, se dirimirán ante los Tribunales ordinarios, sin perjuicio de que los interesados puedan previamente someterlas al Jurado de Publicidad, en aplicación de lo dispuesto en la Ley 61/1964, de 11 de junio, y disposiciones de desarrollo de la misma.

Disposición final.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo cinco de la Ley 61/1964, de 11 de junio, reguladora del Estatuto de la Publicidad, corresponde al Ministerio de Información y Turismo la ordenación e inspección de la actividad de los Agentes de Publicidad, así como la regulación de las condiciones necesarias para su ejercicio, quedando a salvo la competencia que corresponda a otros Ministerios sobre la forma en que deba desarrollarse dicha actividad respecto a determinados lugares o en relación con productos concretos.

Disposición transitoria.

Las relaciones de los Agentes de Publicidad con las Agencias o medios continuarán rigiéndose según lo establecido en los contratos vigentes en el momento de la entrada en vigor del presente Decreto, hasta la extinción de los mismos.

Este texto consolidado no tiene valor jurídico.
Más información en info@boe.es