

I. DISPOSICIONES GENERALES

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

- 631** *Real Decreto 21/2014, de 17 de enero, por el que se modifica el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, aprobado por el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre.*

Con fecha 1 de abril de 2010 se publicó en el «Boletín Oficial del Estado», la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, cuya entrada en vigor se produjo el 1 de mayo de 2010, salvo la Sección 2.ª del Capítulo II del Título II, sobre la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales, que entró en vigor el 1 de agosto de 2010, de acuerdo con lo previsto en la disposición transitoria decimotercera de la misma norma legal.

Dicha ley introdujo en nuestro ordenamiento jurídico un nuevo marco regulador de la comunicación audiovisual en su conjunto y, en especial, de la comunicación comercial como derecho reconocido a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, creando un régimen jurídico basado en la liberalización de la prestación de los servicios, teniendo en cuenta que éstos se desarrollan en un mercado plural, abierto y competitivo.

Con fecha 7 de diciembre de 2011 se publicó, en el «Boletín Oficial del Estado», el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, dado que algunos aspectos de la misma dedicados a la comunicación comercial audiovisual precisaban aclaración y un desarrollo más amplio para otorgar una mayor seguridad jurídica a los operadores que la realizan.

La puesta en práctica de dicho reglamento ha demostrado la necesidad de modificar determinados aspectos del mismo a fin de adecuar con mayor exactitud la normativa española a la normativa europea.

Las modificaciones que se establecen afectan fundamentalmente a la regulación de las telepromociones para diferenciarlas claramente de los mensajes publicitarios. Asimismo, se regula el emplazamiento de productos, todo ello con la finalidad de proporcionar mayor seguridad jurídica a los agentes implicados.

Con el objetivo de promocionar también la producción audiovisual europea se permite que los prestadores obligados a la financiación anticipada de la producción de obras europeas puedan difundir espacios en determinadas condiciones en los que, refiriéndose al cumplimiento de esta obligación, se ponga de manifiesto el apoyo a la cultura europea a través de la producción audiovisual de obras en las que hayan participado en su financiación, sin que dichos espacios tengan un carácter publicitario. Como consecuencia de esta medida, dejan de considerarse autopromociones computables la emisión de mensajes promocionales o avances de películas europeas de estreno en las que el prestador del servicio de comunicación audiovisual hubiera participado en su financiación anticipada.

El presente real decreto se dicta en uso de la habilitación normativa establecida en la disposición final séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Industria, Energía y Turismo, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 17 de enero de 2014,

DISPONGO:

Artículo único. *Modificación del Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, aprobado por Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre.*

El Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, aprobado por Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, se modifica como sigue:

Uno. Se suprime el último párrafo del apartado 3 del artículo 5, que queda redactado del siguiente modo:

«3. Para considerar que los productos son directamente derivados del programa, el prestador del servicio de comunicación audiovisual deberá acreditar la titularidad sobre sus derechos y que asume, directa o indirectamente, la explotación económica del producto.

A estos efectos, la autoridad audiovisual competente podrá exigir al prestador que aporte la documentación suficiente que acredite la titularidad de los derechos y su ejercicio efectivo, así como la ausencia de contraprestación de terceros por la emisión de las comunicaciones audiovisuales que promocionen esos productos. En caso contrario, si la promoción de productos se hace a cambio de contraprestación, se consideraría comunicación comercial, y como tal se le aplicaría el límite de los 12 minutos por hora de reloj.»

Dos. Se modifica el apartado 1 del artículo 9 que queda redactado de la manera siguiente:

«1. A los efectos de lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se considerará que la telepromoción tiene una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario siempre que supere los 2 minutos.»

Tres. Se añade un nuevo Capítulo V con la siguiente redacción:

«CAPÍTULO V

El emplazamiento de producto

Artículo 14. *Condiciones y requisitos del emplazamiento de producto.*

1. De conformidad con lo establecido en el apartado primero del artículo 17 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir largometrajes, cortometrajes, documentales, películas y series de televisión, programas deportivos y programas de entretenimiento, con emplazamiento de producto. A los efectos de la definición del apartado 31 del artículo 2 de dicha Ley, el emplazamiento de producto merece tal consideración cuando se realice a cambio de una remuneración o contraprestación similar.

2. El emplazamiento de producto será también admisible en los casos en que no se produzca pago alguno, sino únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, tales como ayudas materiales a la producción o premios, con miras a su inclusión en un programa siempre que estos bienes o servicios tengan valor significativo. A estos efectos, se considera que tienen un valor significativo cuando el importe de los referidos bienes y servicios incluidos en el programa sea superior en un diez por ciento a la tarifa estándar establecida para un mensaje publicitario correspondiente a la franja horaria en la que se emite el programa donde se incluyen.

El suministro gratuito de los referidos bienes y servicios incluidos en un programa no tiene la consideración de emplazamiento de producto si tales bienes o servicios no tienen un valor significativo.»

Cuatro. Se reenumeran el Capítulo V que pasa a ser Capítulo VI y los actuales artículos 14, 15 y 16 que pasan a ser artículos 15, 16 y 17.

Cinco. Se añade un nuevo Capítulo VII y, en él, un nuevo artículo 18 con la siguiente redacción:

«CAPÍTULO VII

Promoción de la cultura europea

Artículo 18. *Promoción de la cultura europea.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de comunicaciones electrónicas obligados por lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 5 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, podrán difundir en sus plataformas o canales espacios promocionales en los que, refiriéndose al cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de la producción de obras europeas definida en dicho artículo, se ponga de manifiesto el apoyo a la cultura europea a través de la producción audiovisual de obras en cuya financiación hayan participado. Dichos espacios deberán separarse gráfica y acústicamente de los bloques publicitarios y en ellos deberán aparecer necesariamente las palabras “cultura europea”.

Los espacios que reúnan estas condiciones no estarán sujetos a las limitaciones de tiempo de emisión establecidas en los artículos 13 y 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.»

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en este real decreto.

Disposición final única. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 17 de enero de 2014.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Industria, Energía y Turismo,
JOSÉ MANUEL SORIA LÓPEZ