



CÓDIGO DE CONDUCTA COMERCIAL DE RTVE

JUNIO de 2008

PREÁMBULO

La Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de titularidad estatal, encomienda la Corporación de Radio y Televisión Española S.A. la gestión del servicio público de radio y televisión, para ser ejercido directamente por medio de sus sociedades filiales. En el capítulo IV, del Título II, la Ley establece un sistema mixto de financiación: por una parte prevé las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público que se consignarán en los Presupuestos Generales del Estado y por otra la obtención de ingresos y rendimientos de carácter comercial derivados de las actividades que realice. Todo ello en el marco de la Comunicación de la Comisión Europea sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión (2001/C 320/04) y del Marco comunitario sobre ayudas estatales en forma de compensación por servicio público (2005/C 297/04)

Los ingresos comerciales permitirán a la Corporación RTVE, una gestión más eficiente y eficaz en la prestación de la función de servicio público encomendada y alcanzar una mayor rentabilidad social. Si bien la rentabilidad social se consigue siendo menos onerosos para el erario público y, en definitiva, para la ciudadanía, la Corporación RTVE debe además garantizar que todas sus actividades comerciales reflejen la principal línea editorial y los valores inherentes al servicio público que presta, la máxima utilización de sus activos y, asegurar que no se aprovechará de su posición como entidad financiada con fondos públicos para proteger u obtener cualquier ventaja especial, en el ejercicio de sus actividades comerciales en el mercado audiovisual.

Con este objetivo, la disposición adicional quinta de la Ley 17/2006 establece la necesidad de que el Consejo de Administración de la Corporación RTVE apruebe unas directrices de conducta comercial para ésta y para sus sociedades filiales, que serán públicas. Por su parte el Mandato Marco a la Corporación RTVE aprobado por la Comisión Mixta de Control Parlamentario (Boletín Oficial de las Cortes Generales de 7 de diciembre de 2007), precisa en su artículo 47 el alcance de esta obligación estableciendo que la Corporación RTVE deberá dotarse, en el plazo máximo de 180 días desde la entrada en vigor del Mandato Marco, del Código de Conducta Comercial previsto en la Ley y que deberá ser sometido a la conformidad de la Comisión Europea.

Por todo ello, el Consejo de Administración de la Corporación de Radio y Televisión S.A., en su reunión de 25 de junio de 2008, aprueba el siguiente Código de Conducta Comercial.

I.- COMPROMISO DE AUTORREGULACIÓN COMERCIAL DE RTVE

1. Introducción.

La Corporación RTVE tiene entre sus objetivos alcanzar el mayor grado de cobertura posible dentro del territorio nacional y por tanto de ofrecer el servicio público de radiodifusión a todos los ciudadanos. La Corporación RTVE tiene como responsabilidad que esos servicios de radiodifusión que proporciona sean de alta calidad, íntegros e inconfundibles para su audiencia y mantener altos estándares en la industria de la radiodifusión. Cualquiera que entre en contacto con la Corporación RTVE tiene derecho a esperar que éste realice todas sus operaciones y actividades con integridad y competencia.

Dicha responsabilidad es igualmente exigible cuando la Corporación RTVE participa en actividades comerciales. De su posición especial como entidad financiada con fondos públicos, derivan obligaciones particulares en relación con su audiencia, clientes y competidores.

2. Actividades comerciales.

La Corporación RTVE desarrolla un extenso abanico de actividades comerciales tanto a nivel nacional, como internacional, siendo uno de los grupos radiodifusores más importantes y extendidos por todo el mundo de habla hispana. Aunque la principal actividad comercial se refiere a la venta de

espacios publicitarios, la Corporación RTVE también realiza operaciones de venta de formatos de programas o grabaciones de vídeo y sonido de los mismos, a radiodifusores de todo el mundo. Además tiene registrado un extenso catálogo de productos basados en programas y personajes populares.

Estas actividades comerciales suponen una contribución importante para alcanzar el objetivo de servicio público encomendado a la Corporación RTVE ya que generan unos ingresos que completan el sistema de financiación mixta establecido y reconocido legalmente por la Unión Europea, consiguiendo la expansión de sus servicios en nuevos mercados y asegurando que los programas y productos de servicio público realizados por la Corporación RTVE estén representados en un mundo de medios de comunicación audiovisuales que se transforma de forma permanente y cada vez mas rápido.

Es por ello, que la Corporación RTVE debe contar con una estrategia comercial ambiciosa por cuanto sino sería incapaz de desempeñar un papel completo en el desarrollo del mercado de los medios de comunicación y, experimentaría presiones cada vez más fuertes, en materia de financiación que impedirían prestar con eficiencia su servicio público.

3. Compromiso de autorregulación.
--

La Corporación RTVE se compromete en el ejercicio de sus actividades comerciales a:

- Aplicar herramientas de gestión adecuadas (contabilidad analítica, SAP y cualesquiera otras que se puedan implantar en el futuro) y contar con una estructura organizativa adecuada que permitan la separación entre las actividades integrantes del servicio público y las puramente comerciales.
- Las actividades de naturaleza estrictamente comercial de la Corporación RTVE o cualquier eventual filial comercial que pudiera crearse, se ofrecerán a precios ajustados a reglas de mercado tanto a terceros como a las sociedades integrantes del grupo RTVE. En la comercialización de bienes, servicios y derechos utilizados previamente para el cumplimiento de la función de servicio público o generados en el ejercicio de esta función, se asegurará, al menos, la cobertura de los costes marginales de acuerdo con la normativa comunitaria, así como una contribución razonable a la cobertura de costes generales (*overheads*) y a los costes de reposición de activos comunes, atendiendo de manera preferente al valor de mercado.
- Los fondos públicos no se utilizarán para actividad comercial alguna.
- Todas las actividades comerciales de la Corporación RTVE deberán cumplir con la normativa sobre competencia, tanto nacional como comunitaria, así como con la normativa comunitaria sobre ayudas de estado.
- La Corporación RTVE garantizará especialmente la explotación efectiva de todo su patrimonio intelectual por sí o a través de terceros, con objeto de obtener un retorno adecuado de sus inversiones.

Las actividades comerciales de la Corporación RTVE se adecuarán al objetivo de obtener un excedente de explotación adecuado a largo plazo, ofreciendo perspectivas razonables de generar fondos para completar la financiación de la

Corporación. Al igual que cualquier entidad comercial podrá destinar el excedente comercial obtenido para cubrir los costes iniciales de sus actividades ordinarias, pero siempre que, finalmente, las mismas permitan alcanzar niveles de rentabilidad equiparables a los de terceros con similar perfil de riesgo.

4. Compromiso de transparencia.

El compromiso de transparencia se traduce en la adopción de medidas apropiadas para evitar que los fondos recibidos de los Presupuestos Generales del Estado para financiar la prestación del servicio público encomendado, se apliquen a las actividades comerciales de la Corporación RTVE. Estas medidas permitirán verificar que los fondos procedentes del Estado no superan el coste neto del servicio público prestado.

5. Aplicación efectiva del compromiso.

Las directrices de conducta comercial que se aprueban junto con este compromiso garantizarán su efectiva aplicación. El Código de Conducta Comercial servirá de guía a los empleados y departamentos que gestionan las actividades comerciales e incorporará sistemas de control, interno y externo, para asegurar su correcto cumplimiento.

En este sentido se creará una unidad de control de este Código que velará por la aplicación de las directrices contempladas en el mismo y asesorará a los

restantes departamentos y unidades que participen en la realización de actividades comerciales.

Igualmente se realizará una evaluación anual del cumplimiento del Código de Conducta Comercial por la Presidencia de la Corporación que será remitido al Consejo de Administración para su aprobación y elevación a la autoridad audiovisual a quien corresponde el control externo del cumplimiento de las directrices de conducta comercial de la Corporación RTVE. Adicionalmente el informe anual será objeto de publicación para asegurar el principio inspirador del compromiso, basado en la transparencia de la actuación de la Corporación RTVE.

II.- DIRECTRICES DE CONDUCTA COMERCIAL DE LA CORPORACIÓN RTVE.

1. Introducción.

La Corporación RTVE es un radiodifusor que ejerce la función de servicio público encomendada por la Ley a través de sus sociedades filiales. Dicha función comprende tanto la producción como la emisión de un conjunto equilibrado de canales y programas, generalistas y temáticos, de radio, televisión y de servicios en línea, que integren todo tipo de géneros, con el fin de atender las necesidades democráticas, sociales y culturales del conjunto de los ciudadanos garantizando el acceso de la ciudadanía a información, cultura, educación y entretenimiento de calidad y compatibilizando el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficiencia económica.

La actividad de la Corporación RTVE, desde sus inicios, ha generado un patrimonio audiovisual que constituye un Archivo histórico único. Algunos de los activos que lo conforman tienen un valor añadido que va más allá de su utilización en los propios canales de servicio público y puede rentabilizarse mediante el desarrollo de otras actividades comerciales.

La Corporación RTVE tiene que garantizar que los valores de su patrimonio audiovisual tengan una correcta utilización en beneficio de sus actividades de servicio público. Las oportunidades para llevarlo a cabo son cada vez mayores. Conocer ese potencial es fundamental ya que contribuye a:

- Rentabilizar los activos que la Corporación RTVE ha desarrollado a lo largo del tiempo, generando ingresos que se integran en el sistema de financiación previsto para el ejercicio de la función del servicio público encomendado.
- Fortalecer su capacidad comercial tanto en el plano nacional, como internacional.

-Por otra parte desde la puesta en marcha de las actividades comerciales de la Corporación RTVE, (básicamente la publicidad televisiva) estas han constituido un componente esencial para la financiación del servicio público encomendado.

El sistema de financiación mixta, establecido legalmente, posibilita que la Corporación RTVE, junto a la financiación procedente de fondos públicos, pueda obtener otros ingresos derivados del mercado.

Ahora bien, las actividades comerciales de la Corporación RTVE que reporten dichos ingresos deben necesariamente complementar y no obstaculizar los objetivos básicos para el cumplimiento de la función de servicio público.

En base a estos principios, las presentes Directrices, que constituyen el Código de Conducta Comercial, establecen el marco dentro del cual la Corporación RTVE debe realizar sus actividades comerciales. Dichas directrices incluyen importantes principios que, al cumplirse correctamente, asegurarán los objetivos y el cumplimiento de los valores exigibles en materia de servicio público de la Corporación RTVE.

1.1. Actividades Comerciales de la Corporación RTVE

Estas directrices son aplicables a todas las actividades comerciales de RTVE que incluyen:

- La venta de espacios publicitarios en la emisión de TVE y en las páginas web de la Corporación RTVE y sus sociedades filiales.
- La venta y distribución de programas, tanto de producción propia o coproducción, como de producción ajena, y la gestión de derechos y servicios. Todo ello en el ámbito nacional e internacional.
- Otras actividades comerciales complementarias tales como las que se detallan en el capítulo 2 de estas directrices.

Cualquiera de estas actividades debe coadyuvar a la consecución de los objetivos de la Corporación RTVE en materia de servicio público siguiendo las normas contenidas en estas directrices.

1.2. Principios básicos de la actividad comercial.

La política comercial de la Corporación RTVE se basa en los siguientes principios:

- Las actividades comerciales deberán coadyuvar al cumplimiento y consecución de los objetivos y funciones de la Corporación RTVE y de sus Sociedades filiales como radiodifusor de servicio público.
- La Corporación RTVE deberá en todo momento, realizar su actividad comercial de manera leal y transparente.
- La reputación e imagen de la Corporación RTVE no deberá verse afectada negativamente mediante el ejercicio de su actividad comercial.

2. Actividades comerciales adecuadas.

Con el fin de garantizar que las actividades comerciales de la Corporación RTVE son coherentes con sus objetivos como radiodifusor de servicio público, y participan en su consecución, dichas actividades deberán adaptarse a los siguientes criterios:

- Ofrecer perspectivas para una mayor generación de fondos con objeto de complementar la financiación de las actividades de servicio público de la Corporación RTVE.
- Constituir productos de valor añadido y calidad para los clientes.
- No interferir ni en la posición ni en las estrategias a largo plazo de la Corporación RTVE como radiodifusor de servicio público.

- Reflejar los valores y principios asumidos por la Corporación RTVE, en el ejercicio de su función de servicio público y en especial los que se refieren a la calidad, integridad y la línea de entretenimiento que la caracterizan, así como evitar, en todo caso, un desprestigio de su imagen.

En consonancia con estos criterios constituyen actividades comerciales adecuadas, siempre que se realicen en el marco de los principios de buenas prácticas comerciales a que se refiere el capítulo 3, las siguientes:

- La venta de espacios publicitarios en los canales y programas de TVE a través de los que se cumple la función de servicio público legalmente encomendada, así como la venta de espacios publicitarios en las páginas web de la Corporación RTVE y sus sociedades filiales.
- La explotación comercial de los derechos generados por los programas de producción propia a través de circuitos alternativos a la función de servicio público, de forma que se obtengan los máximos retornos de las creaciones destinadas al cumplimiento de esta función.
- El desarrollo y explotación de canales con el objeto de conseguir una pantalla de exhibición de calidad de los programas cuyos derechos pertenecen a la Corporación RTVE y un activo diferenciado de calidad y valor contrastado.
- La explotación comercial de los derechos reservados en los contratos de coproducción y producción ajena, ya sea en forma de derechos de antena (ventanas de exhibición) o “agencia” de comercialización.

- La edición ya sea de forma directa o a través de licencias, de libros, revistas, productos audiovisuales y multimedia derivados de los programas que sirven para el cumplimiento de la función de servicio público.
- El merchandising mediante comercialización directa o a través de licenciatarios, de productos y bienes asociados a los programas que sirven para el cumplimiento de la función de servicio público encomendada.
- La organización de eventos en directo que constituyan un escenario alternativo de explotación de programas y que sirvan igualmente para el cumplimiento de la función de servicio público encomendada.
- Cualesquiera otras actividades comerciales compatibles con el objeto social de la Corporación RTVE y sus sociedades filiales tales como distribución de contenidos a través de Internet, teléfonos móviles y otros soportes multimedia, etc.

3. Principios esenciales de las buenas prácticas comerciales en la Corporación RTVE.

Los principios esenciales que deben regir la actividad comercial de la Corporación RTVE son los siguientes:

3.1 Separación clara entre actividades financiadas con fondos públicos y las actividades comerciales de la Corporación RTVE tanto en términos de gestión organizativa como en términos contables.

Este principio se considera esencial y tiene como objetivo último garantizar que los fondos destinados a financiar el servicio público no se destinan a la financiación de actividades comerciales y que los gestores de la Corporación RTVE pueden tomar sus decisiones y planificar sus estrategias de cumplimiento de la función de servicio público y de carácter comercial, con claridad y plena disponibilidad de datos.

En el marco organizativo vigente, este principio se fundamenta en la existencia de un sistema de contabilidad analítica que garantiza la separación de cuentas destinadas a la imputación de gastos derivados de la prestación del servicio público y las destinadas a la contabilización de ingresos y gastos derivados de la actividad comercial y que incluye además un sistema de monitorización (SCGP) de intercambios comerciales.

En el caso de una eventual reestructuración organizativa, la Corporación RTVE podría encomendar el ejercicio de su actividad comercial a una sociedad mercantil filial cuyas cuentas, debidamente auditadas, estructura y órganos de gobierno, serán plenamente diferenciables del de la entidad o entidades a la que se encomienden las funciones de servicio público.

Este principio esencial de separación entre los fondos que financian la prestación del servicio público y los derivados de las actividades estrictamente comerciales, será igualmente de aplicación a aquellos otros fondos públicos que

se entreguen a la Corporación RTVE con el objeto de financiar actividades específicas.

3.2 Adecuación de los precios y tarifas aplicados por la Corporación RTVE a las reglas del mercado y establecimiento de los mismos con arreglo a parámetros objetivos.

Si bien las decisiones acerca de la fijación de precios de bienes o productos son susceptibles de cambios o variaciones en atención a las circunstancias que concurren en cada mercado particular, su comercialización o venta deberá guiarse por los siguientes principios:

- En la fijación de precios quedarán siempre cubiertos los costes marginales o costes adicionales del producto imputables a la actividad de naturaleza comercial por encima de los costes asignables a la actividad de servicio público, de acuerdo con la normativa comunitaria, de manera que se excluya cualquier riesgo de subvención cruzada.
- Al fijar precios, además, se preverá una contribución razonable a los gastos generales (*overheads*) de la Corporación, así como a los costes de reposición de los activos comunes.
- Los precios no deberán normalmente desviarse de forma significativa de los que prevalezcan en el mercado para el tipo de bienes, derechos y servicios que se estén comercializando, siempre que exista un mercado comparable y teniendo en cuenta factores como la excelencia o diferenciación de los productos ofertados. A tal fin se realizarán periódicamente los correspondientes estudios de mercado. En cualquier

caso, la referencia del mercado no debe en modo alguno conducir a una conducta paralela en la fijación de precios, expresamente prohibida por las normas de competencia.

- Los productos de naturaleza estrictamente comercial y aquellos comercializados por eventuales filiales que no desarrollen una función de servicio público, además de cumplir los anteriores principios, deberán asegurar un margen que refleje una tasa de rendimiento adecuada sobre los activos utilizados.

La fijación de precios para los bienes, derechos y servicios por parte de la Corporación RTVE deberá cumplir en todo caso los requisitos de la Ley de Defensa de la Competencia, la Ley de Defensa de Consumidores y Usuarios y demás normativa vigente de aplicación.

Las excepciones a estos principios deberán ser puestas en conocimiento de la Comisión de Seguimiento de Conducta Comercial.

3.3 Ausencia de riesgo para los fondos que financian la función de servicio público.

El pleno respeto a los principios anteriormente expuestos de separación de cuentas y precios adecuados a mercado asegura la correcta utilización de los fondos que financian el servicio público encomendado.

En la planificación de nuevas actividades comerciales se partirá siempre del principio de complementariedad con las actividades de servicio público así como de la necesaria obtención de retornos en condiciones similares a la que aspirarían las empresas de naturaleza privada, teniendo en cuenta un nivel de riesgo similar. Es por ello que en dicha planificación habrá que determinar: el incremento estimado de los activos susceptibles de explotación, la constitución de provisiones para el caso de que ese incremento no se produzca o se produzca en importe inferior. Todo ello con el fin de excluir el riesgo de compensación de pérdidas a costa de la financiación pública.

4. Normativa sobre competencia.

El presente Código de Conducta Comercial establece los principios que aseguran que la actuación de la Corporación RTVE respetará la Ley de Defensa de la Competencia. En la práctica, la adhesión al mismo asegurará el cumplimiento por parte de la Corporación RTVE de las obligaciones que le son exigibles al amparo de dicha disposición legal.

4.1 Actuaciones prohibidas para la Corporación RTVE por constituir actos de competencia desleal.

En cumplimiento de la normativa sobre competencia desleal, en el ejercicio de su actividad comercial, la Corporación RTVE evitará todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe y, en particular:

- Los que resulten idóneos para crear confusión con la actividad y las prestaciones ajenas.
- La utilización y difusión de indicaciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que por las circunstancias en que tenga lugar sea susceptible de inducir a error a los telespectadores, radioyentes o usuarios de medios interactivos, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud en el empleo, calidad y cantidad de los productos, bienes y servicios comercializados por la Corporación RTVE.
- La entrega de obsequios con fines publicitarios, la oferta de cualquier ventaja o prima y las prácticas comerciales análogas, siempre que se realicen en circunstancias que pongan al consumidor en el compromiso de contratar otra prestación principal o induzcan o pueda inducirle a error acerca del nivel de precios de otros productos o servicios comercializados por RTVE, o cuando le dificulte gravemente la apreciación del valor efectivo de la oferta o su comparación con ofertas alternativas. Si concurren estas circunstancias queda prohibida la subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que no guarden relación con el objeto del contrato.
- La realización o difusión de manifestaciones sobre la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero cuando sean aptas para menoscabar su crédito en el mercado, salvo que sean exactas, verdaderas y pertinentes y se realicen en el ejercicio del derecho fundamental a informar.
- La comparación pública de la actividad y de las prestaciones propias o ajenas con las de un tercero, cuando aquella se refiera a extremos que no sean análogos, relevantes ni comprobables.

- La imitación de prestaciones de un tercero cuando resulte idónea para generar la asociación por parte de los consumidores respecto a la prestación o, comporte un aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno. La imitación sistemática de las prestaciones e iniciativas empresariales de un competidor cuando dicha estrategia se halle directamente encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y el aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.
- La divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos industriales o de cualquier otra especie de secretos empresariales a los que se haya tenido acceso legítimamente pero con deber de reserva; la inducción a trabajadores, proveedores, clientes y demás obligados, a infringir los deberes contractuales básicos que han contraído con los competidores. La inducción a la terminación regular de un contrato o el aprovechamiento en beneficio propio o de un tercero de una infracción contractual ajena cuando, siendo conocida, tenga por objeto la difusión o explotación de un secreto industrial o empresarial o vaya acompañada de circunstancias tales como el engaño, la intención de eliminar a un competidor del mercado u otras análogas.
- El tratamiento discriminatorio del consumidor en materia de precios y demás condiciones de venta a no ser que medie causa justificada.
- La venta realizada por debajo de coste o a bajo precio de adquisición, cuando sea susceptible de inducir a error a los consumidores acerca del nivel de precios de otros productos o servicios comercializados por la Corporación RTVE, cuando tenga por efecto desacreditar la imagen de un producto ajeno o cuando forme parte de una estrategia encaminada a

eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado o se haga como consecuencia de la vulneración de las normas del presente Código.

4.2 Respeto a la competencia en el mercado.

La Corporación RTVE, en el ejercicio de su actividad comercial será plenamente respetuosa con la normativa sobre defensa de la competencia y por tanto se abstendrá de adoptar acuerdos, decisiones o recomendaciones colectivas y/o prácticas concertadas o conscientemente paralelas que tengan por objeto, produzcan o puedan producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia al servir para fijar, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales, repartirse el mercado o las fuentes de aprovisionamiento, producir una limitación o control de la producción, la distribución, el desarrollo técnico o las inversiones o aplicar, en las relaciones comerciales o de servicio, condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.

5. Marcas y Productos Comerciales de la Corporación RTVE.

5.1. Principios fundamentales:

La marca RTVE y sus productos constituyen un recurso de alto valor al reflejar décadas de trabajo hasta alcanzar una reputación en cuanto a calidad, integridad y excelencia. Cuando las marcas de RTVE se usan comercialmente, es

fundamental que se utilicen de forma que apoyen y en ningún momento disminuyan la reputación de RTVE.

En esa dirección, el concepto “Marca RTVE” se refiere a cualquier logotipo o denominación que pueda sugerir que un producto o servicio ha sido producido por o en asociación con RTVE. En concreto el concepto “Marca RTVE” es aplicable a:

- El nombre RTVE o de sus filiales, en especial TVE o RNE, sus iniciales y logo.
- Sub-marcas tales como nombres, iniciales o logos de redes, canales, servicios, programas, etc.
- Personajes, temas y formatos de programas.
- Sonidos e imágenes visuales.

En la práctica, en cualquier actividad comercial en la que la Corporación RTVE participe deberá utilizarse las siglas RTVE, TVE, RNE o RTVE.es. No obstante su omisión no impedirá que, en todo caso, se deba proceder de acuerdo con las directrices que conforman el Código de Conducta Comercial.

-Las marcas de la Corporación RTVE no deben utilizarse de manera que las decisiones comerciales puedan influir en su línea editorial o induzcan a la audiencia a creer que la compra de determinados productos o la prestación de servicios comerciales son necesarios para acceder a la programación de servicio público.

-La asociación de las marcas de la Corporación RTVE con cualesquiera productos o servicios comerciales de terceros, habrá de respetar los siguientes principios:

- Cualquier utilización de las marcas de RTVE por terceros en actividades comerciales debe haber sido adecuada y formalmente cedida por la Corporación RTVE en acuerdos legales vinculantes que cumplan la normativa legal al respecto.
- La Corporación RTVE se reservará la aprobación o autorización sobre cualquier asunto que implique a las marcas o productos de RTVE, incluyendo cualquier información promocional asociada.
- Se deberá incluir un sistema apropiado de pago por cesión de productos y marcas.
- En cualquier caso, en la asociación de estas marcas con productos o servicios comerciales de la Corporación o de terceros se debe dejar claro a los consumidores que se encuentran en un entorno comercial en vez de en uno públicamente financiado.
- Deberá ajustarse a los estándares de la Corporación RTVE en relación con el material gráfico para los logos y el modo en que se utilizan las marcas.

5.2. Uso de las marcas y productos de la Corporación RTVE en sus actividades comerciales.

En las actividades comerciales de productos o servicios, producidos o explotados por la Corporación RTVE, se utilizarán las marcas de RTVE con objeto de conseguir su identificación por parte de los consumidores y evitarles confusión o equívocos.

De forma similar, en los productos o servicios resultantes de acuerdos de la Corporación RTVE con un tercero, se deben utilizar las marcas de RTVE. En este sentido la Corporación RTVE deberá asegurarse un control de gestión suficiente en las actividades que se realizan, a fin de que se garantice el cumplimiento de este Código y por consiguiente la protección tanto de los estándares de calidad del producto como de la reputación de la Corporación RTVE.

-El “merchandising” asociado con los programas de la Corporación RTVE puede ser producido, bien directamente, bien por terceros, bajo la correspondiente cesión. Todo el “merchandising” asociado con los programas o productos de la Corporación RTVE debe tener un auténtico valor añadido, ser creado a partir del contenido intelectual del programa y servir para promocionar el programa en sí mismo considerado.

-En los casos en que en el ámbito de la actividad comercial de RTVE, se cedan a terceros, mediante licencia, derechos sobre programas, productos o las marcas de RTVE para producir otros bienes o servicios, la Corporación RTVE asegurará el cumplimiento de principios similares a los del presente Código

participando en el control de calidad de los citados procesos para garantizar que los valores y estándares de RTVE se mantienen.

El licenciatarario deberá identificarse de manera clara en los productos y servicios licenciados y separar de forma clara sus marcas y las de la Corporación RTVE.

A fin de garantizar el cumplimiento de estos principios, la Corporación RTVE ha de mantener:

- La facultad de autorización previa de productos y servicios destinados a llevar las marcas de la Corporación RTVE o a utilizar material de copyright que sean propiedad o estén producidos por RTVE y del material de anuncio y promoción asociado con esos productos y servicios.
- La facultad de mantener e intervenir en los procesos efectivos de aprobación de calidad, con comprobaciones regulares, para asegurar que se está llevando a cabo una utilización apropiada de las marcas y productos de la Corporación RTVE y para permitir el control de las autorizaciones concedidas en las cesiones.
- Incluir en todos los contratos de licencias las reservas suficientes para asegurar que la marca o el producto estén protegidos y evitar los perjuicios que pudiera ocasionar a RTVE la infracción, tanto a nivel nacional como internacional, de la normativa vigente por parte del licenciatarario.

La licencia a terceros de los productos y marcas de la Corporación RTVE deberá estar basada en términos económicos competitivos y deberá incluir una contraprestación para la Corporación RTVE en la venta del producto o servicio.

Los acuerdos económicos deberán establecer con claridad los límites al uso del producto o marca que la Corporación RTVE considere oportuno implantar.

En los casos en que en el desarrollo normal de sus actividades comerciales la Corporación RTVE se comprometa con otras organizaciones comerciales en iniciativas de marketing en torno a sus productos y servicios, en el ejercicio de actividades o en la venta o promoción de productos, debe quedar perfectamente claro que:

- Esas asociaciones no implican el respaldo de la Corporación RTVE a los productos de terceros que no formen parte del acuerdo.
- Los productos comerciales y servicios de la Corporación RTVE son explotados de manera separada de la actividad de servicio público.
- Las organizaciones seleccionadas para asociarse con los productos y servicios comerciales de la Corporación RTVE deberán ser cuidadosamente designadas y ser coherentes con los valores y reputación de RTVE, evitando cualquier posible discriminación.

Cualquier otra actividad comercial desarrollada para licenciar, distribuir productos y gestionar derechos y servicios, aunque no esté enunciada en este documento, está sujeta a la observación de las normas contenidas en este Código de Conducta Comercial.

6. Venta de espacios publicitarios.

La actividad comercial más importante de la Corporación RTVE, en el sistema de financiación mixta legalmente establecido, es la venta de espacios publicitarios en TVE. Esta venta de publicidad se clasifica internamente según se trate de publicidad convencional, especial y patrocinios.

En el ejercicio de su actividad comercial la Corporación RTVE debe asegurarse de que la integridad de cualquier contenido editorial no se verá influenciada por los anunciantes.

Los espacios publicitarios deben ser claramente reconocibles como tales y se evitará que la Corporación RTVE o sus programas respalden los productos o servicios anunciados durante la emisión de los mismos.

Sin perjuicio de que otras actividades de la Corporación RTVE puedan ser apoyadas por patrocinios, los contratos de patrocinio que se suscriban para la emisión de programas deberán garantizar que:

- Exista una clara separación entre la marca del patrocinador y la Corporación RTVE.
- El nombre del patrocinador no se incorpora en el nombre del producto, servicio o acontecimiento patrocinado;
- Los créditos del patrocinio indiquen claramente la naturaleza de la relación comercial.

En todo caso, debe tenerse especial cuidado para asegurar que la audiencia no encuentra razones para sospechar que la integridad y los estándares editoriales de la Corporación RTVE han sido comprometidos por la influencia de los patrocinadores.

6.1. Autorregulación publicitaria.

Todos los espacios publicitarios que se vayan a emitir deben cumplir con los requisitos establecidos por la normativa legal al respecto. La Corporación RTVE, como entidad que tiene encargada la prestación del servicio público de radiodifusión, habrá de ser rigurosa en dicho cumplimiento y deberá asegurar que las entidades privadas con las que establezca relaciones comerciales también cumplan la normativa vigente.

Para ejercer el control del cumplimiento de la legislación en materia de publicidad, RTVE tiene establecidas normas de obligado cumplimiento para aquellos anunciantes, agencias o intermediarios que quieran adquirir espacios publicitarios. Estas normas son objeto de publicidad a través de la web de RTVE y básicamente están constituidas en la actualidad por las Condiciones Generales de Contratación de publicidad y las Normas de emisión de publicidad.

6.2 Comercialización del archivo histórico de TVE

Para la comercialización del archivo histórico de RTVE se contemplarán las siguientes especificaciones:

- Con el fin de facilitar la comercialización, cesión y préstamo de fondos audiovisuales se valorará, en cada caso, la firma de convenios con los solicitantes, especificando el régimen jurídico que, conforme a la normativa vigente y al mandato- marco, le sea de aplicación.
- Los costes de producción teóricos o de generación de copias del material solicitado, se adjuntarán a los precios y tarifas comerciales.

7. Efectiva aplicación.

7.1. Principios fundamentales.

Es esencial que todas las unidades implicadas en las actividades comerciales de la Corporación RTVE realicen sus actuaciones de manera responsable en aras a garantizar el cumplimiento pleno de las obligaciones contenidas en este Código.

Los consumidores, clientes comerciales y los competidores de la Corporación RTVE deben contar con garantías suficientes de que cuando entablen actividades comerciales con la Corporación RTVE se actuará con arreglo a este Código.

Cada Unidad implicada es responsable de asegurar el cumplimiento de esas normas y esta responsabilidad debe ejercerse a través de un sistema estructurado de asesoramiento, referencia y aprobación.

Los procedimientos para asegurar el cumplimiento de este Código estarán sujetos a comprobaciones periódicas, por parte de los auditores internos y asegurarán el funcionamiento del sistema, su conocimiento y uso por parte del personal y la uniformidad en el asesoramiento e interpretación de esas normas.

7.2. Responsabilidad derivada de la realización de actividades comerciales.

Las unidades de RTVE que realicen actividades comerciales en RTVE designarán un responsable de conducta comercial que canalizará todas las cuestiones que, sobre este particular, se planteen en el ámbito de la unidad.

Las unidades comerciales deberán establecer y mantener sus propios procedimientos para asegurar el cumplimiento de este Código.

Estos procedimientos deberán prever:

- La formación y divulgación, de manera que todo el personal competente esté familiarizado con sus responsabilidades de conducta comercial.
- Un mecanismo de asesoramiento sobre autorregulación comercial para las actividades comerciales consideradas individualmente.
- Los trámites a seguir para obtener asesoramiento y dirección de la Comisión de Seguimiento de Conducta Comercial, por parte del responsable de la unidad comercial.

- El proceso o trámites necesarios para revisar las actividades comerciales que se aparten de esta normativa.

7.3 La Comisión de Seguimiento de Conducta Comercial.

La Comisión de Seguimiento de Conducta Comercial será el órgano encargado de velar por el cumplimiento del Código de Conducta Comercial e informar a la Presidencia de la Corporación RTVE.

La Comisión de Seguimiento de Conducta Comercial estará formada por:

- Un vocal de la Dirección de Asuntos de la Presidencia que ejercerá las funciones de Presidente
- Un vocal de la Dirección Comercial.
- Un vocal de la Dirección del Fondo Documental.
- Un letrado de la Dirección de Asesoría Jurídica.

La designación de los vocales corresponderá al Presidente de la Corporación RTVE.

La Comisión de Seguimiento de Conducta Comercial ejercerá las siguientes funciones:

- a) Asesorar sobre la interpretación de estas normas y asuntos relativos a la conducta de las actividades comerciales.

- b) Valorar la idoneidad de los sistemas de cumplimiento de de las normas de conducta comercial establecidas y aplicadas en cada unidad, incluyendo el asesoramiento sobre control.
- c) Colaborar con el trabajo de los auditores internos y externos.
- d) Informar a la Presidencia del cumplimiento de RTVE de la obligación de autorregulación comercial y de las directrices de conducta comercial.
- e) Colaborar con los organismos reguladores externos, sin perjuicio de las competencias del Consejo de Administración respecto a las relaciones con la autoridad audiovisual.

Para el ejercicio de estas funciones, la Comisión de Seguimiento deberá reunirse, al menos, trimestralmente.

Anualmente se realizará una evaluación del cumplimiento del Código por la Presidencia de la Corporación que, previo informe de la Comisión de Seguimiento de Conducta Comercial, será remitido al Consejo de Administración para su aprobación y elevación a la autoridad audiovisual a quien corresponde el control externo del cumplimiento de las directrices de conducta comercial de la Corporación RTVE. Adicionalmente el informe anual será objeto de publicación para asegurar el principio inspirador del compromiso, basado en la transparencia de la actuación de la Corporación RTVE.

8.- Disposiciones finales.

8.1. Revisión.

Estas Directrices estarán sometidas a constante revisión. Las revisiones serán incorporadas a los procedimientos para reflejar los cambios en el contexto en el que opera la Corporación RTVE y serán aprobadas por el Consejo de Administración de la Corporación RTVE.

8.2. Entrada en vigor.

El presente Código entrará en vigor al día siguiente de su aprobación.