

Celebración de la 15ª Asamblea General de AUTOCONTROL

FERNANDO VALDES, NUEVO PRESIDENTE DE AUTOCONTROL

Madrid, 20 de abril de 2010.- Fernando Valdés Bueno ha sido elegido hoy nuevo Presidente de AUTOCONTROL por la recién nombrada Junta Directiva, durante la 15ª Asamblea General de la Asociación, celebrada esta mañana en la Fundación Caja Madrid.

Fernando Valdés sustituye en el cargo a Juan Astorqui Portera, que deja la presidencia por finalización del periodo de mandato, tras 4 años al frente de la Asociación. Los miembros de la Asamblea dedicaron unas cálidas palabras de agradecimiento por la magnífica gestión realizada y su contribución a la implantación de la Asociación.

Licenciado en Ciencias Químicas por la Universidad Complutense de Madrid, desde 2006 Fernando Valdes ocupa el puesto de Director General de Campofrío España. Anteriormente trabajó durante 19 años en la empresa Unilever donde ocupó varios puestos: Brand Manager, Trade Marketing Manager, Jefe Nacional de Ventas, Director de Ventas, y finalmente Director General de la División de Productos de Hogar y Consumo Personal de Unilever España. Además, ha ocupado el cargo de Presidente de la Asociación Española de Anunciantes (AEA) durante 4 años, ha sido miembro del Consejo Asesor de RTVE, en representación de la AEA y Presidente del Jurado de los Premio EFI en 2009.

Asimismo, se ha procedido a la elección del resto de cargos del Comité Ejecutivo. De este modo, han sido nombrados como nuevos Vicepresidentes: José Manuel Zamorano García, Director de Imagen y Publicidad Corporativa de CEPESA; Fructuoso Moreno Escobar, Presidente de TBWA España, S.A.; Rafael García Gutiérrez, Director General de la Asociación para el Autocuidado de la Salud (ANEFP) y Pablo San José Sanz, Director General Comercial y Publicidad, de Ediciones Primera Plana, S.A. Como Tesorero ha sido nombrado José María Sanabria Luengo, Presidente de GROUPEM.

Informe Gestión 2009

La 15ª Asamblea General de AUTOCONTROL contó con la presencia de los principales representantes del sector publicitario en España (medios de comunicación, anunciantes y agencias). Durante la misma, el Director General de AUTOCONTROL, José Domingo Gómez Castallo presentó el informe de gestión de la Asociación en 2009, que fue aprobado por los presentes.

Entre los datos más reseñables de la actividad de AUTOCONTROL en 2009 destaca, la baja conflictividad que existe en el sector de la publicidad en España, que continúa reduciéndose en 2009; el escaso número de casos tramitados como consecuencia de reclamaciones y el aumento de las consultas previas antes de la emisión de un anuncio.

Según las cifras de actividad presentadas, en 2009 AUTOCONTROL recibió 7.439 consultas sobre proyectos de anuncios antes de su emisión y únicamente 192 casos fueron reclamados.

El asesoramiento previo se impone, por tanto, como el servicio de AUTOCONTROL más demandado, así como el sistema preferente utilizado por la industria publicitaria española para asegurar la corrección de sus campañas antes de lanzarlas. Todo ello revela el alto compromiso de la industria publicitaria española con la publicidad responsable.

Los datos así lo reflejan, en 2009 **AUTOCONTROL recibió**, por parte de anunciantes, agencias y medios, **7.439 consultas sobre proyectos de anuncios, antes de su emisión**. De las consultas recibidas, **5.675 correspondían a peticiones de Copy Advice** (un servicio de consulta voluntario, confidencial y no vinculante, que analiza un proyecto de anuncio antes de su emisión, desde un punto de vista ético y legal y siempre a petición de los anunciantes, la agencia o el medio que lo vaya a emitir), lo que supone un **crecimiento del 21%** respecto al año anterior.

Gracias a esta labor preventiva, el número de reclamaciones recibidas en 2009 ha descendido en un 12 % respecto el pasado año, pasando de 221 en 2008 a 195 en 2009

Por sectores, debemos destacar el trabajo desarrollado por AUTOCONTROL en la protección del público infantil, con la revisión del 90% de la publicidad dirigida a niños en televisión antes de su emisión. Esta labor preventiva ha favorecido que en 2009 únicamente se hayan recibido 5 reclamaciones sobre publicidad de juguetes, videojuegos y/o alimentos dirigida a niños en TV, los tres campos más sensibles dentro del apartado de protección de la infancia.

También en 2009 se ha mantenido el nivel de actividad en relación al tratamiento de la imagen de la mujer. De los 5.675 anuncios revisados antes de su emisión se tuvieron que incluir observaciones sólo en 48 ocasiones. Gracias a la actividad de consulta previa en 2009, únicamente se han recibido 3 reclamaciones por infracción del artículo 3 de la LGP en materia de protección a la mujer.

Actualización Código de Conducta publicitaria de AUTOCONTROL

Por último, durante la Asamblea se acordó por los presentes el inicio del proceso de actualización del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, para adaptar su contenido a la nueva Ley de Competencia Desleal y al Código de la Cámara Internacional de Comercio aprobado recientemente.

La *“Ley por la que se reforma el régimen legal de la publicidad y la competencia desleal para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios”* fue aprobada por las Cortes el pasado 22 de diciembre. Esta Ley, que regula las prácticas comerciales engañosas y agresivas y modifica la Ley General de Publicidad y la de Competencia Desleal, traslada a nuestro ordenamiento jurídico dos disposiciones del Parlamento Europeo y del Consejo: la Directiva 2005/29/CE, relativa a prácticas comerciales desleales, y la 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa. Son muchos los cambios introducidos por esta Ley en el derecho publicitario español; por esa razón AUTOCONTROL ha considerado necesaria la apertura de un procedimiento para actualizar el Código a los cambios que trae consigo la nueva Ley.

Para más información:

Sandra Cid

**Directora de Comunicación de AUTOCONTROL/
91-309.66.37 /sandra.cid@autocontrol.es**