



AUTOCONTROL RECIBE EL MÁXIMO GALARDON DE LOS EASA BEST PRACTICE AWARDS:

Mejor iniciativa de autorregulación 2011 a nivel mundial por su sistema de autorregulación de la publicidad de entidades de crédito

Madrid, 30 de marzo 2012.- Anoche se entregaron en Bruselas los premios anuales a las mejores prácticas en autorregulación de la publicidad a nivel mundial (Best Practice Awards). El **premio de oro a la mejor iniciativa** correspondió a **España por su programa de autorregulación de la publicidad de entidades de crédito desarrollado por AUTOCONTROL** en 2011.

El objetivo de estos premios entregados anualmente por EASA (European Advertising Standards Alliance), es reconocer las mejores prácticas de autorregulación realizadas durante el año, en aras de alcanzar los máximos estándares de calidad para un organismo de autorregulación.

Este año los premios se concedieron en el marco de la celebración del 20º aniversario de EASA y de su Asamblea General Anual, y en presencia de Robert Madelin, Director General de la Sociedad de la Información de la Comisión Europea.

Para la entrega del Oro a España, y tal y como se señaló durante la entrega de premios, el Jurado ha valorado:

- El **alto número de consultas previas** (Copy Advice) recibidas en 2011 sobre publicidad de entidades de crédito antes de su emisión: ***AUTOCONTROL ha emitido 9.518 Copy Advice relativos a proyectos de anuncios sobre publicidad financiera.***
- El **elevado número de miembros** procedentes de bancos; cajas de ahorros; establecimientos financieros de crédito; cooperativas de crédito y sucursales de entidades de crédito extranjeras y comunitarias, que se han adherido al sistema de autorregulación de AUTOCONTROL: a 1 de enero de 2012, son ***más de 120 las entidades que han apoyado al sistema de autorregulación de AUTOCONTROL.***
- y en el hecho de que el control previo se realice por parte de un **sistema de autorregulación que se enmarca dentro de un esquema de corregulación con el Banco de España** mediante la Orden EHA/1718/2010 de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios. La citada Orden, aprobada en junio de 2010, ha suprimido el sistema de control previo, estableciendo un sistema alternativo de control, y estimulando expresamente la adhesión voluntaria por parte de las entidades a los organismos de autorregulación publicitaria legalmente reconocidos; hasta la fecha, únicamente AUTOCONTROL ha recibido el reconocimiento por parte del Banco de España de haber acreditado el cumplimiento de los citados requisitos.

José Domingo Gómez Castallo, Director General de AUTOCONTROL, fue el encargado de recoger el premio entregado a España en nombre de la Asociación. Al acto asistieron más de 100 delegados de todos los continentes y representantes de todos los sectores de la industria publicitaria, entre ellos la WFA (World Federation of Advertisers) y la AECA (European Association of Communication Agencies).

Sobre EASA

La European Advertising Standards Alliance (EASA), con sede en Bruselas, es “la voz única de la industria publicitaria europea en materia de autorregulación”. Este organismo engloba a todos los organismos de autorregulación publicitaria europeos y que está formada por 34 organismos de autorregulación de la UE, así como organismos internacionales como Suiza, Turquía, Canadá, Sudáfrica, Brasil...) y 16 asociaciones de la industria publicitaria europea. Entre sus objetivos se encuentra ser el Interlocutor ante las Instituciones Europeas; la Promoción y apoyo de la autorregulación (europea y nacional) y la coordinación del sistema de reclamaciones transfronterizas (cross-border complaints system).

Sobre AUTOCONTROL

*Con objetivo de gestionar el sistema español de autorregulación publicitaria se crea en 1995 AUTOCONTROL, una Asociación sin ánimo de lucro, compuesta por los principales Anunciantes, Agencias de Publicidad, Medios de Comunicación y Asociaciones profesionales relacionadas con la actividad publicitaria en España. En este momento, AUTOCONTROL cuenta con más de 428 miembros directos y 4.000 indirectos. Su objetivo es gestionar el sistema de autorregulación de la comunicación comercial sobre la base de tres instrumentos principales: un Código de Conducta, un órgano independiente (el Jurado de AUTOCONTROL de la Publicidad) que se encarga de resolver las controversias y reclamaciones y un Gabinete Técnico que presta asesoramiento previo a la difusión del anuncio a través del servicio de Consulta Previa (Copy Advice). Desde su creación AUTOCONTROL ha tramitado 2.519 casos, convirtiéndose en el mecanismo preferente de resolución de controversias en materia publicitaria de nuestro país. Además, se han atendido más de 62.771 consultas previas sobre proyectos de anuncios, desde la puesta en marcha del servicio de consulta previa en 2001. Así mismo AUTOCONTROL gestiona 17 códigos sectoriales y tiene firmados 16 Convenios de cooperación o corregulación con la Administración. **Más inf.** www.autocontrol.es*

Para más información:

Sandra Cid
Directora de Comunicación de AUTOCONTROL
91-309.66.37 (Ext 310) /sandra.cid@autocontrol.es