



-Celebración de la 17ª Asamblea General de AUTOCONTROL-

FERNANDO VALDÉS, ELEGIDO PRESIDENTE DE AUTOCONTROL DE LA PUBLICIDAD

Pilar Farjas, Secretaria General de Sanidad y Consumo, destaca el marco de colaboración existente entre AUTOCONTROL y la administración para contribuir a un mejor desarrollo en el seguimiento de la actividad publicitaria

Madrid, 22 mayo de 2012.- Fernando Valdés, Presidente de la División *Europea Market Leaders* de Campofrío, ha sido elegido hoy Presidente de AUTOCONTROL, durante la 17ª Asamblea General de la Asociación, celebrada esta mañana en Madrid.

El acto, que fue inaugurado por Pilar Farjas, Secretaria General de Sanidad y Consumo así como Presidenta de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) y del Instituto Nacional de Consumo (INC); contó con la presencia de los principales representantes del sector publicitario en España: medios de comunicación, anunciantes y agencias.

En su intervención Pilar Farjas resaltó la importancia de la publicidad en la sociedad, y el importante rol que desempeñan los sistemas de autorregulación como complemento de las normas jurídicas. Por este motivo, y según señaló Pilar en su intervención, *“tanto en el Derecho de la Unión Europea, como en nuestro ordenamiento jurídico, son numerosas las normas que destacan, promueven y apuestan por la labor de la autorregulación publicitaria”*. De este modo, *“la autorregulación empezó a complementar al derecho, aportando soluciones y criterios en aquellos casos en que aquel encontraba dificultades para ser efectivo y al mismo tiempo a complementar al mercado, subrayando la necesidad de prestar atención a la dimensión ética de la publicidad como fenómeno con gran influencia social.”*

Durante su intervención, la Secretaria General de Sanidad y Consumo destacó el *“marco de colaboración existente entre AUTOCONTROL y la administración para contribuir a un mejor desarrollo en el seguimiento de la actividad publicitaria dentro del marco de la normativa. En este caso, de la publicidad de alimentos, en beneficio de todas las personas destinatarias de los mensajes publicitarios, así como del propio sector.”*

Así mismo y dentro de este marco de colaboración, recordó el acuerdo establecido con el Instituto Nacional de Consumo (INC) por el que dicha entidad elige al 25% de los miembros del Jurado. Además señaló que *“poco después, en el año 2000, el entonces Ministerio de Sanidad y Consumo, procede a notificar a la Comisión Europea al Jurado de Autocontrol, como órgano*

extrajudicial de resolución de litigios de consumo que acredita el cumplimiento de los principios de independencia, transparencia, contradicción, eficacia, legalidad, libertad y representación". Lo que supuso "la incorporación del Jurado de la Publicidad a la Red Europea Extrajudicial de solución de litigios transfronterizos en materia de consumo".

Tras su intervención, tomó la palabra el **Presidente de AUTOCONTROL**, Fernando Valdés, quién definió el 2011 como *"un gran año para la Asociación, alcanzando un record tanto en el número de peticiones de consulta previa, con la atención de 17.639 consultas sobre proyectos de anuncios antes de su difusión, un 116% más que el año anterior; como de nuevas adhesiones a la asociación, con la incorporación en 2011 de más de un centenar de nuevos miembros"*.

Para el Presidente de AUTOCONTROL *"el alto número de consultas recibidas demuestra la utilidad y eficacia del sistema de consulta previa y evidencia el grado de compromiso de la industria publicitaria para emitir publicidad responsable. Se trata, por tanto, de un excelente dato tanto para la industria publicitaria como para la sociedad española"*.

Tal y como recordó Fernando Valdés durante su intervención, *"estos datos sitúan a España entre los estados de la UE donde más consolidado está el sistema de autorregulación publicitaria, posicionándonos entre los países que mayor número de consultas previas recibe por parte de la industria publicitaria, antes de la difusión de sus campañas, únicamente superado por Inglaterra y Francia. En lo que respecta a reclamaciones, España desciende al puesto decimotercero en número de reclamaciones recibidas en el territorio de la UE"*.

■ Informe gestión 2011

Tras la intervención del Presidente de AUTOCONTROL, le tocó el turno al Director General de la Asociación, José Domingo Gómez Castallo, quién presentó el informe de gestión de 2011, que fue aprobado por los presentes.

Como dato reseñable en 2011 el Director General de AUTOCONTROL destacó que, *"desde la entrada en vigor de la Orden EHA/1718/2010 de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios, AUTOCONTROL ha emitido 9.518 Copy Advice relativos a proyectos de anuncio sobre publicidad financiera antes de su emisión"*.

Así mismo, destacó que en 2011 sólo se recibieron 146 reclamaciones para su resolución por el Jurado. Para José Domingo *"esta baja conflictividad muestra el alto nivel de salud ética y el compromiso de responsabilidad de la publicidad en España"*. De este modo AUTOCONTROL se mantiene como *"el sistema preferente de resolución de controversias en materia publicitaria, muy por delante de los tribunales de Justicia"*.

Por último, resaltó, como uno de los datos relevantes de 2011, el acuerdo de corregulación firmado a finales del pasado año con la Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Economía y Hacienda, en materia de publicidad de las actividades del juego. El objetivo de este Acuerdo es establecer un mecanismo de corregulación publicitaria – complementario de la vía administrativa y la judicial- para llevar a cabo un eficaz control y seguimiento de la publicidad en el sector del juego.

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 430 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. **Más inf.** www.autocontrol.es*

Para más información: Sandra Cid

Directora de Comunicación de AUTOCONTROL

91-309.66.37 /sandra.cid@autocontrol.es