



En el marco de su 19ª Asamblea General,

AUTOCONTROL ELIGE COMO SU NUEVA PRESIDENTA A ALMUDENA ROMÁN, DIRECTORA GENERAL DE ING DIRECT ESPAÑA

- La Vicepresidenta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, D^a. María Fernández Pérez, ha propuesto en la inauguración de la Asamblea trabajar junto con AUTOCONTROL para suscribir un nuevo convenio que permita avanzar en el proceso de autorregulación
- Además, se ha destacado en el acto que en este último año las cifras constatan la consolidación del servicio de consulta previa de proyectos de anuncios y el bajo número de reclamaciones de la industria publicitaria española, una de las más responsables de Europa

Madrid, 21 de mayo de 2014.- AUTOCONTROL (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) ha celebrado hoy su **19ª Asamblea General** que ha contado con la asistencia de representantes de unas 450 empresas entre Anunciantes, Agencias de Publicidad, Medios de Comunicación (televisiones, Internet, radios, prensa escrita, etc.) y Asociaciones profesionales relacionadas con la actividad publicitaria en España.

La Asamblea ha contado con la presencia de **D^a María Fernández Pérez, Vicepresidenta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia**, que ha inaugurado el encuentro. En su exposición, D^a María Fernández ha propuesto a AUTOCONTROL “trabajar de forma conjunta en los próximos meses para suscribir un **nuevo convenio que permita avanzar en el proceso de autorregulación**”. Asimismo, ha destacado que “gracias al trabajo de AUTOCONTROL y de los convenios y acuerdos firmados entre la Asociación y diferentes Administraciones, en particular con el Ministerio de Industria, desde el año 2002, se ha reforzado la autorregulación y se ha facilitado la detección y corrección preventiva de la publicidad que pudiera ser ilícita”. Por otra parte, ha comentado que el procedimiento de verificación previa de los mensajes publicitarios a través de AUTOCONTROL se revela un instrumento eficaz gracias a la reconocida solvencia técnica de la Asociación. Finalmente, ha hablado de los casi 6.000 anuncios de televisión al año que se someten voluntariamente a esta verificación, algo que demuestra la responsabilidad del sector publicitario español en esta materia y que es sin duda beneficioso para los ciudadanos y una gran ayuda para que la Comisión desarrolle eficazmente su trabajo.

A continuación, y tras compartir el orden del día con los asistentes, el Presidente de **AUTOCONTROL**, Fernando Valdés ha hecho hincapié en que el balance de actividad de la Asociación en el año 2013 arroja unos datos que dejan patente la consolidación de la industria publicitaria española como una de las más estables y éticas de Europa, con un aumento de las peticiones de Copy Advice® o consultas previas y un bajo número de reclamaciones. Asimismo, Valdés ha añadido que se trata de datos que reflejan que la autorregulación realmente funciona y que los sistemas de consulta previa y las reclamaciones permiten a **AUTOCONTROL** garantizar el cumplimiento de la responsabilidad asumida por nuestra industria, sin duda, una de las más responsables de Europa. De hecho, el informe anual presentado recientemente por la *European Advertising Standards Alliance (EASA)*, organismo que engloba a todos los organismos de

autorregulación publicitaria europeos, algunos organismos internacionales y las principales organizaciones de la industria publicitaria europea, y de la que **AUTOCONTROL** forma parte, sitúa a nuestro mercado publicitario como el segundo en la Unión Europea en el que más campañas de publicidad pasan voluntariamente por un control previo antes de su difusión, mientras que se mantiene en el decimocuarto lugar respecto al número de reclamaciones recibidas por anuncios ya difundidos.

Por otra parte, el Director General de **AUTOCONTROL**, José Domingo Gómez Castallo, ha hecho un breve repaso de la actividad de la Asociación en 2013. Durante este ejercicio, la Asociación recibió, por parte de anunciantes, agencias y medios, 22.498 consultas de las cuales, 20.147 corresponden a peticiones de Copy Advice® sobre proyectos de anuncios (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), lo que supone un crecimiento del 2% respecto al año anterior. De los anuncios revisados antes de su emisión, el 90,83% obtuvo un Copy Advice® positivo, en el 6,54% de los casos se recomendó la introducción de modificaciones y sólo en un 2,64% de los casos se aconsejó la no difusión de las campañas consultadas. Además, **AUTOCONTROL** se mantuvo, un año más, como el sistema preferente de resolución de controversias en materia publicitaria, muy por delante de los Tribunales de Justicia. Concretamente, en 2013 **AUTOCONTROL** resolvió 240 casos a través del Jurado de la Publicidad, lo que hacen un total de 2.676 casos resueltos desde la puesta en marcha de este sistema en el año 1996.

Nueva presidenta de AUTOCONTROL: Almudena Román, Directora general de ING DIRECT España

En el marco de la 19ª Asamblea General de la Asociación, Dª Almudena Román Domínguez ha sido elegida hoy nueva Presidenta de **AUTOCONTROL** por la recién nombrada Junta Directiva. Dª Almudena Román sustituye en el cargo a D. Fernando Valdés, que deja la presidencia por finalización del periodo de mandato, tras 4 años al frente de la Asociación. Los miembros de la Asamblea le han dedicado unas sentidas palabras de agradecimiento por la excepcional gestión realizada y por su firme contribución a la implantación de la Asociación en nuestro país.

Almudena Román, Directora General de ING DIRECT España desde octubre de 2013, es una firme convencida de la capacidad de superación de las personas y del trabajo en equipo. Durante los últimos 15 años la trayectoria profesional de Almudena ha transcurrido paralela al desarrollo de ING Direct en España. Su paso por áreas muy diferentes del banco –Proyectos; Estrategia; Marketing y Gestión de Marca; - le ha aportado una visión global de su evolución, de lo que es hoy y de lo que representa para sus clientes y para la sociedad española. Es Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y Actuario de Seguros por la Universidad Complutense de Madrid, y Máster Diploma en Marketing Directo e Interactivo por The Institute of Direct Marketing de Londres.

Asimismo, se ha procedido a la elección del resto de cargos de la Junta Directiva, en la que están representadas 30 compañías. De este modo, la Junta Directiva queda configurada con D. Eduardo Ballesteros Marra-López, Director General Comercial y de Marketing de Clear Channel España, D. José Manuel Zamorano García, Director de Imagen y Publicidad Corporativa de CEPESA, D. Enric Pujadas Rovirosa, Presidente de Bassat Ogilvy & Mather y Dª. Lidia Sanz, Directora General de la Asociación Española de Anunciantes (AEA) como Vicepresidentes y con D. José María Sanabria Luengo, Presidente de GROUPEM Publicidad Worldwide como Tesorero.

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 casi 450 miembros directos y alrededor de 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®) y atiende consultas técnicas y jurídicas sobre las cookies y elabora informes técnico-jurídicos de consultoría sobre las mismas (Cookie Advice®). Desde su creación, AUTOCONTROL ha tramitado 2.676 casos, convirtiéndose en el mecanismo preferente de resolución de controversias en materia publicitaria de nuestro país. Además, se han atendido más de 107.000 consultas previas sobre proyectos de anuncios desde la puesta en marcha del servicio de consulta previa en 2001. Asimismo, AUTOCONTROL gestiona 19 códigos sectoriales y tiene firmados 19 Convenios de cooperación o corregulación con la Administración.

Más información en www.autocontrol.es

Contacto de prensa: Sara Gil / Marina Gordillo
sara.gil@autocontrol.es / marina.gordillo@autocontrol.es
Teléfono: 91.309.66.37