



AUTOCONTROL RECIBE EL 2º PREMIO EN LOS “EASA BEST PRACTICE AWARDS”:

El programa de autorregulación sobre cookies de AUTOCONTROL premiado con la plata en los galardones a las mejores iniciativas mundiales de autorregulación publicitaria

Madrid, 23 de octubre de 2015.- El 21 de octubre, la *European Advertising Standards Alliance* (EASA), organismo europeo de autorregulación publicitaria que fomenta la publicidad responsable, entregó en Bruselas los premios anuales a las mejores prácticas en autorregulación de la publicidad a nivel mundial (*EASA Best Practice Awards*). El **segundo premio a la mejor iniciativa de 2014** correspondió a **España por su programa de autorregulación en el ámbito de la publicidad digital y la privacidad y, en particular, por el establecimiento de su servicio de análisis técnico y jurídico de cookies (AUTOCONTROL Cookie Advice®)**.

El objetivo de estos premios entregados anualmente por EASA, 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 de la Asamblea General Anual de EASA, y el Jurado estuvo compuesto por Francine Cunningham, Directora Ejecutiva de la Asociación Europea de Editores de Periódicos, Dominic Lyle, Director General de la Asociación Europea de Agencias de Comunicación, Adam Gagen, Director de Legal & Public Affairs de la Federación Mundial de Anunciantes, Oliver Gray, Director General de EASA y Ionel Naftanaila, Director de Desarrollo de Programas de la Alianza Europea de Publicidad Digital Interactiva (EDAA). Los miembros del Jurado destacaron la dificultad a la hora de seleccionar los ganadores de los premios de este año, dada la alta calidad de los proyectos que se presentaron.

En palabras de EASA: *“la candidatura de AUTOCONTROL es una contribución clave para la autorregulación en un área vital para la publicidad. La plata, por tanto, fue más que merecida por sus esfuerzos en centrarse en el ámbito crucial de la publicidad digital, en concreto en las “cookies”, en cooperación con la industria publicitaria”*.

Debe recordarse que, tras la presentación en abril del 2013, de la “Guía sobre el uso de las cookies”, primera guía europea que recoge un conjunto de orientaciones que ayudan a las empresas a cumplir con la normativa vigente en materia de cookies y que fue elaborada por la AEPD junto con AUTOCONTROL, adigital e IAB Spain, AUTOCONTROL firmó un Acuerdo de colaboración con la Agencia Española de Protección de Datos para la cooperación mutua en el seguimiento de la correcta utilización de cookies en los dispositivos terminales de los usuarios y la detección, corrección y supresión de aquellas prácticas en este ámbito que no se adecúen a las obligaciones legales que les sean de aplicación. En esas fechas se creó, además, un Departamento Digital encargado, entre otras

actividades, de prestar un nuevo servicio de consultoría técnica y jurídica especializada sobre las cookies de una web, plataforma o aplicación informática, denominado Cookie Advice®. Hasta la fecha, este Departamento ha gestionado cerca de 1.200 solicitudes (en concreto, se han emitido 467 informes de Cookie Advice® y se han atendido más de 725 consultas).

José Domingo Gómez Castallo, Director General de AUTOCONTROL, fue el encargado de recoger el galardón 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 europea e internacional.

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 38 organismos de autorregulación de la UE, así como organismos internacionales como Suiza, Turquía, Canadá, Sudáfrica, Brasil, etc.) 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

*AUTOCONTROL es una asociación sin ánimo de lucro, creada en 1995 y 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 460 miembros directos y 2.000 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 tanto asesoramiento previo a la difusión del anuncio a través del servicio de Consulta Previa (Copy Advice®) como consultoría técnica y jurídica en materia de cookies. Desde su creación AUTOCONTROL ha tramitado 2.965 casos, convirtiéndose en el mecanismo preferente de resolución de controversias en materia publicitaria de nuestro país. Además, se han atendido más de 131.000 consultas previas sobre proyectos de anuncios. Asimismo, AUTOCONTROL gestiona 17 códigos sectoriales y tiene firmados 18 Convenios de cooperación o corregulación con la Administración. **Más información en www.autocontrol.es***

Para más información:

Sara Gil / Marina Gordillo

Departamento de Comunicación de AUTOCONTROL

91.309.66.37

sara.gil@autocontrol.es / marina.gordillo@autocontrol.es