



## **AUTOCONTROL firma un nuevo Convenio**

### **La Ministra de Sanidad preside la firma del convenio sobre publicidad de juguetes entre la AEFJ, Autocontrol y el INC**

El 19 de diciembre de 2010 y bajo la presidencia de la Ministra de Sanidad, Leire Pajín, se ha firmado en Alicante un convenio entre la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ), la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) y el Instituto Nacional de Consumo (INC), entidad dependiente del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.

El convenio tiene como fin la actualización del Código de Autorregulación de la publicidad infantil en el sector juguetero de 1993, reforzando los compromisos de responsabilidad del sector en este ámbito. Su aplicación se encomienda a AUTOCONTROL.

En la actualización de las normas deontológicas que guiarán a las compañías jugueteras asociadas en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes publicitarios dirigidos a menores, se han observado las transformaciones técnicas y económicas de la televisión que han traído consigo modificaciones en el contenido y el diseño de los mensajes, así como en los formatos publicitarios en este medio. Asimismo, se han contemplado los retos que ha planteado a la comunicación comercial la aparición de nuevos soportes y formatos, con especial atención a la aparición de las nuevas tecnologías (aquéllas que utilizan las telecomunicaciones, la informática y los audiovisuales o su combinación, como son los multimedia) y la generalización de su uso. En este sentido se han establecido disposiciones específicas en relación con la publicidad en Internet y a móviles.

Tal y como señala la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes. Justamente, la regulación de las nuevas formas publicitarias (advergaming, redes sociales), la educación en valores cívicos y la protección de datos son las principales novedades que aporta esta nueva versión del Código que se constituye como referente de la autorregulación de la infancia a nivel internacional.”

Se refuerza, asimismo, la aplicación del Código, en la medida en que se establece la obligación para las empresas adheridas a la AEFJ de someter todos sus proyectos de anuncios de juguetes al control previo (copy advice de AUTOCONTROL) y se crea una Comisión de Seguimiento del Código de composición mixta, que estará formada por el Instituto Nacional de Consumo, –que ejercerá la presidencia de la Comisión –, el Defensor del Menor, tres representantes de las asociaciones de consumidores y usuarios de ámbito estatal inscritas en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios, tres representantes de la AEFJ, un representante de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), y un representante de Autocontrol, con voz pero sin voto, que ejercerá las funciones de Secretaría de la Comisión.

La Ministra ha elogiado esta iniciativa y ha destacado que supone una herramienta muy importante para el buen funcionamiento del mercado y para la adecuada protección de los derechos de los consumidores, en especial de los niños y niñas, “que requieren un grado de protección más alto”. “El sector juguetero es y debe ser responsable, pues su público es muy especial, los niños” ha afirmado Pajín, quien ha destacado “el constante ejercicio de autorresponsabilidad de los empresarios del juguete por ir más allá de lo que marca la legislación”.

AUTOCONTROL se ha convertido en un Organismo de referencia para la aplicación y control de los Códigos Sectoriales de todos los ámbitos publicitarios. Actualmente AUTOCONTROL tiene firmados Convenios de autorregulación sectorial en los siguientes campos: Publicidad Cervezas: Convenio con Cerveceros de España; Publicidad Bebidas Espirituosas: Convenio con FEBE; Publicidad televisiva: Convenio AUTOCONTROL – AEA – operadores de TV y Convenio SETSI (Ministerio Industria)-Autocontrol; Publicidad interactiva y comercio electrónico: Convenio AUTOCONTROL – AECEM para cogestionar CONFIANZA ONLINE; Promoción de Medicamentos: Convenio con FARMAINDUSTRIA; Publicidad de Juguetes: Convenio con AEFJ; Defensa de la Marca: Convenio con ANDEMA; Publicidad de Alimentos y bebidas dirigida a niños, Convenio con FIAB-Ministerio Sanidad-Autocontrol: CÓDIGO PAOS; Publicidad de Videojuegos: Convenio con ADESE; Publicidad de Tecnología Sanitaria: Convenio con FENIN; Investigación de Mercados y Opinión: Convenio con ANEIMO; Publicidad de Productos de Nutrición Enteral: Convenio con AENE; Publicidad de Preparados Alimenticios Especiales, Dietéticos y Plantas Medicinales: Convenio con AFEPADI; Publicidad de Especialidades Farmacéuticas: Convenio con ANEFP; Publicidad del Vino: Convenio con FEV; Publicidad de zumos: Convenio con ASOZUMOS y Publicidad Ecológica: Código de Autorregulación de buenas prácticas para el uso de argumentos ambientales en las comunicaciones comerciales (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino y Empresas del sector Energético y automovilístico), entre otros.

**Para más información: Sandra Cid**

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