

## La Generalitat apuesta por la autorregulación de las empresas publicitarias para reforzar la defensa de los consumidores

- **La Agencia Catalana del Consumo, y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial han firmado un acuerdo de colaboración para facilitar la autorregulación publicitaria como vía, complementaria a la administrativa y la judicial, que permita un control eficaz de los mensajes publicitarios y una mayor defensa de los derechos de los consumidores**

Jueves, 30 de octubre de 2014.- El director de la Agencia Catalana del Consumo (ACC), Alfons Conesa, y la presidenta de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), Almudena Román, han firmado hoy un convenio en materia de actividad publicitaria. El acuerdo establece un marco de cooperación entre la ACC y AUTOCONTROL que facilite la autorregulación publicitaria como vía, complementaria a la administrativa y la judicial, para llevar a cabo un control eficaz de los mensajes publicitarios, y refuerce la defensa de los derechos de los consumidores.

AUTOCONTROL es una asociación sin ánimo de lucro que gestiona el sistema de autorregulación publicitaria en España. Su objetivo es contribuir a que la publicidad difundida por todos los medios, incluido Internet, constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria, a los derechos de los consumidores, así como a la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales.

De este modo, el acuerdo firmado establece que la ACC, como organismo de la Generalitat de Catalunya que tiene asumida la competencia exclusiva en materia de consumo, *“tanto con carácter previo a la iniciación de cualquier actuación administrativa o judicial en materia de comunicaciones comerciales, como durante su tramitación, podrá solicitar a AUTOCONTROL información acerca de si un determinado mensaje publicitario ha obtenido un informe positivo en el marco de un procedimiento de consulta previa o Copy Advice®, así como si ha sido objeto de un procedimiento de resolución de controversias en el seno del Jurado de la Publicidad u órgano equivalente”*. La ACC también podrá instar a AUTOCONTROL a actuar antes de iniciarse cualquier acción administrativa referida a una comunicación comercial.

El convenio también estipula que, en el proceso de tramitación de expedientes administrativos contra determinados anuncios, se valorará que los anunciantes se sometan a las decisiones de AUTOCONTROL. En concreto, señala que en la tramitación de tales expedientes *“relacionados con anuncios concretos que se hubieran sometido a las decisiones de AUTOCONTROL, la Agencia Catalana del*

*Consumo, podrá, salvo prueba en contra, presumir que los responsables de esos anuncios actuaron de buena fe cuando se hubieran sujetado a esas decisiones".* Por su parte, AUTOCONTROL deberá informar de forma regular a la Agencia del resultado de la tramitación de reclamaciones que se le presenten en relación a casos de publicidad que este órgano esté facultado para controlar.

Asimismo, AUTOCONTROL podrá comunicar o denunciar ante la ACC cualquier conducta ilícita en materia de consumo relacionada con la actividad publicitaria. Además, podrá solicitar la cooperación de la Agencia para emitir dictámenes, estudios, proyectos y resoluciones sobre cuestiones que afecten a la autorregulación y al control deontológico de la actividad publicitaria.

Ambas entidades podrán organizar actividades conjuntas de divulgación, de formación o de estudio relacionadas con la actividad publicitaria, como análisis y estudios sobre el cumplimiento de la normativa legal y deontológica en materia publicitaria, en un contexto de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias.

### **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 450 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®) y consultoría en materia de verificación del uso de cookies desde un punto de vista técnico y jurídico (Cookie Advice®). Desde su creación, AUTOCONTROL ha tramitado 2.650 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 21 Convenios de cooperación o corregulación con la Administración.

**Más información en:** [www.autocontrol.es](http://www.autocontrol.es)  
**Contacto de prensa:** Sara Gil /Marina Gordillo  
[sara.gil@autocontrol.es](mailto:sara.gil@autocontrol.es) / [marina.gordillo@autocontrol.es](mailto:marina.gordillo@autocontrol.es)  
Teléfono: 91.309.66.37