



A través de una adenda al convenio de colaboración existente con la Consejería de Sanidad

EL GOBIERNO REGIONAL REFUERZA LA COLABORACIÓN CON AUTOCONTROL EN MATERIA DE VIGILANCIA Y SEGUIMIENTO DE LA PUBLICIDAD SANITARIA

Esta actuación redundará en una ejecución más eficaz y eficiente de las competencias que ostenta la Dirección General de Planificación, Ordenación e Inspección Sanitaria

Madrid, 30 de octubre de 2017 - La **Directora General de Planificación, Ordenación e Inspección Sanitaria, María Teresa Marín**, y el **Director General de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), José Domingo Gómez-Castallo**, han firmado en Toledo una Adenda al Convenio de colaboración existente entre la Consejería de Sanidad y dicho organismo, en materia de control de la actividad publicitaria.

Este Convenio tiene por objeto establecer un marco de cooperación mutua entre ambos organismos para facilitar y permitir el seguimiento de la publicidad en aquellas materias para la que es competente, a efectos de control la Consejería de Sanidad, sin perjuicio ni menoscabo de las competencias y funciones que le corresponden y sin merma de sus facultades inspectoras y sancionadoras.

Con la firma de la adenda se refuerza este ámbito de colaboración incluyendo el seguimiento y control de la publicidad de medicamentos de uso humano y veterinario, cosméticos, productos sanitarios, productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, centros, servicios y establecimientos sanitarios y cualesquiera otros productos sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias.

De esta forma, la Consejería de Sanidad complementará sus actuaciones de inspección y control en materia de publicidad sanitaria con la intervención de AUTOCONTROL en este ámbito cuando lo estime necesario y sin que comporte coste económico añadido, lo que redundará en una ejecución más eficaz y eficiente de esta competencia.

La Dirección General de Planificación, Ordenación e Inspección Sanitaria de la Consejería de Sanidad ostenta la competencia del control de la publicidad sanitaria en Castilla-La Mancha, tanto la que realizan los más de 7.500 centros, servicios y establecimientos sanitarios autorizados en nuestra región, así como la que llevan a cabo otras entidades con productos sanitarios en nuestra Comunidad Autónoma.



Por su parte, las funciones de AUTOCONTROL incluyen la resolución de las reclamaciones planteadas derivadas de la difusión de publicidad presuntamente ilícita o desleal. Además, cuenta con un sistema de gestión de solicitudes voluntarias de Consulta Previa (*Copy Advice*®) sobre proyectos de anuncios antes de ser difundidos y, asimismo, colabora de forma activa con las diferentes Administraciones para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

AUTOCONTROL es una asociación sin ánimo de lucro creada en 1995 para gestionar el sistema de autorregulación en España, con una acreditada experiencia en la resolución de controversias en materia de publicidad, y un alto grado de credibilidad y autoridad técnica.

La adenda firmada contempla, a efectos de seguimiento y control, la constitución de una Comisión de Seguimiento que se reunirá de forma periódica y que estará integrada por dos representantes de la Dirección General de Planificación, Ordenación e Inspección Sanitaria y otros dos representantes de AUTOCONTROL.

Asimismo, la firma de este documento conlleva el desarrollo de actuaciones formativas e informativas a diversos colectivos profesionales relacionados con el control de la publicidad sanitaria.

Sobre AUTOCONTROL

*Con el 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 500 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 asesoramiento previo a la difusión del anuncio a través del servicio de Consulta Previa (*Copy Advice*®). Desde su creación, AUTOCONTROL ha tramitado más de 3.700 casos, convirtiéndose en el mecanismo preferente de resolución de controversias en materia publicitaria de nuestro país. Además, desde su creación se han atendido más de 200.000 consultas sobre proyectos de anuncios, de las cuales más de 172.000 corresponden a *Copy Advice*® (control previo a la emisión de proyectos de anuncio). Asimismo, AUTOCONTROL gestiona 19 códigos sectoriales y tiene firmados más de 30 Convenios de cooperación o correulación con la Administración y 15 con organizaciones sectoriales.*

Más información en www.autocontrol.es o siguiéndonos en [Linkedin](#).

Contacto de prensa: Pilar Romero /Elvira Sainz

comunicacion@autocontrol.es

91.309.66.37