

## **AUTOCONTROL y FIAB reúnen a autoridades y expertos del sector de la alimentación en el seminario “La regulación y autorregulación de la publicidad de alimentos”**

**Madrid, 3 de julio de 2014.-** AUTOCONTROL y la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) ofrecieron de forma conjunta los días 1 y 2 de julio el seminario “*La regulación y autorregulación de la publicidad de alimentos*”. La finalidad del evento era dar a conocer a las empresas de alimentación y bebidas, y de servicios asociados las implicaciones prácticas derivadas de la aplicación de la regulación europea en este campo. En el acto participaron expertos de muy distintas áreas, incluyendo diversos representantes de la Administración, y contó con un nutrido grupo de asistentes de distintos ámbitos (anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación, despachos de abogados, empresas y asociaciones empresariales del sector).

El seminario contó para su inauguración con la presencia de D<sup>a</sup>. Ángela López de Sá, Directora Ejecutiva de AECOSAN, D. Fernando Burgaz Moreno, Director General de la Industria Alimentaria (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y D<sup>a</sup>. Almudena Román Domínguez, Presidenta de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL).

Todos los participantes en el evento coincidieron en destacar la importancia del Código PAOS de autorregulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, y que se ha ampliado a internet ascendiendo a 15 años el ámbito de aplicación en la red. Esta iniciativa impulsada por FIAB y el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, cuenta con la suscripción de las organizaciones representantes de la restauración, hostelería y el comercio, y AUTOCONTROL, que vela por el cumplimiento y correcta aplicación del Código. De este modo, se ratifica el compromiso que estas instituciones y sectores vienen demostrando en la lucha contra la obesidad infantil y la promoción de estilos de vida saludables en lo que supone un ejemplo de colaboración público-privada y se consolida como un modelo pionero en la Unión Europea.

Tras la inauguración se expuso el marco regulatorio general de la publicidad de alimentos en España y, a continuación, tuvo lugar un panel de expertos que analizó la aplicación del Reglamento (CE) n° 1924/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, tras la aprobación del listado de declaraciones de propiedades salud permitidas desde varios puntos de vista: su estado actual, novedades y próximos desarrollos, la reciente doctrina del Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL sobre declaraciones de propiedades saludables y el estado y perspectiva de las declaraciones pendientes de aprobación, en particular, de las botánicas. Esta norma modifica la forma en la que debe comunicar la industria de alimentación y bebidas, siendo un reglamento complejo y de largo desarrollo, tal y como explicó Dirk Jacobs, Director General Adjunto y de Director de Información al Consumidor, Dieta y Salud de FoodDrinkEurope.

Tras el almuerzo, la sesión de tarde se reanudó con el análisis de otras novedades recientes acontecidas en relación con los requisitos de información al consumidor y con la normativa sobre publicidad y etiquetado de alimentos. La primera jornada se clausuró con una mesa redonda en la que se abordó el seguimiento de la publicidad de alimentos por parte de la Administración, analizando actuaciones recientes y ahondando en las preocupaciones actuales a este respecto desde el punto de vista de la AECOSAN, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y las Comunidades Autónomas.

La segunda jornada se dedicó íntegramente al Código PAOS, empezando por situarlo en el contexto de la Estrategia NAOS del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para la nutrición, actividad física y prevención de la obesidad. También se comentó y se dejó patente la firme apuesta de la industria alimentaria por la correulación en la publicidad de alimentos a través del citado Código, así como su ámbito de aplicación y normas éticas, prestando especial atención a las últimas novedades al respecto, y a su aplicación por parte de AUTOCONTROL. El contenido formativo de la segunda jornada se cerró con una mesa redonda en la que representantes de las principales asociaciones del sector de la alimentación, la distribución y la restauración hablaron sobre su experiencia y contribución, desde un punto de vista sectorial, a la implementación del Código PAOS. Finalmente, la clausura del seminario corrió a cargo de José Domingo Gómez Castallo, Director General de AUTOCONTROL y Montserrat Prieto, Directora de Derecho Alimentario de FIAB.

## **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 correulación con la Administración.

## **SOBRE FIAB**

La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se creó en 1977 para representar, a través de un único organismo y una sola voz, a la industria española de alimentación y bebidas, primer sector industrial de nuestro país que, actualmente, engloba a 47 asociaciones.

## **PARA MÁS INFORMACIÓN:**

### **AUTOCONTROL**

**Sara Gil**  
Directora de Comunicación

**Marina Gordillo**  
Dpto. de Comunicación

[comunicacion@autocontrol.es](mailto:comunicacion@autocontrol.es)  
Telf.: 91 309 66 37

**FIAB**  
**Clara Pi**  
Directora de Comunicación

**Ana Torres**  
Dpto. de Comunicación

[comunicacion@fiab.es](mailto:comunicacion@fiab.es)  
Telf.: 91 411 72 11

**Hill + Knowlton Strategies** (*Gabinete de prensa de FIAB*)

**Juan Ignacio Moreno**  
[juan.ignaciomoreno@hkstrategies.com](mailto:juan.ignaciomoreno@hkstrategies.com)

**Marina Tocón**  
[marina.tocon@hkstrategies.com](mailto:marina.tocon@hkstrategies.com)

Telf.: 91 435 11 22